

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO “LA MANÁ”



Carrera:

Tecnología Superior en Administración Financiera

PROYECTO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

TECNÓLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE CREPES DE HARINA DE TRIGO EN EL CANTÓN LA
MANÁ, PERIODO 2024.”**

Autoras:

Jennifer Mishelle Monsalve Yanza

Bertha Lilibeth Alcivar Tonato

La Maná – Cotopaxi – Ecuador

2024

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

Yo, **Ing John Steet Gaibor Mendoza** en mi calidad de Director y luego de haber revisado el desarrollo del trabajo de Grado Titulación, elaborado por: **Monsalve Yanza Jenniffer Mishelle** con C.I **1251228837**, **Alcivar Tonato Bertha Lilibeth** con C.I **1206894568**, de la carrera Tecnología Superior en Administración Financiera; tengo a bien informar que el trabajo “ ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREPES DE HARINA DE TRIGO EN EL CANTÓN LA MANÁ, PERIODO 2024” cumple con los requisitos exigidos para ser evaluado por el tribunal designado para la sustentación.

La Maná, marzo del 2024

.....

C.I 1307630770

DIRECTOR

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL PROYECTO

Yo, Monsalve Yanza Jenniffer Mishelle con cédula de ciudadanía: **1251228837**, **Alcivar Tonato Bertha Lilibeth** con cédula de ciudadanía: **120689568**, somos responsables de los criterios emitidos en el proyecto de investigación bajo el tema de **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CREPES DE HARINA DE TRIGO EN EL CANTON LA MANÁ, PERIODO 2024.”** Así como también las ideas, análisis, síntesis de datos, conclusiones, que se rige a los derechos de auditoría del Instituto Superior Tecnológico “La Maná”.

La Maná, marzo del 2024

Monsalve Yanza Jenniffer Mishelle

C.C. 125122883-7

Alcivar Tonato Bertha Lilibeth

C.C. 120689456-8

DEDICATORIA

Mi tesis la dedico Dios y con todo mi amor y cariño a mi madre Sonia Yanza, aquella mujer valiente y virtuosa que no le importo tomar el papel de Padre y Madre para inculcarme valores y enseñarme a luchar por cada sueño que tenga, sabiendo que no sería fácil asumir una responsabilidad tan grande sola, ella lo consiguió con mucha valentía y esfuerzo siempre estaré orgullosa de mi Madre por eso siempre te honraré y te regalaré todos mis triunfos que Dios me permita realizar, gracias por haberme dado una carrera para mi futuro y por creer en mis capacidades. A mi Abuelita que desde el cielo está feliz de verme convertida en una profesional te lo prometí y te lo cumplí Mamita Fanny. A mis hermanos Estefania y Jefferson que siempre estuvieron allí para mi en todo momento con sus palabras de aliento las cuales no me dejaban decaer y mi inspiraban a conseguir mi meta. A mis sobrinos Alan y Itzel quienes son un pilar fundamental en mi vida, son mi inspiración para seguir adelante con sus sonrisas y palabras de amor me dieron las fuerzas para llegar a culminar uno de mis sueños con satisfacción y poder ser un ejemplo para ellos para que luchen por todo aquello que se propongan y nunca se rindan. A mi cuñada Jeomayra por ser esa amiga que está en todo momento y por todo su apoyo. A mi tía Mercedes Yanza, quien con todos sus consejos me inspiraba a seguir luchando por todo lo que me proponga. A mis Abuelitos Alfredo, Martha y Humberto, quienes siempre han estado inculcándome cada uno de sus aprendizajes y enseñándome a ser mejor día a día gracias por todos los consejos brindados. A mi familia por ser esas personas valiosas que me brindaron su cariño y apoyo incondicional gracias.

Jennifer Monsalve

DEDICATORIA

Quiero empezar agradeciendo a Dios por haberme guiado y cuidado durante mi periodo académico, por haberme dado sabiduría para poder superar cada uno de las dificultades que se presentaron en el camino y sobre todo aprender a sobrellevarlo.

A mis padres Tobias Alcivar y Maria Tonato, por ser mis más grandes ejemplos, por darme su apoyo incondicional en cada momento, por los valores y consejos que me han inculcado y por estar siempre conmigo dándome fuerza en los peores y mejores momentos.

A mis hermanas Samantha Alcivar y Jaleny Alcivar, por brindarme su apoyo, por estar siempre conmigo apoyándome siendo una gran motivación, por su amor y paciencia en cada etapa.

Lilibeth Alcivar

AGRADECIMIENTO

Agradecemos en primer lugar a Dios quien nos ha guiado en esta etapa de nuestras vidas nos ha dado salud, sabiduría e inteligencia para alcanzar esta meta, a nuestro Instituto Superior Tecnológico La Maná por habernos formados como profesionales, también a todas esas personas que fueron parte fundamental para poder cumplir este sueño agradecemos a nuestros Padres y familias y a cada uno de los docentes que nos compartieron sus conocimientos, y de manera especial a nuestro tutor de tesis Ing. John Gaibor, quienes fueron parte de este proceso y de tal manera nos ayudaron a formarnos profesionalmente.

Jenniffer Monsalve / Bertha Alcivar

CALIFICACIÓN TRIBUNAL SUSTENTACIÓN

Nombres y firmas del director y miembros del tribunal de sustentación

Ing. _____	_____	_____
PRESIDENTE	FIRMA	NOTA

Ing _____	_____	_____
MIEMBRO 1	FIRMA	NOTA

Ing _____	_____	_____
MIEMBRO 2	FIRMA	NOTA

NOTA TOTAL: _____ Sobre 10

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL PROYECTO	III
DEDICATORIA.....	IV
DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO	VI
CALIFICACIÓN TRIBUNAL SUSTENTACIÓN.....	VII
ÍNDICE DE CONTENIDOS	VIII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XI
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XIII
RESUMEN EJECUTIVO	XIV
ABSTRACT	XV
1. CAPITULO I: EL PROBLEMA.....	1
1.1. Planteamiento del problema	1
1.2. Formulación del Problema.....	2
1.2.1. Problema General	2
1.2.2. Problemas Específicos	2
1.2.3. Árbol de Problemas	3
1.3. Delimitación del estudio	3
1.4. Justificación.	4
1.4.1. Justificación teórica	4
1.4.2. Justificación practica	4
1.5. Objetivos.....	5
1.5.1. Objetivo general.....	5
1.5.2. Objetivos específicos.....	5
1.6. Matriz de coherencia	5
CAPÍTULO II:	6
2. MARCO TEÓRICO	6
2.1. Antecedentes Investigativos.....	6
2.2. Fundamentación Teórica	7
2.2.1. Teoría de la Administración.....	7
2.2.2. Tipos de Teorías de la Administración	7
2.2.3. ¿Qué es Administración?.....	8
2.2.4. ¿Qué es la Gestión de Proyecto?	10

2.2.5.	¿Qué es Estudio de Factibilidad?	11
2.2.6.	¿Qué es Empresa?	12
2.2.7.	¿Qué es Emprendimiento?	13
2.2.8.	¿Qué es Comercialización?	13
2.2.9.	¿Qué es trigo?	14
2.3.	Glosario de Términos.....	16
2.4.	Identificación de Variables.....	18
2.5.	Ideas a Sustentar	18
3.	CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	18
3.1.	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	18
3.2.	Métodos Técnicas e Instrumentos.....	19
3.2.1.	Métodos técnicas e instrumentos	19
3.3.	Técnicas	20
3.3.1.	Instrumentos	20
3.4.	Población y muestra	20
4.	CAPITULO IV. RESULTADOS.....	22
4.1.	Análisis e interpretación de resultados.....	22
5.	CAPÍTULO V. PROPUESTA.....	35
5.1.	Título de la propuesta.....	35
5.2.	Objetivos de la Propuesta.....	35
5.2.1.	Objetivo General	35
5.2.2.	Objetivos Específicos	35
5.3.	Diseño de la Propuesta	35
5.4.	Descripción de la Propuesta	36
5.4.1.	Estudio de mercado.....	36
5.4.2.	Estudio Técnico	45
5.4.3.	Proceso de producción	47
5.4.4.	Flujograma de la elaboración de los productos.....	62
5.4.5.	Distribución de la planta.....	67
5.4.6.	Ingeniería del proyecto	68
5.4.7.	Requerimientos de Infraestructura	68
5.4.8.	. Requerimientos de tecnología.....	68
5.4.9.	Descripción de maquinarias y equipos	69
5.4.10.	Organigrama Estructural	69
5.4.11.	Organigrama Funcional	70
5.4.12.	Mano de Obra	72

5.4.13.	Estudio financiero	72
5.4.14.	Inversión y Financiamiento	72
5.4.15.	Inversión Inicial	72
5.4.16.	MAQUINARIA, EQUIPO y HERRAMIENTAS	72
5.4.17.	MUEBLES Y ENSERES	73
5.4.18.	EQUIPO DE COMPUTO	73
5.4.19.	INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS	73
5.4.20.	Costos de producción.....	74
5.4.21.	Capital de operación	75
5.4.22.	Depreciación de Activos Fijos.....	75
5.4.23.	DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES (EN DOLARES).....	76
5.4.24.	DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO.....	76
5.4.25.	DEPRECIACIÓN EQUIPO DE COMPUTO (EN DOLARES).....	77
5.4.26.	INVERSIÓN TOTAL INICIAL.....	77
5.4.27.	Financiamiento	77
5.4.28.	Evaluación Financiera (VAN, TIR, B/C).....	78
5.4.29.	Flujo de Caja.....	78
5.4.30.	ESTADO DE SITUACION INICIAL.....	83
5.4.31.	ESTADO DE SITUACIÓN FINAL	84
5.4.32.	ESTADOS DE RESULTADOS	85
5.4.33.	VAN	85
5.4.34.	TIR	86
5.4.35.	Relación Costo Beneficio B/C	87
5.4.36.	PUNTO DE EQUILIBRIO	87
5.4.37.	INDICADORES FINANCIEROS	88
5.5.	Limitantes de la Propuesta	91
5.5.1.	Requisitos legales	91
5.5.2.	Gad Municipal	91
5.5.3.	Bomberos	92
5.5.4.	ARCSA (Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria).	92
	CONCLUSIONES.....	93
	RECOMENDACIONES.....	94
	Bibliografía.....	95

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Matriz de coherencia</i>	5
Tabla 2. <i>Identificación de variables</i>	18
Tabla 3. <i>Ingreso mensual</i>	22
Tabla 4. <i>Consumo de crepes</i>	23
Tabla 5. <i>Probabilidad de consumo</i>	24
Tabla 6. <i>Aceptación de implementar una crepería</i>	25
Tabla 7. <i>Sabor de preferencia</i>	26
Tabla 8. <i>Importancia al momento de adquirir el producto</i>	27
Tabla 9. <i>Lugar que le gustaría que se encuentre la crepería</i>	28
Tabla 10. <i>Medio de comunicación para conocer sobre las crepes</i>	29
Tabla 11. <i>Medios de pago a utilizar</i>	30
Tabla 12. <i>Cuál es el momento del día que le gustaría consumir la crepe</i>	31
Tabla 13. <i>Bebida para acompañar su crepe</i>	32
Tabla 14. <i>Promociones a aplicarse</i>	33
Tabla 15. <i>Proyección de la demanda</i>	37
Tabla 16. <i>Oferta Proyectada</i>	38
Tabla 17. <i>Demanda insatisfecha</i>	38
Tabla 18. <i>Demanda insatisfecha proyectada</i>	39
Tabla 19. <i>Requerimiento de infraestructura</i>	68
Tabla 20. <i>Requerimiento de tecnología</i>	68
Tabla 21. <i>Computadora</i>	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 22. <i>Impresora</i>	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 23. <i>Crepera</i>	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 24. <i>Licudora</i>	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 25. <i>Refrigeradora</i>	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 26. <i>Bascula digital gramera</i>	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 27. <i>Cocina industrial</i>	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 28. <i>Batidora de mano</i>	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 29. <i>Gas</i>	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 30. <i>Juego de cuchillos</i>	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 31. <i>Juego de Utensilios</i>	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 32. <i>Tabla de picar</i>	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 33. <i>Guante Nitrilo</i>	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 34. <i>Recipiente vidrio</i>	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 35. <i>Juego de mesa y sillas</i>	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 36. <i>Tacho de basura</i>	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 37. <i>Teléfono</i>	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 38. <i>Mesa de trabajo</i>	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 39. <i>Escritorio</i>	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 40. <i>Silla giratoria</i>	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 41. <i>Requerimiento del personal</i>	69
Tabla 42. <i>Organigrama funcional</i>	70

Tabla 43. <i>Organigrama funcional</i>	71
Tabla 44. <i>Mano de obra</i>	72
Tabla 45. <i>Maquinaria, equipo y herramientas</i>	72
Tabla 46. <i>Muebles y enseres</i>	73
Tabla 47. <i>Equipo de computo</i>	73
Tabla 48. <i>Inversión en activos diferidos</i>	73
Tabla 49. <i>Gastos administrativos</i>	74
Tabla 50. <i>Gastos de ventas</i>	74
Tabla 51. <i>Costos de producción</i>	74
Tabla 52. <i>Capital de operación</i>	75
Tabla 53. <i>Depreciación de muebles y enseres</i>	76
Tabla 54. <i>Depreciación maquinaria y equipo</i>	76
Tabla 55. <i>Depreciación equipo de computo</i>	77
Tabla 56. <i>Inversión total inicial</i>	77
Tabla 57. <i>Flujo de caja año 1</i>	78
Tabla 58. <i>Flujo de caja año 2</i>	79
Tabla 59. <i>Flujo de caja año 3</i>	80
Tabla 60. <i>Flujo de caja año 4</i>	81
Tabla 61. <i>Flujo de caja año 5</i>	82
Tabla 62. <i>Estado de situación inicial</i>	83
Tabla 63. <i>Estado de situación final</i>	84
Tabla 64. <i>Estados de resultados</i>	85
Tabla 65. <i>Van</i>	85
Tabla 66. <i>Tir</i>	86
Tabla 67. <i>Relación costo beneficio B/C</i>	87
Tabla 68. <i>Punto de equilibrio</i>	87
Tabla 69. <i>Razón corriente</i>	88
Tabla 70. <i>Indices de endeudamiento</i>	89
Tabla 71. <i>Razón de pasivo a activo</i>	89
Tabla 72. <i>Margen de utilidad</i>	89
Tabla 73. <i>Tasa de rendimiento sobre la inversión en activos</i>	90
Tabla 74. <i>Tasa de rendimiento sobre la inversión de los accionistas</i>	90

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>Árbol de problema</i>	3
Figura 2. <i>Estudio de Factibilidad</i>	11
Figura 3. <i>Diseño de la propuesta</i>	35
Figura 4. <i>Logotipo</i>	40
Figura 5. <i>Presentación del producto</i>	41
Figura 6. <i>Canal de comercialización</i>	41
Figura 7. <i>Promociones</i>	42
Figura 8. <i>Página web</i>	43
Figura 9. <i>Macro localización</i>	46
Figura 10. <i>Croquis</i>	46
Figura 11. <i>Flujograma de elaboración</i>	62
Figura 12. <i>Flujograma de elaboración de crepefres</i>	63
Figura 13. <i>Flujograma de elaboración de Duranuez</i>	64
Figura 14. <i>Flujograma de elaboración de credecarne</i>	65
Figura 15. <i>Flujograma de elaboración de credepollo</i>	66
Figura 16. <i>Distribución de la planta</i>	67
Figura 17. <i>Organigrama estructural</i>	69

RESUMEN EJECUTIVO

La investigación se encaminó a desarrollar un estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de crepes de harina de trigo en la provincia de Cotopaxi, Cantón La Maná, periodo 2024. Se aplicó una investigación exploratoria, descriptiva además de investigación de campo, lo que permitió obtener una información real, logrando diagnosticar el estado actual de la plaza dando como resultado una demanda insatisfecha de 167.647 personas, siendo favorable ya que se aprobó crear una descripción de funciones en la que se detalla las responsabilidades laborales, en nuestro estudio técnico se determinó el tamaño y ubicación de la empresa. Las correspondientes recetas, y reglamentos interno, un estudio administrativo nos ayudó a crear una descripción de funciones, en las que se detallan las responsabilidades laborales de cada especialista, en el estudio jurídico los reglamentos y leyes que regulan la apertura y actividades del local, permisos del GADM del cantón, bomberos y salud, finalmente en el estudio financiero se observa la inversión que se requiere es \$ 8.589,21, el VAN de \$ 8.784,91, el TIR de 33,10% y el R B/C DE \$ 1,22. De acuerdo al estudio se puede manifestar que es viable ya que cuenta con un nivel de rentabilidad positivo. Ante esto la creación de una oferta gastronómica para el Cantón La Maná va a generar fuentes de empleos.

ABSTRACT

The research was aimed at developing a feasibility study for the production and marketing of wheat flour crepes in the province of Cotopaxi, La Maná Cantón, period 2024. An Exploratory, descriptive research was applied in addition to field research, which allowed obtain real information, managing to diagnose the current state of the place, resulting in an unsatisfied demand of 167.647 people, being favorable since it was approved to create a description of functions in which the work responsibilities are detailed, in our technical study the company size and location. The corresponding recipes and internal regulations, an administrative study helped us create a job description, which details the work responsibilities of each specialist, in the legal study the regulations and laws that regulate the opening and activities of the premises, permits of the GADM of the canton, firefighters and health, finally in the financial study it is observed that investment required is \$8.589,21, the VAN is \$8.784,91, is TIR of 33,10% and the R B/C is 1,22. According to the study, it can be stated that it is viable since it has a positive level of profitability. Given this, the creation of a gastronomic offer for the La Maná Canton will generate sources of jobs.

REVISADO Y VALIDADO POR:
<i>Mgs. BRAVO MINDA LUIS EDMUNDO</i>
DOCENTE DE IDIOMAS IST “LA MANÁ”

1. CAPITULO I: EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

Según (HOSTELERÍA, 2021), En la actualidad las crepes de harina son muy ricas están realizadas con la harina de trigo que contiene un alimento rico en hidrato de carbono, contiene en menor medida proteínas, grasas, minerales, y vitamina A B-3 Y B-9, además el grano de trigo se escasea en agua, lo cual permite que la harina se conserve con gran facilidad, con la harina de trigo podemos elaborar tantas masas saladas como dulces.

Según (Luné, 2019), en Europa las crepes son un plato típico mediante el último estudio se explica entonces que sea tradicional tanto en la Republica de Checa, Serbia, Croacia, Austria, Bulgaria, Hungría, Alemania, Holanda, Francia y España. Sin embargo, parece que Francia ha decidido tomar partido y se ha hecho todo lo cultural y gastronómicamente posible para que sea considerado un plato francés, y que se ha propagado por todo el Mundo.

Se identifica una oportunidad de negocio en la elaboración y comercialización de crepes de harina de trigo, considerando las tendencias de consumo y la creciente demanda de productos alimenticios innovadores. Sin embargo, la implementación de un proyecto de esta naturaleza conlleva desafíos y consideraciones cruciales que deben ser abordados de manera exhaustiva.

Aunque en el Cantón La Maná presenta un mercado potencial para la oferta de crepes, no existen estudios de factibilidad específicos que evalúen las condiciones socioeconómicas, culturales y comerciales de la región en relación con este producto. Esta falta de información impide una toma de decisiones informada y estratégica para los emprendedores interesados en esta iniciativa.

En el Cantón La Maná por observación no se cuenta con una oferta adecuada de crepes de harina de trigo en esta zona existen pocos puestos que ofrecen este producto, pero no con variedad de sabores y no cumplen con un lugar adecuado que solo se dedique a la elaboración y comercialización de crepes, también se observa que por parte de la ciudadanía del Cantón se tiene desconocimiento sobre las crepes de harina de trigo.

La Maná al ser una región con características culturales distintivas, puede tener preferencias alimenticias particulares, identificar y comprender estas preferencias es crucial para adaptar la oferta de crepes de harina de trigo de manera que se alinee con los gustos locales y maximice su aceptación en el mercado.

La principal problemática se caracteriza en el desconocimiento del producto, en caso de las crepes causando un menor consumo por parte de la ciudadanía. Por ende, el Cantón La Maná no cuenta con un lugar adecuado donde los ciudadanos puedan disfrutar de unas deliciosas crepes a gusto y preferencias de cada uno de ellos.

