



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

TÍTULO:

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE UNA
CAFETERÍA PASTELERÍA EN LA CIUDAD DE ESMERALDAS**

AUTOR:

PATRICIO GONZALO OBREGON OCHOA

**Trabajo de Titulación previo a la Obtención del Título de:
INGENIERO COMERCIAL**

TUTOR: ING. CAROLA MENA LUXARI, MGS

Guayaquil, Ecuador, 2016



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por,
PATRICIO GONZALO OBREGON OCHOA, como requerimiento parcial para la
obtención del Título de Ingeniería Comercial.

TUTOR (A)

Ing. Carola Mena Luxari, Mgs

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. Georgina Balladares

Guayaquil, Marzo, 2016



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Patricio Gonzalo Obregón Ochoa

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Proyecto De Factibilidad Para La Instalación De Una Cafetería Pastelería En La Ciudad De Esmeraldas** previo a la obtención del Título **de Ingeniería Comercial**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, Marzo, 2016

EL AUTOR

PATRICIO GONZALO OBREGON OCHOA



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, **PATRICIO GONZALO OBREGON OCHOA**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Proyecto de Factibilidad Para La Instalación De Una Cafetería Pastelería En La Ciudad De Esmeraldas**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, Marzo, 2016

EL AUTOR:

PATRICIO GONZALO OBREGON OCHOA

AGRADECIMIENTO

Quiero empezar agradeciendo a Dios y a la Virgen del Quinche por darme esta oportunidad de cumplir una meta más en mi vida.

Agradezco a mi esposa por ser ese pilar fundamental y brindarme ese apoyo incondicional, a mis hijos por ser el motor de mi vida sin ellos no tendría las fuerzas suficientes para lograrlo, a mis padres por estar siempre ahí en cada momento de mi vida, a mi hermano y a todas las personas que de una u otra manera estuvieron ahí apoyándome en este camino tan duro pero hermoso como es la universidad.

También tengo que agradecer a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil por darme la oportunidad de educarme y culminar mis estudios superiores aquí.

Un agradecimiento a todos y cada uno de los profesores y tutores que estuvieron a lo largo de esta carrera profesional y de manera especial a la Ing. Carola Mena Luxari por su desempeño y preocupación por sus alumnos ojala ese ejemplo siguieran todos.

A mis amigos que supieron comprender esos momentos que no podía compartir con ellos por motivos de mis estudios, a todos muchas gracias.

GONZALO OBREGON OCHOA

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado a mis hijos que son el principal motivo de superación, para ellos el ejemplo que deben seguir en su vida para ser personas de bien, los adoro siempre serán para mí lo más importante de mi vida.

GONZALO OBREGON OCHOA



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

CALIFICACIÓN

**Ing. Carola Mena Luxari, Mgs
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR**

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I	
GENERALIDADES DEL PROYECTO	
1.1. Antecedentes.....	2
1.2. Planteamiento del Problema.....	3
1.3. Justificación.....	3
1.4. Pregunta de la Investigación.....	5
1.5. Objetivos.....	5
1.5.1. Objetivo General.....	5
1.5.2. Objetivo Específico.....	5
CAPÍTULO II	
MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	
2.1. Marco Teórico.....	6
2.1.1. Desempleo.....	6
2.1.2. Emprendedor.....	7
2.1.3. Estudio de Mercado.....	7
2.1.4. Estudio de Factibilidad.....	8
2.1.5. Determinación de la Factibilidad.....	8
2.1.6. Rentabilidad.....	11
2.1.7. Rentabilidad Económica.....	11
2.1.8. Costo de oportunidad.....	12
2.1.9. Demanda.....	12
2.1.10. Depreciación.....	12
2.1.11. Oferta.....	13
2.1.12. Periodo de Recuperación.....	13
2.1.13. Tasa Interna de Retorno (TIR)	13
2.1.14. Valor Actual Neto (VAN)	14
2.1.15. Descripción y alcance del proyecto.....	14
2.2. Marco Legal.....	15
CAPÍTULO III	
ESTUDIO DEL MERCADO	

3.1.	Estudio de Mercado.....	19
3.2.	Objetivos de la investigación de mercado.....	20
3.3.	Segmentación del mercado.....	20
3.4.	Análisis de la demanda.....	20
3.4.1.	Perfil del cliente.....	21
3.4.2.	Demanda real y potencial.....	21
3.5.	Análisis de la oferta.....	22
3.6.	Descripción de las instalaciones de la cafetería pastelería.....	23
3.7.	Encuestas.....	23
3.8.	Análisis de la Información.....	24
3.9.	Conclusiones del Mercado.....	38
3.10.	Demanda insatisfecha.....	39
3.11.	Análisis de FODA.....	39
3.12.	Estrategias de ventas.....	41
3.13.	Estrategias de precios.....	41
3.14.	Canales de distribución.....	43
CAPÍTULO IV		
ESTUDIO TÉCNICO		
4.1.	Antecedentes.....	45
4.2.	Inversión total.....	45
4.2.1.	Capital de Operación.....	46
4.2.2.	Activos fijos.....	47
4.2.2.1.	Presupuesto adecuación del local.....	48
4.2.2.2.	Equipos del local.....	48
4.2.2.3.	Maquinaria y equipo de la planta industrial.....	48
4.2.2.4.	Vehículos.....	50
4.2.2.5.	Implementos de la planta industrial.....	50
4.2.2.6.	Muebles de oficina.....	50
4.2.2.7.	Equipos de computación.....	51
4.2.2.8.	Equipos de oficina.....	51
4.2.2.9.	Implementos del local.....	51
4.3.	Propuesta administrativa.....	51
4.4.	Organigrama Estructural.....	52

4.5.	Descripción de tareas del personal.....	52
4.6.	Nombre y logo de la planta industrial.....	55
4.7.	Nombre y logo de la cafetería-pastelería.....	55
4.8.	Localización del proyecto.....	56
4.9.	Tamaño del local.....	57
4.10.	Ingeniería del proyecto.....	58
4.11.	Capacidad instalada del proyecto.....	58
4.12.	Capacidad instalada de la planta industrial.....	59
4.13.	Capacidad instalada de la cafetería-pastelería.....	59
4.14.	Descripción de instalaciones, procesos y producto.....	59
4.15.	Planos de la planta como del local	60
4.16.	Descripción de los bienes y servicios.....	63
4.17.	Panes.....	64
4.18.	Productos de dulce.....	72
4.19.	Cafés.....	75
4.20.	Jugos y batidos.....	76
4.21.	Ingresos.....	77
4.22.	Costos de producción.....	80
CAPITULO V		
ESTUDIO FINANCIERO		
5.1.	Flujo de Caja.....	84
5.2.	Viabilidad financiera del proyecto.....	86
5.2.1.	Evaluación Financiera.....	86
5.2.2.	Valor actual neto (VAN)	86
5.3.	Tasa interna de retorno (TIR)	87
5.4.	Punto de equilibrio.....	88
5.5.	Rentabilidad beneficio – costo.....	89
5.6.	Resumen de índices financieros.....	89
5.7.	Estados financieros.....	90
5.7.1.	Estado de resultados.....	90
5.7.2.	Estado de situación inicial.....	91
5.7.3.	Estado de situación final.....	92
5.8.	Indicadores financieros.....	92

5.8.1. Rotación del activo fijo.....	93
5.8.2. Rotación de ventas.....	93
5.8.3. Rentabilidad Neta del Activo.....	93
5.9. Margen Bruto.....	94
5.9.1. Margen Operacional.....	94
5.9.2. Rentabilidad Neta de Ventas (Margen Bruto).....	95
5.9.3. Rentabilidad Sobre Patrimonio.....	95
5.10. Conclusiones del estudios Financiero.....	96
Conclusiones	97
Recomendaciones	98
Bibliografía	99
Anexos	102

ÍNDICE DE TABLAS

TABLAS	Nº		PÀG.
Tabla	1	Qué degustar a la media mañana y en la tarde.....	24
Tabla	2	Los acompaña con café o jugo.....	25
Tabla	3	Donde los consume.....	26
Tabla	4	Con qué frecuencia los consume.....	27
Tabla	5	Promedio que usted gasta, en estos productos.....	28
Tabla	6	Cómo calificaría usted el servicio de los locales.....	29
Tabla	7	Demandaría que le ofrezcan estos locales.....	30
Tabla	8	Qué servicios le gustaría.....	31
Tabla	9	¿Asistiría Usted a una cafetería-pastelería.....	32
Tabla	10	Profesión u ocupación.....	33
Tabla	11	Sexo.....	34
Tabla	12	Sector donde vive.....	35
Tabla	13	En su sector si existen locales que vendan estos productos.....	36
Tabla	14	Edad.....	37
Tabla	15	Estado Civil.....	38
Tabla	16	Matriz del FODA.....	40
Tabla	17	Inversión.....	46
Tabla	18	Financiamiento.....	46
Tabla	19	Capital.....	47
Tabla	20	Activos Fijos.....	47
Tabla	21	Presupuesto adecuación del local.....	48
Tabla	22	Equipos del local.....	48
Tabla	23	Maquinaria y equipo de la planta industrial.....	49
Tabla	24	Vehículos.....	50
Tabla	25	Implementos de la planta industrial.....	50
Tabla	26	Muebles de oficina.....	50
Tabla	27	Equipos de computación.....	51
Tabla	28	Equipos de oficina.....	51

Tabla	29	Implementos del local.....	51
Tabla	30	Descripción de tareas del personal.....	52
Tabla	31	Operativo.....	53
Tabla	32	Reglamento Interno.....	54
Tabla	33	Pan de Cebolla.....	64
Tabla	34	Croissant.....	65
Tabla	35	Pan Brioche.....	65
Tabla	36	Pan Baguette.....	66
Tabla	37	Pan de Mantequilla.....	66
Tabla	38	Pan de Coco.....	67
Tabla	39	Pan de Ajonjolí.....	67
Tabla	40	Masa de Hojaldre.....	68
Tabla	42	Pan Enrollado.....	68
Tabla	43	Pan Injerto.....	69
Tabla	44	Pan de Maíz.....	69
Tabla	45	Pan de Leche.....	70
Tabla	46	Pan Reventado.....	70
Tabla	47	Pan de Hamburguesa.....	71
Tabla	48	Pan de Agua.....	71
Tabla	49	Pasteles de pollo.....	72
Tabla	50	Pasteles de carne.....	72
Tabla	51	Torta de Chocolate.....	73
Tabla	52	Torta de Piña.....	73
Tabla	53	Torta de Naranja.....	73
Tabla	54	Torta de Choconuez.....	74
Tabla	55	Café Americano.....	75
Tabla	56	Café Expreso.....	75
Tabla	57	Café Pintado.....	76
Tabla	58	Jugos.....	76
Tabla	59	Batidos.....	76
Tabla	60	Capacidad Instalada.....	77
Tabla	61	Capacidad Ocupacional.....	78
Tabla	62	Ingresos totales.....	79

Tabla	63	Materia Prima Directa.....	80
Tabla	64	Materia Prima Indirecta.....	81
Tabla	65	Mano de Obra Directa.....	81
Tabla	66	Mano de Obra Indirecta.....	81
Tabla	67	Costos Indirectos.....	82
Tabla	68	Gastos Administrativos y Generales.....	82
Tabla	69	Gastos de Ventas.....	82
Tabla	70	Depreciaciones.....	83
Tabla	71	Flujo de Caja.....	85
Tabla	72	VAN.....	87
Tabla	73	TIR.....	87
Tabla	74	Punto de Equilibrio.....	88
Tabla	75	Resumen de Índices Financieros.....	89
Tabla	76	Estado de Resultados.....	90
Tabla	77	Estado de Situación Inicial.....	91
Tabla	78	Estado de Situación Final.....	92
Tabla	79	Indicadores Financieros.....	92

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICOS	Nº		PÁG.
Gráficos	1	Qué degustar a la media mañana y en la tarde.....	24
Gráficos	2	Los acompaña con café o jugo.....	25
Gráficos	3	Donde los consume.....	26
Gráficos	4	Con qué frecuencia los consume.....	27
Gráficos	5	Promedio que usted gasta, en estos productos.....	28
Gráficos	6	Cómo calificaría usted el servicio de los locales.....	29
Gráficos	7	Demandaría que le ofrezcan estos locales.....	30
Gráficos	8	Qué servicios le gustaría.....	31
Gráficos	9	Asistiría Usted a una cafetería-pastelería.....	32
Gráficos	10	Profesión u ocupación.....	33
Gráficos	11	Sexo.....	34
Gráficos	12	Sector donde vive.....	35
Gráficos	13	En su sector si existen locales que vendan estos productos.....	36
Gráficos	14	Edad.....	37
Gráficos	15	Estado Civil.....	38

RESUMEN

El objetivo general de la presente indagación consistió en elaborar un estudio de factibilidad para la instalación de una cafetería pastelería en el Cantón Esmeraldas que brinde todos los servicios y confort a los clientes, con una infraestructura moderna. Los objetivos específicos permitieron efectuar un análisis de mercado de productos y servicios para determinar la necesidad, así como elaborar una propuesta de estructura organizacional para el manejo de la actual panadería mediante la instalación de una cafetería-pastelería, tomando en consideración los aspectos legales, técnicos, logísticos, ambientales, y financieros que permitan elaborar el estudio para determinar la rentabilidad económica del proyecto. En el desarrollo de la investigación se aplicó el tipo de cuali-cuantitativo, con el apoyo de los métodos inductivo-deductivo, y estadísticos, utilizando las técnicas de la observación directa y la encuesta, mediante la investigación de campo se analizó que el 91% de los usuarios manifestaron que si asistirían a una cafetería pastelería que le permita satisfacer sus necesidades, esta investigación concluyó manifestando que después de realizar el estudio financiero se pudo obtener que el VAN del proyecto será 5,83% y el TIR de 74,97%, lo que genera adquirir un buena rentabilidad productiva que favorece la invención que se realizará para ejecutar el proyecto de la instalación de la cafetería-pastelería en el cantón Esmeraldas.

Palabras claves: Estudio de factibilidad, estudio financiero, cafetería-pastelería, mercado, VAN, TIR

ABSTRACT

The overall objective of this investigation is to develop a feasibility study for the installation of a bakery cafe in Canton Esmeraldas to provide all services and comfort to customers, with a modern infrastructure. The specific objectives allowed an analysis of market products and services to determine the need and develop a proposed organizational structure for managing the current bakery by installing a cafe-bakery, taking into consideration the legal, technical, logistical, environmental, and financial capabilities to produce the study to determine the economic viability of the project. In developing research the type of qualitative and quantitative applied, with the support of the inductive and deductive methods, and statistical, using the techniques of direct observation and survey, through field research analyzed that 91% of users said that if you attend a pastry café necessary to meet your needs, this research concluded by stating that after financial studies could be obtained that the VAN of the project will be 5,83% and 74,97% TIR , generating purchase a good productive profitability that favors the invention will be made to implement the project of installing the cafe-bakery in the canton Esmeraldas.