No se ha realizado un estudio de factibilidad donde se va a determinar si las crepes de harina de trigo vayan a llegar a tener una gran aceptación por parte de las personas del Cantón. Si este comportamiento no cambia y no se genera un lugar donde las familias puedan disfrutar de un ambiente agradable y una buena presentación del producto, causará dificultades lo cual esto podría causar un cierre de este negocio. Por ello en el presente trabajo, se tiene como propósito hacer la necesidad de dar solución a la problemática realizando un estudio de factibilidad para proponer mejoras.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema General

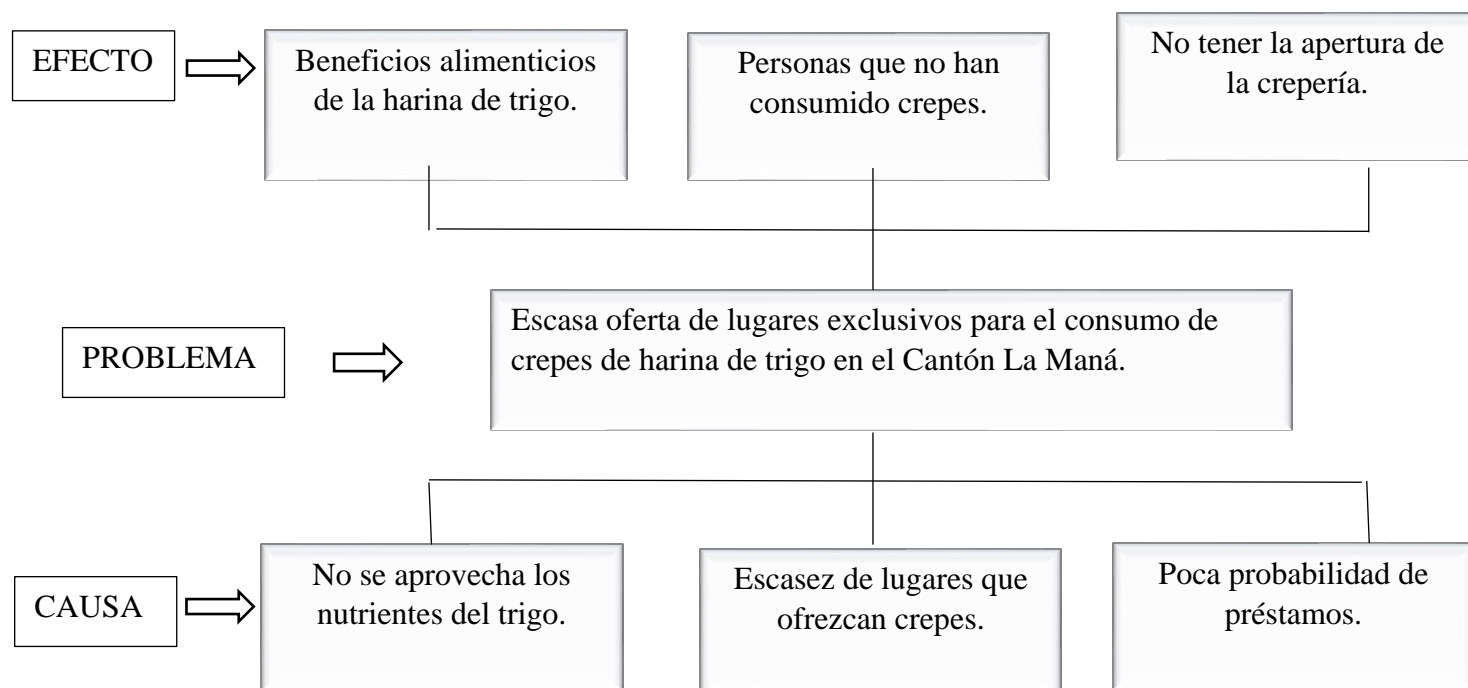
¿Es factible la elaboración y comercialización de crepes de harina de trigo en el Cantón La Maná, periodo 2024?

1.2.2. Problemas Específicos

- ¿Existe el mercado suficiente para una microempresa de crepes en el Cantón La Maná?
- ¿Se cuenta con capacidad técnica para implementar una microempresa de crepes de harina de trigo?
- ¿Existe el capital suficiente para la implementación de una microempresa de crepes de harina de trigo?

1.2.3. Árbol de Problemas

Figura 1. Árbol de problema



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Autoras del proyecto.

1.3. Delimitación del estudio

Objeto de estudio

Realizar la implementación de la microempresa en el Cantón La Maná.

Espacial

La Microempresa estará ubicada en la Av. 19 de mayo y Velasco Ibarra, La Maná, provincia de Cotopaxi, Ecuador. Donde se brindará un servicio de alta calidad logrando satisfacer las necesidades de los clientes. La zona elegida se debe a la alta influencia.

Temporal

El proyecto tendrá un periodo de 6 meses, durante el año 2023 – 2024.

1.4. Justificación.

El presente trabajo tiene como finalidad elaborar un estudio de factibilidad para la creación de un restaurante en la provincia de Cotopaxi, Cantón La Maná, Ecuador, en el año 2024, mediante un estudio que abarcará: estudio técnico, estudio de mercado, estudio organizacional y legal con un equipo de trabajo conformado por 2 estudiantes.

1.4.1. Justificación teórica.

La harina de trigo es uno de los ingredientes más primordiales y esenciales que se puede utilizar para elaborar masas tanto dulces como saladas. El trigo es un alimento rico en hidratos de carbono y contiene proteínas, grasas, minerales y vitaminas A, B-3 Y B-9.

Las crepes son realizadas especialmente con harina de trigo, según (Trujillo Ruales, 2022), el trigo ha sido considerado un alimento completo, rico en minerales particularmente en fósforo y altamente eficaz para aliviar diferentes problemas que aquejan al ser humano ya que es un producto que se consigue a través de molienda y el cernido de la parte comestible del grano del trigo hasta un determinado grano de extracción estimando al residuo como un subproducto.

1.4.2. Justificación práctica

La presente investigación es relevante ya que en el Cantón no se cuenta con un punto de venta donde podamos encontrar crepas de harina de trigo, por ello el implementar una Crepería sería favorable para el Cantón la Maná.

Esto ayudará a crear un entorno en el que se pueda generar más fuentes de trabajo se tendrá un personal capacitado para la elaboración de crepes, brindando oportunidades a los estudiantes de gastronomía del Instituto Superior Tecnológico La Maná, y también a la ciudadanía, donde se dará un servicio de buena calidad, el producto se entregará de manera inmediata, ofreciendo una correcta atención, se contará con una infraestructura adecuada donde los clientes puedan sentirse cómodos.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

- Realizar un estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de crepes de harina de trigo en el Cantón la Maná, periodo 2024.

1.5.2. Objetivos específicos

- Analizar si existe el mercado suficiente para la implementación de una microempresa de crepes de harina de trigo.
- Observar las capacidades técnicas para producir el producto.
- Contar con capital suficiente para la implementación del mismo.

1.6. Matriz de coherencia

Tabla 1. *Matriz de coherencia*

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES
¿Es factible la elaboración y comercialización de crepes de harina de trigo en el Cantón La Maná, periodo 2024?	Realizar un estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de crepes de harina de trigo en el Cantón la Maná, periodo 2024.	Implementar una microempresa de crepes si es factible en el Cantón La Maná.	X. Estudio de Factibilidad Y. Crepes de harina de trigo	X1. Estudio de mercado. X2. Estudio técnico. X3. Estudio organizacional. X4. Estudio financiero.
PREGUNTAS ESPECIFICAS	OBJETIVOS ESPECIFICOS			
¿Existe el mercado suficiente para una microempresa de crepes en el Cantón La Maná?	Analizar si existe el mercado suficiente para la implementación de una microempresa de crepes de harina de trigo.			
¿Se cuenta con capacidad técnica para implementar una microempresa de crepes de harina de trigo?	Observar las capacidades técnicas para producir el producto.			
¿Existe el capital suficiente para la implementación de una microempresa de crepes de harina de trigo?	Contar con capital suficiente para la implementación del mismo.			

CAPÍTULO II:

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes Investigativos

Según (TOLEDO, 2021), en su trabajo de investigación Plan de Marketing para la microempresa MR crepe ubicada al sur de Quito, misma que es una guía para estructurar, organizar y planificar un negocio gastronómico. Ha logrado posesionarse en el mercado, logrando la lealtad de los cliente, sin embargo, la compañía no ha logrado captar nuevos clientes por falta de estrategias de marketing, teniendo una metodología que permita analizar y concluir la implementación del análisis, este proyecto tiene un objetivo de identificar las oportunidades y amenazas mediante el estudio de los principales factores de impacto como el macro entorno político, económico, social y tecnológico y el micro entorno de proveedores , clientes sustitutos, rivalidad actual y amenazas de nuevos competidores, esto se realizó mediante el uso de FODA, mediante encuestas determinaron la aceptación del producto por parte de los ciudadanos.

Además, (COYAGO, 2019) el análisis de la viabilidad para establecer una crepería en Santo Domingo, Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas en 2018, revela que el proyecto implica la evaluación financiera de dicho emprendimiento. Se destaca que la inversión necesaria es de \$ 12.618,90, con una tasa interna de retorno del 60.15%, lo que indica el porcentaje de ganancia esperando durante el primer año para cubrir la inversión inicial. Además, la relación beneficio costo es de \$ 1,96, lo que significa que por cada dólar vendido se obtiene una utilidad de \$ 0,96.

Estos resultados sugieren que el proyecto es viable debido a su rentabilidad. Se sugiere satisfacer completamente la demanda del mercado, analizar detenidamente las deficiencias de la competencia directa e indirecta, y utilizar esta investigación de campo como base para innovar en productos y servicios. También se recomienda fomentar una relación cercana con los clientes para que se sientan parte de la familia. (COYAGO, 2019).

2.2. Fundamentación Teórica

Para el desarrollo de este estudio es importante citar algunas teorías, leyes y normativas que ayuden a definir el concepto de cada proceso que será fundamental conocer para el interés del presente proyecto.

2.2.1. Teoría de la Administración

Según (Chiavenato I. , 2019) en la administración, todo depende de la situación y la circunstancia. Por lo mismo, existen varias teorías acerca de cómo se conciben a la administración. Cada teoría funciona como un modelo de pensamiento sobre el curso de acción frente a una situación específica. cada gerente busca generar resultados específicos, pero sin la teoría apropiada su labor se reduce a una corazonada ya que sin ello realizaría una inversión a ciegas. La teoría general de la administración comenzó con el énfasis de las tareas (actividades ejecutadas por los obreros de una fábrica), a través de la administración científica de Taylor. Los nuevos enfoques sacaron a la luz la necesidad emergente de competitividad de las organizaciones en un mundo globalizado y repleto de cambios y transformaciones.

2.2.2. Tipos de Teorías de la Administración

2.2.2.1. Administración Científica

(Taylor, 2019) se basa en el principio de la planeación el cual consiste en sustituir el criterio individual del obrero en el trabajo, la improvisación y la actuación empírico- práctica con métodos basados en procedimientos científicos, también se basa en el principio de la preparación con la selección de trabajadores con bases científica en razón de sus actitudes, prepararlos y capacitarlos para que produzcan más y mejor de acuerdo con el método planeado, el principio del control es controlar el trabajo para sesionarse de que se ejecuta de acuerdo a las normas establecidas, por último el principio de la ejecución que es el que asigna facultades y responsabilidades para que el trabajo se realiza con disciplina.

2.2.2.2. Teoría Clásica

La teoría clásica considera a la organización como una disposición lo cual muestra la influencia de antiguos pensamientos de organizaciones, como las militares y eclesiásticas, que eran tradicionales, estrictas y jerárquicas. En este sentido la teoría clásica no se separó completamente de su pasado. Aunque ayudó a las organizaciones industriales a salir del caos inicial causada por la revolución industrial. (Chiavenato I. , Introducción a loa teoría general de la dministración, 2019).

2.2.2.3. Teoría de las Relaciones Humanas

Según (Chiavenato I. , 2019) esta teoría habla de la motivación, liderazgo, comunicación, organización informal, dinámicas de grupo, esta cuestiona con dureza a los conceptos clásicos de autoridad, jerarquía, racionalización del trabajo, departamentalización, principios generales de administración.

2.2.2.4. Teoría del desarrollo Organizacional

El desarrollo organizacional surgió como un conjunto de ideas respecto del hombre de la organización y del ambiente en el sentido de facilitar el crecimiento y el desarrollo. En un sentido estricto es un desdoblamiento práctico y operacional de las teorías conductuales en dirección a un enfoque sistemático (Chiavenato I. , 2019).

2.2.3. ¿Qué es Administración?

Es un proceso continuo y sistemático que implica una serie de actividades que implica una serie de actividades impulsoras, como planear, organizar y dirigir y controlar recursos y competencias para alcanzar metas y objetivos organizacionales. Además, incluye fijar los objetivos que se quieren alcanzar y tomar decisiones en el camino para alcanzar y liderar con el fin de ofrecer resultados (Chiavenato I. , 2019).

2.2.3.1. Tipos de Administración

2.2.3.2. Administración Pública

Según (Arias, 2021), la administración pública es aquella que parte de la ciencia de la administración que concierne al gobierno. Se enfoca en la entidad estatal o en los diversos niveles territoriales. Sus características primordiales incluyen la falta de búsqueda de beneficios económicos, el servicio a la comunidad, la burocracia y la transparencia.

2.2.3.3. Administración Privada

Las gestiones privadas se enfocan con las actividades llevadas a cabo por empresas, ya sean grandes, medianas o pequeñas. Sus características fundamentales incluyen la efectividad, la eficiencia, la adaptabilidad y la planificación estratégica (Arias, 2021).

2.2.3.4. Administración Mixta

En esta se da tanto el ámbito público como privado, se refiere a las actividades de aquellos organismos que están bajo la jurisdicción tanto de poder público como del sector privado. (Arias, 2021).

2.2.3.5. Funciones Administrativas

Segun (Herrera, 2020) las funciones administrativas abarcan los componentes de la gestión empresarial. Planificar implica prever el futuro y diseñar el plan de acción, organizar involucra establecer las estructuras tanto material como social de la empresa, dirigir enlaza a liderar y orientar al personal, coordinar responsabiliza a enlazar, unir y armonizar todas las acciones y esfuerzos colectivos y controlar conlleva a verificar que todo se desarrolle conforme a las normas establecidas y las instrucciones dadas.

2.2.3.6. Principios de Administración

Además, (Herrera, 2020) es reconocido como el indicador de la escuela clásica de administración empresarial, siendo el primero en organizar de forma sistemática el comportamiento gerencial y en establecer los 14 principios de la administración:

1. **Prioridad de los intereses generales de la empresa sobre los individuales.** Los objetivos de la empresa son más importantes que los intereses personales de los empleados.
2. **Principio de unidad de mando:** cada empleado debe recibir disposiciones de un único superior.
3. **Unidad de Dirección:** un solo plan y un solo jefe para cada grupo de actividades con un mismo objetivo, lo que prueba la unidad de acción y la coordinación de esfuerzo.
4. **Centralización:** La autoridad se centraliza en los niveles superiores de la jerarquía.
5. **Jerarquía:** Una cadena de mando que va desde la autoridad máxima hasta los niveles más bajos, a través de la cual se comunican las decisiones.
6. **División del trabajo:** Especialización de tareas para aumentar la eficiencia.
7. **Autoridad y responsabilidad:** La capacidad de dar órdenes implica asumir compromisos.
8. **Disciplina:** Implica un comportamiento adecuado, obediencia y dedicación al trabajo.
9. **Remuneración justa y garantizada:** Los empleados deben recibir una compensación adecuada.
10. **Equidad:** Tratar a todos con justicia y amabilidad para fomentar la lealtad.
11. **Orden:** Mantener el lugar y el momento adecuado para las personas y los materiales.

12. **Estabilidad y permanencia del personal en sus puestos:** Proporcionar estabilidad laboral.

13. **Iniciativa:** Fomentar la capacidad de proponer y llevar a cabo los planes.

14. **Espíritu de equipo:** Promover un ambiente en que todos trabajen juntos como un equipo, lo que fortalece la organización y su revisión.

2.2.4. ¿Qué es la Gestión de Proyecto?

La gestión de proyectos según (Cruz Montero, Guevara Gómez, Flores Arocutipá, & Ledesma, 2020) es estudiada desde los elementos básicos, que implica la gestión desde el área clave establecida, ya que el modelo de gestión de proyecto se ha constituido para las organizaciones modernas un modelo el cual permite conocer objetivos, incluyendo entre ellos los costos y el tiempo como alguno de los más representativos. Desde una perspectiva documental y reflexiva, tiene la finalidad de resaltar elementos que en contexto actuales son esenciales y necesarios.

2.2.4.1. ¿Para qué se utiliza la Gestión de Proyectos?

Según (Zendesk, 2023) estas metodologías aprueban a las empresas fundamentar sus proyectos en estrategias ágiles, productivas y efectivas tomando decisiones basadas en prácticas recomendadas por expertos. Esto ayuda a obtener el máximo beneficio del equipo, asegurando que, basándose en este conocimiento, se obtengan los mejores resultados para el cliente. El objetivo es lograr que el resultado sea placentero tanto para la empresa, en cuanto a los plazos y los costos establecidos.

2.2.4.2. ¿Objetivos de la Gestión de Proyectos?

Constan de tres objetivos significativos, el cual ayuda a gestionar el inicio y el proceso del proyecto, también administra y soluciona problemas que puedan ocurrir a lo largo del proceso, además facilita las tareas de finalización y aprobación del proyecto (Zendesk, 2023).

2.2.4.3. ¿Importancia de la Gestión de Proyectos?

Según (Zendesk, 2023) la gestión de proyectos provee la planificación, seguimiento y control de manera más eficiente y efectiva. Algunos beneficios incluyen la optimización del tiempo, que se puede utilizar como referencia al comparar el tiempo planificado con el tiempo real invertido. La reducción de los costos aprovecha oportunidades, pero principalmente aplica recursos financieros en los momentos oportuno, los resultados más asertivos son aquellos que sin duda, el enfoque será más preciso si se acercará más a los requisitos del cliente, ya que el compromiso principal del equipo es compartir e alinear la información del proyecto con todas

las partes involucradas. El mayor control del proceso permite concentrar todas las etapas y elementos necesarios para organizar el proyecto de principio a fin, llevando un control de riesgo que identifica las señales amenazas que se están materializando y saber qué hacer para minimizar el impacto en los proyectos, teniendo como resultado la mayor satisfacción del cliente.

2.2.5. ¿Qué es Estudio de Factibilidad?

El estudio de factibilidad es una parte esencial del proyecto de inversión y representa la culminación de los estudios preliminares de inversión, así como de la formulación y preparación del proyecto en sí, siendo primordial para la decisión de llevarlo a cabo. Los estudios preámbulos de inversión pueden incluir etapas como ideas preliminares, soluciones principales o ingeniería básica, dependiendo de la complejidad y características del proyecto así como de los estudios necesarios. (Gricel Garzón Ferrer, 2021).

2.2.5.1. Estructura del Estudio de Factibilidad

Figura 2. *Estudio de Factibilidad*



Elaborado por: Autores del proyecto.

El estudio de mercado según (Galán, 2020) es una estrategia de marketing empresarial que busca ilustrarse y comprender una actividad económica específica. Consiste en analizar un sector en el que la empresa desea incursionar, ya sea a través de la producción de un bien o la prestación de un servicio, con el fin de obtener información precisa sobre el número de

consumidores, el lugar donde se desarrollaría el negocio, la duración prevista y el precio que estarían dispuestos a pagar los clientes.

2.2.5.2. ¿Qué es Estudio Técnico?

Según, (SCHILIRO, 2021) el estudio técnico determina la función de producción óptima que alcance la utilización más efectiva de los recursos que se disponen para la producción de bienes o servicios, y de esta manera adquirir información sobre el capital, la mano de obra y los recursos materiales necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

2.2.5.3. ¿Qué es Estudio Organizacional?

El estudio organizacional es aquel que indaga evaluar la capacidad de la organización responsable del proyecto, con el objetivo de identificar y analizar sus puntos fuertes y débiles. Esto permite establecer la estructura organizativa para gestionar las etapas de inversión, operación y mantenimiento. En otras palabras, para llevar a cabo el proyecto, es necesario definir una estructura organizativa adecuada que cumpla con los requerimientos de la ejecución y sus operaciones asociadas (García, 2020).

2.2.5.4. ¿Qué es Estudio Financiero?

Es el procedimiento mediante el cual se evalúa la posibilidad de llevar a cabo un proyecto. Utilizando los recursos económicos disponibles y el costo total de producción como referencia, su objetivo es determinar si el plan es rentable desde el punto de vista económico. Esta evaluación es fundamental en el proceso de inversión y forma parte de un análisis de mercado más amplio. La información recopilada nos permite analizar los riesgos del proyecto y evaluar su viabilidad con mayor detalle (Pérez, 2021).

2.2.6. ¿Qué es Empresa?

Según (Bueno Campos, 2022) la sociedad como una organización y explora su proceso organizativo desde perspectiva socio-técnicas y económicas. Comienza introduciendo el concepto actual de empresa como formación, sus áreas funcionales y los sistemas de dirección y organización. Se enfatizan los principios básicos de diseño organizativos, los modelos fundamentales de organización empresarial y el análisis económico de la actividad productiva de la empresa como un sistema técnico que gestiona los ciclos de capital y explotación. Estos conceptos se enriquecen con la explicación del funcionamiento y la interacción de las áreas principales relacionadas con el sistema técnico de la empresa: financiación, producción, comercialización y distribución o logística. Además, se abordan aspectos claves relacionados con el desarrollo y la evolución de la empresa, como el factor humano el tamaño y la

concentración, el crecimiento y la internacionalización. En resumen, este trabajo pretende presentar los aspectos esenciales que se deben conocer para organizar una empresa y facilitar su desarrollo óptimo de la economía actual.