Keywords: feasibility study, financial study, cafe-bakery, market, VAN, TIR

INTRODUCCIÓN

En la actualidad en la ciudad de Esmeraldas no existe un lugar cómodo y acogedor que brinde los servicios de cafetería -pastelería, y que satisfaga las expectativas que tienen los usuarios que con frecuencia visitan estos lugares.

El trabajo de investigación está compuesto por los siguientes capítulos:

Capítulo primero, se expone los antecedentes, planteamiento del problema, justificación, y objetivos generales y específicos del proyecto. Capítulo segundo, comprender el marco teórico y bases legales que fundamentan la investigación exponiendo las diferentes teorías y leyes relacionadas a la temática investigada.

Capítulo tercero, expone el estudio del mercado, objetivos del mercado, segmentación, análisis de los resultados de la investigación de campo, demanda insatisfecha, estrategias de ventas, precios, canales de distribución. Capítulo cuatro, comprende el aspecto técnico del proyecto, es decir, la macro y micro localización del local, la distribución de las instalaciones, la descripción del proceso y detallar los recursos y materiales necesarios para la ejecución del proyecto.

Capítulo Quinto, estudio financiero calcular la rentabilidad, la capacidad de producción e ingresos ya determinados, que proporcionaría al inversionista.

Se finaliza la investigación con las conclusiones y recomendaciones de la investigación, la bibliografía utilizada y los anexos exponiendo los instrumentos aplicados en la investigación de campo.

CAPÍTULO I

GENERALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. ANTECEDENTES

En los actuales momentos la actividad de cafetería y la venta de postres se han convertido en el gusto diario de la población esmeraldeña y ha pasado a ocupar un lugar importante en la dieta diaria como forma de degustación de estos productos en la media mañana y media tarde.

Como consecuencia de esta nueva forma de degustar entre comidas, la demanda de lugares donde se vendan estos productos ha crecido de forma desorganizada y sin prestar todos los servicios que requieren los clientes.

Es por tal motivo que nuestra panadería que abrió sus puertas por el año 2002 como panificadora elaborando pan industrial, pasó a ser una planta industrial de la rama de la panificación en la provincia y cantón de Esmeraldas. En sus inicios sólo se elaboraba pan industrial como habíamos referido anteriormente, llegamos a cubrir gran parte del territorio provincial con cuatro rutas establecidas que se visitaban diariamente con productos de calidad y el servicio que nos caracteriza, las rutas eran cubiertas por tres vehículos que empezaban sus labores muy temprano en la mañana (4:00 am) para distribuir toda la producción que se realizaba el día anterior, se llegó a elaborar hasta 20 quintales de harina en dos turnos diarios, toda esta producción se podía lograr gracias a la adquisición de equipos industriales que hoy forman parte de la inversión inicial de la planta.

Con el pasar de los años fuimos incursionando en diferentes líneas de esta linda rama del sector alimenticio como es la elaboración de postres, tortas y bocaditos , se nos brindó todo el asesoramiento de empresas proveedoras de los diferentes productos relacionados con esta industria, donde poco a poco fuimos abriendo

nuestro nicho de mercado, una vez que contábamos con diferentes productos para ofrecer a nuestra clientela y la aceptación de los mismos que son comercializados en un punto de venta instalado en la planta industrial, vemos la necesidad de instalar la cafetería-pastelería, un lugar diferente, comfortable para degustar ya sea un postre, un bocadito acompañado de un delicioso café o un jugo.

Tenemos muchos clientes que demandan un lugar que les de la comodidad y satisfacción de degustar nuestros productos en un ambiente diferente al que hoy les brinda la competencia, ya que hoy en día en la ciudad y cantón de Esmeraldas no existe cafetería alguna con todos los servicios mencionados.

La comercialización de estos productos (café – pastelería), se da de forma cotidiana y regular en diferentes sitios de la ciudad, pero estos no satisfacen la demanda insatisfecha a la que vamos a cubrir.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la ciudad de Esmeraldas no hay un lugar con las características adecuadas para degustar un buen café caliente o helado acompañado de un buen postre o un bocadillo de sal. No se cuenta con un espacio en donde se brinde la satisfacción de consumir productos de calidad y de manera agradable. Por eso vemos la necesidad de aportar a la comunidad esmeraldeña con la instalación de esta cafetería-pastelería y con esto satisfacer a la ciudadanía de servicios y productos de sal y dulce de primera, en un local comfortable. Normalmente las personas frecuentan diferentes lugares que ofertan este tipo de servicio, pero estos no brindan la comedia que el usuario necesita, es por eso la necesidad de aperturar un local que ofrezca los servicios de cafetería-pastelería para cubrir la demanda insatisfecha.

1.3. JUSTIFICACIÓN

Podemos determinar que la dieta de la población que vive en el Cantón Esmeraldas, ha ido cambiando en el tiempo, sea esta por costumbres adquiridas de

la población flotante que visita el Cantón y los migrantes que regresan a su tierra sea por vacaciones o a vivir.

La gran publicidad que induce a la gente al consumo de degustar una buena taza de café y de consumir un buen postre para acompañar el café, como también se lo puede hacer con un pastel de sal. Este tipo de consumo se está ya convirtiendo en una costumbre de la población esmeraldeña de consumirlo a las diez de la mañana y desde las cuatro de la tarde en adelante.

Por este aumento en la demanda de café, postres y pasteles de sal, se han instalado en diversos puntos del Cantón algunas pastelerías sin productos de sal, también vemos panaderías que venden postres, algunos de estos locales por la demanda de los clientes venden café soluble y las mesas están ubicadas en las veredas de los locales. Además se ve la venta de postres y pasteles en forma ambulante e informal.

Existe una demanda creciente de personas que desean consumir un buen café pasado y en unos días poder elegir un postre y otros días un pastel de sal, pero la oferta de estos productos en la actualidad se da de forma muy rudimentaria sin los productos completos y que se pueda brindar un ambiente cómodo y acogedor a los clientes, ya que prácticamente las pastelerías que en la actualidad venden también café prácticamente lo hacen en la calle ya que las mesas para los clientes están puestas en las veredas y ubicados los locales en sitios de alto tráfico peatonal o en paradas de buses, convirtiendo el servicio en uno de muy mala calidad.

Con la apertura de una cafetería pastelería se promueve la visita de turistas que buscan sitios confortables para degustar postres y pasteles de sal, con un buen café pasado, de esta manera promover productos que son propios de nuestra zona.

Al contar con una panadería pastelería ya instalada, con las maquinarias y equipos para elaborar postres y pasteles de sal, y al ver la necesidad de una cafetería y pastelería con todos los servicios antes detallados, nace la idea de iniciar este emprendimiento de instalar un punto de venta de los productos que elaboramos en los talleres de la panadería, generando más plazas de empleo.

1.4. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Es viable y factible la creación de una cafetería-pastelería en el Cantón Esmeraldas?

Para contestar esta pregunta, se plantearon los siguientes objetivos:

1.5. OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.5.1. OBJETIVO GENERAL

Elaborar un estudio de factibilidad para la instalación de una cafetería pastelería en el Cantón Esmeraldas que brinde todos los servicios y confort a los clientes, con una infraestructura moderna.

1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Efectuar un análisis de mercado de productos y servicios para determinar la necesidad de instalar una pastelería cafetería en el Cantón Esmeraldas.
- Elaborar una propuesta de estructura organizacional para el manejo de la actual panadería con la instalación de la cafetería y pastelería, tomando en consideración aspectos legales, técnicos, logísticos, ambientales, y de seguridad laboral.
- Elaborar un estudio financiero para determinar la rentabilidad económica de instalar una cafetería pastelería.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. Desempleo

Para (Marx Carlos, 1818-1883) considera que el desempleo se genera por la producción y reproducción de capital y a su vez a la acumulación del capital, esto genera en la población desempleos crónicos, flotantes e intermitentes, pues esta producción, reproducción y acumulación del capital genera ejércitos industriales de reserva, que son la mano de obra disponible para el proceso de producción capitalista. La solución según Marx, el Estado debe regular y distribuir los recursos, con participación del proletariado del proletariado o de los obreros para realizar una producción planificada.

De acuerdo al criterio de este autor comparto la idea de puesto que desde mi punto de vista el desempleo es la falta de una fuente de trabajo que permita generar el ingreso económico para satisfacer las necesidades básicas del hogar como son salud, alimentación, educación, vestimenta y vivienda.

Por lo general cuando se vive una decadencia transitoria que no permite el incremento del ingreso económico en la familia debido a la disminución de la demande de empleo, producción, inversión y el crecimiento de la inflación.

En el momento que se da una situación en la que el número de personas que demanda empleo sobrepasa las ofertas de trabajo existentes, debido a que los elevados salarios reales atraen a un mayor número de desempleados a buscar trabajo e imposibilitan a las empresas ofrecer más empleo.

El desempleo afecta en nuestros días a gran cantidad de personas en todo el mundo. Sin embargo, pese a que puede parecer algo muy simple de comprender,

el paro, en realidad, es un problema muy complejo que debe ser explicado de manera clara y concisa.

2.1.2. Emprendedor

(DRUCKER, 2013), dice: “Un emprendedor busca el cambio, responde a él y explota sus oportunidades. La innovación es una de las herramientas del emprendedor”.

(DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA, 2013) define así la palabra emprendedor: *“Persona que emprende con resolución acciones dificultosas y azarosas”*.

Considero que un emprendedor una persona que busca la manera de generar un ingreso económico, mediante la ejecución de actividades productivas que permitan incrementar la económica de la familia.

Una de las cualidades que identifican a un emprendedor, es el ser creativo, y transformados de las ideas de lo que pretende ejecutar, apropiándose en ser la primera persona en hacerlo.

2.1.3. Estudio de mercado

Según (MIRANDA, 2005, pág. 86) “El estudio de mercado utiliza una serie de técnicas útiles para obtener información del medio que rodea al proyecto, que le permita pronosticar las tendencias futuras de su comportamiento”.¹

Uno de los problemas más críticos en el estudio de proyectos es la determinación de su mercado, tanto por el hecho de que aquí se define la cuantía de su demanda e ingresos de operación, como por los costos e inversiones implícitos.

El estudio de mercado es más que el análisis y determinación de la oferta y demanda o de los precios del proyecto. Muchos costos de operación pueden

¹ Miranda (2005, p.86)

preverse simulando la situación futura y especificando las políticas y procedimientos que se utilizarán como estrategia comercial. Pocos proyectos son los que explican, por ejemplo, la estrategia publicitaria, la cual, tiene en muchos casos una fuerte repercusión, tanto en la inversión inicial, cuando la estrategia de promoción se ejecuta antes de la puesta en marcha del proyecto, como en los costos de operación, cuando se define como un plan concreto de acción.

2.1.4. Estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto y corresponde a la última fase de la etapa pre-operativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto. Se formula con base en información que tiene la menor incertidumbre posible para medir las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión, apoyándose en él se tomará la decisión de proceder o no con su implementación. (MIRANDA, 2005)

Mediante el estudio de factibilidad podemos conocer si nuestro proyecto será factible tanto social, ambiental y económico.

2.1.5. Determinación de la factibilidad.

Una vez que la cantidad de proyectos se ha acertado de acuerdo con los criterios tratados anteriormente, todavía es necesario determinar si los proyectos seleccionados son factibles. Nuestra definición de factibilidad va mucho más allá del uso común del término.

Para los proyectos de sistemas, la factibilidad es valorada en tres formas principales:

1. Operacional.
2. Técnica.
3. Económicamente.

Un proyecto deber ser factible en las tres formas para merecer un desarrollo posterior.

El estudio de la factibilidad no es un estudio de sistema completo. En vez de ello, se usa al estudio de factibilidad para recopilar datos burdos para la administración, para que a su vez les permitan tomar una decisión sobre si deben continuar con el estudio del sistema.

- **2.1.5.1. Factibilidad comercial.** En factibilidad comercial relacionada con proyectos es importante saber respeto de la aceptabilidad que tiene el producto en el mercado y si es posible determinar los cambios que potencialmente se puede producir con la producción de bienes o servicios en el lapso de tiempo del proyecto.

Este comprende un estudio de mercado.

Es conveniente recordar y tener en cuenta en el estudio de mercado algunos conceptos de la teoría económica:

- Oferta y demanda
- Elasticidades – tipos de productos
- Elasticidad precio de la demanda
- Elasticidad ingreso de la demanda
- **2.1.5.2. Factibilidad operativa.** Se refiere a todos aquellos recursos donde interviene algún tipo de actividad (Procesos), depende de los recursos humanos que participen durante la operación del proyecto.

Durante esta etapa se identifican todas aquellas actividades que son necesarias para lograr el objetivo y se evalúa y determina todo lo necesario para llevarla a cabo.

- **2.1.5.3. Factibilidad técnica.** (Walter, Brounk, 2010, pág. 45), es una evaluación que demuestre que el negocio puede ponerse en marcha y

mantenerse, mostrando evidencias de que se ha planeado cuidadosamente, contemplado los problemas que involucra y mantenerlo en funcionamiento. Algunos aspectos que deben ponerse en claro son:

- Correcto funcionamiento del producto o servicio (número de pruebas, fechas...) (Walter, Brounk, 2010)
- Lo que se ha hecho o se hará para mantenerse cerca de los consumidores.- Escalas de producción (es posible ampliar o reducir la producción). (Walter, Brounk, 2010)
- Proyectos complementarios para desarrollar el proyecto; ¿cómo se obtuvo o se obtendrá la tecnología necesaria?; ¿cómo se capacitará al personal del plantel?, si existen proveedores alternativos a los seleccionados?... (Walter, Brounk, 2010)
- **2.1.5.4. Factibilidad económica.** (ANZIL FEDERICO, 2012). Debe mostrarse que el proyecto es factible económicamente, lo que significa que la inversión que se está realizando es justificada por la ganancia que se generará. Para ello es necesario trabajar con un esquema que contemple los costos y las ventas:
 - **2.1.5.4.1. Costos:** Debe presentarse la estructura de los costos contemplando costos fijos y variables. (ANZIL FEDERICO, 2012)
 - **2.1.5.4.2. Ventas:** En este punto el precio del producto o servicio es fundamental, ya que determina el volumen de ventas, por lo que debe explicarse brevemente cómo se ha definido éste. Debe mostrarse también estimaciones de ventas (unidades y en dinero) para un periodo de al menos 1 año, justificando cómo se han calculado (a través de investigaciones de mercado, estadísticas anteriores...). (ANZIL FEDERICO, 2012)

2.1.6. Rentabilidad

Para (FERNANDEZ, 2013) la rentabilidad es:

El beneficio renta expresado en términos relativos o porcentuales respecto a alguna otra magnitud económica como el capital total invertido o los fondos propios. Frente a los conceptos de renta o beneficio que se expresan en términos absolutos, esto es, en unidades monetarias, el de rentabilidad se expresa en términos porcentuales. Se puede diferenciar entre rentabilidad económica y rentabilidad financiera.

La rentabilidad nos puede determinar lo rentable que será el proyecto de forma económico, en donde podemos verificar que de invertido se puede obtener una ganancia considerable.

2.1.7. Rentabilidad económica

(ARCHIVE, A. K., 2012). La rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o ganancia; por ejemplo, un negocio es rentable cuando genera mayores ingresos que egresos, un cliente es rentable cuando genera mayores ingresos que gastos, un área o departamento de empresa es rentable cuando genera mayores ingresos que costos.

La Rentabilidad Económica (Return on Assets) es el rendimiento promedio obtenido por todas las inversiones de la empresa. También se puede definir como la rentabilidad del activo, o el beneficio que éstos han generado por cada euro invertido en la empresa (<http://www.expansion.com>)

Es un indicador que refleja muy bien el desempeño económico de la empresa. Si el ratio arroja un resultado del 20% esto quiere decir que se obtiene un beneficio de 20 por cada 100 invertidos.

2.1.8. Costo de oportunidad

Según la Enciclopedia Financiera el costo de oportunidad es una manera de medir lo que nos cuesta algo. En lugar de limitarse a la identificación y añadiendo los costes de un proyecto, también se puede identificar la forma mejor alternativa para pasar la misma cantidad de dinero.

2.1.9. Demanda

(SIMÓN ANDRADE, 2000), autor del libro "Diccionario de Economía", proporciona la siguiente definición de demanda:

Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca.

2.1.10. Depreciación.

La depreciación es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste que sufre un bien por el uso que se haga de él. Cuando un activo es utilizado para generar ingresos, este sufre un desgaste normal durante su vida útil que el final lo lleva a ser inutilizable. El ingreso generado por el activo usado, se le debe incorporar el gasto correspondiente desgaste que ese activo a sufrido para poder generar el ingreso, puesto que como según señala un elemental principio económico, no puede haber ingreso sin haber incurrido en un gasto, y el desgaste de un activo por su uso, es uno de los gastos que al final permiten generar un determinado ingreso.² (Modelo de Gestión para la Optimización de Recursos Administrativos Financieros de los activos fijos de la Unidad de Negocios Transelectric CELEC EP, 2008)

2.1.11. Oferta

Según la Gran Enciclopedia de Economía oferta es la exposición pública que se hace de las mercancías en solicitud de venta. Cantidad de producto que una empresa está dispuesta a vender durante un período de tiempo determinado y a un precio dado. La cantidad ofrecida de un determinado producto depende de diversos factores, siendo los más importantes: el precio de ese bien o servicio en el mercado, el precio de los demás bienes (en especial de los factores productivos utilizados) y la tecnología disponible.

2.1.12. Período de recuperación

El periodo de recuperación de la inversión - PRI - es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo. (Vaquiro, J., 2010)

2.1.13. Tasa interna de retorno (TIR)

(JÁCOME, W., 2005) manifiesta: “Es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN = 0” .Pág. 84

La tasa interna de retorno, es la tasa que iguala el valor presente neto a cero, también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje. (JÁCOME, W., 2005)

Para el cálculo del TIR utilizamos la siguiente fórmula:

$$TIR = \frac{-I + \sum_{i=1}^n F_i}{\sum_{i=1}^n i * F_i}$$

2.1.14. Valor actual neto (VAN)

El Valor Actual Neto (V.A.N.) consiste en llevar el flujo futuro de fondos a términos de moneda del momento inicial. Esto se consigue por medio de la aplicación a cada uno de los valores del flujo de fondos del coeficiente surgido de dividir 1 por la fórmula de actualización, y sumando luego algebraicamente los resultados. (NARVAÉZ, 1992).

Para calcular este indicador utilizaremos la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

V_t representa los flujos de caja en cada periodo t .

I_0 es el valor del desembolso inicial de la inversión.

n es el número de periodos considerado.

k , o **TIR** es el tipo de interés.

2.1.15. Descripción y alcance del proyecto

El presente proyecto tiene su domicilio en la ciudad de Esmeraldas.

El tiempo estimado para la preparación del proyecto fue de 8 meses, tiempo en el cual se utilizó una metodología que abarca la consideración de los factores que participan y afectan el proyecto.

Para fines de estudio, en los estados financieros se planteó un horizonte de tres años.

Una vez ejecutado el proyecto, los beneficiarios directos del proyecto serán los inversionistas privados, los moradores así como los empleados de empresas públicas y privadas del sector, los turistas nacionales y extranjeros, y las operadoras turísticas con quienes se puede realizar convenios.

Este estudio se vale de fuentes primarias y secundarias para investigar el mercado, menciona el equipamiento hotelero que se empleará, y establece los costos totales y la rentabilidad económica del proyecto.

2.2. MARCO LEGAL

Para poder dar apertura a un establecimiento de alimentos y bebidas, en este caso, una cafetería de primera categoría, es necesario cumplir con las normativas establecidas por las siguientes entidades:

2.2.1. Servicio de rentas internas (SRI) El Servicio de Rentas Internas (SRI) es una entidad técnica y autónoma, creada con la finalidad de recaudar los tributos internos establecidos por Ley mediante la aplicación de la normativa vigente. Uno de sus objetivos es fomentar la cultura tributaria en el país, a efectos de incrementar el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes.

2.2.1.1. Registro único de contribuyentes, da cumplimiento con la ley del RUC.

El RUC permite que el negocio funcione normalmente y cumpla con las normas que establece el código tributario en materia de impuestos. Los requisitos para la obtención del RUC son los siguientes: (www.sri.gob.ec/web)

- Presentar el documento original del registro de la sociedad
- Copia de planillas en las que aparezca la dirección donde funcionara la compañía.
- Copia certificada de la escritura de constitución y nombramiento del representante legal.
- Copia de la cedula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal.
- Carta de autorización a la persona que va a realizar el trámite.

- El trámite para la obtención del registro único de contribuyentes no tienen ningún costo monetario.

2.2.2. Ley de régimen municipal Mediante la aplicación de la ley de Régimen Municipal, se inspeccionan y se otorgan los permisos pertinentes para que realice una actividad comercial

2.2.2.1. Permisos y patentes municipales, da cumplimiento a la ordenanza municipal.

Este permiso o documento se lo obtiene en las oficinas de la muy ilustre municipalidad del cantón. Presentando la siguiente documentación: (www.tramitesciudadanos.gob.ec)

- Registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia de la cédula de identidad del representante legal.
- Copia del certificado de votación del representante legal.
- Formulario de declaración para obtener la patente.

2.2.3. Cuerpo de bomberos El Cuerpo de Bomberos es una organización dedicada a salvar hombres y animales en casos de emergencia, mitigar fuegos, asistir técnicamente a las víctimas de accidentes de tránsito y situaciones similares. Esta institución otorga el permiso para que los establecimientos de alimentos y bebidas puedan operar.

2.2.3.1. Permisos del cuerpo de bomberos, da cumplimiento a la ley contra incendios.

Permiso que es emitido por el benemérito cuerpo de bomberos del cantón. Después que un grupo encargado haya inspeccionado las instalaciones, y revisado que se cuenta los recursos necesarios para prevenir y contrarrestar cualquier tipo de incendio que se presente. (www.bomberosquito.gob.ec)

- Inspección por parte del Inspector del Cuerpo de Bombero.
- Instalación en muy buena condición.

- Tener una puerta de escape en el Local Comercial.
- Tener un extintor.
- Copia del RUC.
- Copia de la Cédula de Identidad.
- Copia de papeleta de votación.

2.2.4. Ministerio de salud Esta entidad es la encargada de otorgar los permisos de sanitación y el carné correspondiente a los trabajadores de los establecimientos en los que se expenden alimentos y bebidas.

La presente investigación se fundamenta en la Ley de Desarrollo de la Cultura del Emprendimiento, la creación y fortalecimiento de empresas sociales en el Ecuador como mecanismo de generación de empleo y crecimiento económico, en donde se establece que el Gobierno y el Congreso Nacional considera conveniente facilitar los mecanismos para que la actividad emprendedora el desarrollo del emprendimiento y la creación de empresas de los ecuatorianos sea una realidad, facilitando todos los instrumentos adecuados.

En dicha Ley en su Artículo 2 se establece que la Creación de empresas es el despliegue de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea. Es la capacidad que posee todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno, mediando para ello las competencias empresariales.

La Constitución de la República del Ecuador 2008 en su Título II Derechos, Capítulo Sexto, Derecho de Libertad, Artículo 66, dice que; Se reconoce y garantiza a las personas: Literal 15; El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental. Literal 17 El derecho a la libertad de trabajo. Nadie será obligado a realizar un trabajo gratuito o forzoso, salvo los casos que determine la ley. (CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR, 2008)

En su Título VI Régimen de Desarrollo, Capítulo Sexto, Trabajo y Producción, Sección primera-Formas de Organización de la Producción y su Gestión, Artículo 319 establece que: Se reconocen diversas formas de organización de la producción

en la económica, entre otras la las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociaciones, familiares, domesticas, autónomas y mixtas. (CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR, 2008)

El estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador con el contexto internacional. (CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR, 2008)

Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimula una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social. (CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR, 2008)

Para que una empresa textil empiece a funcionar en el mercado se debe cumplir con los siguientes requisitos legales tales como:

2.2.4.1. Afiliación a la cámara de comercio

Emitido por la cámara de comercio donde se vaya a realizar las actividades comerciales, en este caso las gestiones de afiliación deberán realizarse en las instalaciones de la cámara de comercio del cantón Esmeraldas, presentando los requisitos necesarios y el recibo oficial de caja. (www.lacamara.org/)

CAPÍTULO III

ESTUDIO DEL MERCADO

3.1. ESTUDIO DEL MERCADO

En la actualidad en el Cantón Esmeraldas, se han instalado algunas panaderías, que luego con el tiempo, también se convierten en pastelería y venta de café, por la demanda existente. Para poder saber las necesidades de las personas, sea en tipos de productos de pastelería, bocaditos de sal, así como el tipo de café, a qué hora desean consumirlo, cuantas veces a la semana consumen este tipos de productos, y sobre todos los servicios que requieren los consumidores, se realizó un estudio de mercado que es parte fundamental del estudio de factibilidad para instalar una cafetería pastelería, se realizó una encuesta en diferentes sitios de la ciudad de Esmeraldas, con énfasis de determinar el mercado existente.

El estudio de mercado tiene como propósito, la medición del número clientes que bajo determinadas condiciones, presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado proyecto, sea de un producto o servicio, en un período determinado.

La mayoría de las personas entienden poco de lo que es el mercadeo y lo relaciona directamente con la venta o la publicidad, concepto que resulta equivocado, ya que las dos forman parte de la Mercadotecnia que son aspectos que están relacionado a la forma de cómo llegar al cliente y ofrecerles de la mejor manera los servicios que se brindan en un determinado establecimiento.

Esto implica todos los procesos que se refieren a la obtención de bienes y servicios de productos hacia el usuario. La función del mercadeo es emparejar el producto servicio correcto con el mercado o consumidor correcto. Una vez que se determina el punto de vista del consumidor, la tarea es formular planes de Mercadeo estratégico que vinculen a la cafetería pastelería con su mercado potencial.

3.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.2.1. Objetivo general del estudio de mercado

- Especificar los servicios y los diferentes productos de sal y dulce, que demanda el mercado del Cantón Esmeraldas de la Provincia de Esmeraldas

3.2.2. Objetivos específicos del estudio de mercado

- Análisis de la ubicación del local
- Identificar el mercado potencial por medio de una segmentación de mercado;
- Comprender el comportamiento del consumidor en el sector de las pastelerías en Esmeraldas; Analizar la demanda y oferta en el sector.

3.3. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

El segmento de mercado que el proyecto desea captar está focalizado a toda la ciudadanía esmeraldeña en especial los empleados de instituciones que se encuentren alrededor donde se ubicará la Cafetería pastelería, que les permita acceder fácilmente a los productos y servicios proyectados dentro del estudio. Esto ayudará a tener una visión real del mercado y sobre todo a que el proyecto llegue a ser rentable y con un margen de riesgo mínimo sobre la inversión.

3.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La demanda de un producto o servicio tiene su origen en las necesidades del hombre, en la temporalidad, en su destino y en la estructura del mercado existente.

En tal virtud las personas, demandan bienes y servicios básicos, en este sentido se considera para la aplicación del estudio, que son productos suntuarios, además de la demanda de bienes o servicios no necesarios (Suntuarios), determinados por gustos y preferencias, como pueden ser servicios de diversión.

Con relación a la temporalidad, se determina que el proyecto cubrirá la demanda continua, es decir, los bienes y servicios se consumirán de manera permanente.

3.4.1. Perfil del cliente

El perfil del consumidor de la Cafetería - Pastelería se determina, considerando ciertos aspectos fundamentales como por ejemplo, edad, sexo, ocupación, nivel profesional y nivel social. Tomando en cuenta estos puntos, el perfil del consumidor más apto para proyecto será:

- **3.4.1.1. Edad.-** Personas comprendidas entre los 15 a 60 años, ya que en este rango de edad se encuentran generalmente las personas consideradas económicamente activas y que tiene capacidad de pagar y consumir los servicios proyectados de la cafetería pastelería.
- **3.4.1.2. Nivel económico.-** Como se explicó anteriormente, el proyecto está dirigido a un segmento de la población, ubicado en un nivel medio-alto, ya que este tipo de consumidores son los mayores en porcentajes que existe en el Cantón Esmeraldas, además son los que ofrecen mayor seguridad en la recuperación de la inversión, rentabilidad e imagen de la empresa, según nuestras proyecciones.

3.4.2. Demanda real y potencial

Cuando la oferta es restringida, o existe la oferta pero no con la calidad que requiere el mercado, la existencia de un mercado potencial es evidente, esto nos permitirá complementar la actual panadería, para producir postres y bocaditos, y ampliar el mercado real o cubrir las necesidades del mercado insatisfecho.