2.2.6.1. ¿Qué es Microempresa?

Según, (Gabriela Roxana Campuzano-Jama, 2021) la microempresa es una forma de producción en menor escala y con características personales o familiares en el área de comercio, producción, o servicios que tiene de 1 a 15 empleados máximo. Las microempresas suelen surgir de la necesidad de personas desempleadas que, sin embargo, reconocen tener destrezas y cualidades que pueden convertir en emprendimientos. Estas sociedades son capaces de generar actividades que les permitan obtener ingresos, lo que las convierten en actores claves en la economía ecuatoriana. Al dinamizar el aparato productivo con la variedad de bienes y servicios que ofrecen, también generan empleos, lo que las convierten en la base fundamental del tejido social.

2.2.7. ¿Qué es Emprendimiento?

Según (Kirberg, 2022) emprender hoy en día es un término que se usa en todo el sector de la sociedad es la creatividad e innovación que está presente en el desarrollo de un estudio de factibilidad. El emprendimiento es aportar algo innovador en lo que se puede ofrecer algo que se diferencie de la competencia el cual busca generar un valor a través de la creación de actividades o expansión económicas.

2.2.8. ¿Qué es Comercialización?

Es el proceso que se ocupa de aquello que los clientes desean, lo cual servirá de guía para lo que se produce y se ofrece por parte de la empresa. Por tanto, representa el conjunto de actividades llevadas a cabo por las organizaciones, además, un proceso social que se da tanto a nivel micro como macro, puesto que en el primero se observa a los clientes y las acciones de las organizaciones de forma individual; en tanto que, en el segundo, se toma en cuenta todo el sistema de producción y distribución. Así, la comercialización representa a una formación que encamina todos sus esfuerzos que compensa a sus consumidores por la ganancia estimada (Quiñónez Guagua, 2020).

2.2.9. ¿Qué es trigo?

Según (Benalcázar, 2021), se utiliza para la transformación de harina, integral, granos, cebada y una gran diversidad de productos nutritivos. Es una semilla, las espigas de trigo vuelven a tomar doradas las parcelas de la región andina del Ecuador.

2.2.9.1. ¿Qué es la Harina?

Según (Maria Dolores Sifre M. P., 2019), la harina es el polvo más o menos fino que se obtiene de la molienda de un cereal o leguminosa seca. Se logra conseguir gluten de diferentes cereales. No obstante la más tradicional es la harina de trigo es un polvo hecho de la molienda del trigo y que se emplea para consumo humano, es la que más se produce de entre todas las harinas, se obtiene de la molienda de los granos a través de trituradores. Se aparta el salvado del grano y el germen del espodermo y luego se reduce este último hasta obtener la harina. El objetivo de la molienda es extender el rendimiento de la harina con el mínimo contenido de salvado, el proceso de molienda consiste en dos etapas la de ruptura y la de reducción, la molienda se realiza gradualmente, obteniéndose en cada etapa una parte de harina y otra de partículas de mayor tamaño. Entre fase y fase de molienda el producto molido es cribado y luego la harina es purificada.

2.2.9.2. ¿Beneficio de la Harina de Trigo?

El trigo contiene hidratos de carbono, por lo que potencia a nuestra musculatura y también al cerebro. es un antioxidante natural, gran aporte en vitamina E, gran contenido en fosfolípidos, aporte en magnesio y vitamina F, alto contenido en ácidos grasos esenciales (ácido linoleico u omega), alto porcentaje en proteínas e hidratos de carbono (Maria Dolores Sifre M. P., 2019).

2.2.9.3. ¿Qué son las crepes?

Las crepes son una masa muy fina preparada con una mezcla líquida de harina de trigo, huevo, leche, mantequilla, sal o azúcar, que pueden variar según el tipo de crepes que desee. Esta mezcla se vierte en una sartén o plancha engrasada para formar una capa circular muy fina, que se puede rellenar con ingredientes dulces o saldos. Originaria de Bretaña, una región en el noroeste de Francia, las crepes son ahora populares en toda Francia y diversas partes del mundo (López, 2023).

2.2.9.4. ¿Tipos de Crepes?

Crepes Saladas

Los rellenos más populares para las crepes saladas incluyen queso, jamón, carne de res, lechuga, pimiento y salsas. En cuanto a las crepes especiales se pueden mencionar las preparadas con pollo y champiñones que son esenciales y deliciosas. (López, 2023).

Crepes Dulces

Según (López, 2023), cuando se trata de crepes dulces, pueden servirse como postres, como se mencionó anteriormente. Al igual que las crepes saladas, se pueden acompañar con una variedad de ingredientes dulces como Nutella, lácteos, helado, banana, frutos secos. Los toppings dulces populares incluyen azúcar granulada o en polvo, frutas frescas en rodajas.

2.2.9.5. Ingredientes

Según (María, 2022), estos son los ingredientes a utilizar.

huevos

harina

leche

azúcar

aceite

sal

2.2.9.6. Preparación

Según (María, 2022), preparamos la masa de las crepes

- ✓ Ubicamos en un recipiente todos los ingredientes, batimos con la batidora de mano muy bien.
- ✓ Esta mezcla se puede manipular en el momento, pero siempre es recomendable dejarla descansar en el refrigerador media hora.
- ✓ Una vez que ha reposado, mezcla un poco con un cucharón, debe tener una textura de líquida.
- ✓ Engrasamos una paila antiadherente con una pizca de aceite.

- ✓ Cuando el sartén este bien caliente agregamos un poco de masa y batimos la sartén girando para que se extienda, cuando se comience a dorarse le damos la vuelta.

2.3.Glosario de Términos

Foda: Técnica manejada para valorar el desempeño de una organización en el mercado y se utiliza para desarrollar estrategias comerciales efectivas.

Financiero: es todo aquello relativo a la gestión y obtención de capitales. Esto, tanto a pequeña como a gran escala, activo líquido cuyo valor proviene de un derecho contractual.

Demanda de Mercado: Se basa a la cantidad de un producto o servicio que todos los consumidores estén dispuestos a comprar a un precio dado durante un período de tiempo determinado.

competencia Indirecta: se refiere a las empresas que ofrecen productos diferentes, pero que logran satisfacer las mismas necesidades de distinta forma y, por lo tanto, compiten en el mismo mercado.

Competencia Directa: es el conjunto de empresas que producen productos que pueden resultar productos similares o iguales.

Innovación: proceso que modifica elementos, ideas o protocolos ya existentes, mejorándolos o creando nuevos que impacten de manera favorable en el mercado.

Producto: se define como el resultado que se obtiene del proceso de producción dentro de una empresa.

Normativa: es el vínculo de leyes que regula un contenido o ámbito determinado. es un resumen de las normas que se encuentran vigentes.

Proceso: es un conjunto de períodos o etapas que se efectúa en la administración, las cuales se acoplan y forman parte del proceso integral.

Competitividad: capacidad de una empresa de crear e implementar estrategias competitivas y mantener o aumentar su cuota de mercado de manera sostenible.

Organización: entidad social formada por dos o más personas que trabajan de manera coordinada en un ambiente externo específico, apuntando a un objetivo colectivo. consiste en la división de tareas y en la asignación de responsabilidades.

Burocracia: organización regulada por normas que establecen un orden racional para distribuir y gestionar los asuntos que le son propios.

Jurisdicción: organización judicial especializada en la resolución de las controversias en las que es parte la administración pública o que versan sobre actos y decisiones adoptadas por órganos de naturaleza administrativa.

función Administrativa: es la que se ocupa de la medición, comunicación e interpretación de los efectos de actos y hechos cuantificables, con repercusión económica, relativos al pasado, presente y futuro de todo tipo de entes para facilitar la toma de decisiones y el control.

Estrategia: es el patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización, y a la vez establece las acciones coherentes a realizar.

Estrategia de Marketing: métodos, planificaciones operativas que trazan y describen procedimientos diseñados para que una empresa pueda lograr objetivos de marketing específicos a corto, mediano o largo plazo.

Estructura Organizacional: radica en el modelo que define cómo se organiza la sociedad y sus trabajadores, establece los niveles jerárquicos y es, en definitiva, el soporte sobre el que se sostiene la Entidad.

Rentabilidad Económica: es un índice financiero que se utiliza para calcular el beneficio que recibirá un inversor en relación con su costo de inversión.

Ingresos: es el aumento de las entradas económicos netamente provenientes de la actividad comercial de la empresa o entidad económica.

Comercialización: es identificar las necesidades del cliente y satisfacerlas mejor que sus competidores para obtener una ganancia.

Inversión: es el proceso de comprar activos que aumentan de valor con el tiempo y proporcionan rendimientos en forma de pagos de ingresos o ganancias de capital

Planificación: consiste en seleccionar entre diversas opciones los objetivos, políticas, los ordenamientos y los eventos de una empresa.

2.4. Identificación de Variables

Tabla 2. *Identificación de variables*

Variable Independiente	Variable dependiente
Administración	Empresa
Gestión de proyectos	Emprendimiento
Estudio de factibilidad	Elaboración y comercialización Crepes de harina de trigo

Elaborado por: Autores del proyecto.

2.5. Ideas a Sustentar

El presente estudio para la elaboración y comercialización de crepes de harina de trigo en el Cantón La Maná, periodo 2024. Se basa en implementar un lugar donde se puedan consumir las crepes para los ciudadanos del cantón y puedan sentirse a gusto disfrutando el servicio que se les ofrece logrando así obtener una buena aceptación por parte de los clientes.

3. CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Dentro de la modalidad de investigación, el estudio de factibilidad será: exploratoria y descriptiva, además de investigación de campo.

Investigación de Campo

Dentro de la investigación de campo se estudia la información directa de los posibles clientes, en el cual se observa sus comportamientos y se recopila datos específicos sobre el mercado. Ya que esto nos ayuda a definir los objetivos de la investigación.

3.2. Métodos Técnicas e Instrumentos

Investigación exploratoria

El objetivo principal de la investigación es buscar generar ideas que nos ayuden a identificar patrones preliminares y formular hipótesis que puedan guiar a las investigaciones futuras más detalladas.

Investigación descriptiva

Esta investigación nos ayudará a obtener información precisa y sistemática de cómo son las cosas como están relacionadas y cómo se comportan, esto nos ayuda a obtener la información exacta y concreta.

Investigación de campo

Esto implica la recopilación directa y sistemática de datos, es donde ocurren los fenómenos estudiados, en esta investigación es donde el investigador sale al campo, es decir, al mundo real donde obtenemos dicha información sobre la implementación de la microempresa.

3.2.1. Métodos técnicas e instrumentos

Método analítico

Esto nos ayuda en la recopilación y evaluación en la que se operará nuestra microempresa de crepes, ya que esto nos permitirá obtener una visión integral de las condiciones y tendencias del mercado sobre los alimentos rápidos.

Método deductivo

El método deductivo es un enfoque de razonamiento y resolución de problemas que se basa en la lógica general y en la inferencia de conclusiones específicas a partir de premisas o principios. En este método, se parte de una premisa general o una teoría amplia y se utilizan pasos lógicos para llegar a conclusiones más específicas y concretas.

Método inductivo

El método inductivo es un enfoque de investigación y pensamiento que parte de la observación y recopilación de datos específicos para llegar a conclusiones generales o principios amplios, ya que este método se utiliza para explorar nuevas áreas de conocimiento,

descubrir patrones ocultos en la información y generar teorías que expliquen fenómenos observados.

3.3. Técnicas

Encuesta

Según (Tamayo, 2008), la encuesta es aquella que permite dar respuestas a problemas en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida sistemática de información según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida.

3.3.1. Instrumentos

La encuesta

La encuesta se realizará a la población del Cantón La Maná por medio de una muestra Establecida.

3.4. Población y muestra

Población

La población es un conjunto de medidas que presentan una característica común, es finito o infinito de personas u objetos, para realizar un estudio o detectar un fenómeno.

Muestra

Es el conjunto de medidas o recuento de los elementos pertenecientes a una población

El trabajo de investigación está aplicado a los ciudadanos del Cantón La Maná que son 61 802.

$$n = \frac{NZ^2 \cdot p \cdot q}{(N \cdot e^2) + (Z^2 \cdot p \cdot q)}$$

N= Tamaño de la población

Z= Nivel de confianza

P=0,50=50%

q=0,50= 50%

e= 5%=0,05

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot qN}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$\mathbf{n} = \frac{(1,96)^2 * (0,5) * (0,5) * (61.802)}{(0,05)^2 (61.802 - 1) + (1,96)^2 * (0,5)(0,5)}$$

$$\mathbf{n} = \frac{(3,8416 * 15.450,5)}{(61.801 * 0.0025) + (3,8416 * 0,25)}$$

$$\mathbf{n} = \frac{59.354,6408}{154.5025 + 0,9604}$$

$$\mathbf{n} = \frac{59.354,6408}{155.4629}$$

$$\mathbf{n} = 382$$

4. CAPITULO IV. RESULTADOS

4.1. Análisis e interpretación de resultados

A continuación, se muestran los resultados y sus análisis e interpretación obtenidos a través de la encuesta aplicada a los miembros de la muestra.

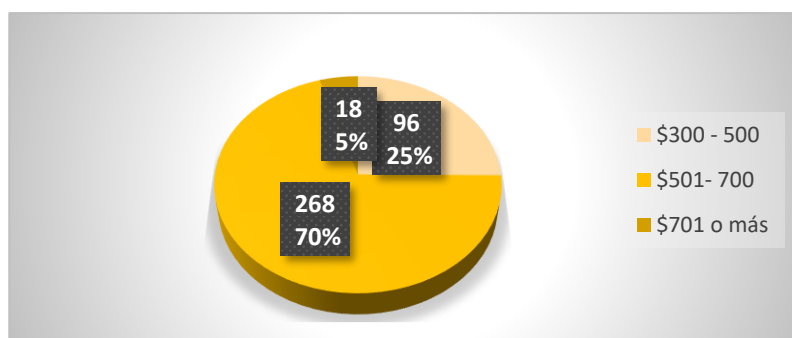
¿Cuál es su ingreso mensual?

Tabla 3. *Ingreso mensual*

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$300 – 500	96	25%
\$501- 700	268	70%
\$701 o más	18	5%
Total	382	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: autores del proyecto



Fuente: Tabla 3

Elaborado por: autores del proyecto

Análisis

Según la gráfica nos indica que las personas que formaron parte de las encuestas para medir el nivel de aceptación obtenemos por parte de los ciudadanos un 25% que cuenta con un ingreso de \$300 – 500 dolares al mes, por otra parte, con un 70% cuentan con ingresos de \$501 – 700 y con un 5% el ingreso de \$701 o más.

Estos resultados nos dan a conocer cuál es el nivel de ingresos por parte de los ciudadanos para poder tener una idea si el producto estará o no al alcance de la ciudadanía, ya

que se llegó a observar mediante la encuesta realizada que el 70% de los ciudadanos cuentan con un buen ingreso mensual.

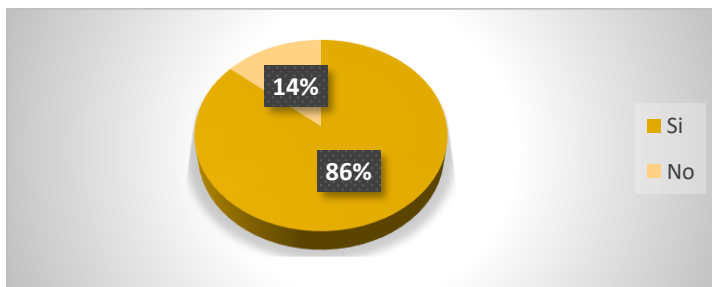
1.- ¿Ha consumido usted crepes?

Tabla 4. Consumo de crepes

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	329	86%
No	53	14%
Total	382	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: autores del proyecto



Fuente: Tabla 4

Elaborado por: autores del proyecto

Análisis

Como observamos en la gráfica sobre el consumo de crepes el 86% de las personas han logrado consumir una crepe, esto dandonos como un indicador de que se podría implementar las crepes logrando obtener una buena acogida y aceptación por parte de los ciudadanos, también se cuenta con un 14% de ciudadanos que no han consumido el producto, esto debido a un desconocimiento del producto o porque lo se ha dado la oportunidad de degustar de una deliciosa crepe.

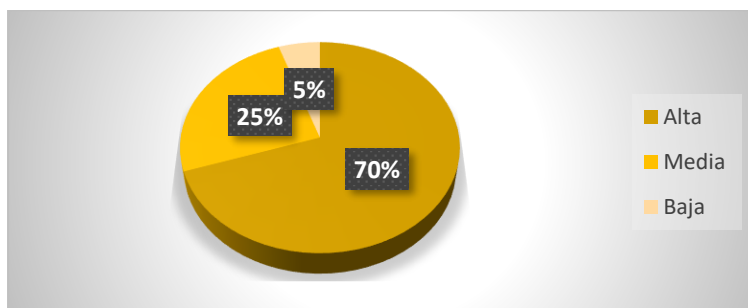
2.- ¿Cuál es la probabilidad de que usted consuma crepes?

Tabla 5. Probabilidad de consumo

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alta	267	70%
Media	95	25%
Baja	20	5%
Total	382	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: autores del proyecto



Fuente: Tabla 5

Elaborado por: autores del proyecto

Análisis

Observando la gráfica se cuenta con un 70% de aprobación por parte de las personas que considera que nuestro producto si podrá ser implementado y que tendrá una buena acogida, también se cuenta con un 25% que nos indica que posiblemente estarían dispuestos a consumir el producto y un 5% el cual nos indica que es una baja en consumo por parte de nuestra ciudadanía.

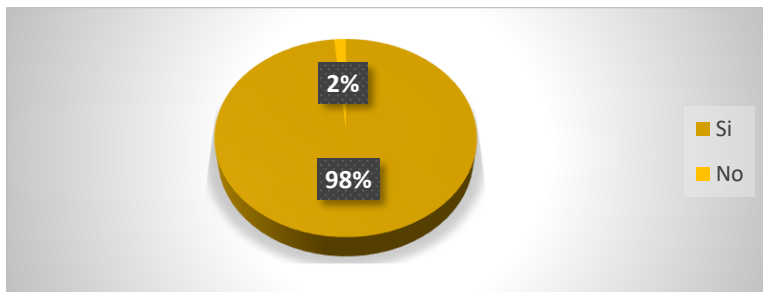
3.- ¿Le gustaría que se implemente una creperia en el Cantón La Maná?

Tabla 6. *Aceptación de implementar una creperia*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	376	98%
No	6	2%
Total	382	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: autores del proyecto



Fuente: Tabla 6

Elaborado por: autores del proyecto

Análisis

Según la gráfica se puede observar un 98% de las personas que fueron encuestadas y están de acuerdo a que se lleve a cabo la implementación de la creperia en el Cantón La Maná ya que esto ayudará a fomentar el empleo en los ciudadanos e incluso en lo que es el turismo ya que se debe a un producto innovador, pero también se cuenta con un 2% que no les gustaría que se implemente una creperia.

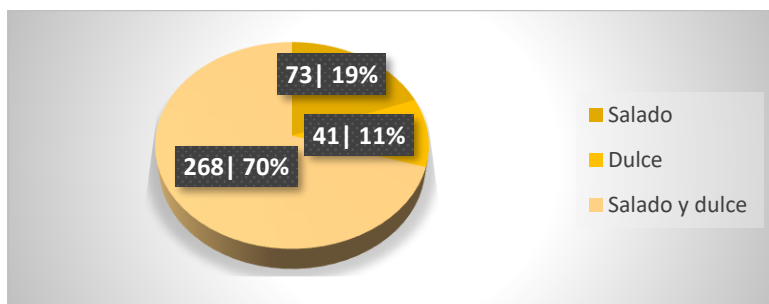
4.- ¿Qué sabor de crepe le gustaría consumir?

Tabla 7. Sabor de preferencia

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Salado	73	19%
Dulce	41	11%
Salado y dulce	268	70%
Total	382	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: autores del proyecto



Fuente: Tabla 7

Elaborado por: autores del proyecto

Análisis

Como observamos en el gráfico un 70% de las personas eligen la combinación de los dos sabores, tanto dulce como salado esto se debe en que existen la aceptación tanto para lo dulce como para lo salado, también es beneficioso ofrecer las crepes saladas ya que esto ayudará a que personas con glucosa alta puedan consumir una crepe que no sea dulce sino sustituirla por una salada el cual beneficiara su propio cuidado de salud, mediante los resultados obtenidos se llegó a la conclusión de que las crepes tanto dulces y saladas tendrá una buena aceptación por parte de la ciudadanía Lamanence.