Cabe recalcar, que si no se cuenta con la información para determinar la demanda potencial, puede conducir a inversiones riesgosas, por lo que en este punto es necesario, hacer un análisis detallado y cuidadoso, es decir, se deberá contar con

datos reales y proyectados a base de métodos matemáticos que tengan un mínimo margen de error.

El mercado real está representado por el número de clientes, que son captados cuando circulan por el centro de la ciudad, o el local, y los que conocen el producto que solicitan que se les prepare diferentes postres para llevar. Con las encuestas a realizarse a la estructura económica esencial del cantón Esmeraldas la marca la Población Económicamente Activa PEA que para el 2010 corresponde a 74.701 personas de las cuales 44.311 son hombres y 30.390 son mujeres, distribuidas en tres sectores productivos: agropecuario, industria y de servicios.

3.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta es el volumen del bien o servicio que los productores colocan en un mercado para ser vendidos, sin dudarlo, depende exclusivamente de la relación precio-costo, ello significa que el precio es el límite en el cual se puede ubicar el costo de producción, es decir, el precio no debe ser inferior al costo mencionado, además, si el precio e igual al costo, la oferta puede mantenerse en el mercado.

Se considerará para el estudio de la oferta a todas las panaderías o establecimientos que venden postres y café.

Cabe mencionar que la oferta existente será un factor concluyente en la factibilidad de cualquier proyecto, además, esta brinda una visión de los servicios que ofrece la competencia directa en comparación con lo que se quiere implementar, su categorización, su capacidad operativa y aspectos complementarios como son la decoración, valores agregados, entre otros.

Sin embargo, cabe anotar como ya se mencionó con anterioridad que no existe en el Cantón Esmeraldas una cafetería pastelería, que de un ambiente confortable a los clientes, como es: aire acondicionado, variedad de productos, café de máquina y pasado y una gama de servicios que la cafetería pastelería ofrecerá, por lo tanto por ser pioneros en este ámbito, no vamos a enfrentar una real competencia, en el corto plazo.

3.6. DESCRIPCIÓN DE LAS INSTALACIONES DE LA CAFETERÍA PASTELERÍA

El local debe contar con espacios que permitan desarrollar las áreas de exhibición, comercialización, degustación, y producción de café, ya que la pastelería y los bocaditos de sal se los elabora en la planta panificadora.

El local que se ha escogido para la instalación está ubicado en la zona céntrica de la ciudad de Esmeraldas y alrededor de instituciones públicas y privadas, tiene una dimensión de 6 metros de frente por 18 metros de fondo estructura de hormigón, baterías sanitarias, piso de cerámica, tumbado de yeso, iluminación, puertas de vidrio y lanford.

3.7. ENCUESTA

La muestra abarcó a la Población Económicamente Activa PEA que para el 2010 corresponde a 74.701 habitantes de todos los sectores del cantón, para seleccionar la muestra de nuestro universo (cantón Esmeraldas), utilizamos la siguiente formula estadística:

$$n = \frac{N}{E^2 (N - 1) + 1}$$

n = tamaño de la muestra

N = población

E = error de muestra

$$n = \frac{74.701}{(0.05)^2 (74.701 - 1) + 1}$$

$$n = 397,82$$

Número de encuestas realizadas fue de 500

Posteriormente realizó las encuestas a cada uno de los 500 habitantes, se hizo la tabulación y se obtuvieron los resultados que finalmente fueron analizados e interpretados.

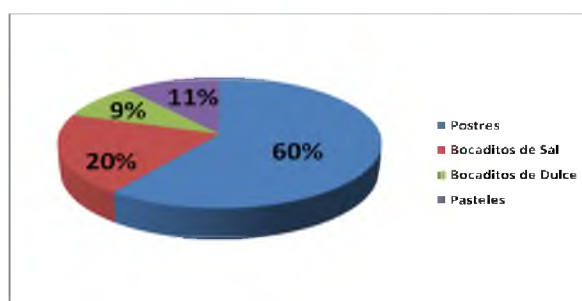
3.8. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

1.- ¿Qué le gusta degustar a la media mañana y en la tarde?

Tabla N° 1 Lo que degustan al media mañana y tarde

Alternativas	N°. Encuestados	Porcentajes
Postres	302	60%
Bocaditos de Sal	98	20%
Bocaditos de Dulce	45	9%
Pasteles	55	11%
TOTAL	500	100%

Gráfico N° 1 Lo que degustan al media mañana y tarde



Fuentes: Encuesta
Elaborado por: Autor de Tesis

ANÁLISIS.- Mediante la investigación de campo se pudo conocer que el 60% de los usuarios prefieren lo postres, el 20% bocaditos de sal, el 11% Pasteles y un 9% bocaditos de dulce.

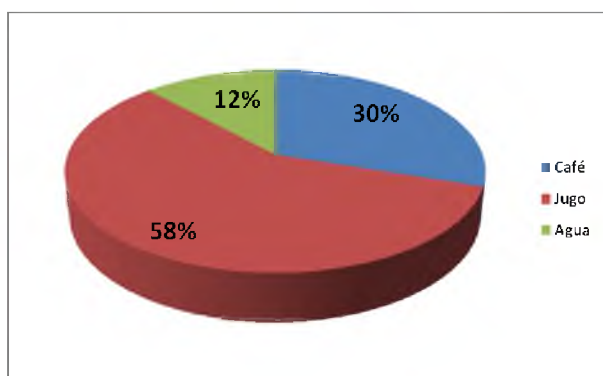
INTERPRETACIÓN.- Los postres se encuentran en primer lugar ya que en su mayoría la gente prefiere deleitarse con un delicioso postre, si esto lo extrapolamos a la PEA, el 60% de 74.701 habitantes prefieren los postres.

2.- Los acompaña con café o jugo

Tabla N° 2 Lo acompañan con café o jugos

Alternativas	N°. Encuestados	Porcentajes
Café	150	30%
Jugo	290	58%
Agua	60	12%
TOTAL	500	100%

Gráfico N° 2 Lo acompañan con café o jugos



Fuentes: Encuesta
Elaborado por: Autor de Tesis

ANÁLISIS.- En la investigación de campo se pudo determinar que el 58% de los usuarios prefieren los jugos, el 30% café, y un 12% agua.

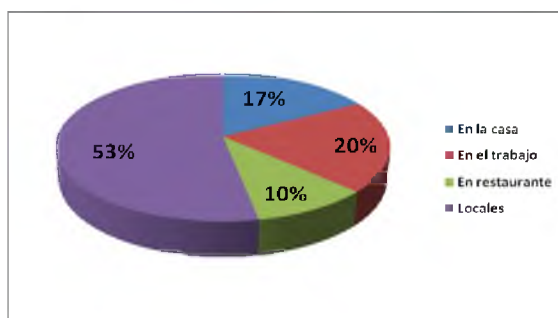
INTERPRETACIÓN.- Los jugos se encuentran en el primer lugar de las preferencias de los usuarios para el consumo diario en un lugar acogedor.

3.- ¿Por lo general donde los consume?

Tabla N° 3 Lugar de consumo

Alternativas	N°. Encuestados	Porcentajes
En la casa	85	17%
En el trabajo	98	20%
En restaurante	50	10%
Locales	267	53%
TOTAL	500	100%

Gráfico N° 3 Lugar de consumo



Fuentes: Encuesta
Elaborado por: Autor de Tesis

ANÁLISIS.- Mediante la investigación de campo se pudo comprobar que el 53% de los usuarios por lo general consumen mucho los postres en los locales comerciales de la ciudad de Esmeraldas, el 20% en el trabajo, el 17% en la casa y un 10% en restaurantes.

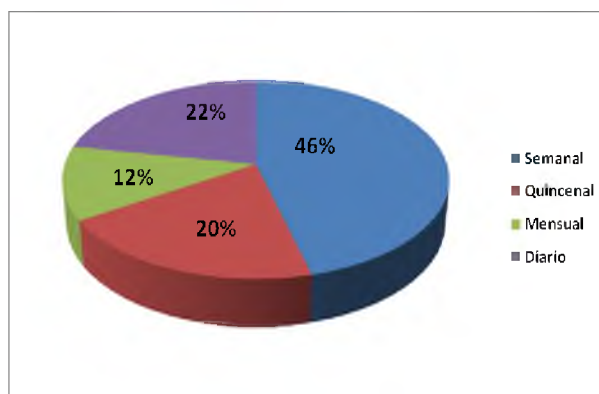
INTERPRETACIÓN.- Los locales comerciales de la ciudad de Esmeraldas son los lugares preferidos para que los usuarios consuman postres, si extrapolamos a la PEA 74.701, el 53% de la población consume los postres en locales.

4.- ¿Con qué frecuencia los consume?

Tabla N° 4 Frecuencia de consumo

Alternativas	N°. Encuestados	Porcentajes
Semanal	232	46%
Quincenal	98	20%
Mensual	58	12%
Diario	112	22%
TOTAL	500	100%

Gráfico N° 4 Frecuencia de consumo



Fuentes: Encuesta
Elaborado por: Autor de Tesis

ANÁLISIS.- En la investigación de campo se pudo conocer que el 46% de los usuarios consumen los postres semanalmente, el 22% diario, el 20% de forma quincenal, y el 12% mensualmente consumen postres.

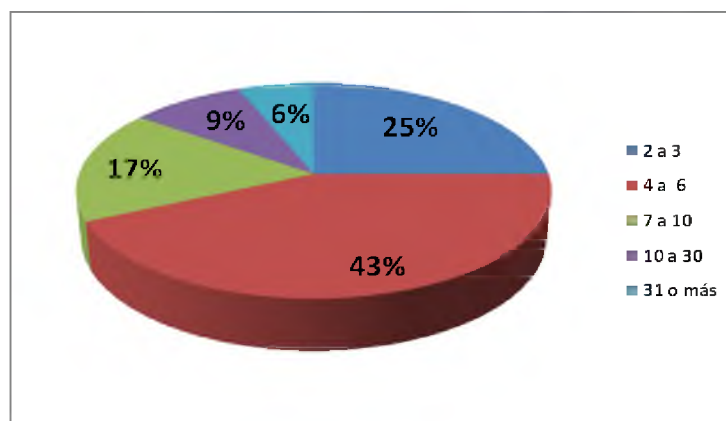
INTERPRETACIÓN.- El consumo de postre de forma semanal ocupa el primer lugar de parte de los encuestados quienes manifestaron que su consumo de postres es semanal.

5.- ¿Usualmente cual es el promedio que usted gasta, en estos productos?

Tabla N° 5 promedio de pago

Alternativas	N°. Encuestados	Porcentajes
2 a 3	125	25%
4 a 6	216	43%
7 a 10	84	17%
10 a 30	45	9%
31 o más	30	6%
TOTAL	500	100%

Gráfico N° 5 promedio de pago



Fuentes: Encuesta
Elaborado por: Autor de Tesis

ANÁLISIS.- Mediante la investigación de campo se pudo determinar que el 43% de los usuarios usualmente gasta un promedio de 4 a 6 dólares en el consumo de postres, el 25% de 2 a 3 dólares, el 17% de 7 a 10 dólares, el 9% de 10 a 30 dólares y el 6% de 31 o mas dólares.

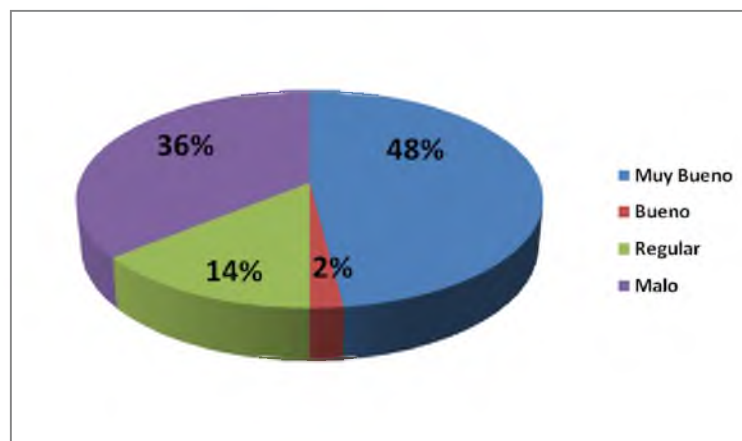
INTERPRETACIÓN.- El promedio de gastos en el consumo e postres de los usuarios es de 4 a 6 dólares semanales.

6.- ¿Cómo calificaría usted el servicio de los locales que frecuenta, para consumir estos productos?

Tabla N° 6 Calificación de los servicios brindados

Alternativas	N°. Encuestados	Porcentajes
Muy Bueno	240	48%
Bueno	10	2%
Regular	69	14%
Malo	181	36%
TOTAL	500	100%

Gráfico N° 6 Calificación de los servicios brindados



Fuentes: Encuesta
Elaborado por: Autor de Tesis

ANÁLISIS.- En la investigación de campo se pudo obtener que el 48% de los usuarios califican como muy bueno los servicios de los locales que frecuentan para consumir estos productos, el 36% manifiesta que son malos, el 14% dice regular, y el 2% bueno.

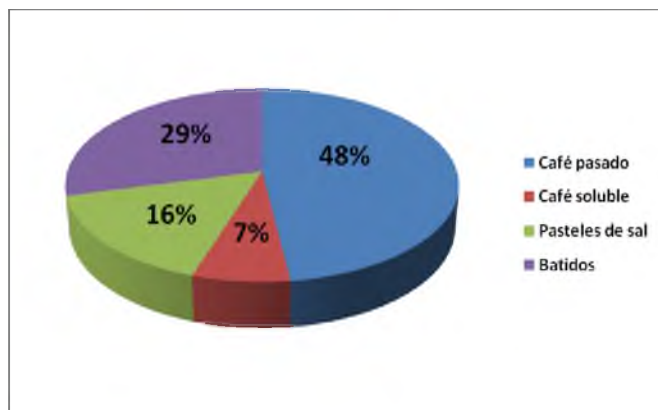
INTERPRETACIÓN.- Se cuenta con un mercado potencial del 52% que son las personas que respondieron que frecuentan semanalmente alguna cafetería y el servicio es bueno, regular y malo.

7.- ¿Qué productos adicionales, Usted demandaría que le ofrezcan estos locales?

Tabla N° 7 Demanda de productos adicionales

Alternativas	N°. Encuestados	Porcentajes
Café pasado	242	48%
Café soluble	34	7%
Pasteles de sal	80	16%
Batidos	144	29%
TOTAL	500	100%

Gráfico N° 7 Demanda de productos adicionales



Fuentes: Encuesta
Elaborado por: Autor de Tesis

ANÁLISIS.- En la investigación de campo se pudo conocer que el 48% de los usuarios demandan que se les ofrezca otros servicios como café pasado, el 29% dice que los batidos, el 16% pasteles de sal, y el 7% café soluble.