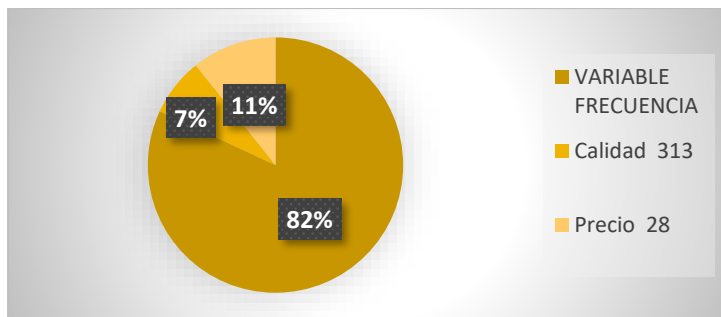
5.- ¿Qué es lo más importante para usted al momento de comprar el producto?

Tabla 8. *Importancia al momento de adquirir el producto*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad	313	82%
Precio	28	7%
Sabor	41	11%
Total	382	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: autores del proyecto



Fuente: Tabla 8

Elaborado por: autores del proyecto

Análisis

Según el gráfico el 82% de los consumidores se fijan en la calidad del producto ya que dependiendo del servicio el cliente vuelve y se convierte en cliente fijo siempre y cuando se le ofrezca lo mejor del producto para lograr cumplir los estándares que requiere el cliente. También el 11% se fija en el sabor que tiene el producto esto nos quiere decir que al momento de realizar las crepes se tiene que ser muy precavido al momento de la elaboración para que así el cliente esté a gusto con los sabores que se le ofrece, el 7% son los ciudadanos que al momento de adquirir el producto se va a fijar en el precio que tendrá la crepe esto es para ver si el producto está a su alcance o no, en conclusión de los resultados se realizará crepes que conlleven todo lo que solicita los clientes para así lograr satisfacer y mediante los precios se cambiaría dependiendo las combinaciones.

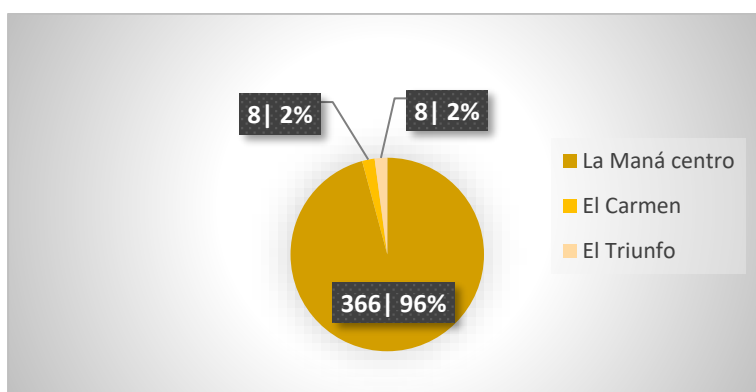
6.- ¿En qué lugar del Cantón le gustaría que se encuentre la crepería?

Tabla 9. Lugar que le gustaría que se encuentre la crepería

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
La Maná centro	366	96%
El Carmen	8	2%
El Triunfo	8	2%
Total	382	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: autores del proyecto



Fuente: Tabla 9

Elaborado por: autores del proyecto

Análisis

Como se observa en el gráfico el 96% de las personas quieren que el establecimiento sea implementado en el centro de la Maná ya que esto se debe a la alta influencia de ciudadanos alrededor del Cantón es una zona por la cual circula bastante gente y se tendría más consumo por parte de las personas que nos visitan en el centro de la Maná ya sea tanto turistas como habitantes de nuestro Cantón, el posesionarse en un lugar céntrico los ayudará a subir nuestras ventas de crepes.

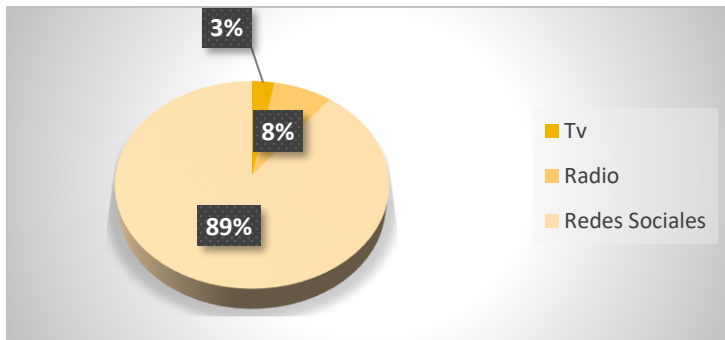
7.- ¿Por qué medio le gustaría conocer sobre las crepes?

Tabla 10. Medio de comunicación para conocer sobre las crepes

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tv	11	3%
Radio	29	8%
Redes Sociales	342	90%
Total	382	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: autores del proyecto



Fuente: Tabla 10

Elaborado por: autores del proyecto

Análisis

Según el gráfico el 90% de los ciudadanos les gustaría que se diera a conocer la implementación de la crepe por redes sociales ya que en la actualidad la mayor parte de las personas hacen uso de ella y tendríamos una mejor acogida, pero también se cuenta con un 8% que les gustaría que se diera a conocer por medios de comunicación como es la radio ya que esta sería una fuente confiable para los ciudadanos que no hacen uso de redes sociales y el 3% opta la opción de la tv, en conclusión esto nos ayudara a que los ciudadanos estén enterados sobre las crepes y la implementación de la misma.

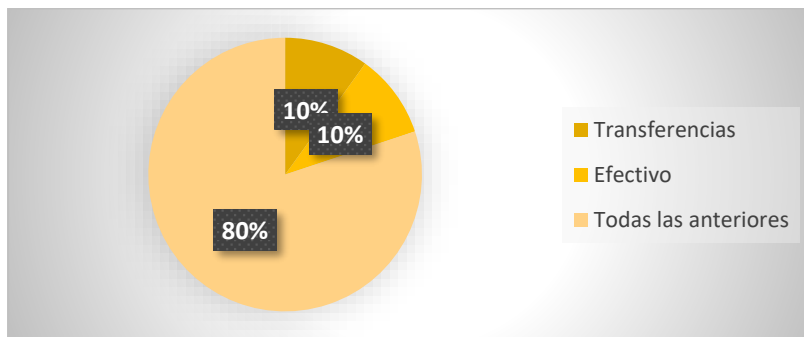
8.- ¿Qué medio de pago le gustaría que se utilice?

Tabla 11. Medios de pago a utilizar

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Transferencia	38	10%
Efectivo	38	10%
Todas las anteriores	306	80%
Total	382	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: autores del proyecto



Fuente: Tabla 11

Elaborado por: autores del proyecto

Análisis

Según el gráfico el 80% de los ciudadanos ha escogido la opción de todas las anteriores que nos quiere decir que se puede realizar el pago tanto en efectivo como en transferencia ya que esto se debe a como se encuentra el país en estos momentos, nos dicen que se pueda realizar el pago de las 2 maneras, con las transferencias se está tanto protegiendo a los clientes y dueños de la crepería de algún atraco que pueda llegar a ocurrir.

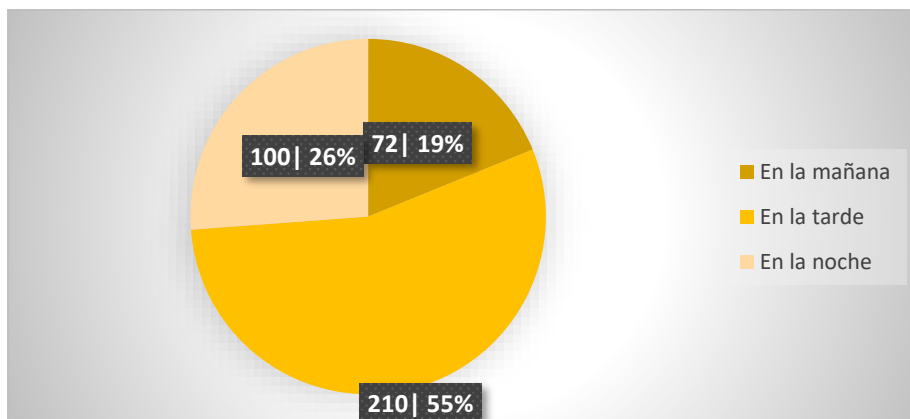
9.- ¿En qué momento del día le gustaría consumir la crepe?

Tabla 12. *Cuál es el momento del día que le gustaría consumir la crepe*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En la mañana	72	19%
En la tarde	210	55%
En la noche	100	26%
Total	382	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: autores del proyecto



Fuente: Tabla 12

Elaborado por: autores del proyecto

Análisis

Como observamos en el gráfico el 55% de los encuestados prefieren consumir las crepes en la tarde esto se debe a que las puedan consumir con amigos incluso en familias y el 26% en la noche esto nos quiere decir que tendría una buena acogida en la tarde y en la noche para poder salir a disfrutar unas deliciosas crepes con amigos o familiares.

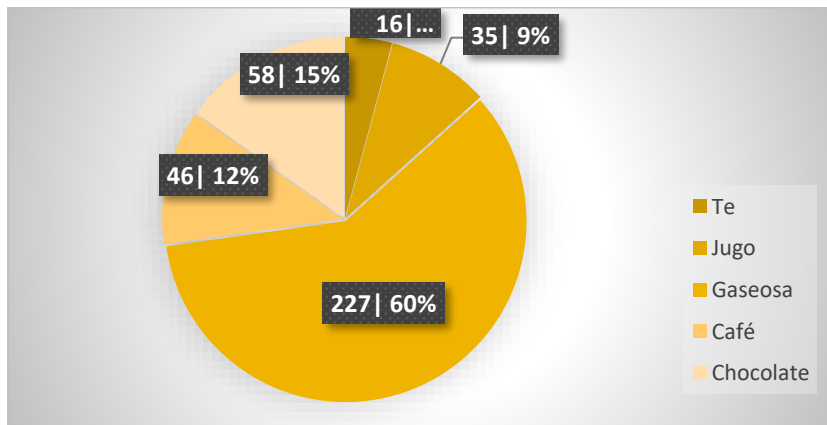
10.- ¿Con que bebida le gustaría acompañar su crepe?

Tabla 13. *Bebida para acompañar su crepe*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Té	16	4%
Jugo	35	9%
Gaseosa	227	59%
Café	46	12%
Chocolate	58	15%
Total	382	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: autores del proyecto



Fuente: Tabla 13

Elaborado por: autores del proyecto

Análisis

Según el gráfico el mayor porcentaje a bebidas a consumir es de 59% el cual corresponde a la gaseosa ya que esto se debe a que es una bebida refrescante y sería un buen acompañante para consumir las crepes, pero también teniendo en cuenta que un 15 % de ciudadanos prefieren lo que es un chocolate, el 12% café y el 4% tiene por preferencia un té, en conclusión, esto estaría acorde a gustos y preferencia por parte de los ciudadanos.

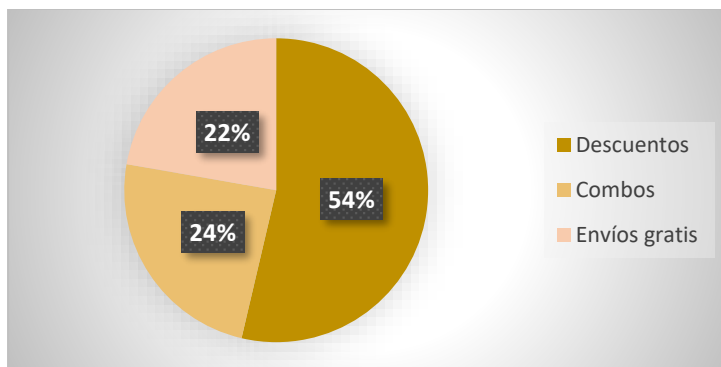
11.- ¿Qué tipo de promociones le gustaría que se aplique una vez por semana?

Tabla 14. Promociones a aplicarse

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Descuentos	205	54%
Combos	92	24%
Envíos gratis	85	22%
Total	382	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: autores del proyecto



Fuente: Tabla 14

Elaborado por: autores del proyecto

Análisis

Mediante los datos obtenidos en la gráfica se puede observar que el 54% de las personas que fueron encuestadas optan porque la promoción que brinde nuestro local una vez por semana sea de descuentos, el 24% prefiere que se realicen combos y el 22% opta porque se realicen envíos gratis a su lugar de destino, en conclusión, se optaría cada semana variar de promoción y así satisfacer a toda la clientela.

Resultados de la encuesta

El proyecto realizado durante el proceso de investigación en coordinación con los objetivos planteados se determina que:

El 86% de los encuestados conoce que son las crepes dando a entender que tendría gran aceptación del produce que se pretende brindar, el 14% de los ciudadanos del Cantón La Maná no tienen un conocimiento acerca de las crepes, por ende, al momento de implementar la crepería las personas que tienen el desconocimiento podrán visitar nuestro local y degustar de nuestro producto.

Se cuenta con un 98% de las personas que les gustaría que se implemente una crepería en el Cantón La Maná, y el 96% de ellos le gustaría que se encuentra ubicada en el centro de la Maná, observamos en los resultados obtenidos de la encuesta que en su mayoría los Lamanences optan que se cree la crepería debido a que no se encuentra un lugar adecuado donde solo se ofrezcan crepes tanto de dulce y saladas, también prefieren que la creperia este en el centro de la Maná ya que a las personas que son de los lugares rurales del Cantón se les haría más fácil adquirir el producto ya que la mayoría de personas frecuentan el centro de la Maná.

Asi mismo, según el análisis el 80% les gustaría que el medio de pago sea tanto trasferencia y efectivo esto es debido a que, por la inseguridad de nuestro país, la mayoría de personas optan por no salir con dinero en efectivo sino salen con sus tarjetas es por ello que se mantendrán las formas de pagos de las dos maneras antes mencionadas.

El 90% de los encuestados optan que se utilice las redes sociales, esto se debe a que en la actualidad la mayoría de personas cuentan con sus redes sociales es por ello que trabajaríamos con WhatsApp, Facebook, Tiktok, Instagram para dar a conocer de las crepes y que se puedan realizar pedidos en línea en cualquiera de nuestras páginas.

5. CAPÍTULO V. PROPUESTA

5.1. Título de la propuesta

Estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de crepes de harina de trigo en el Cantón la Maná, periodo 2024.

5.2. Objetivos de la Propuesta

5.2.1. Objetivo General

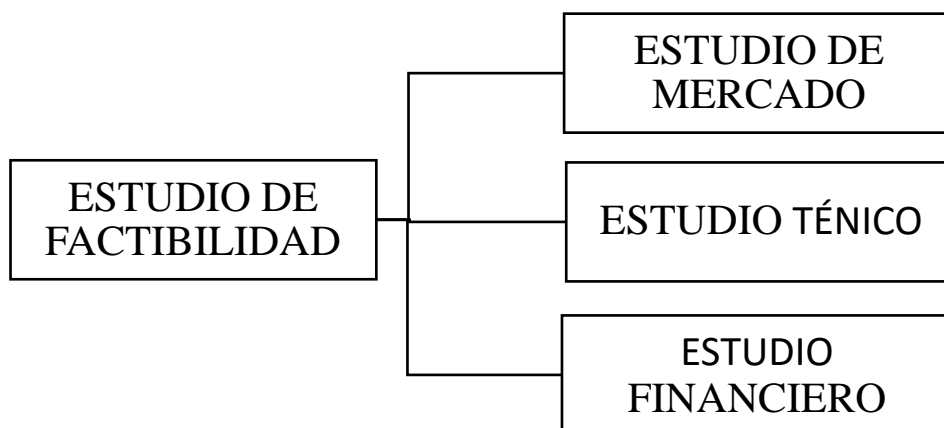
Realizar estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de crepes de harina de trigo en el Cantón La Maná, periodo 2024.

5.2.2. Objetivos Específicos

- Analizar el mercado de la perspectiva del consumidor final con la finalidad de determinar la oferta y la demanda de crepes de harina de trigo “comida rápida”
- Justificar la viabilidad técnica del producto para la elaboración y comercialización de crepes de harina de trigo en el Cantón la Maná.
- Descubrir si la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de crepes de harina de trigo “comida rápida”, es económicamente factible.

5.3. Diseño de la Propuesta

Figura 3. Diseño de la propuesta



Elaborado por: autores del proyecto

La presente propuesta está enfocada en crear una microempresa de elaboración y comercialización de crepes de harina de trigo “comida rápida” la cual se elabora con productos originados localmente. El producto tiene virtud de ser notablemente tradicional y sobre todo muy gustoso para el consumo humano, nos puede permitir conocer las características de la vida social, económica en su forma de vida y como estos se reflejan en la alimentación y, en exclusivo, en la desaparición o adaptación de saberes y habilidades tradicionales. El proyecto complementa la venta en incentiva a no perder las costumbres de la elaboración de los alimentos tradicionales de la localidad, así como apoyar para reactivar la economía.

5.4.Descripción de la Propuesta

La propuesta está basada en los siguientes aspectos.

5.4.1. Estudio de mercado

5.4.1.1. Identificación del Producto_servicio

Para el presente estudio que se pretenda realizar el producto se identificará de la siguiente manera:

- Es un bien final
- Elaboración y comercialización crepes de harina de trigo.

5.4.1.2. Demanda Actual

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en lugar establecido, con cuyo consumo pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad personal. En el presente proyecto la demanda tiene las siguientes características:

- Localización: Cantón la Maná provincia de Cotopaxi.
- Sexo: Hombres y Mujeres.

Una vez aplicada la encuesta a 382 personas, específicamente en la pregunta número 3 los encuestados respondieron que, SI les gustaría que se implemente una crepería, con un porcentaje del 98%. Se preguntó a dueños de locales del Cantón La Maná donde ofrecen crepes cuál es su demanda diaria: Heladería Milos vende al día 10 unidades, Las Cascadas venden al día 20 unidades, Bogati venden 15 unidades, Dulce waffles venden 18 unidades: dandonos un total de 63 crepes que venden al día sumando todos los lugares que ofrecen el producto de crepes con una demanda mensual de 441 unidades y su demanda anual es de 22932.

Demanda actual en unidades año 2024: $63526 \times 3 \text{ unidades} = 190579$

5.4.1.3. Proyección de la Demanda

Con los datos anteriores de la demanda actual se realizará la demanda proyectada para los siguientes 5 años, estableciendo así los posibles clientes de este negocio.

Tabla 15. *Proyección de la demanda*

PERIODO	AÑO	POBLACIÓN (habitantes)	DEMANDA ANUAL PROYECTADA (unidades)
1	2025	65299	195896
2	2026	67121	201362
3	2027	68993	201362
4	2028	70918	212754
5	2029	72897	218690

Elaborado por: autores del proyecto

En el Cantón la Maná existe una demanda actual de 190579 unidades anuales, y se proyecta a 5 años utilizando el porcentaje de tasa de incremento poblacional de 2.79% por el plan de desarrollo y ordenamiento territorial del Cantón la Maná, permitiendo conocer la demanda futura.

5.4.1.4. Oferta Actual

Puesto que existen locales de heladerías que ofrecen dentro de sus productos “crepes” en el Cantón la Maná, pero un lugar que se dedique solo a la elaboración de crepes en variedad de sabores se ha realizado una recopilación de datos mediante encuestas a la población Lamanence.

Existen 4 locales que ofrecen crepes

- Heladería Milos
- Las Cascadas
- Bogati
- Desconocido

5.4.1.5. Oferta Proyectada

Para la realización de la oferta proyectada se tomó en cuenta la capacidad de producción anual, dando los siguientes resultados

Tabla 16. *Oferta Proyectada*

PERIODO	AÑO	OFERTA ANUAL PROYECTADA
1	2025	22932
2	2026	22932
3	2027	22932
4	2028	22932
5	2029	22932

Elaborado por: autores del proyecto

5.4.1.6. Demanda Insatisfecha

Es la diferencia entre la oferta y demanda actual del Cantón la Maná.

Tabla 17. *Demanda insatisfecha*

PERIODO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSTASTIFECHA
0	190579	22.932	167.647

Elaborado por: autores del proyecto

En base a la obtención de la demanda y la oferta proyectada, se obtuvo la demanda insatisfecha y de acuerdo a los resultados, se logró analizar que el proyecto es factible.

5.4.1.7. Demanda Insatisfecha Proyectada

La siguiente tabla muestra la diferencia entre la oferta y demanda de los siguientes 5 años del Cantón la Maná.

Tabla 18. *Demanda insatisfecha proyectada*

PERIODO	AÑO	DEMANDA ANUAL PROYECTADA (unidades)	OFERTA ANUAL PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA
1	2025	190.579	22.932	167.647
2	2026	190.579	22.932	167.647
3	2027	190.579	22.932	167.647
4	2028	190.579	22.932	167.647
5	2029	190.579	22.932	167.647

Elaborado por: autores del proyecto

Como estrategia general se ha decidido utilizar la diferenciación. Partiendo que actualmente existen lugares donde se ofrecen crepes de harina de trigo, pero a su vez no se dedican especialmente a vender las crepes ya que también son heladerías e incluso ofrecen un producto diferente. Se propone crear un producto único en el mercado que cumple con la función de satisfacer a los clientes brindándoles un lugar ideal que se ofrezcan las mejores crepes de la zona. La disposición a pagar más por un producto que satisface una necesidad prioritaria en los clientes, es una oportunidad presentada.

5.4.1.8. Producto

El producto es Crepes en base a la harina de trigo se comercializará en su presentación en un cono de papel cartón para mayor facilidad desde el punto de vista económico de las personas consumidoras, tendrán su respectivo rotulado pertinente. La marca servirá para diferenciar el producto frente a los competidores elaborando así una entidad propia. La identificación oficial para la marca de las crepes será: “MISHELBLAT”. El Logotipo constituirá el distintivo comercial del producto y su diseño se presenta a continuación:

Figura 4. *Logotipo*



Elaborado por: autores del proyecto

- **Envasado:** la harina debe colocarse en recipientes limpios de tal manera que no alteren las cualidades higiénicas, alimenticias y técnicas del producto. Debe almacenarse en sitios que se encuentre fresco, protegidos de la humedad, infestación o contaminantes.
- **Rotulado:** Deben llevar etiquetas de material que puedan ser cocidos o de fácil adherencia a los mismo, con características legibles e indelebles, la siguiente información:
 - A. Número de registro sanitario.
 - B. Número de identificación del lote.
 - C. Designación del producto.
 - D. Marca comercial registrada.
 - E. Razón social del fabricante.
 - F. Ingredientes mencionar por sus nombres específicos.
 - G. Contenido neto expresado en unidades,
 - H. fecha de elaboración.
 - I. fecha de caducidad o duración mínima.
 - J. Instrucciones para su conservación
 - K. Norma NTE INEN de referencia.
 - L. Lugar de origen (ciudad, país).

Figura 5. Presentación del producto



Elaborado por: autores del proyecto

5.4.1.9. Precio

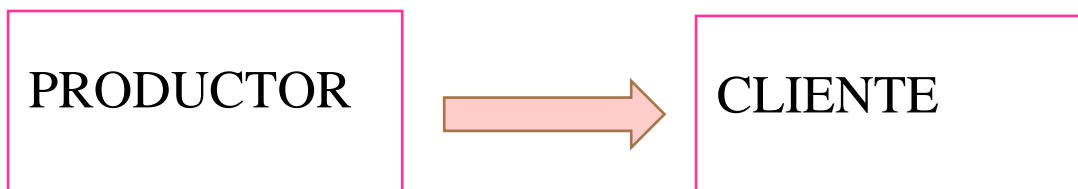
Para la estimación del precio se tomará en cuenta los costos reales que demanda la obtención del producto. Se revisará los precios de la competencia, la predisposición de pago de una crepe por parte de la muestra encuestada y, por último, se determinarán márgenes de ganancia en el estudio económico – financiero

5.4.1.10. Plaza

Al ser un nuevo producto y nueva empresa, la comercialización se la realizará de manera directa, lo cual permitirá ofrecer un precio competitivo, disminuyendo costo ya que se buscará comercializar en el centro de la Maná.

Canal de comercialización

Figura 6. Canal de comercialización



Elaborado por: autores del proyecto

5.4.1.11. Promoción

Al efectuar las promociones se buscan ofrecer razones al consumidor para comprar el producto, para esto se realizará:

- Ofrecer los productos vía online. Mediante una página web de la empresa y redes sociales como: Instagram, Facebook, WhatsApp y Tiktok.
- Entrega de volantes. Dirigidos a comerciales, tiendas, locales comerciales, casas y restaurantes considerados como mercado objetivo estos flyers tendrán información del producto la dirección del punto de venta, precio, presentación, procedimiento para realizar pedidos vía internet por diversos dispositivos.
- Realizar capacitaciones para que el personal obtenga aún más conocimientos en ventas y atención al cliente.

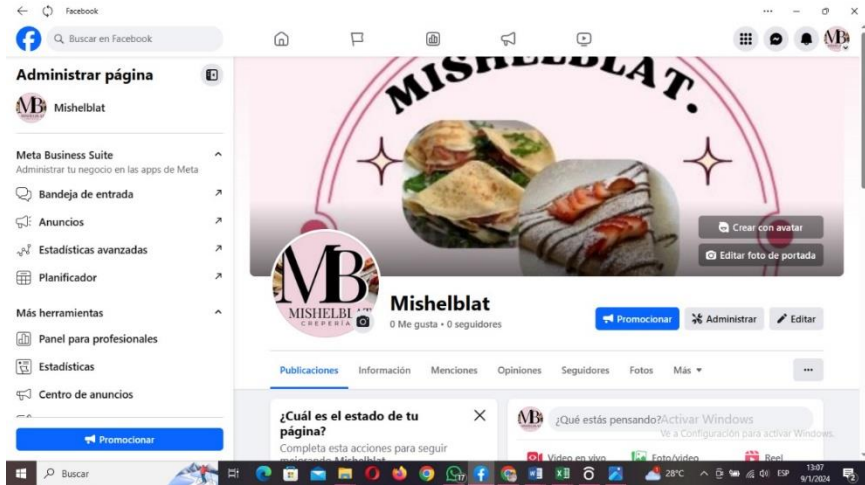
Figura 7. Promociones



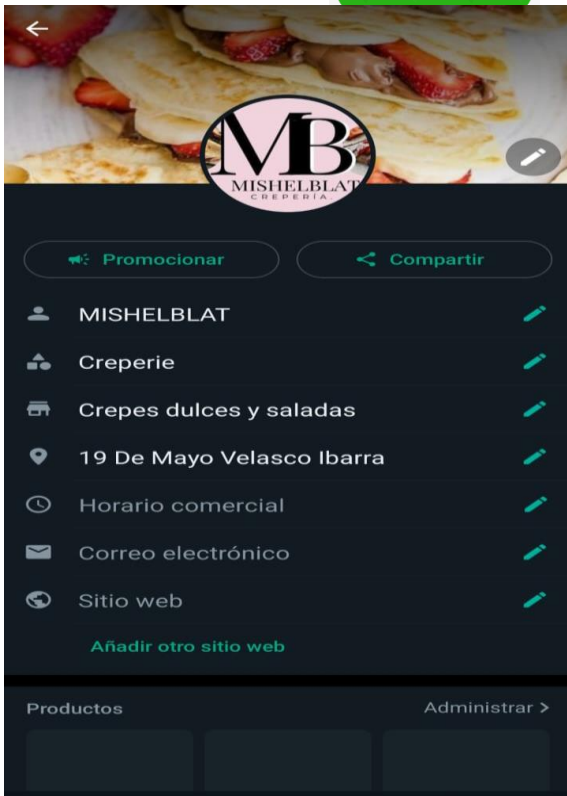
Elaborado por: autores del proyecto

Figura 8. Página web

FACEBOOK



WHATSAPP



INSTAGRAM



Instagram

Inicio
Buscar
Explorar
Reels
Mensajes
Notificaciones
Crear
Perfil

Más


Instagram

MISHELBLAT

Editar perfil Ver archivo

74 publicaciones 450 seguidores 56 seguidos

CREPERÍA



Buscar

TIKTOK



TikTok

Buscar

+ Cargar

Para ti
Siguiendo
Explorar
LIVE
Perfil

MISHELBLAT


CREPERÍA

Editar perfil

215 Siguiendo 5697 Seguidores 29.6K Me gusta

Cuentas que sigues

Videos Favoritos Me gusta



Elaborado por: autores del proyecto

5.4.2. Estudio Técnico

5.4.2.1. Tamaño de la unidad productiva

Es crucial establecer claramente las dimensiones del proyecto, ya que esto impactara directamente en las inversiones y costos asociados. Cuando hablamos de tamaño del proyecto, nos referimos a la capacidad de producción instalada, que puede ser medida en términos diarios, semanales, mensuales e incluso anuales.

Nuestra capacidad de producción se clasifica como una Capacidad Normal Viable, la cual se alcanza en condiciones de trabajo habitual. Además de tener emcuenta el equipo instalado y las condiciones técnicas de la planta, tambien consideremos otras situaciones que podrian surgir.

Basandose en la información sobre la demanda insatisfecha y los recursos disponibles, así como la tecnología a nivel nacional o que pueda importarse, determinamos el tamaño de la empresa de alimentos tradicionales tipo comida rápida de la siguiente manera:

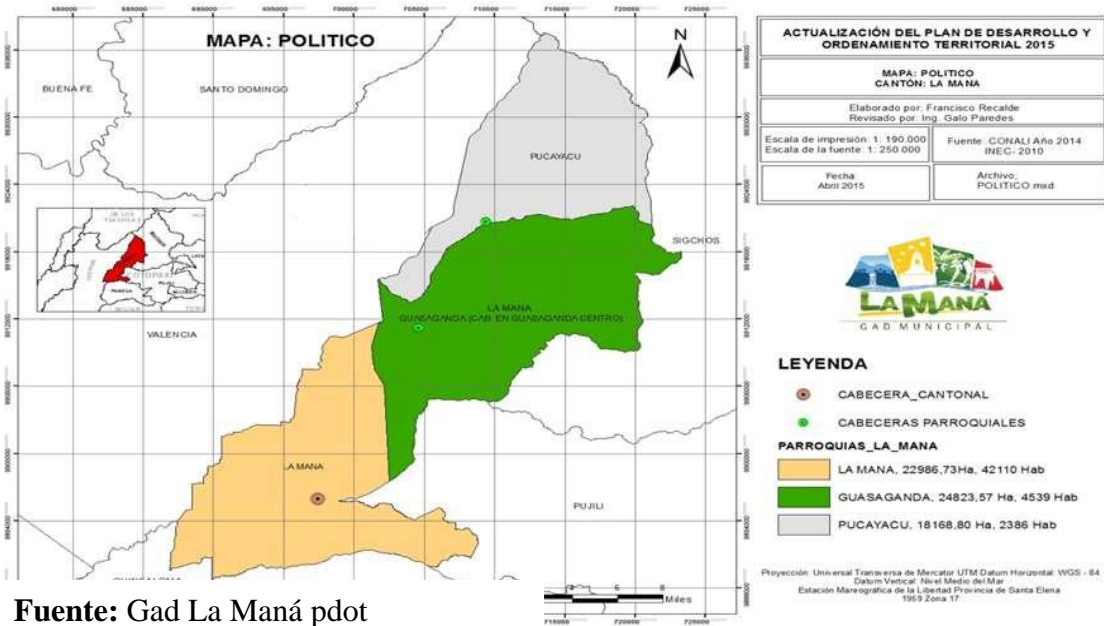
- Capacidad Total de producción: 50 unidades de crepes de harina de trigo
- Capacidad Utilizada: Se producirá de manera mensual 800 unidades, dando un total anual de 9600 unidades. La capacidad utilizada será de manera mensual el 100% de la capacidad total.
- La Capacidad no utilizada o Capacidad ociosa: Se dará por qué; se producirá de manera paulatina hasta posicionarse en el mercado.

5.4.2.2. Localización del proyecto

5.4.2.2.1 Macro – localización

País: Ecuador, Provincia: Cotopaxi, Cantón: La Maná; Parroquia.

Figura 9. Macro localización



Fuente: Gad La Maná pdot

Elaborado por: autores del proyecto

5.4.2.2.2 Micro – localización

Dirección: Av. 19 de mayo y Velasco Ibarra, La Maná,

Figura 10. Croquis



Elaborado por: autores del proyecto

5.4.3. Proceso de producción

5.4.3.1. Descripción del proceso de elaboración de (CREPES DE HARINA DE TRIGO SALADA Y DULCE)

Ingredientes para la masa de la crepe

- Harina medir 350 gramos de harina de trigo.



- Leche pesar 1000 gramos de leche.



- Huevos usar 6 unidades.



- Mantequilla 140 gramos de mantequilla.



- Naranja usar la esencia



- Azúcar usar 35 gramos



- Sal usar 1 gramo



Preparación

- Colocar la leche, huevo, mantequilla, en la licuadora licuar por 30 segundos.



- En un recipiente colocar la harina y la ralladura de naranja, sal y azúcar.



- Mezclar en un recipiente todos los ingredientes antes mencionados.



- Colocar en un sartén una pisco de mantequilla y esperar a que se caliente.



- Una vez calentado el sartén colocar la masa de forma redonda, una vez que dorada de los dos lados retirarla del sartén.

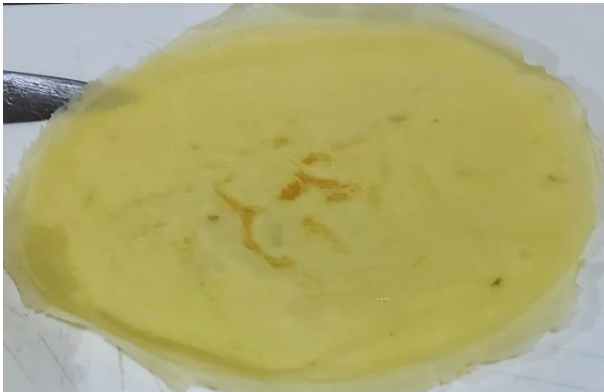


- Colocar las tortillas de las crepes en un plato para su combinación.



5.4.3.2. Descripción del proceso de elaboración de (CREPEFRES)

- Usar una tortilla de harina de trigo lista para comenzar a realizar nuestra crepefres.



- Colocar sobre la tortilla una cucharada de chocolate “Nutella” y rellenar hasta que se empanda la Nutella.



- Colocar las frutillas en rodajas encima del chocolate.



- Colocar rodajas de banano alado de las frutillas.



- Enrollar las esquinas de la tortilla hasta que de una forma de cono.

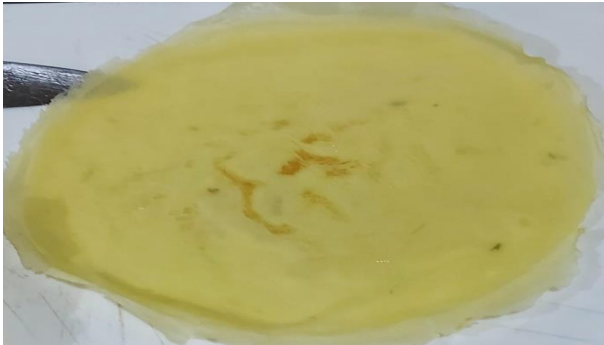


- Ubicar nuestra crepe lista en su debida presentación.



5.4.3.2. Descripción del proceso de elaboración de (CREDURANUEZ)

- Usar una tortilla de harina de trigo lista para comenzar a realizar nuestra creduranuez.



- Colocar sobre la tortilla una cucharada de chocolate “Nutella” y rellenar hasta que se empanda la Nutella.



- Colocar el durazno en rodajas encima del chocolate.



- Colocar unas chispas de nuez encima del durazno.



- Enrollar las equinas de la tortilla hasta que de una forma de cono.

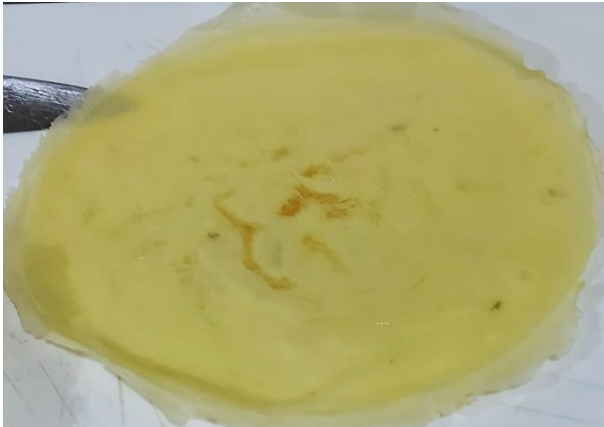


- Ubicar nuestra crepe lista en su debida presentación.



5.4.3.3. Descripción del proceso de elaboración de (CREPOLLO)

- Usar una tortilla de harina de trigo lista para comenzar a realizar nuestra crepollo.



- Colocar sobre la tortilla una cucharada de queso crema y rellenar hasta que se empanda.



- Colocar media cucharada de mayonesa encima del queso crema y mezclar.



- Colocar unas hojas de lechuga encima de la crema de queso y de la mayonesa.



- Colocar el pollo en cuadritos y cocinarlo, ya estando cocinado lo colocamos encima de las hojas de lechuga y alrededor.



- Colocar pimienta en cuadritos encima del pollo y alrededor.



- Cortar el pan blanco en cuadritos ponerlos en un sartén a tostarlos con una pisca de ajo luego que estén listos ubicar encima de los otros ingredientes mencionados.



- Cortar el tocino en cuadritos y refreírlos una vez ya fritos ubicarlo alrededor del de la tortilla de la crepe.



- Enrollar las equinas de la tortilla hasta que de una forma de cono.

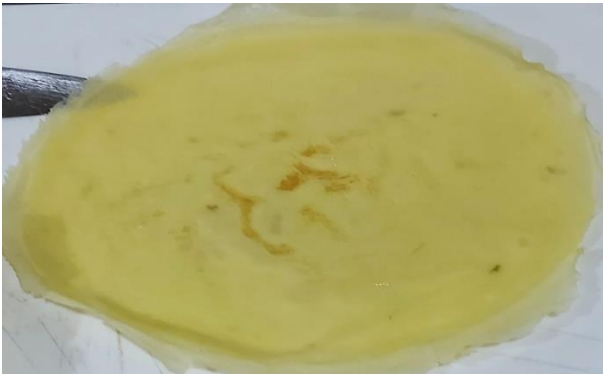


- Ubicar nuestra crepe lista en su debida presentación.



5.4.3.4. Descripción del proceso de elaboración de (CREDECARNE)

- Usar una tortilla de harina de trigo lista para comenzar a realizar nuestra credecarne.



- Colocar sobre la tortilla una cucharada de queso crema y rellenar hasta que se empanda.



- Colocar media cucharada de mayonesa encima del queso crema y mezclar.



- Colocar unas tiras de lechuga sobre la masa.



- Colocar pimiento en cuadritos encima de las tiras de lechuga y a su alrededor de la masa.



- Colocar la carne molida en un sartén sazonar a su gusto y cocinarla una vez que este cocinada ubicarla encima de las hojas de lechuga y pimiento.



- Colocar el jamón en rectángulos ubicarlo encima de la carne molida.



- Cortar el pan blanco en cuadritos ponerlos en un sartén a tostarlos con una pisca de ajo luego que estén listos ubicar encima de los otros ingredientes mencionados.



- Enrollar las equinas de la tortilla hasta que de una forma de cono.



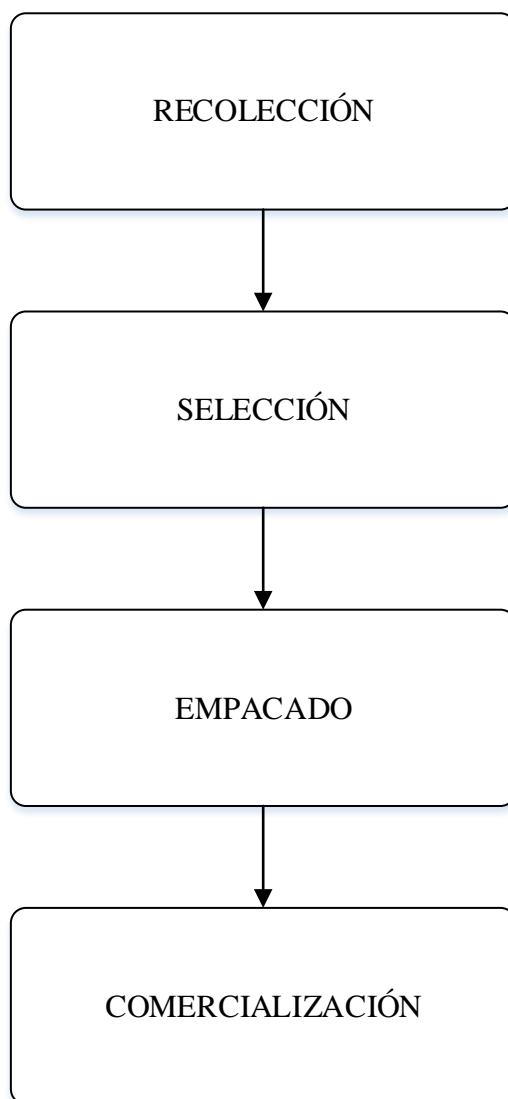
- Ubicar nuestra crepe lista en su debida presentación.