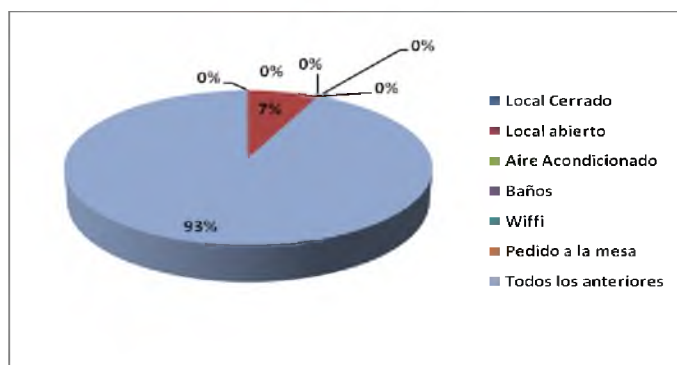
INTERPRETACIÓN.- Para los usuarios encuestados el café pasado ocupa el primer lugar de los servicios que ellos demandarían para que se incremente en los diferentes locales de cafetería y pastelería existentes en la ciudad de Esmeraldas.

8.- ¿Qué servicios le gustaría que contaran los locales donde usted consume estos productos?

Tabla N° 8 Servicios que deberían contar los locales

Alternativas	N°. Encuestados	Porcentajes
Local Cerrado	0	0%
Local abierto	33	7%
Aire Acondicionado	0	%
Baños	0	%
Wiffi	0	%
Pedido a la mesa	0	%
Todos los anteriores	467	93%
TOTAL	500	100%

Gráfico N° 8 Servicios que deberían contar los locales



Fuentes: Encuesta
Elaborado por: Autor de Tesis

ANÁLISIS.- Mediante la investigación de campo se analizó que el 93% de los usuarios respondieron que los servicios que le gustaría que contaran los locales donde se consumen estos productos serían aire acondicionado, baños, Wiffi, y los pedidos a la mesa.

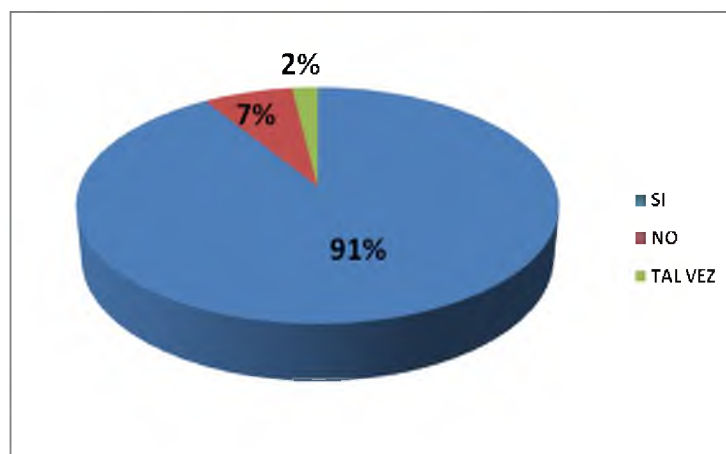
INTERPRETACIÓN.- Los usuarios consideran que para brindar un buen servicio los locales deben tener un local cómodo y acogedor debe contar con aire acondicionado, baños, Wiffi, y que los pedidos se han realizados y entregados en la mesa.

9.- ¿Asistiría Usted a una cafetería pastelería qué le brinde todos los productos y servicios que Usted señalo en las preguntas anteriores?

Tabla N° 9 Asistencia a cafetería-pastelería

Alternativas	N°. Encuestados	Porcentajes
SI	457	91%
NO	33	7%
TAL VEZ	10	2%
TOTAL	500	100%

Gráfico N° 9 Asistencia a cafetería-pastelería



Fuentes: Encuesta
Elaborado por: Autor de Tesis

ANÁLISIS.- Mediante la investigación de campo se analizó que el 91% de los usuarios manifestaron que si asistirían a una cafetería pastelería que le brinde todos los productos y servicios que se señalaron en las preguntas anteriores, y solo el 8% respondió que no.

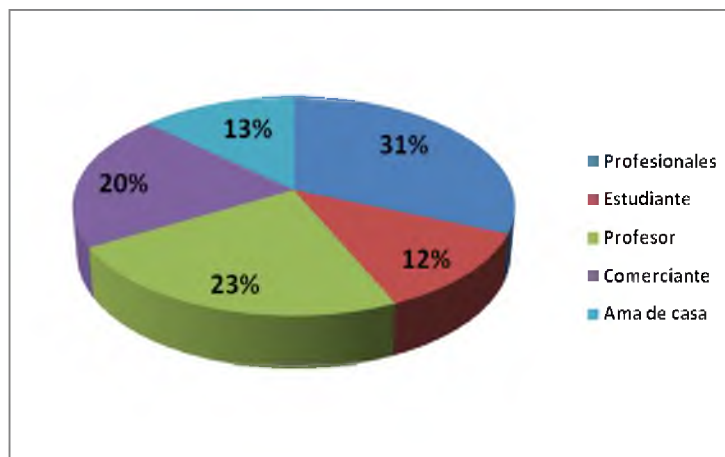
INTERPRETACIÓN.- La mayor parte de los encuestados dijeron que si asistirían a una cafetería pastelería que le brinde todos los productos y servicios que se señalaron en las preguntas anteriores.

10.- Profesión u ocupación:

Tabla N° 10 Ocupación

Alternativas	N°. Encuestados	Porcentajes
Profesionales	155	31%
Estudiante	62	12%
Profesor	117	23%
Comerciante	101	20%
Ama de casa	65	13%
TOTAL	500	100%

Gráfico N° 10 Ocupación



Fuentes: Encuesta
Elaborado por: Autor de Tesis

ANÁLISIS.- En la investigación de campo se determinó que el 31% de los usuarios consumidores de estos productos son profesionales, el 23% Profesores, el 20% comerciantes, el 13% amas de casa, y un 12% estudiantes.

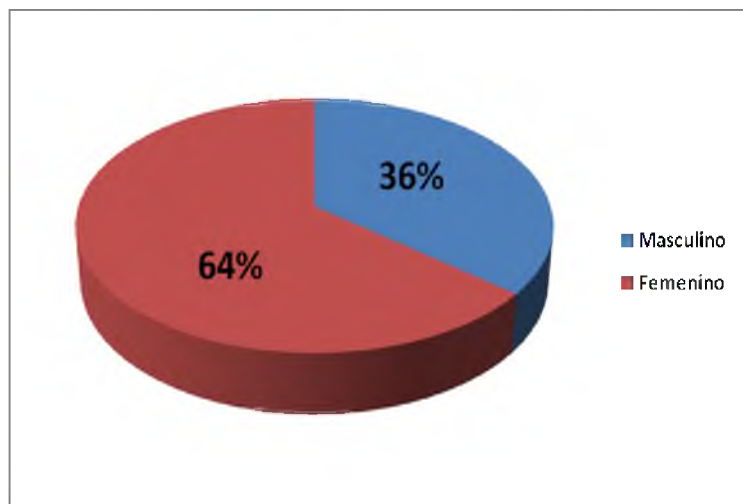
INTERPRETACIÓN.- La mayor parte de los usuarios consumidores de los diversos servicios que ofrecen las cafeterías – pastelerías existen en la ciudad de Esmeraldas, son profesionales.

11.- Sexo:

Tabla N° 11 Género

Alternativas	N°. Encuestados	Porcentajes
Masculino	179	36%
Femenino	321	64%
TOTAL	500	100%

Gráfico N° 11 Género



Fuentes: Encuesta
Elaborado por: Autor de Tesis

ANÁLISIS.- Mediante la investigación de campo se conoció que el 64% de los usuarios que visitan las diferentes cafeterías-pastelerías de la ciudad de Esmeraldas son de sexo femenino, el 36% son de sexo masculino.

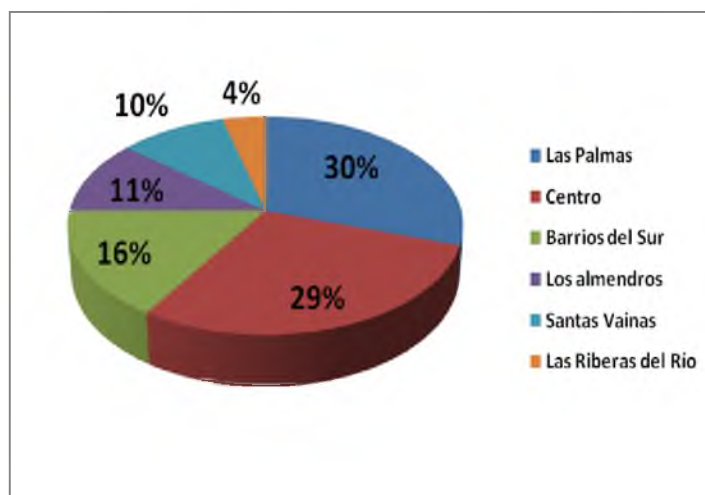
INTERPRETACIÓN.- En su mayoría las personas consumidoras de las cafeterías – pastelerías son de sexo femenino.

12.- Sector donde vive.

Tabla N° 12 Barrio donde vive

Alternativas	N°. Encuestados	Porcentajes
Las Palmas	151	30%
Centro	144	29%
Barrios del Sur	79	16%
Los almendros	54	11%
Santas Vainas	52	10%
Las Riberas del Río	20	4%
TOTAL	500	100%

Gráfico N° 12 Barrio donde vive



Fuentes: Encuesta
Elaborado por: Autor de Tesis

ANÁLISIS.- En la investigación de campo se conoció que el 30% de los consumidores de los servicios de cafetería-pastelería viven en el sector de las palmas, el 29%, pertenecen al sector del centro, el 16% a los barrios del sur, el 11% al barrio los almendros, 10% santas vainas, y el 4% a las riberas del río Esmeraldas.

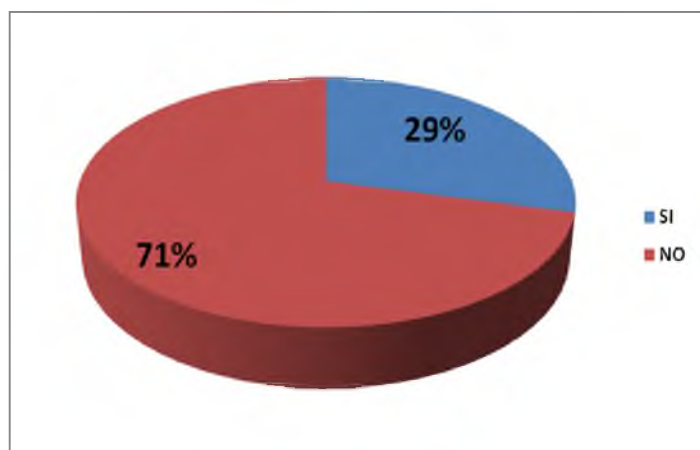
INTERPRETACIÓN.- La mayor parte de los encuestados que visitan los lugares donde se ofrecen los servicios de cafetería –pastelería pertenecen al sector de las palmas.

13.- En su sector si existen locales que vendan estos productos:

Tabla N° 13 Existencia de locales

Alternativas	N°. Encuestados	Porcentajes
SI	144	29%
NO	356	71%
TOTAL	500	100%

Gráfico N° 13 Existencia de locales



Fuentes: Encuesta
Elaborado por: Autor de Tesis

ANÁLISIS.- En la investigación de campo se pudo conocer que 71% de los encuestados respondieron que en sus sectores no existen locales que vendan estos productos, el 29% manifestó que en su sector si existen locales que vendan estos productos

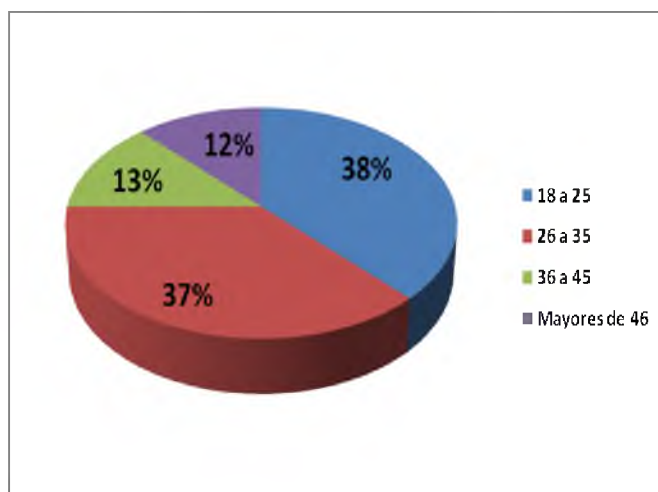
INTERPRETACIÓN.- La mayor parte de los encuestados manifestaron que en sus sectores no existen estos lugares que vendan estos productos y que brinden las condiciones y comodidad que cubra las expectativas de cada uno de los clientes.

14.- Edad:

Tabla N° 14 Edad

Alternativas	N°. Encuestados	Porcentajes
18 a 25	190	38%
26 a 35	186	37%
36 a 45	64	13%
Mayores de 46	60	12%
TOTAL	500	100%

Gráfico N° 14 Edad



Fuentes: Encuesta
Elaborado por: Autor de Tesis

ANÁLISIS.- Mediante la investigación de campo se determinó que 38% de los encuestados se encuentran en la edad de 18 a 25 años, el 37% de 26 a 35 años, el 13% entre los 36 a 45 años y el 12% son mayores de 46 años.

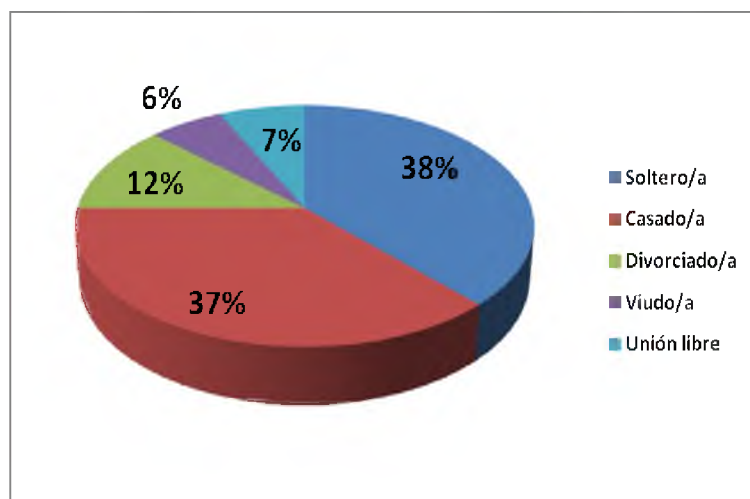
INTERPRETACIÓN.- En su mayoría son personas que se encuentran en la edad de 18 a 25 años que cuentan con un ingreso económico para pagar el costo de los productos que se ofrecen en las cafeterías-pastelería existentes en la ciudad de Esmeraldas.

15.- Estado Civil:

Tabla N° 15 Estado civil

Alternativas	N°. Encuestados	Porcentajes
Soltero/a	190	38%
Casado/a	186	37%
Divorciado/a	60	12%
Viudo/a	29	6%
Unión libre	35	7%
TOTAL	500	100%

Gráfico N° 15 estado civil



Fuentes: Encuesta
Elaborado por: Autor de Tesis

ANÁLISIS.- En la investigación de campo se pudo conocer que el 38% de los encuestados son de estado civil solteros/as, el 37% casados/as, el 12% son divorciados, el 7% unión libre y el 6% viudos.

INTERPRETACIÓN.- El estado civil soltero/as es el que ocupa el primer lugar de acuerdo a las encuestas realizadas a personas consumidoras de los servicios que ofrecen las cafetería-pastelería de la ciudad de Esmeraldas.

3.9. CONCLUSIONES

- Existen usuarios que está predispuesto hacer consumidores de los productos que se ofrezcan en la cafetería-pastelería.
- La población esmeraldeña esta dispuesta a cancela un valor considerado por los productos de la cafetería-pastelería, siempre que este cubra las expectativas que ellos con consumidores esperan obtener.
- La población consumidora de los productos de la cafetería-pastelería se centra en los moradores del sector de las palmas del Cantón Esmeraldas.

3.10. DEMANDA INSATISFECHA

Existe un mercado potencial del 60% de la PEA del Cantón Esmeraldas de 74.701, de degustar unos postres en la mañana o tarde, con una frecuencia semanal, y el 53% consume estos productos en los diferentes locales del cantón, gastando el 43% de los encuestados un promedio de 4 a 6 dólares.

El 48% de los encuestados, manifestó que los locales que actualmente consume postres y bocaditos son buenos, quedando un potencial de 52% de encuestados que están inconforme con el servicio prestados.

El 93% de los encuestados les gustaría visitar un local que tenga todos los servicios como, Wifi, aire acondicionado, baños, y que el pedido lo lleven a la mesa.

Nos damos cuenta que hay una demanda insatisfecha por cubrir de servicios, buenos productos y confort en los locales que venden postres y bocaditos de sal, que está dada por la mala calidad de los productos y locales que no cuentan con la infraestructura necesaria para facilitar un confort, como lo hemos demostrados con las encuestas.

3.11. ANÁLISIS DE FODA

El análisis de la matriz de análisis FODA, es una herramienta de la planificación estratégica de una empresa que nos permite a través de una matriz cuadrada, analizar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas para definir las actividades estratégicas de la empresa

En la empresa Suizopan tenemos el siguiente análisis FODA:

MATRIZ FODA DE LA EMPRESA.

<u>DEBILIDADES:</u>	<u>AMENAZAS:</u>
<ul style="list-style-type: none">• Escaso conocimiento del mercado.• Poco de un control financiero.• Falta de un costeo real de los	<ul style="list-style-type: none">• Aparición de nuevos competidores en el mercado.• Inestabilidad económica y política del país.

<p>productos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de un plan de promoción. • Falta de una estructura organizacional. • No se cuenta con acceso a financiamiento externo. • No se cuenta con un espacio adecuado para la cafetería-pastelería de transformación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores no entregan a tiempo los pedidos. • Presencia de productos sustitutos.
<p style="text-align: center;"><u>FORTALEZAS:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Materia prima de primera calidad. • Innovación constante en recetas para la elaboración del producto. • Experiencia y conocimientos en trabajar con este tipo de producto. • Planta dotada de toda la normativa de calidad. • Productos elaborados con todas las normativas de inocuidad y de comercialización nacional. • Excelente precio frente a la competencia. • Experiencia en la venta del producto en el Cantón Esmeraldas 	<p style="text-align: center;"><u>OPORTUNIDADES:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Alta demanda del producto. • Crecimiento del mercado. • Concentración de empresas públicas y privadas en el sector. • Cambio de moda a productos de cafetería-pastelería. • Dotación de equipos con tecnología nos permite producir y ofrecer productos de mejor calidad. • Acceso al financiamiento a través de línea de crédito blandas.

Elaborado por: El Autor de tesis

3.12. ESTRATEGIAS DE VENTAS

Dentro de las estrategias de ventas se tomará en cuenta aspectos tales como:

- Negociación directa con instituciones públicas y privadas, a las que se les ofrecerá tarifas especiales en la cafetería pastelería, inclusión de otros servicios complementarios dentro de los precios establecidos, como llevarle los pedidos a sus oficinas.
- Incentivar con degustaciones en horas de menor afluencia de clientes.

- Realizar promociones una vez por mes de algún producto que no tenga mayor rotación para que aumente su demanda.

3.13. ESTRATEGIA DE PRECIOS

Dentro de este aspecto se analiza lo relacionado con la fijación de precios de los productos a ofertarse, cabe mencionar que es un punto que luego servirá para proyectar los ingresos del emprendimiento, en tal virtud es necesario escoger un sistema o método que se ajuste a las necesidades del mismo. El precio determinará también, la forma en que los consumidores percibirán el servicio y afectará directamente a los otros elementos del estudio de mercadeo. Es así, que se debe considerar los siguientes factores:

- Calidad del producto, que es la determinación real entre el precio, valor y utilidad del servicio.
- Carácter distintivo del producto, que es la diferenciación como característica distintiva de un producto nuevo al que se le puede dar un precio diferente o mayor
- Alcance de la competencia, que determinará la posición del producto o servicio dentro del mercado
- Carácter del mercado, que se refiere a la capacidad de los clientes para comprar-gastar, así como también, de los hábitos de consumo-gastos.
- Costo del producto, que es un indicador del costo del producto y servicios añadidos en sí y de las condiciones del mercado.
- Margen de ganancia deseado, que representará a los márgenes de rendimiento obtenidos de la inversión, a fin de compensar el riesgo que corre este emprendimiento.

- Precios de promoción especiales, donde se analiza los precios de introducción y las ofertas especiales
- Consideraciones psicológicas, donde se utiliza criterios de psicología para que los consumidores respondan bien a la fijación de precios.

Una vez analizados estos aspectos se considerará que el método más apropiado para la fijación de precios, se basará en LA FIJACIÓN DE PRECIOS POR NIVELACIÓN, que se establece el precio más alto posible. Con esta técnica de mercadeo, no se hacen intentos por atraer a todo el mercado, solo al segmento al que está dirigido el proyecto (en este caso, clase media-alta), por lo tanto, a este enfoque se lo define “ESPUMAR LA CREMA”.

La estrategia consiste en vender los productos a tantos consumidores como sea posible, en este nivel de precios resultante de la investigación del mercado.

Después, conforme haya resistencia del comprador o competencia directa se podrá reducir los precios paso a paso. Este enfoque comúnmente, da lugar a ganancias más altas y un reembolso más rápido de los costos de desarrollo y promoción. También tiende a invitar a la competencia, lo que generará mejoramiento en la calidad y cantidad de los productos y servicios actuales, pasando a liderar en el mercado en base a ser el que determine el precio referencial para el resto de competidores.

3.14. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Para seleccionar los mejores canales de distribución, que permitan que el producto de la empresa llegue hacia el mercado potencial se debe tomar en consideración varios aspectos como:

- Análisis de los servicios añadidos
- Determinación de la naturaleza y amplitud del mercado
- Análisis de los canales por ventas, costos y ganancia
- Determinación de la ayuda que deberá darse al canal

El objetivo de esta selección de canales es lograr una promoción que cree demanda para los bienes y servicios proyectado. La promoción es un término amplio que incluye a la publicidad, las ventas personales, las relaciones públicas, la publicidad no pagada y actividades de promoción de ventas como obsequios, degustaciones en ferias, instituciones. En base a estos datos, los canales de distribución más adecuados para realizar la promoción y publicidad son:

- **3.14.1. Periódicos**, ya que se trata de un medio que permite una cobertura completa del área local del mercado, su costo es menor que el de otros medios y sus publicaciones son frecuentes.
- **3.14.2. Correo directo**, es más directo, lleva el mensaje directamente a los consumidores institucionales, con quienes se quiere tener contacto, es personal y selectivo.
- **3.14.3. Uso de las agencias de publicidad**, para la planificación y desarrollo de la imagen de la empresa, en lo referente a la elaboración de información gráfica que irá publicada dentro de otros canales de distribución y enviada hacia los clientes seleccionados.
- **3.14.4. Ventas personales**, que serán utilizadas directamente en las instituciones y empresas que requieran de los productos.
- **3.14.5. Relaciones públicas**, que están destinadas a mantener un contacto permanente con todas las instituciones, empresas y actores que transitan por el centro de la ciudad.

También se va a incluir el uso de la radio y la televisión como canales de distribución, claro está, que estas dos deben ir orientadas a ser programas especializados y dedicados al consumo de productos alimenticio.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1. ANTECEDENTES

La finalidad de este capítulo es establecer los métodos más ventajosos para la producción de los bienes y servicios en la cafetería pastelería, es decir, describir el proceso de producción, definir su localización, la infraestructura, las instalaciones, los materiales necesarios, la mano de obra, para montar el local con todos los productos y servicios identificados en el estudio de mercado.

4.2 INVERSIÓN TOTAL

Inversión total es el capital económico, que se destina para la consecución de un proyecto, que tiene como objetivo principal la generación de utilidad. Los recursos necesarios para la ejecución del proyecto, en nuestro caso, están conformados por los recursos que se necesitan para la adecuación y equipamiento del local en donde se instalará la cafetería pastelería, ya que en la planta industrial no es necesario realizar ningún tipo de inversión, también se detallará los recursos para financiar el Capital de Trabajo, a continuación un cuadro en donde se detalla la inversión realizada y por realizar como su financiamiento:

INVERSIONES			
ACTIVOS	REALIZADA	POR REALIZAR	TOTAL
ACTIVOS FIJOS			
ADECUACION DE LA PLANTA INDUSTRIAL	0,00		
ADECUACION DEL LOCAL	0,00	25.550,00	25.550,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS (planta)	32.443,05		32.443,05
MAQUINARIAS Y EQUIPOS (local)		11.450,00	11.450,00
IMPLEMENTOS DE LA PLANTA INDUSTRIAL	2.000,00		2.000,00
IMPLEMENTOS DEL LOCAL		2.580,00	2.580,00
VEHICULOS	0,00	16.000,00	16.000,00
EQUIPOS DE COMPUTACION	2.100,00	0,00	2.100,00
EQUIPOS DE OFICINA	100,00	0,00	100,00
MUEBLES DE OFICINA	840,00	0,00	840,00
TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS	37.483,05	55.580,00	93.063,05
ACTIVOS DIFERIDOS			
		4.610,00	4.610,00
GASTOS DE PERMISOS VARIOS		460,00	460,00
GASTOS ESTUDIOS TECNICOS		850,00	850,00
GASTOS DE PROMOCION		3.300,00	3.300,00
CAPITAL DE OPERACIÓN			
Capital de trabajo	0,00	22.159,81	22.159,81
TOTAL DE INVERSION	37.483,05	82.349,81	119.832,86

FINANCIAMIENTO			
CONCEPTO	REALIZADA	POR REALIZAR	TOTAL
Recursos propios	37.483	82.349,81	119.832,86
Crédito	0	0,00	0,00
TOTAL	37.483	82.349,81	119.832,86

4.2.1. Capital de operación

El capital de trabajo o capital de operación, está formado por los recursos necesarios que deben estar disponibles para el normal desarrollo de las operaciones de un ciclo productivo, es decir el capital de trabajo constituye una parte del activo corriente. En el presente proyecto se determinó el capital de trabajo con base en los costos y gastos que se deberán cubrir en tres meses de operaciones y que por su naturaleza no pueden dejar de pagarse.

CAPITAL DE OPERACIÓN	
En miles de dólares mensuales	
CONCEPTO	VALOR
Materia prima directa	353.122,65
Materia prima indirecta	35.764,42
Mano de obra directa	38.421,22
Mano de obra indirecta	14.407,96
Costos indirectos sin depreciaciones	28.507,15
Gastos administrativos	31.492,80
Gastos generales de venta	30.153,08
TOTAL	531.869,27
CAPITAL DE OPERACIÓN	22.161,22

4.2.2. Activos fijos

Los activos fijos son todos los bienes de capital de carácter tangible, que reúnen las siguientes características:

- Su costo es representativo
- No está destinado para la venta
- Tiene una vida útil superior a un período contable (UN AÑO)
- Estos contribuyen a la producción y venta de bienes y servicios

#	DETALLE	UNID.	CANT.	TOTAL \$
1	PRESUPUESTO ADECUACION DEL LOCAL	U	1	25.550,00
2	EQUIPO DEL LOCAL	U	1	11.450,00
3	MAQUINARIA Y EQUIPO DE LA PLANTA	U	1	32.443,05
4	VEHICULOS	U	1	16.000,00
5	IMPLEMENTOS DE LA PLANTA INDUSTRIAL	U	1	2.000,00
6	MUEBLES DE OFICINA	U	1	840,00
7	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	U	1	2.100,00
8	EQUIPOS DE OFICINA	U	1	100,00
9	IMPLEMENTOS DEL LOCAL	U	1	2.580,00
TOTAL				93.063,05

4.2.2.1 Presupuesto adecuación del local

En el siguiente cuadro vamos detallar los rubros que se van a necesitar para la adecuación de la cafetería pastelería y sus respectivos valores.

ITEM	DESCRIPCION DEL RUBRO	UNID.	CANTIDAD	P.UNITARIO	TOTAL
1	CAMBIO DE PISO	M2	180	35	6300,00
2	TUMBADO				5850,00
3	INSTALACIONES ELECTRICAS				2000,00
4	INSTALACIONES SANITARIAS				2500,00
5	RECUBRIMIENTO DE PAREDES				500,00
6	MOBILIARIO				7200,00
7	MAMPARA ALUMINIO				1200,00
				TOTAL \$	25550,00

4.2.2.2 Equipos del local

Los equipos que se considera dentro de este grupo, son que intervienen directamente en los servicios que brindará la cafetería pastelería. Las mismas que están distribuidas en las áreas del local, con el fin de facilitar a nuestro personal, de los medios necesarios para brindar un mejor servicio.