5.4.4. Flujograma de la elaboración de los productos

5.4.4.1. Flujograma de elaboración

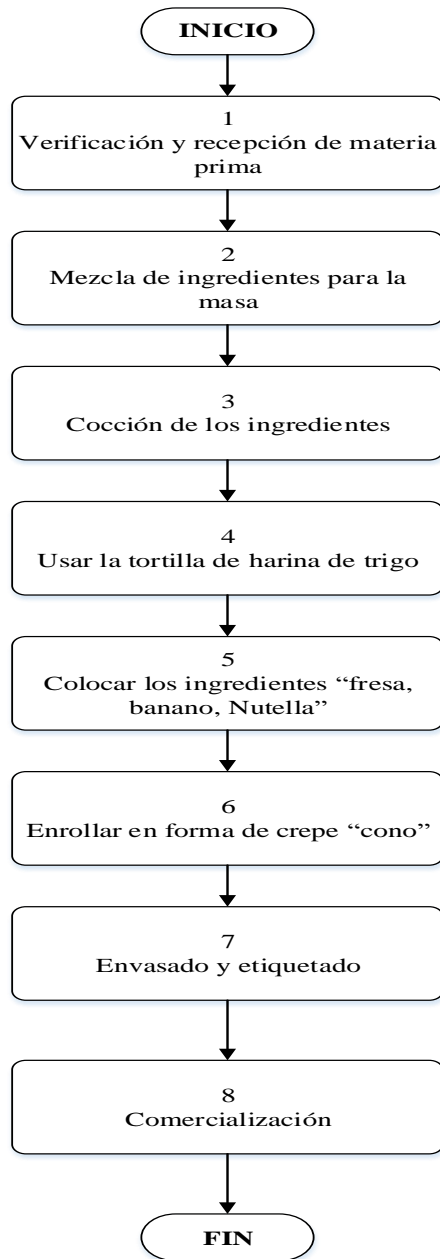
Figura 11. *Flujograma de elaboración*



Elaborado por: autores del proyecto

5.4.4.2. Flujograma de elaboración de crepes

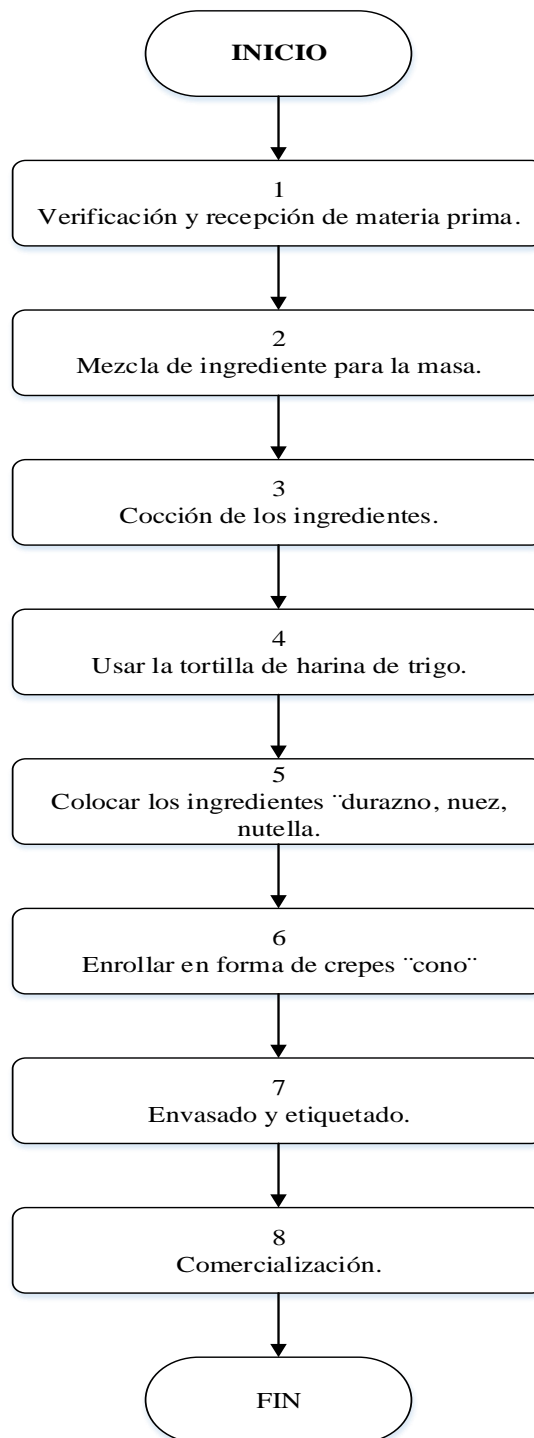
Figura 12. Flujograma de elaboración de crepes



Elaborado por: autores del proyecto

5.4.4.3. Flujograma de elaboración de creduranuez

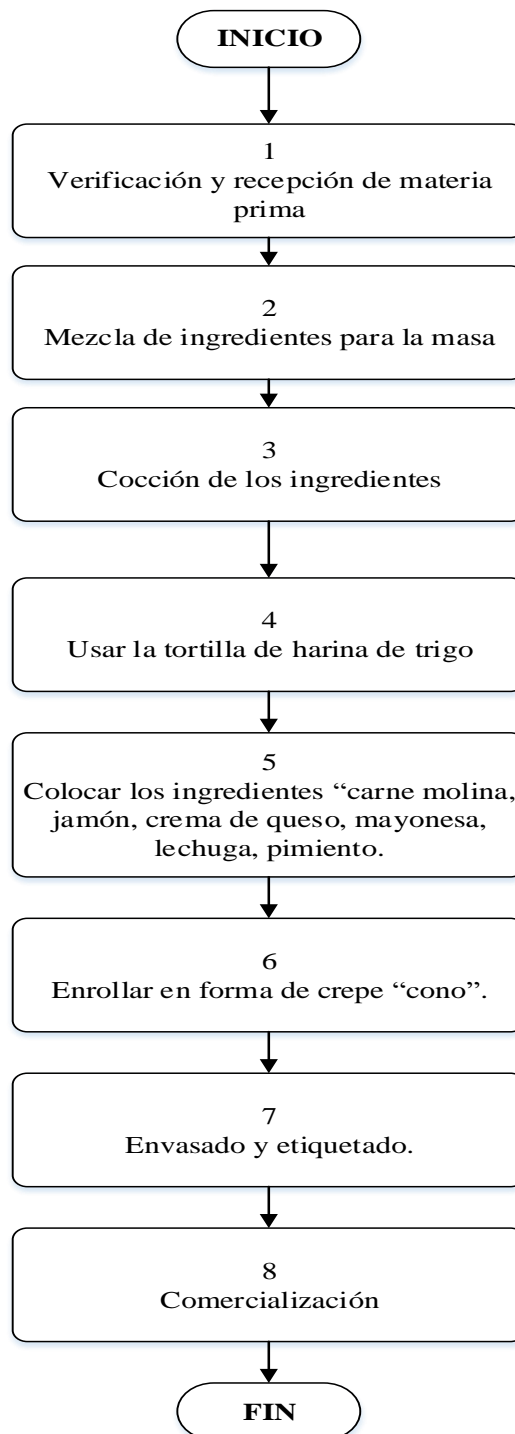
Figura 13. Flujograma de elaboración de Duranuez



Elaborado por: autores del proyecto

5.4.4.4. Flujograma de elaboración de credecarne

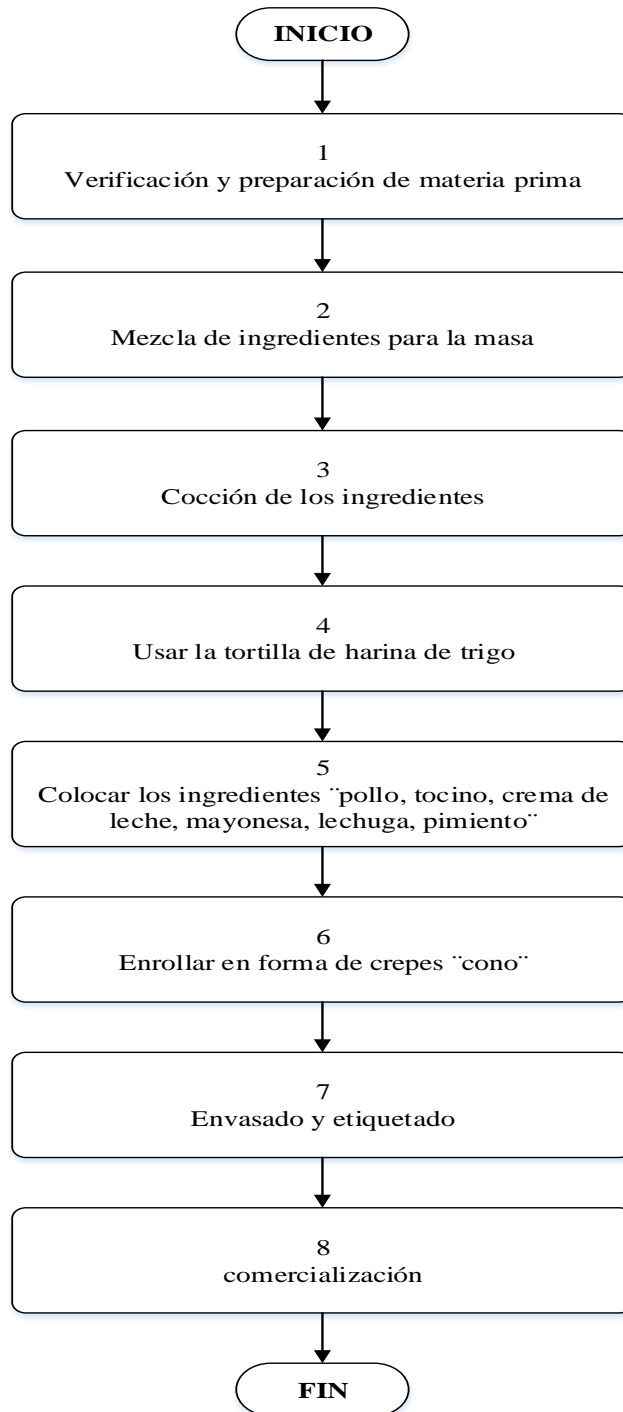
Figura 14. Flujograma de elaboración de credecarne



Elaborado por: autores del proyecto

5.4.4.5. Flujograma de elaboración de credepollo

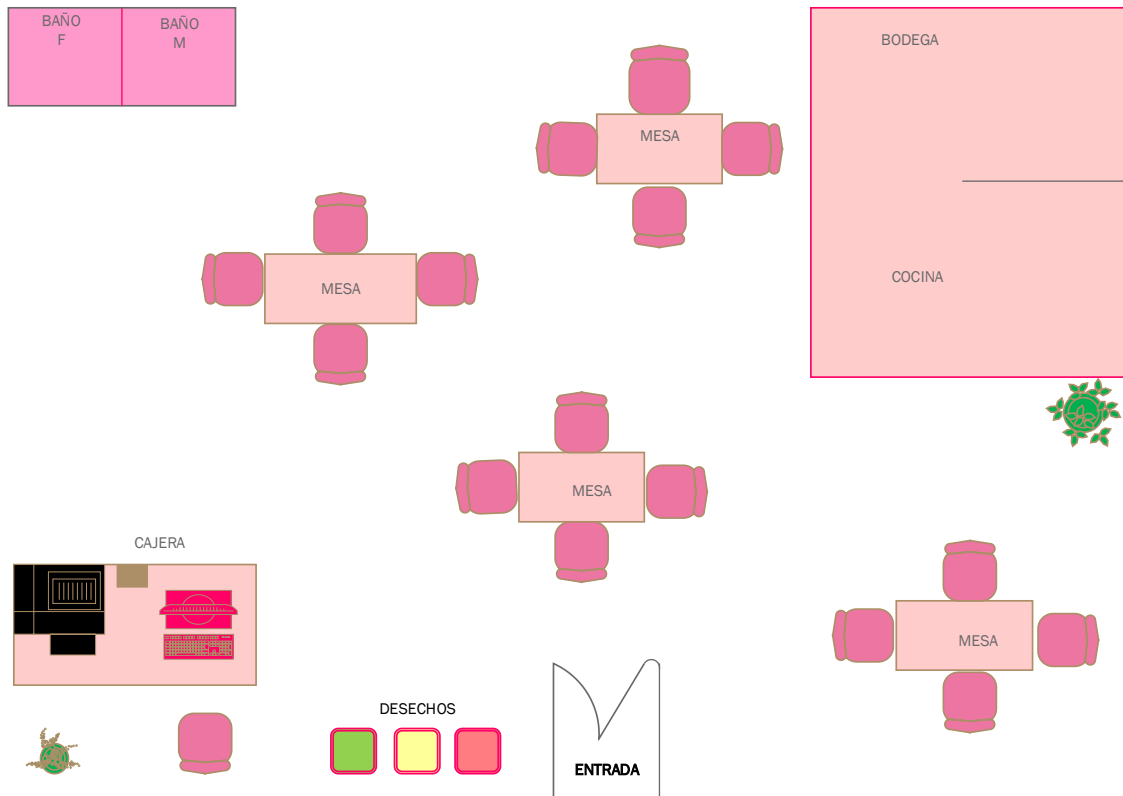
Figura 15. Flujograma de elaboración de credepollo



Elaborado por: autores del proyecto

5.4.5. Distribución de la planta

Figura 16. Distribución de la planta



Elaborado por: autores del proyecto

La microempresa contará con:

- Administrador
- Chef
- Bodega
- Servicio sanitario
- Área de comida
- Cocina

5.4.6. Ingeniería del proyecto

Las características que deben cumplir las crepes de harina de trigo son las siguientes:

- Calidad de Alimentos
- Aspectos Nutricionales
- Precio Cómodo
- Presentación
- Fácil Adquisición

5.4.7. Requerimientos de Infraestructura

Tabla 19. *Requerimiento de infraestructura*

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Arriendo de local	1

Elaborado por: autores del proyecto

5.4.8. . Requerimientos de tecnología

Tabla 20. *Requerimiento de tecnología*

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Computadora	1
Impresora	1
Crepera	3
Licuada	1
Refrigeradora	1
Bascula digital gramera	1
Cocina industrial 2 hornillas	1
Batidora de mano	1
Gas	1
Juego de cuchillos	1
Juego de utensilios	1
Tablas de picar	3
Guantes nitrilo	1
Recipientes de vidrio 3 piezas	4
Juego de mesas y sillas	4
Tacho de basura	3
Teléfono	1
Mesa de trabajo	1
Escritorio	1
Silla cajera	1

Elaborado por: autores del proyecto

5.4.9. Descripción de maquinarias y equipos

5.4.9.1. Requerimientos del personal

El personal que requiere la empresa es el siguiente:

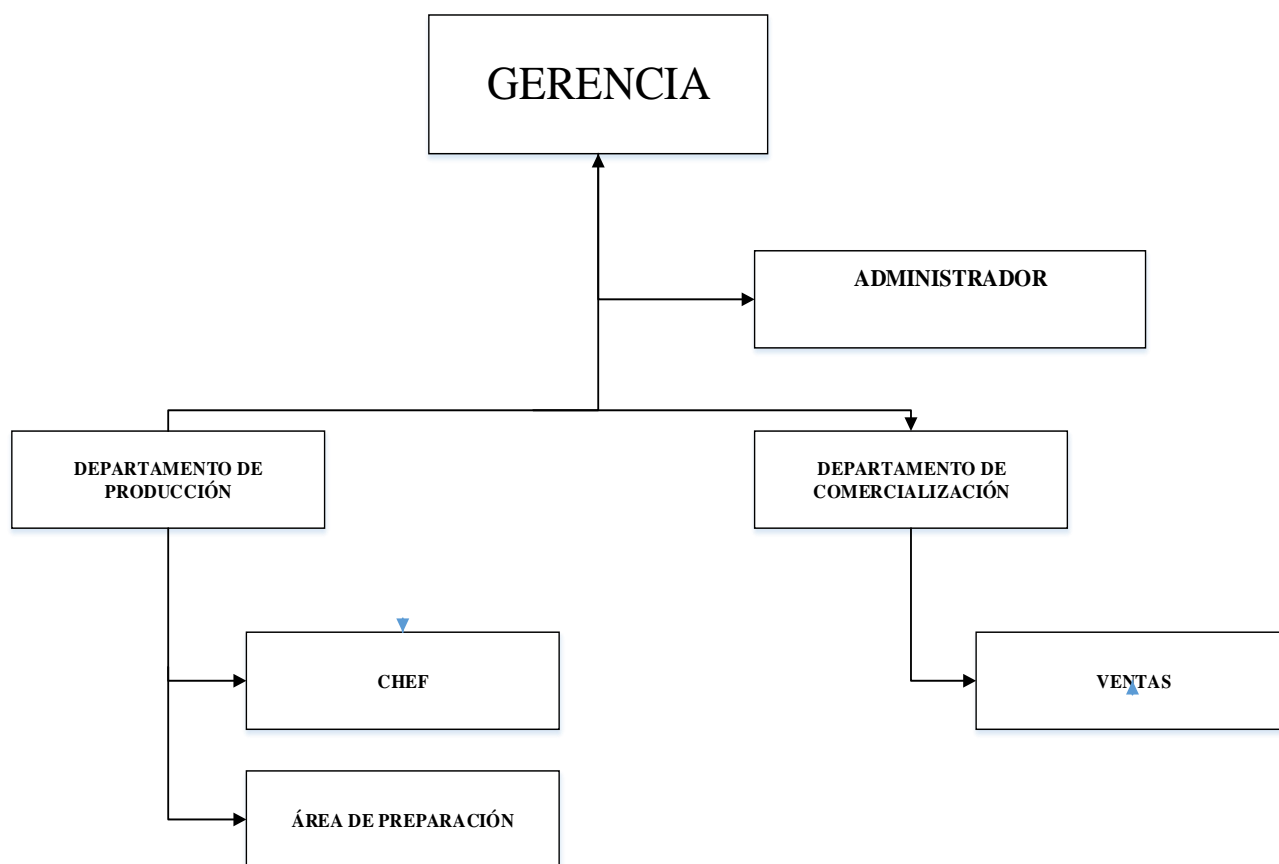
Tabla 21. *Requerimiento del personal*

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Administrador	1
Chef	1
TOTAL	2

Elaborado por: Autores del proyecto

5.4.10. Organigrama Estructural

Figura 17. *Organigrama estructural*



Elaborado por: Autores del proyecto

5.4.11. Organigrama Funcional

Tabla 22. Organigrama funcional

ESPECIFICACIONES DEL CARGO			
NOMBRE DEL CARGO		NIVEL DEL CARGO	
ADMINISTRADOR		ADMINISTRATIVO	
AREA:	DEPARTAMENTO:	REVISIÓN:	FECHA:
ADMINISTRATIVO	ADMINISTRATIVO	2	19/01/2024
NOMBRE:	SUPERVISAR A:		
ANDREA MENDOZA	LLEVAR TODAS LA CUENTA DE LOS EGRESOS Y GASTOS Y COBROS DE LAS VENTAS		
RESUMEN DEL CARGO			
OBJETIVO:			
Se encargara de administrar , dirigir, coordinar y controlar todas las actividades financieras de la empresa			
TAREAS GENERAL O TIPICAS			
1	Habilidad en el manejo de la tecnología contable		
2	Cuadre de caja		
3	Manejo de dinero en caja		
4	Realizar y mantener al día el registro de ingresos y egresos de la empresa		
5	Capacidad de Liderazgo y Organización		
EXPERIENCIA			
Sin experiencia			
ACTITUDES			
Honestidad Respeto Vocación de servicio			
HORARIO DE TRABAJO			
Libre			

Elaborado por: Autores del proyecto

Tabla 23. Organigrama funcional

ESPECIFICACIONES DEL CARGO			
NOMBRE DEL CARGO CHEF		NIVEL DEL CARGO ADMINISTRATIVO	
AREA: PRODUCCIÓN	DEPARTAMENTO: PRODUCCIÓN	REVISIÓN: 4	FECHA: 19/01/2024
NOMBRE:	SUPERVISAR A:		
DARIO PINARGOTE	Controla y realiza los procesos de recepción, manipulación, transformación y elaboración de productos alimentarios, o sea, en la fabricación de los alimentos y garantizar el buen funcionamiento de una cocina y la calidad de crepes que se sirvan.		
RESUMEN DEL CARGO			
OBJETIVO:			
Realizar los procesos de recepción, manipulación, transformación y elaboración de productos alimentarios, o sea, en la fabricación de los alimentos			
TAREAS GENERAL O TIPICAS			
1	Verificar que el proceso de calidad en la producción sea el adecuado.		
2	Investigar las irregularidades observadas en el proceso de control y atender denuncias sobre hechos que afecten los intereses del Centro de Producción.		
3	Informar permanentemente a la presidencia sobre la evaluación de los planes y resultados de las acciones de control.		
4	Facilidad de comunicación tanto escrita como verbal		
5	Promover actividades de capacitación para el personal.		
EXPERIENCIA			
Sin experiencia			
ACTITUDES			
Honestidad Respeto Vocación de servicio			
HORARIO DE TRABAJO			
Libre			

Elaborado por: Autores del proyecto

5.4.12. Mano de Obra

La cantidad de personal necesario para poner en marcha este proyecto es adecuada para atender parcialmente las necesidades de los clientes, con el propósito de cumplir con los objetivos de la microempresa. El equipo está conformado por los siguientes roles:

Tabla 24. *Mano de obra*

N.-	NOMBRE	SUELDO BASICO	TOTAL A RECIBIR
DEPART. ADM.			
1	Administrador	460	460
	SUMAN	460	460
DEPART. PRODUCCION			
2	Chef	460	460
	SUMAN	460	460

Elaborado por: Autores del proyecto

5.4.13. Estudio financiero

5.4.14. Inversión y Financiamiento

5.4.15. Inversión Inicial

Para dar inicio a las actividades comerciales, es esencial calcular el capital inicial del proyecto y posteriormente identificar la fuente de financiamiento para obtener estos recursos.