#	CONCEPTO	UNID.	CANTIDAD	P.UNITARIO	TOTAL
1	Máquina de café	U	1	2500,00	2.500,00
2	Central de aire acondicionado de 40.000 BTU	U	1	2500,00	2.500,00
3	Vitrinas refrigeradas horizontales (burbujas)	U	2	1700,00	3.400,00
4	Vitrinas refrigeradas verticales	U	2	1200,00	2.400,00
5	Licuadaora	U	1	400,00	400,00
6	Microondas	U	1	250,00	250,00
				TOTAL \$	11.450,00

4.2.2.3. Maquinaria y equipo de la planta industrial

La maquinaria y equipo que se detallan a continuación son las que se tienen en la planta industrial, inversión que está ya realizada.

#	CONCEPTO	UNID.	CANT.	P.UNITARIO	TOTAL
1	HORNO	U	1	\$ 14.000,00	14.000,00
2	AMASADORA	U	1	\$ 4.500,00	4.500,00
3	CILINDRO	U	1	\$ 500,00	500,00
4	DIVISORA DE MASA	U	1	\$ 570,00	570,00
5	BATIDORA	U	1	\$ 2.000,00	2.000,00
5	CORTADORA DE MOLDE	U	1	\$ 745,00	745,00
6	GRADILLEROS LEUDO	U	7	\$ 110,00	770,00
7	GRADILLERO LEUDO	U	4	\$ 120,00	480,00
7	GRADILLEROS HORNO	U	2	\$ 250,00	500,00
8	LATAS METAL	U	387	\$ 3,50	1.354,50
9	LATAS ALUMINIO	U	80	\$ 20,00	1.600,00
9	LATA BAGUET	U	1	\$ 20,00	20,00
10	COCINA INDUST.	U	1	\$ 50,00	50,00
11	MOLDES 1 Lb.	U	47	\$ 3,50	164,50
11	MOLDES 2 Lb.	U	5	\$ 5,00	25,00
12	MOLDES 3 Lb.	U	4	\$ 6,50	26,00
13	MOLDES 4 Lb.	U	1	\$ 6,50	6,50
13	BALANZA DIGITAL	U	1	\$ 15,00	15,00
14	BALANZA MESA	U	2	\$ 20,00	40,00
15	BALANZA ROMANA	U	1	\$ 110,00	110,00
15	CORTADOR DE MASA	U	1	\$ 60,00	60,00
16	CONGELADOR HORZ.	U	2	\$ 850,00	1.700,00
17	NEVERA VERT.	U	1	\$ 1.200,00	1.200,00
17	GAVETAS AMARILLAS	U	67	\$ 5,83	390,61
18	GAVETAS PLOMAS	U	38	\$ 5,83	221,54
19	GAVETAS SUPAN	U	12	\$ 5,83	69,96
19	GAVETAS ROJAS	U	15	\$ 5,83	87,45
20	GAVETAS ANARANJADAS	U	3	\$ 5,83	17,49
21	EXTINGUIDOR	U	1	\$ 80,00	80,00
21	EXTINGUIDOR	U	1	\$ 50,00	50,00
22	MOLDES DE HAMB.	U	200	\$ 1,00	200,00
23	MOLDES DE HOT DOG	U	100	\$ 1,00	100,00
23	MOLDES DE CAJETIN	U	100	\$ 4,50	450,00
24	ESPATUL CAUCHO	U	1	\$ 12,00	12,00
25	ESPATULA DE METAL	U	2	\$ 15,00	30,00
25	BOQUILLAS DECORAR	U	5	\$ 2,50	12,50
26	DECORADOR DE TORTAS	U	1	\$ 20,00	20,00
27	CIERRA DE CORTAR TOR.	U	1	\$ 15,00	15,00
27	EXTRACTOR DE AIRE	U	1	\$ 250,00	250,00
				TOTAL \$	32.443,05

4.2.2.4. Vehículos

Con el fin de transportar de la planta industrial al local los diferentes productos elaborados en la misma, se requiere un medio de transporte seguro y adecuado que conserve la calidad de los productos:

#	CONCEPTO	UNID.	CANT.	P.UNITARIO	TOTAL
1	Vans N 300, procedencia China	U	1	16.000,00	16.000,00
TOTAL \$					16.000,00

4.2.2.5 Implementos de la planta industrial

#	CONCEPTO	UNID.	CANT.	P.UNITARIO	TOTAL
1	Mandiles de tela	U	20	5,00	100,00
2	Guantes para calor	U	12	18,00	216,00
3	Mascarillas	U	200	0,50	100,00
4	Gorras	U	12	3,00	36,00
5	Juego de espátulas	Juego	4	28,00	112,00
6	Juegos de cuchillos	Juego	1	56,00	56,00
7	Mangas pasteleras	U	10	18,00	180,00
8	Moldes	U	100	12,00	1.200,00
TOTAL					2.000,00

4.2.2.6 Muebles de oficina

#	CONCEPTO	UNID.	CANT.	P.UNITARIO	TOTAL
1	Estaciones de trabajo	U	1	450,00	450,00
2	Sillas giratorias	U	1	180,00	180,00
3	Archivadores	U	1	150,00	150,00
4	Ventiladores	U	1	60,00	60,00
TOTAL \$					840,00

4.2.2.7. Equipos de computación

#	CONCEPTO	UNID.	CANT.	P.UNITARIO	TOTAL
1	Computadoras Pentium 4	U	1	1.200,00	1.200,00
2	Impresoras, copiadora, scanner	U	1	500,00	500,00
3	Impresora laser	U	1	400,00	400,00
TOTAL					2.100,00

4.2.2.8. Equipos de oficina

#	CONCEPTO	UNID.	CANT.	P.UNITARIO	TOTAL
1	Teléfonos	U	1	100,00	100,00
TOTAL \$					100,00

4.2.2.9. Implementos del local

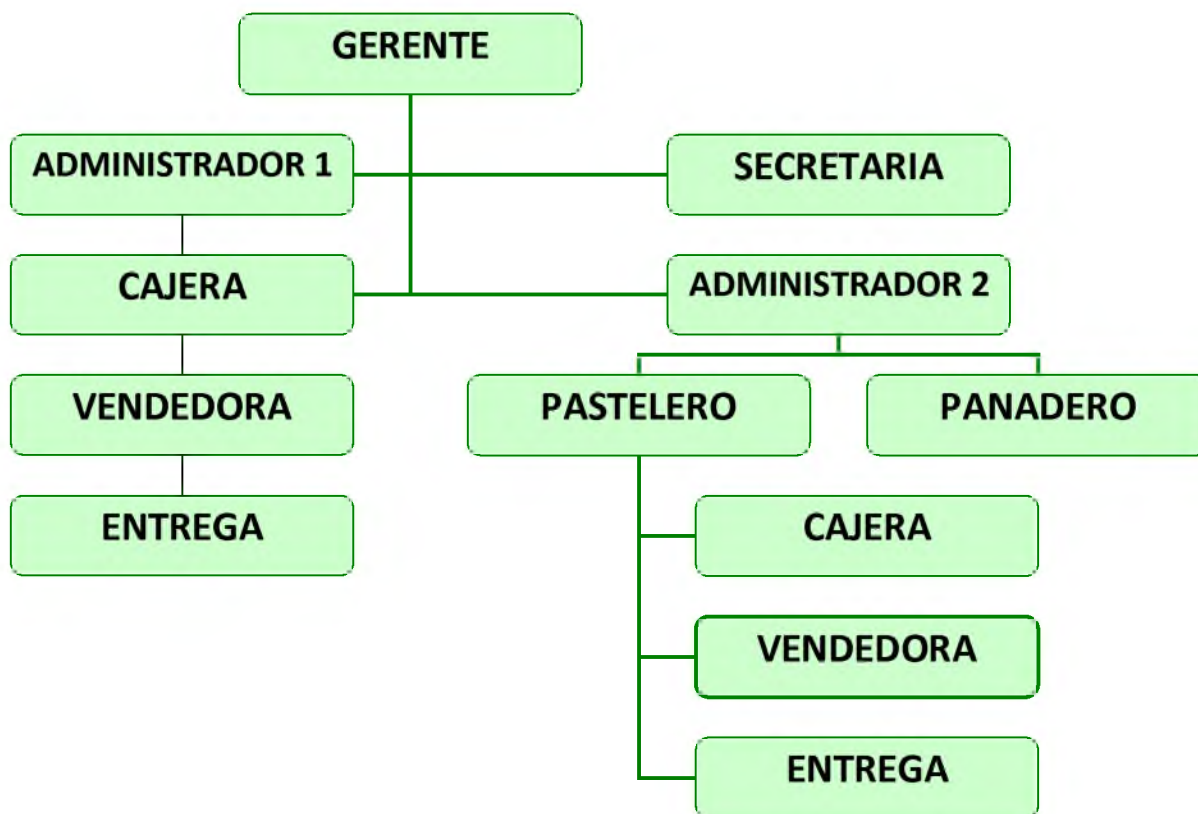
#	CONCEPTO	UNID.	CANT.	P.UNITARIO	TOTAL
1	Uniformes	U	20	60,00	1.200,00
2	Mandiles	U	12	25,00	300,00
3	Gorras	Cajas	12	60,00	720,00
4	Guantes de látex	Cajas	12	30,00	360,00
TOTAL					2.580,00

4.3. PROPUESTA ADMINISTRATIVA.

Para separar la cafetería-pastelería de la planta industrial, va a contar con su nombre y logo para su identificación comercial, proponer un esquema de las funciones que tendrá que llevar a cabo todo el personal que laborará en la planta y en la cafetería-pastelería, asumiendo la responsabilidad de la misma, para que de esta manera la organización Administrativa de la empresa sea la más idónea para su buen funcionamiento.

4.4. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

La distribución del personal se la realizó en base a la experiencia de personas y empresas de similares características.



4.5. DESCRIPCIÓN DE TAREAS DEL PERSONAL

4.5.1. Administrativo

PERSONAL	TAREAS
GERENTE	<ul style="list-style-type: none"> • Toma de decisiones • Traza objetivos • Distribuye y optimiza los recursos • Dirige y controla las actividades de otros.
SECRETARIA	<ul style="list-style-type: none"> • Organiza la agenda del gerente

	<ul style="list-style-type: none"> • Organiza facturas de compra y manejo de caja chica. • Atención telefónica y personal • Archivo de documentos, etc.
ADMINISTRADORES	<ul style="list-style-type: none"> • Manejar el área financiera de la empresa • Presentar informes mensuales respecto a las negociaciones realizadas por el agente vendedor • Supervisión y asesoramiento al personal. • Gestionar anualmente la evaluación física y psicológica de todo el personal, etc.

4.5.2. Operativo

PROCESOS	TAREAS	8:00 – 17:00
PASTELERO	<ul style="list-style-type: none"> • Se encargará de la elaboración de los productos de la pastelería. • Horneado de tortas. • Decoración de los productos de la pastelería. • Verifica que el producto este bien para su exhibición • Llevar a las vitrinas refrigeradas para la comercialización. 	2
PANADERO	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de los productos de panadería así como de los bocaditos de sal. • Horneado de productos. • Emperchado de los productos para la comercialización. • Constatar que el producto sea el más óptimo y este dentro 	1

	de los estándares de higiene.	
CAJERA	<ul style="list-style-type: none"> • Se encarga de la administración de las ventas en el punto. 	2
VENDEDORA	<ul style="list-style-type: none"> • Informa de las características del producto. • Ofrece la variedad, peso y precio de los productos a comercializar. • Toma de pedidos para su elaboración. • Entrega de productos. 	2

4.5.3. Reglamento Interno

	REGLAMENTO INTERNO
DEBERES	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir estrictamente los horarios establecidos. • Realizar su trabajo en condiciones asépticas. • Mantener en buen estado las instalaciones, mobiliarios y equipos de la empresa • Aprobar las capacitaciones periódicas exigidas por la empresa, etc.
DERECHOS	<ul style="list-style-type: none"> • El personal que preste sus servicios en esta empresa percibirá el sueldo unificado vigente a la fecha del contrato de acuerdo al código del trabajo • El personal tendrá derecho a un periodo de vacaciones, según lo estipula la ley de acuerdo a la programación anual que se realice conjuntamente con el directorio de la empresa.

	<ul style="list-style-type: none"> • Ser asesorados y capacitados • Recibir un trato digno y respetuoso, etc.
SANCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Incumplimiento de sus funciones. • Mal uso de los recursos asignados. • Constantes faltas injustificadas. • Atrasos y mal entendidos entre el personal, etc.

4.6. NOMBRE Y LOGO DE LA PLANTA INDUSTRIAL

Desde la creación de la empresa de hecho, tiene el siguiente nombre y logo:



4.7. NOMBRE Y LOGO DE LA CAFETERÍA-PASTELERÍA

Para poder facilitar la comercialización de los productos de la cafetería-pastelería, tendrá el nombre Algo Dulce, con el siguiente logo:



4.8. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.8.1. Macro Legalización

Tanto la planta industrial como el local, se ubicará en el Cantón Esmeraldas, por ser en la ciudad de Esmeraldas la que concentra toda la admiración pública y privada, además de ser capital provincial.



4.8.2. Micro Localización de la planta

La planta industrial está instalada en la Parroquia 5 de Agosto en las calle Pedro Vicente Maldonado 211 y San José Obrero, esta localización es en un lugar estratégico que cuenta con todos los servicios básicos de infraestructura como agua potable, alcantarillado, luz eléctrica cuenta con toda las instalaciones necesarias para la producción de pan industrial, así como las tortas, que son comercializadas en el punto de venta de la planta y el del centro de la ciudad. Además se cuenta con vitrinas refrigeradas para la conservación del producto terminado.

4.8.3. Micro localización de la Cafetería-Pastelería

La cafetería-pastelería, se instalará en el punto de venta que actualmente se tiene, que está ubicado en la Parroquia Esmeraldas en las calle Manuela Cañizares S/N entre Bolívar y Sucre, esta localización es en un lugar estratégico que cuenta con todos los servicios básicos de infraestructura como agua potable, alcantarillado, luz eléctrica, así como estar en el centro de la ciudad, en donde está instalada toda la administración pública y privada de la provincia.



4.9. TAMAÑO DEL LOCAL

El tamaño que se ha seleccionado para la creación de la cafetería pastelería es un local que mide 125 m² y está ubicado en la planta baja. Para el diseño de esta cafetería pastelería se estima contar con 3 áreas; las cuales dos serán sociales, donde se ubicarán las sillas con su mesa respectiva y otra contará con muebles más cómodos y finalmente el área donde se desarrollará la parte cultural o de entretenimiento para los clientes.