5.4.16. MAQUINARIA, EQUIPO y HERRAMIENTAS

Tabla 25. *Maquinaria, equipo y herramientas*

DENOMINACION	Unidades	VALOR UNITARIO	TOTAL
Crepera Protor Silex	3	70,00	210,00
bascula digital gramera	1	16,00	16,00
Juego utensillos tramotina 4 piezas en acero inoxidable	1	15,00	15,00
Guantes de nitrilo rosado caja por 100uds	1	8,00	8,00
Licuada Oster	1	80,00	80,00
Cocina ingustrial 2 hornillas	1	50,00	50,00

batidora de mano	1	5,00	5,00
Gas	1	50,00	50,00
Juegos de cuchillos tramontina 9 pz de acero inoxidable	1	20,00	20,00
Tablas de picas plasticas 37x23 cm	3	2,00	6,00
Refrigeradora 219 litros haceb	1	400,00	400,00
Recipiente vidrio refractorio red cherry 3 pz	4	12,00	48,00
		TOTAL	908,00

Elaborado por: Autores del proyecto

5.4.17. MUEBLES Y ENSERES

Tabla 26. *Muebles y enseres*

DENOMINACION	Unidades	VALOR UNITARIO	TOTAL
Juegos de mesas y sillas	4	60,00	240,00
Tachos de basura Ratan	3	10,00	30,00
Silla cajera	1	50,00	50,00
Escritorio	1	100,00	100,00
Teléfono	1	20,00	20,00
Mesa de trabajo	1	100,00	100,00
		TOTAL	540,00

Elaborado por: Autores del proyecto

5.4.18. EQUIPO DE COMPUTO

Tabla 27. *Equipo de computo*

DENOMINACION	Unidades	VALOR UNITARIO	TOTAL
Notebook lenovo ideapad core i7 laptop	1	652,00	652,00
Impresora epon L1250	1	200,00	200,00
		TOTAL	852,00

Elaborado por: Autores del proyecto

5.4.19. INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS

Tabla 28. *Inversión en activos diferidos*

DENOMINACION	TOTAL
Gastos de Constitución	1500
Gastos de Instalación	1500
Gastos de capacitación y Puesta en Marcha	1000
TOTAL	4000

Elaborado por: Autores del proyecto

CAPITAL DE TRABAJO

Gastos administrativos

Tabla 29. *Gastos administrativos*

DETALLE	MENSUAL	1	2	3	4	5
Suministros de oficina	126,70	1.520,40	1535,60	1550,96	1566,47	1582,13
Depreciaciones	28,17	338,00	338,00	338,00	338,00	338,00
Impuestos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Viáticos y movilizaciones	40,00	480,00	484,80	489,65	494,54	499,49
Sueldos Y Beneficios legales	650,06	7.800,68	7878,69	7957,47	8037,05	8117,42
Amortizaciones	66,67	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	911,59	10.939,08	11.037,09	11.136,08	11.236,06	11.337,04

Elaborado por: Autores del proyecto

Gastos de ventas

Tabla 30. *Gastos de ventas*

DETALLE	MENSUAL	ANUAL	2	3	4	5
Relaciones públicas	200,00	2.400,00	2.424,00	2.448,24	2.472,72	2.497,45
Viáticos y movilizaciones	20,00	240,00	242,40	244,82	247,27	249,74
Sueldos Y Beneficios legales	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Depreciaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL GASTOS VENTAS	220,00	2.640,00	2.666,40	2.693,06	2.719,99	2.747,19

Elaborado por: Autores del proyecto

5.4.20. Costos de producción

Tabla 31. *Costos de producción*

DETALLE	MENSUAL	ANUAL
Mano de Obra	650,06	7.800,68
Materiales directos	116,00	1.392,00
CIF	391,57	4.698,80
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	1.157,62	13.891,48

Elaborado por: Autores del proyecto

5.4.21. Capital de operación

Tabla 32. *Capital de operación*

DESCRIPCIÓN	MENSUAL (\$)
COSTOS DE PRODUCCIÓN	1.157,62
Mano de Obra	650,06
Materiales directos	116,00
CIF	391,57
GASTOS ADMINISTRATIVOS	911,59
Suministros de oficina	126,70
Depreciaciones y Amortizaciones	28,17
Impuestos	0,00
Viáticos y movilizaciones	40,00
Sueldos Y Beneficios legales	650,06
Amortizaciones	66,67
GASTOS DE VENTAS	220,00
Relaciones públicas	200,00
Viáticos y movilizaciones	20,00
Sueldos Y Beneficios legales	0,00
Depreciaciones y Amortizaciones	0,00
CAPITAL DE TRABAJO UN MES	2.289,21

Elaborado por: Autores del proyecto

5.4.22. Depreciación de Activos Fijos

Los activos fijos serán empleados o mejorados con el tiempo, lo que resultará en la depreciación de su valor y un incremento en la eficiencia de la producción. El objetivo de calcular la depreciación es acumular reservas financieras para sustituir maquinaria o equipos obsoletos, adaptándose a la naturaleza de los bienes.

5.4.23. DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES (EN DOLARES)

Tabla 33. *Depreciación de muebles y enseres*

MUEBLES Y ENSERES	V.TOTAL	VIDA UTIL	V.DESECHO	DEPRECIAC.
Juegos de mesas y sillas	240,00	10	0,00	24,00
Tachos de basura Ratan	30,00	10	0,00	3,00
Silla cajera	50,00	10	0,00	5,00
Escritorio	100,00	10	0,00	10,00
Teléfono	20,00	10	0,00	2,00
Mesa de trabajo	100,00	10	0,00	10,00
TOTAL			0,00	54,00

Elaborado por: Autores del proyecto

5.4.24. DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO (EN DOLARES)

Tabla 34. *Depreciación maquinaria y equipo*

EQUIPO DE OFICINA	V. TOTAL	VIDA UTIL	V.DESECHO	DEPRECIAC.
Crepera Protor <i>Sillex</i>	210,00	10	0,00	21,00
bascula digital gramera	16,00	10	0,00	1,60
Juego utensillos tramontina 4 piezas en acero inoxidable	15,00	10	0,00	1,50
Guantes de nitrilo rosado caja por 100uds	8,00	10	0,00	0,80
Licuada Oster	80,00	10	0,00	8,00
Cocina industrial 2 hornillas	50,00	10	0,00	5,00
batidora de mano	5,00	10	0,00	0,50
Gas	50,00	10	0,00	5,00
Juegos de cuchillos tramontina 9 pz de acero inoxidable	20,00	10	0,00	2,00
Tablas de picas plasticas 37x23 cm	6,00	10	0,00	0,60
Refrigeradora 219 litros haceb	400,00	10	0,00	40,00
Recipiente vidrio refractorio red cherry 3 pz	48,00	10	0,00	4,80
TOTAL	908,00		0,00	90,80

Elaborado por: Autores del proyecto

5.4.25. DEPRECIACIÓN EQUIPO DE COMPUTO (EN DOLARES)

Tabla 35. Depreciación equipo de computo

EQUIPO DE COMPUTO	V. TOTAL	VIDA UTIL	V.DESECHO	DEPRECIAC.
COMPUTADORA	652,00	3	0,00	217,33
IMPRESORAS HP 840	200,00	3	0,00	66,67
TOTAL	852,00		0,00	284,00

Elaborado por: Autores del proyecto

5.4.26. INVERSIÓN TOTAL INICIAL

Tabla 36. Inversión total inicial

INVERSION ACTIVOS	
Inversión	Valor (\$)
Inversion Fija	2.300,00
Inversión Diferida	4.000,00
Capital de trabajo (por un mes)	2.289,21
INVERSION TOTAL INICIAL	8.589,21

Elaborado por: Autores del proyecto

Se realizó una cotización de cada uno de los materiales que se utilizan para realizar la implementación de una microempresa de crepes de harina de trigo teniendo como resultado una inversión inicial de 8.589,21, esto incluyendo las inversiones fijas, diferidas y capital de trabajo.

5.4.27. Financiamiento

En este proyecto, disponemos de una forma de financiamiento: recursos propios y 100% fondos provendrá de recursos propios.

5.4.28. Evaluación Financiera (VAN, TIR, B/C)

5.4.29. Flujo de Caja

Flujo de caja año 1

Tabla 37. Flujo de caja año 1

CONCEPTO	\$	FEBRE	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIE	OCTUBRE	NOVIEMB	DICIEMB	TOTAL
INGRESOS:													
Saldo	2289,21	2800,00	3310,79	3821,57	4332,36	4843,15	5353,93	5864,72	6375,51	6886,29	7397,08	7907,87	61182,48
Ingresos por ventas	2800,00	2800,00	2800,00	2800,00	2800,00	2800,00	2800,00	2800,00	2800,00	2800,00	2800,00	2800,00	33600,00
Ingresos extraordinarios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Préstamos													0,00
Aportes de accionistas													0,00
Ventas de activos fijos													0,00
Venta de títulos fiduciarios													0,00
TOTAL INGRESOS	5089,21	5600,00	6110,79	6621,57	7132,36	7643,15	8153,93	8664,72	9175,51	9686,29	10197,08	10707,87	94782,48
PAGOS													
Gastos Operativos	1131,59	1131,59	1131,59	1131,59	1131,59	1131,59	1131,59	1131,59	1131,59	1131,59	1131,59	1131,59	13579,08
Costos de producción	1157,62	1157,62	1157,62	1157,62	1157,62	1157,62	1157,62	1157,62	1157,62	1157,62	1157,62	1157,62	13891,48
TOTAL PAGOS	2289,21	2289,21	2289,21	2289,21	2289,21	2289,21	2289,21	2289,21	2289,21	2289,21	2289,21	2289,21	27470,56
DIFERENCIA	2800,00	3310,79	3821,57	4332,36	4843,15	5353,93	5864,72	6375,51	6886,29	7397,08	7907,87	8418,65	67311,92
Faltante o sobrante												1619,55	
Saldo para ESF												10038,20	

Elaborado por: Autores del proyecto

Flujo de caja año 2

Tabla 38. Flujo de caja año 2

CONCEPTO	\$	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
INGRESOS:													
Saldo	10038,20	10554,17	11070,14	11586,11	12102,08	12618,05	13134,02	13649,99	14165,96	14681,94	15197,91	15713,88	154512,47
Ingresos por ventas	2828,00	2828,00	2828,00	2828,00	2828,00	2828,00	2828,00	2828,00	2828,00	2828,00	2828,00	2828,00	33936,00
Ingresos extraordinarios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Préstamos													0,00
Aportes de accionistas													0,00
Ventas de activos fijos													0,00
Venta de títulos fiduciarios													0,00
TOTAL INGRESOS	12866,20	13382,17	13898,14	14414,11	14930,08	15446,05	15962,02	16477,99	16993,96	17509,94	18025,91	18541,88	188448,47
PAGOS													
Gastos Operativos	1142,91	1142,91	1142,91	1142,91	1142,91	1142,91	1142,91	1142,91	1142,91	1142,91	1142,91	1142,91	13714,87
Costos de producción	1169,12	1169,12	1169,12	1169,12	1169,12	1169,12	1169,12	1169,12	1169,12	1169,12	1169,12	1169,12	14029,49
Impuestos			2221,92										
TOTAL PAGOS	2312,03	2312,03	2312,03	2312,03	2312,03	2312,03	2312,03	2312,03	2312,03	2312,03	2312,03	2312,03	27744,36
DIFERENCIA	10554,17	11070,14	11586,11	12102,08	12618,05	13134,02	13649,99	14165,96	14681,94	15197,91	15713,88	16229,85	160704,12
Faltante o sobrante												-989,15	
Saldo para ESF												15240,70	

Elaborado por: Autores del proyecto

Flujo de caja año 3

Tabla 39. Flujo de caja año 3

CONCEPTO	\$	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
INGRESOS:													
Saldo	15240,70	15763,81	16286,92	14565,56	15088,67	15611,78	16134,90	16658,01	17181,12	17704,23	18227,34	18750,45	197213,49
Ingresos por ventas	2856,28	2856,28	2856,28	2856,28	2856,28	2856,28	2856,28	2856,28	2856,28	2856,28	2856,28	2856,28	34275,36
Ingresos extraordinarios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Préstamos													0,00
Aportes de accionistas													0,00
Ventas de activos fijos													0,00
Venta de títulos fiduciarios													0,00
TOTAL INGRESOS	18096,98	18620,09	19143,20	17421,84	17944,95	18468,06	18991,18	19514,29	20037,40	20560,51	21083,62	21606,73	231488,85
PAGOS													
Gastos Operativos	1152,43	1152,43	1152,43	1152,43	1152,43	1152,43	1152,43	1152,43	1152,43	1152,43	1152,43	1152,43	13829,15
Costos de producción	1180,74	1180,74	1180,74	1180,74	1180,74	1180,74	1180,74	1180,74	1180,74	1180,74	1180,74	1180,74	14168,87
Impuestos			2244,47										2244,47
TOTAL PAGOS	2333,17	2333,17	4577,64	2333,17	2333,17	2333,17	2333,17	2333,17	2333,17	2333,17	2333,17	2333,17	30242,49
DIFERENCIA	15763,81	16286,92	14565,56	15088,67	15611,78	16134,90	16658,01	17181,12	17704,23	18227,34	18750,45	19273,57	201246,36
Faltante o sobrante												1234,26	
Saldo para ESF												20507,83	

Elaborado por: Autores del proyecto

Flujo de caja año 4

Tabla 40. Flujo de caja año 4

CONCEPTO	\$	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
INGRESOS:													
Saldo	20507,83	21037,19	21566,56	19820,39	20349,76	20879,12	21408,49	21937,86	22467,22	22996,59	23525,96	24055,33	260552,30
Ingresos por ventas	2884,84	2884,84	2884,84	2884,84	2884,84	2884,84	2884,84	2884,84	2884,84	2884,84	2884,84	2884,84	34618,11
Ingresos extraordinarios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Préstamos													0,00
Aportes de accionistas													0,00
Ventas de activos fijos													0,00
Venta de títulos fiduciarios													0,00
TOTAL INGRESOS	23392,67	23922,04	24451,40	22705,23	23234,60	23763,97	24293,33	24822,70	25352,07	25881,43	26410,80	26940,17	295170,41
PAGOS													
Gastos Operativos	1163,00	1163,00	1163,00	1163,00	1163,00	1163,00	1163,00	1163,00	1163,00	1163,00	1163,00	1163,00	13956,06
Costos de producción	1192,47	1192,47	1192,47	1192,47	1192,47	1192,47	1192,47	1192,47	1192,47	1192,47	1192,47	1192,47	14309,65
Impuestos			2275,54										2275,54
TOTAL PAGOS	2355,48	2355,48	4631,01	2355,48	2355,48	2355,48	2355,48	2355,48	2355,48	2355,48	2355,48	2355,48	30541,25
DIFERENCIA	21037,19	21566,56	19820,39	20349,76	20879,12	21408,49	21937,86	22467,22	22996,59	23525,96	24055,33	24584,69	264629,17
Faltante o sobrante												1233,58	
Saldo para ESF												25818,27	

Elaborado por: Autores del proyecto

Flujo de caja año 5

Tabla 41. Flujo de caja año 5

CONCEPTO	\$	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
INGRESOS:													
Saldo	25818,27	26353,96	26889,64	25122,58	25658,26	26193,95	26729,63	27265,32	27801,00	28336,69	28872,37	29408,06	324449,73
Ingresos por ventas	2913,69	2913,69	2913,69	2913,69	2913,69	2913,69	2913,69	2913,69	2913,69	2913,69	2913,69	2913,69	34964,29
Ingresos extraordinarios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Préstamos													0,00
Aportes de accionistas													0,00
Ventas de activos fijos													0,00
Venta de títulos fiduciarios													0,00
TOTAL INGRESOS	28731,96	29267,65	29803,33	28036,27	28571,96	29107,64	29643,32	30179,01	30714,69	31250,38	31786,06	32321,75	359414,02
PAGOS													
Gastos Operativos	1173,69	1173,69	1173,69	1173,69	1173,69	1173,69	1173,69	1173,69	1173,69	1173,69	1173,69	1173,69	14084,24
Costos de producción	1204,32	1204,32	1204,32	1204,32	1204,32	1204,32	1204,32	1204,32	1204,32	1204,32	1204,32	1204,32	14451,84
Impuestos			2302,75										
TOTAL PAGOS	2378,01	2378,01	4680,75	2378,01	2378,01	2378,01	2378,01	2378,01	2378,01	2378,01	2378,01	2378,01	28536,08
DIFERENCIA	26353,96	26889,64	25122,58	25658,26	26193,95	26729,63	27265,32	27801,00	28336,69	28872,37	29408,06	29943,74	330877,94
Faltante o sobrante												1233,64	
Saldo para ESF												31177,38	

Elaborado por: Autores del proyecto

5.4.30. ESTADO DE SITUACION INICIAL

Tabla 42. *Estado de situación inicial*

ESTADO DE SITUACION INICIAL	
ESI	AÑO 1
ACTIVOS	
Corriente	2.289,21
Caja - Bancos	<u>2.289,21</u>
Fijo	2.300,00
Edificios	0,00
Muebles y Enseres	540,00
Maquinaria, equipo y herramientas	908,00
Equipo de Computo	852,00
Diferidos	4.000,00
Gastos de Constitución	1.500,00
Gastos de Instalación	1.500,00
Gastos de Capacitación y puesta en marcha	<u>1.000,00</u>
TOTAL ACTIVOS	8.589,21
PASIVOS	
CORRIENTE	0,00
Préstamos Bancarios	<u>0,00</u>
PATRIMONIO	8.589,21
Capital Social	<u>8.589,21</u>
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	8.589,21

Elaborado por: Autores del proyecto

Como se observa en la siguiente tabla nuestro TOTAL de activo es de 8.589,21 esto nos quiere decir que la empresa se encuentra en un buen esta de situación inicial ya que como se observa no se encuentra con deudas lo cual esto nos favorece, dando un buen capital social.

5.4.31. ESTADO DE SITUACIÓN FINAL

Tabla 43. Estado de situación final

ESF	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS					
CORRIENTE	10.038,20	15.240,70	20.507,83	25.818,27	31.177,38
Caja - Bancos	<u>10.038,20</u>	<u>15.240,70</u>	<u>20.507,83</u>	<u>25.818,27</u>	<u>31.177,38</u>
FIJOS					
Depreciables	1.871,20	1.442,40	1.013,60	584,80	156,00
Edificios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Muebles y Enseres	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00
Maquinaria, equipo y herramientas	908,00	908,00	908,00	908,00	908,00
Equipo de cómputo	852,00	852,00	852,00	852,00	852,00
(-) Depreciación Acumulada	<u>-428,80</u>	<u>-857,60</u>	<u>-1.286,40</u>	<u>-1.715,20</u>	<u>-2.144,00</u>
Diferidos	3.200,00	2.400,00	1.600,00	800,00	0,00
Gastos de Constitución	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
Gastos de Instalación	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
Gastos de Capacitación y puesta en marcha	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
_ Amortización Acumulada	<u>-800,00</u>	<u>-1.600,00</u>	<u>-2.400,00</u>	<u>-3.200,00</u>	<u>-4.000,00</u>
TOTAL ACTIVOS	15.109,40	19.083,10	23.121,43	27.203,07	31.333,38
PASIVOS					
CORRIENTE	2.612,67	2.639,19	2.675,72	2.707,71	2.740,03
Trabajadores 15%	919,42	928,75	941,60	952,86	964,23
IR por pagar 25%	1.302,51	1.315,72	1.333,93	1.349,89	1.366,00
Reserva legal 10% por pagar	<u>390,75</u>	<u>394,72</u>	<u>400,18</u>	<u>404,97</u>	<u>409,80</u>
PATRIMONIO	12.496,73	16.443,90	20.445,71	24.495,36	28.593,35
Capital Social	8.589,21	8.589,21	8.589,21	8.589,21	8.589,21
Reserva legal 10%	390,75	785,47	1.185,65	1.590,62	2.000,41
Utilidad Neta del Ejercicio	<u>3.516,77</u>	3.552,45	3.601,62	3.644,69	3.688,19
Utilidad Acumulada Ejercicios anteriores		<u>3.516,77</u>	<u>7.069,22</u>	<u>10.670,85</u>	<u>14.315,54</u>
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	15.109,41	19.083,09	23.121,42	27.203,08	31.333,38

Elaborado por: Autores del proyecto

Como se logra observar en el estado de situación final se cuenta con un total activo de \$ 15.109,40 en el primer año ya que para los siguientes años estos se aumentarán al 1% esto nos quiere decir que para el año siguiente este se aumentará, y el patrimonio del primer año será de 15.109,41 teniendo su incremento cada año.

5.4.32. ESTADOS DE RESULTADOS

Tabla 44. *Estados de resultados*

FASE AÑO	INVERSION		OPERACIÓN			
	0	1	2	3	4	5
Ingresos por Ventas		33.600,00	33.936,00	34.275,36	34.618,11	34.964,29
(-) Gastos Operativos		13.579,08	13.714,87	13.829,15	13.956,06	14.084,24
(-) Costos de Producción		13.891,48	14.029,49	14.168,87	14.309,65	14.451,84
Utilidad antes de Imptos.		6.129,44	6.191,64	6.277,34	6.352,40	6.428,21
(-) 15% Empl. Trab.		919,42	928,75	941,60	952,86	964,23
Utilidad antes de IR		5.210,02	5.262,90	5.335,74	5.399,54	5.463,98
(-) 25% IR		1.302,51	1.315,72	1.333,93	1.349,89	1.366,00
Utilidad antes de reservas		3.907,52	3.947,17	4.001,80	4.049,66	4.097,99
(-) 10% Reserva Legal		390,75	394,72	400,18	404,97	409,80
Utilidad a distribuir		3.516,77	3.552,45	3.601,62	3.644,69	3.688,19

Elaborado por: Autores del proyecto

Se logra observar que el ingreso por ventas en el año 1 es de \$ 33.600,00, teniendo en cuenta que cada año se lleva el incremento del 1%, ya que disminuyendo los gastos tanto operativos como de producción nuestra Utilidad ante impuesto es de \$ 6.129 44 y de reserva de \$ \$3.907,52 dándonos como resultado a las utilidades a distribuir durante el año 1 es de \$ 3.516,77.

5.4.33. VAN

Tabla 45. *Van*

VAN 12% (van 1)				
AÑO	FLUJO DE EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACION	FLUJO DE EFECTIVO ACTUALIZADO	FLUJO DE EFECTIVO ACUMULADO
0	8.589,21	1,0000	-8.589,21	-8.589
1	4.745,57	0,8929	4.237,11	-4.352
2	4.781,25	0,7972	3.811,59	-541
3	4.830,42	0,7118	3.438,20	2.898
4	4.873,49	0,6355	3.097,19	5.995
5	4.916,99	0,5674	2.790,03	8.784,91

Elaborado por: Autores del proyecto

Se observa en la tabla que nuestro VAN cuenta con un flujo de efectivo positivo que nos quiere decir que nuestro proyecto si es viable logrando obtener ganancias en 2 años y medio y para el año 5 nuestras ganancias son de 8.784,91.

5.4.34. TIR

Tabla 46. *Tir*

FLUJO DE EFECTIVO	VAN 12% (van 1)			FACTOR DE ACTUALIZACION	VAN 12% (van 2)	
	FACTOR DE ACTUALIZACION	FLUJO DE EFECTIVO ACTUALIZADO	FLUJO DE EFECTIVO ACUMULADO		FLUJO DE EFECTIVO ACTUALIZADO	FLUJO DE EFECTIVO ACUMULADO
8.589,21	1,0000	8.589,21	-8.589	1,0000	-8.589,21	-8.589
4.745,57	0,8929	4.237,11	-4.352	0,8772	4.162,78	-4.426
4.781,25	0,7972	3.811,59	-541	0,7695	3.679,02	-747
4.830,42	0,7118	3.438,20	2.898	0,6750	3.260,40	2.513
4.873,49	0,6355	3.097,19	5.995	0,5921	2.885,50	5.398
4.916,99	0,5674	2.790,03	8.784,91	0,5194	2.553,73	7.952

Elaborado por: Autores del proyecto

$$TIR = \frac{0,12 + (0,12 - 0,10) \frac{8.785}{833}}$$

$$TIR = \frac{0,12 + (0,02) \frac{8.785}{833}}$$

$$TIR = 0,12 + (0,02) \frac{10,54992053}{833}$$

$$TIR = 0,12 + 0,210998411$$

$$TIR = 0,330998411$$

$$TIR = 33,10 \%$$

Como se logra observar en la tabla, el proyecto cuenta con el 33,10% esto nos quiere decir que nuestra tasa interna de retorno es muy buena ya que esto significa que la inversión es rentable, por ende, el proyecto tendrá éxito en el mercado.

5.4.35. Relación Costo Beneficio B/C

Tabla 47. *Relación costo beneficio B/C*

AÑO	INGRESOS	EGRESOS	FACTOR DE ACTUALIZACION	INGRESOS ACTUALIZADO	EGRESOS ACTUALIZADOS
0	0,00	0,00	1,0000	0,00	0,00
1	33.600,00	27.470,56	0,8929	30.000,00	24.527,29
2	33.936,00	27.744,36	0,7972	27.053,57	22.117,63
3	34.275,36	27.998,02	0,7118	24.396,52	19.928,44
4	34.618,11	28.265,71	0,6355	22.000,44	17.963,37
5	34.964,29	28.536,08	0,5674	19.839,68	16.192,14
			TOTAL	123.290,21	100.728,86

Elaborado por: Autores del proyecto

$$B/C = \frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{EGRESOS ACTUALIZADOS}}$$

$$B/C = \frac{123.290,21}{100.728,86}$$

$$B/C = 1,22$$

En la siguiente tabla se logra observar un total de ingresos actualizados de 123.290,21 y unos egresos de 100.728,86, aplicando la fórmula de costo beneficio nos refleja un total de 1,22 que nos quiere decir que el proyecto tendrá una buena viabilidad económica

5.4.36. PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 48. *Punto de equilibrio*

AÑOS	1	2	3	4	5
VENTAS	33600,00	33936,00	34275,36	34618,11	34964,29
COSTOS FIJOS	16830,16	16366,17	16523,75	16682,90	16843,64
Depreciaciones	428,80	428,80	428,80	428,80	428,80

Amortizaciones	800,00	180,00	180,00	180,00	180,00
Sueldos y beneficios legales	15.601,36	15.757,37	15.914,95	16.074,10	16.234,84
COSTOS VARIABLES	10640,40	11378,18	11474,27	11582,81	11692,44
Costos variables	10640,40	11378,18	11474,27	11582,81	11692,44
PUNTO DE EQUILIBRIO (\$)	24.629,93	24621,29	24839,05	25071,54	25306,36

Elaborado por: Autores del proyecto

En el punto de equilibrio se logra a observar que nuestro proyecto tendrá ganancias ya que en el primer año es de 24.629,93 y este aumentará al pasar de los años dándonos como resultados una buena estabilidad económica.

5.4.37. INDICADORES FINANCIEROS

Tabla 49. Razón corriente

1. Razón Corriente	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo Corriente	10038,20	15240,70	20507,83	25818,27	31177,38
Pasivo Corriente	2612,67	2639,19	2675,72	2707,71	2740,03
	3,84	5,77	7,66	9,54	11,38

Elaborado por: Autores del proyecto

Tabla 50. Indices de endeudamiento

INDICES DE ENDEUDAMIENTO						
1. Razón de Patrimonio a Pasivo						
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Patrimonio Pasivo		12496,73			24495,36	
		2612,67	16443,90	20445,71	2707,71	28593,35
			2639,19	2675,72		2740,03
		4,78	6,23	7,64	9,05	10,44

Elaborado por: Autores del proyecto**Tabla 51. Razón de pasivo a activo**

1. Razón de Pasivo a Activo						
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Pasivo Activo		2612,67	2639,19	2675,72	2707,71	2740,03
		15109,40	19083,10	23121,43	27203,07	31333,38
		0,17	0,14	0,12	0,10	0,09

Elaborado por: Autores del proyecto**Tabla 52. Margen de utilidad.**

1. MARGEN DE UTILIDAD						
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Neta Ventas Netas		3907,52			4049,66	
		33600,00	3947,17	4001,80	34618,11	4097,99
			33936,00	34275,36		34964,29
		0,12	12%	12%	12%	12%

Elaborado por: Autores del proyecto

Tabla 53. Tasa de rendimiento sobre la inversión en activos

2. TASA DE RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSION EN ACTIVOS:					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Neta	3907,52			4049,66	
Promedio de Act. Totales	15109,40	3947,17 19083,10	4001,80 23121,43	27203,07	4097,99 31333,38
	26%	21%	17%	15%	13%

Elaborado por: Autores del proyecto

Tabla 54. Tasa de rendimiento sobre la inversión de los accionistas

3. TASA DE RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSION DE LOS ACCIONISTAS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Neta	3907,52			4049,66	
Patrimonio	12496,73	3947,17 16443,90	4001,80 20445,71	24495,36	4097,99 28593,35
	31%	24%	20%	17%	14%

Elaborado por: Autores del proyecto

como se logra observar en los índices financiero los activos corrientes en nuestro primer año es de 10038,20 esto dándonos como resultado un total de 3,84 que nos quiere decir que la razón corriente del primer año cuenta con un total valor beneficioso favorable para el proyecto. En la razón de endeudamiento nos damos cuenta que nuestro patrimonio es mucho mayor que el pasivo que quiere decir que podemos cubrir las deudas, en los márgenes de utilidad se mantendrá con el 12% constante en cada jornada de los años, en la tasa de

rendimiento en el primer años se cuenta con el 26% que nos quiere decir que nuestros activos se encuentra de una manera favorable para la empresa, pero los siguientes años disminuyen que nos quiere decir que hay que analizar los posibles riesgo que enfrenta la empresa en los posibles años.

5.5.Limitantes de la Propuesta

5.5.1. Requisitos legales

Para la creación de la microempresa “Mishelblat” dedicada a la elaboración y comercialización de crepes de harina de trigo en el Cantón La Maná, periodo 2024.

5.5.1.1. RUC (Registro Único Contribuyente)

Es una regla que debe cumplir la microempresa o la persona que se dedica a la venta o prestación de servicio.

Es un elemento que tiene por función identificar y registrar a los participantes con fines impositivos para facilitar la información a la dirección tributaria. En el Ecuador sirve para realizar alguna actividad económica, a la identificación de las personas ya sea natural o jurídica que sean bienes por los cuales se deben pagar impuestos al SRI.

- Acudir al centro de atención SRI.
- Solicitar un turno.
- Esperar a que sea su turno para poder ser atendido.
- Acercarse a la ventanilla de atención al cliente.
- Presentar todos los requisitos y documentos.
- Recibir la constatación.

5.5.2. Gad Municipal

Patente municipal

Es muy importante que toda actividad económica obtenga la patente municipal donde deberán cumplirse con los siguientes requisitos:

- Entregar el registro único contribuyente con la última actualización.
- Entregar la copia de la cédula y certificado de votación del propietario de la empresa.

- Entregar formulario de la patente comercial para personas naturales jurídicas y extranjeras.
- Datos generales y ubicación de la empresa o local comercial.

5.5.3. Bomberos

Permiso del cuerpo de bomberos del Cantón.

Para obtener el permiso del cuerpo de bomberos se deben cumplir con los siguientes requisitos:

- Copia de la cédula y papeleta de votación del solicitante.
- Entregar documentos de registro único contribuyente (RUC).
- Factura con el código del extintor.
- Realizar pago de la tasa anual que según la actividad comercial está entre 12 a 55 dólares.

5.5.4. ARCSA (Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria).

La persona sea natural, jurídica o extranjera para poder solicitar por primera vez un permiso de funcionamiento se deberá Adjuntar un documento PDF al sistema informático lo siguiente:

- Recibo de pago cuando corresponda después de haber completado la solicitud y adjuntar los requerimientos exigidos.

CONCLUSIONES

- Mediante el estudio técnico se logró conocer el nivel de aceptación que tuvo nuestro producto “crepes”, el cual fue de 98% de la población del Cantón La Maná, lo cual fue el complemento necesario para continuar con el proyecto, es una de las principales fortalezas para la realización del mismo.
- El estudio de la viabilidad técnica nos permitió identificar la localidad de la microempresa, el tamaño del proyecto el cual fue instalado para elaborar un promedio de 800 unidades al mes, la localización fue estratégica dentro del centro del Cantón La Maná, lo que ayudo a que las ventas sean beneficiosas, permitiendo generar los ingresos deseados para obtener rentabilidad, ayudando a mejorar la economía del sector.
- El estudio económico financiero, gracias a esto se puede determinar los costos de cada uno de los materiales, insumos, mano de obra y otros gastos que se incurrieron para la elaboración y comercialización de las crepes.

RECOMENDACIONES

- Realizar una investigación profunda del tema para así saber con exactitud cada uno de los factores que conlleva al momento de plantear una idea a investigar.
- Realizar una encuesta donde incluye la población del lugar donde se va a implementar la microempresa para poder medir el nivel de factibilidad que tendrá el proyecto y así poder ejecutar la idea.
- Analizar cada uno de los datos que se consiguen mediante el estudio de mercado para así saber si nuestro proyecto tendrá ganancia a futuro o pérdida.

Bibliografía

- Arias, E. R. (1 de Agosto de 2021). Tipos de administración. *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-administracion.html>
- Benalcázar, W. (2021). Agricultores carchenses reviven la producción del trigo nacional. *EL COMERCIO*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/agricultores-carchi-produccion-trigo-sierra.html>
- Bueno Campos, E. (2022). *Introducción a la organización de empresas*. Madrid. España: Centro de Estudios Financieros (CEF). Obtenido de <https://udimundus.udima.es/handle/20.500.12226/1400>
- Chiavenato, I. (2019). *Introducción a la teoría general de la administración*. Ciudad de Mexico: Mc Graw Hill miembro de la cámara nacional de la industria editorial mexicana, Reg. Núm. 736.
- Chiavenato, I. (2019). *Introducción a la teoría general de la administración*. Ciudad de Mexico: Mc Graw Hill miembro de la cámara nacional de la industria editorial mexicana Reg. Núm. 736.
- Chiavenato, I. (2019). *Introducción a la teoría general de la administración*. Ciudad de Mexico: Mc Graw Hill miembro de la cámara nacional de la industria editorial mexicana, Reg. Num 736.
- Chiavenato, I. (2019). *Introducción de la teoría general de la administración*. Ciudad de Mexico: Mc Graw Hill miembro de la cámara nacional de la industria editorial mexicana, Reg. Núm. 736.
- COYAGO, D. C. (2019). "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA, Previo a la obtención del título de LICENCIADA EN GESTIÓN GASTRONÓMICA. *Proyecto de factibilidad para la creación de una crepería, utilizando harinas saborizadas, en la ciudad de Santo Domingo, provincia de Santo Domingo de los tsáchilas, 2018*. ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO, RIOBAMBA, Ecuador. Obtenido de <http://dspace.epoch.edu.ec/handle/123456789/11835>
- Cruz Montero, J. M., Guevara Gómez, H. E., Flores Arocutipa, J. P., & Ledesma. (2020). Áreas de conocimiento y fases clave en. *Revista Venezolana de Gerencia*, 684. Obtenido de [file:///C:/Users/Personal/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/4DAKXXRR/29063559017\[1\].pdf](file:///C:/Users/Personal/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/4DAKXXRR/29063559017[1].pdf)
- Cuba, I. N. (2001). EL CULTIVO DEL TRIGO. ALGUNOS RESULTADOS. *Cultivos Tropicales*, 55.
- Gabriela Roxana Campuzano-Jama, M. K.-A.-C. (2021). Microempresa: Iniciativa de nuevos productos Post- Covid 19 en el cantón Pedro Carbo. *Polo Del Conocimiento*. Obtenido de <file:///C:/Users/Personal/Downloads/Dialnet-Microempresa-7927018.pdf>
- Galán, J. S. (2020). Estudio de mercado. *Economipedia*. Obtenido de https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-mercado.html#google_vignette
- García, B. (2020). ¿Estudio Organizacional u Organización del Estudio? *UNTREF*. Obtenido de <https://proyectosuntref.wixsite.com/proyectos/post/estudio-organizacional-u-organizaci%C3%B3n-del-estudio>

- Gricel Garzón Ferrer, G. d. (2021). El estudio de factibilidad y su impacto en la toma de decisiones del proceso inversionista. *Revista Científica Agroecosistemas*. Obtenido de <https://aes.ucf.edu.cu/index.php/aes/article/view/425>
- H. B. (2021). Harina de trigo: características principales. *HOSTELERÍA BENIDORM*, 1.
- Herrera, J. F. (2020). Teoría de Fayol, funciones y principios de administración. *Lean Construction México*. Obtenido de <https://www.leanconstructionmexico.com.mx/post/teor%C3%ADa-de-fayol-funciones-y-principios-de-administraci%C3%B3n>
- INEN, I. E. (2013). *CPE INEN 3194: Código de práctica para limpieza, desinfección y esterilización de establecimientos de salud*. Quito: INEN.
- Kirberg, A. S. (2022). *Emprendimiento exitoso: Cómo mejorar su proceso y gestión*. Colombia: ecoe Ediciones . Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=WVSGEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR19&dq=libro+de+emprendimiento+&ots=Klb8FwHYlo&sig=UdH67kuTYgxTmcpPBoihgIS1hI4#v=onepage&q=libro%20de%20emprendimiento&f=false>
- López, J. (2023). ¿Qué son las crepas? *Cómo Hacer Crepas.com.mx*. Obtenido de <https://www.comohacercrepas.com.mx/que-es-una-crepa/>
- Luné. (2019). El origen del crepé. *Luné lover*, 1.
- Maria Dolores Sifre, M. P. (2019). La Harina. *UNIVERSITAT PER A MAJORS*, 5. Obtenido de [file:///C:/Users/Personal/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/4DAKXXRR/LA-HARINA%20\(1\)\[1\].pdf](file:///C:/Users/Personal/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/4DAKXXRR/LA-HARINA%20(1)[1].pdf)
- Maria Dolores Sifre, M. P. (2019). La Harina. *UNIVERSITAT PER A MAJORS*, 8. Obtenido de [file:///C:/Users/Personal/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/4DAKXXRR/LA-HARINA%20\(1\)\[1\].pdf](file:///C:/Users/Personal/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/4DAKXXRR/LA-HARINA%20(1)[1].pdf)
- María, A. (2022). Cómo hacer CREPES (masa de crepes y varias recetas fáciles). *PequeRecetas*. Obtenido de <https://www.pequerecetas.com/receta/como-hacer-crepes/>
- Pérez, A. (2021). Estudio financiero: en qué consiste y cómo llevarlo a cabo. *OBS Business School*. Obtenido de <https://www.obsbusiness.school/blog/estudio-financiero-en-que-consiste-y-como-llevarlo-cabo#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20un%20estudio%20financiero,total%20del%20proceso%20de%20producci%C3%B3n>
- Plotinsky, B. y. (julio de 2013). *scielo*. Obtenido de scielo: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009
- Quiñónez Guagua, C. C. (2020). Gestión y comercialización: Pequeñas y. *Revista Dde Ciencias Sociales*, 198. Obtenido de <file:///C:/Users/Personal/Downloads/Dialnet-GestionYComercializacion-7565476.pdf>
- SCHILIRO, D. G. (2021). DISEÑO, EVALUACIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS. *UNTREF*. Obtenido de <https://proyectosuntref.wixsite.com/proyectos/post/estudio-t%C3%A9cnico-de-proyecto>

- Tamayo, y. T. (2008). *Metodología de la investigación*. México: Editorial Limusa.
- Taylor, F. (2019). *Introducción de la teoría general de la administración*. Ciudad de Mexico: Mc Graw Hill miembro d ela cámara nacional de la industria editorial Mexicana Reg. Núm. 736.
- TOLEDO, A. T. (2021). PLAN DE MARKETING PARA LA MICROEMPRESA MR. CREPE UBICADA, TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE. *Plan de marketing para la microempresa Mr. Crepe ubicada en el Sur del DMQ*. PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR-MATRIZ, QUITO SUR, ECUADOR. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec:80/handle/22000/18808>
- Trujillo Ruales, Y. I. (2022). *DETERMINACIÓN DE LA CALIDAD NUTRITIVA DE UN CREPE*. Riobamba: Escuela Superior Politécnica Chimborazo.
- Zendesk. (2023). Gestión de proyectos: 5 pilares para tener éxito en 2023. *Blog de Zendesk*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/gestion-proyectos-que-es/>

Menú

MISHELBLAT

CREPES DULCES

CREPEFRES

- FRESA
- Banano
- Nutella



CRE DURANUEZ

- Durazno
- Nuez
- Nutella



CREPES SALADAS.

CREDECARNE

- Carne molida
- Jamón
- Crema de queso
- Mayonesa
- Lechuga
- Pimiento



CREDEPOLLO

- Pollo
- Tocino
- Crema de queso
- Mayonesa
- Lechuga
- Pimiento