Para la elección del lugar se consideró los siguientes factores:

- Preferencia por medio de los encuestados.
- Infraestructura básica (luz, agua, desagüe).
- Seguridad para los clientes.
- Vías de acceso rápidas.
- Áreas de parqueo extensas.

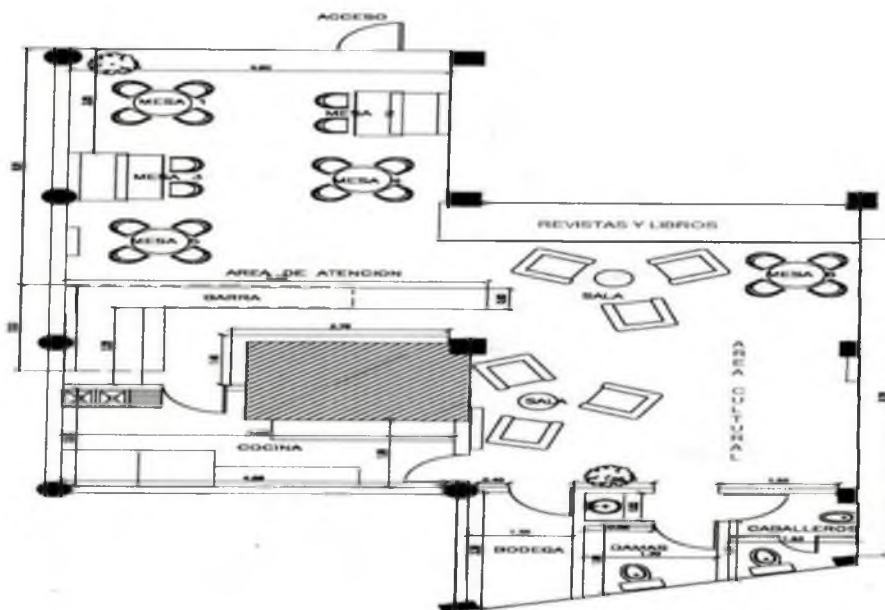
4.10. INGENIERÍA DEL PROYECTO

Para el montaje de este proyecto se cuenta con un local, en el cual se hará una serie de adecuaciones para obtener el diseño esperado para el funcionamiento de una cafetería pastelería.

4.10.1. Diseño y Distribución de las Instalaciones Para la distribución de las instalaciones se consideró:

- Dos áreas sociales.
- Área de entretenimiento.
- Área de cocina.
- Bodega.
- Sanitarios.
- Área de atención al cliente.

A continuación el diseño que se consideró para la cafetería



4.11. CAPACIDAD INSTALADA DEL PROYECTO

Con la demanda insatisfecha, que hemos identificada en el estudio de mercado, tanto en los productos como en los servicios, que desean los clientes, debemos proyectar el tamaño del local o su capacidad instalada, la misma que está dada por el número de mesas y sillas en el local, así como la capacidad en la planta industrial de elaborar los productos.

4.12. CAPACIDAD INSTALADA DE LA PLANTA INDUSTRIAL

Actualmente en la planta industrial, se elaboran 45 tortas, y 100 postres, los mismos que son comercializados en la planta industrial que cuenta con un punto de venta, y en el punto de venta en el centro de la ciudad.

En la planta industrial se cuenta con todo el equipamiento para la producción de las tortas y los postres, con una capacidad instalada para elaborar al día:

- 90 tortas
- 200 postres
- 100 bocaditos de sal
- 100 bocaditos de dulce

4.13. CAPACIDAD INSTALADA DE LA CAFETERÍA-PASTELERÍA

La capacidad instalada de la cafetería-pastelería, será de 10 mesas con 4 sillas, podemos atender máximo a 40 personas en el local, y los pedidos a domicilio.

4.14. DESCRIPCION DE INSTALACIONES, PROCESOS Y PRODUCTO

4.14.1. De la planta industrial

- **Suizopan** posee una planta industrial de 115,8 m² el mismo que cuenta con todas las especificaciones técnicas requeridas para su correcto funcionamiento.

La planta industrial cuenta con estructura de hormigón pisos de cerámica y tumbado de yeso, instalaciones eléctricas, batería sanitaria y lavaplatos en acero, en cuanto a equipos tenemos horno giratorio a diesel con capacidad de 40 latas, batidora de 25 kg, cámara de leudo, divisora de masa, batidora de 20 lts, neveras, congelador, cilindro de masa, gradilleros, mesas de trabajo en acero, en cuanto al punto de venta que tenemos en la planta tenemos vitrinas refrigeradas y paneras.

4.14.2. De la cafetería-pastelería

En la actualidad, se cuenta con un punto de venta para la comercialización de tortas y postres, en el centro de la ciudad, este local cuenta con una infraestructura básica para la venta al paso de tortas y postres, no cuenta con un equipamiento que le permita dar un buen servicios.

El punto de venta actualmente es de 30m², en donde se realizará una ampliación del mismo para contar con un área de 70m², en el cuál se instalarán, sistemas de aires acondicionados, mesas, sillas confortables, equipos de fríos , mostrador y máquinas de café.

Se renovara la pintura, el piso y la iluminación así como se remodelara las baterías higiénicas y la cocina que posee. en cuanto a la decoración del local se instalaran vitrinas refrigeradas tipo burbujas donde se exhibirán los diferentes tipos de tortas, postres y pie, vitrinas calientes para la variedad de productos de sal como los pasteles, empanadas y bocaditos de sal, las paneras serán en madera MDF con canastas para los tipos de pan a comercializar, contara con vitrinas para bebidas frías y la cafetera para los diferentes tipos de café que se va a comercializar, el mobiliario de mesas y sillas va de acuerdo a los colores de las vitrinas y paneras, caja registradora con su respectivo mueble, pantalla de televisión con cable para distracción de los presentes.

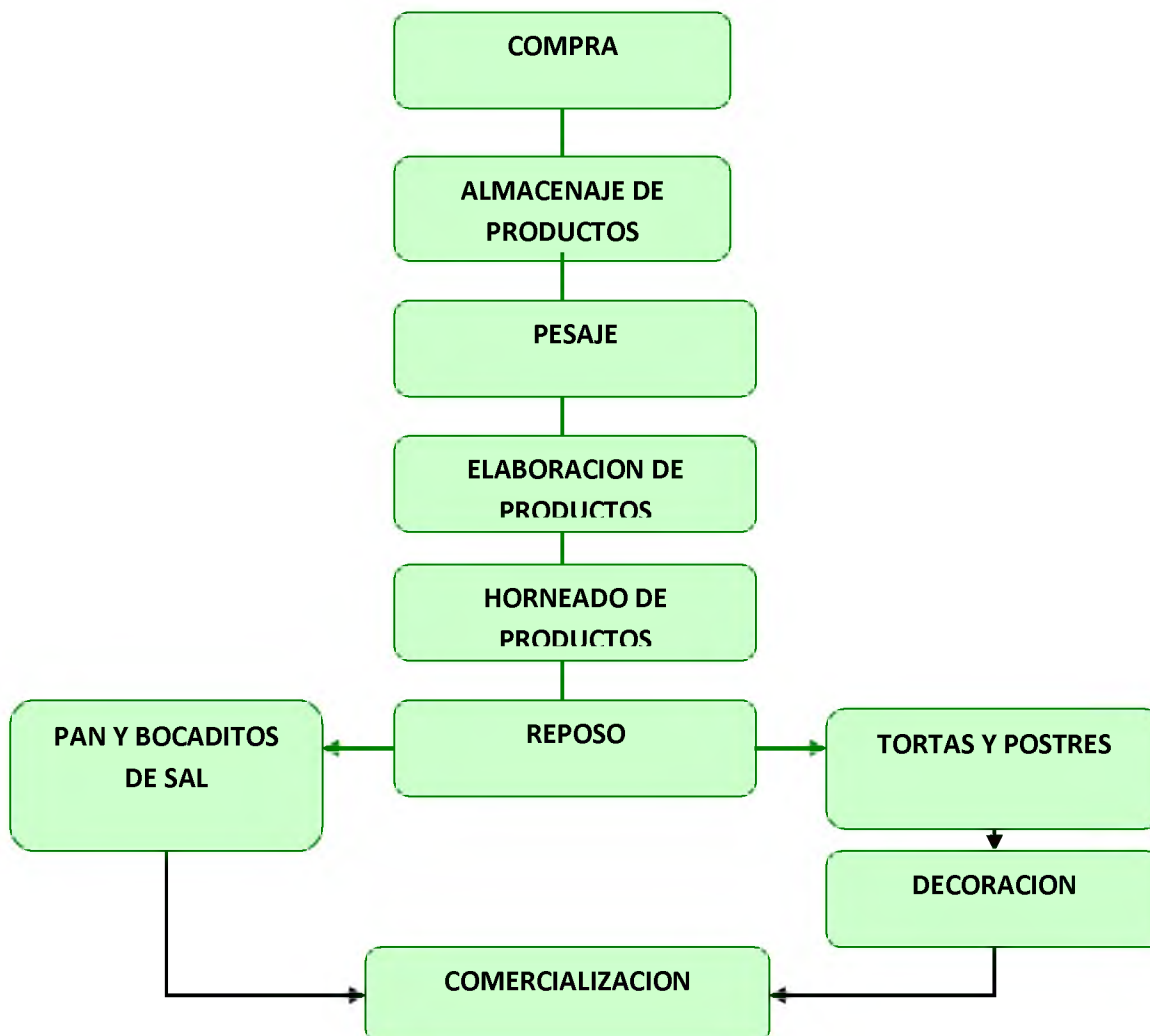
4.15. PLANOS DE LA PLANTA COMO DEL LOCAL.

4.15.1. Descripción Del Proceso

Para la descripción del proceso, contamos con dos procesos; el proceso productivo en la planta industrial y el proceso de comercialización en el local donde se instalará la cafetería-pastelería.

4.15.2. De la Planta industrial

Se detalla el proceso para la elaboración de las tortas y los bocaditos de sal y dulce, los que son elaborados en la planta industrial:



4.15.3. Compra

Las actividades que se realizarán en la compra de materia prima es el siguiente:

1. Gestionar la compra, con los proveedores.
2. Organizar la fecha de compra y entrega
3. Recepción de los materiales, verificar peso y fecha de expiración.
4. Registro en el inventario y almacenar en la bodega

4.15.4. Almacenaje

Una vez que llega se procede al almacenamiento de los productos de tal forma que se conserven de la mejor forma los productos secos como harina, azúcar, grasas se estiban e pallets para que estén libres del contacto con el piso y mantengan la suficiente ventilación, los productos de refrigeración como chocolates, manjar y cremas se los coloca en las neveras para conservar su temperatura

4.15.5. Pesaje

En este paso se pesan todos los ingredientes que vamos a ocupar en la elaboración de los diferentes tipos de tortas, postres o bocaditos ya sean estos de sal o dulce.

4.15.6. Elaboración de productos

La elaboración de los productos consiste en combinar todos los ingredientes pesados en el paso anterior de acuerdo a la fórmula para pasar al horno.

4.15.7. Horneado de productos

Es el momento que los productos son introducidos al horno para su cocción y el tiempo estimado depende del producto elaborado.

4.15.6. Reposo

Tiempo que se necesita para que una vez salido del horno el producto esté listo ya sea para la comercialización o el decorado.

4.15.7. Producto

En cuanto al producto de sal como los bocaditos o el pan mismo luego del reposo sale directo a la comercialización más no los productos como tortas y postres que necesitan decoración.

4.15.8. Comercialización de pan

El pan se comercializara directamente en la planta industrial en las perchas paneras adecuadas para su exhibición

4.15.9. Decoración de tortas

Las tortas luego del reposo respectivo son decoradas según su sabor o pedido del cliente

4.15.10. Comercialización de tortas

La comercialización de las tortas se da de la siguiente manera una vez decoradas pasan a las burbujas refrigeradas para su exhibición y posterior venta o se entregan según los pedidos hechos por los clientes con anticipación.

4.16. DESCRIPCIÓN DE LOS BIENES Y SERVICIOS

4.16.1. De la planta industrial

En la planta industrial se elaboran pan de vitrina, así como las tortas y postres, los mismos que tienen las siguientes características:

Detallar todos los productos que se van a producir.

- Productos de sal:

Entre los productos de sal que se van a comercializar tenemos diferentes tipos de pan, pasteles de pollo y carne.

4.17. PANES:

4.17.1. Pan de cebolla.

En el siguiente cuadro detallamos la fórmula del producto, en la primera columna se detallan todos los ingredientes, la segunda columna corresponde al peso de la materia prima en gramos, la tercera columna corresponde al precio total de cada producto, es decir en el caso de la harina los 50000 gr. cuestan \$39,00 y así para todos los productos, en la columna del porcentaje panadero detallamos que el 100% es la harina en base a eso se determina los porcentajes de cada ingrediente para sacar la fórmula, la columna del porcentaje real se da para que sumado todo de 100%, en la columna de fórmula en gramos tenemos la receta para elaborar nuestro producto que se da sacar el porcentaje de cada producto respecto a la cantidad de harina que se vaya a elaborar y finalmente la columna de los costos que se da de dividir el costo de la materia prima para el peso y multiplicar por la cantidad que indica la fórmula.

<u>PRODUCTO</u>	PESO MAT. PRIMA(GR.)	COSTO MATE. PRIMA	% Pan.	%REAL	Form. en gramos	COSTO
HARINA	50000	\$ 39,00	100%	49%	50000	\$ 39,00
AGUA	-	\$ 0,01	20%	10%	10000	\$ 0,01
SAL	2000	\$ 0,65	2%	1%	1000	\$ 0,33
AZUCAR	50000	\$ 39,00	7%	3%	3500	\$ 2,73
HUEVOS	50	\$ 0,10	15%	7%	7500	\$ 15,00
QUESO	454	\$ 2,40	25%	12,4%	12500	\$ 66,08
CEBOLLA BLANCA	500	\$ 0,35	3%	1,5%	1500	\$ 1,05
MARGARINA	50000	\$ 71,82	15%	7%	7500	\$ 10,77
MANTECA	50000	\$ 71,82	10%	5%	5000	\$ 7,18
ESC. MANTEQU.	4000	\$ 15,00	0,3%	0,1%	150	\$ 0,56
MEJORADOR	1000	\$ 3,95	1%	0,5%	500	\$ 1,98
LEVADURA	500	\$ 2,50	4%	2%	2000	\$ 10,00
TOTAL GENERAL			202,3%	100,0%	101150	\$ 154,69

En este cuadro vamos a detallar el rendimiento en unidades y la utilidad que se obtiene de la fórmula antes mencionada.

La cantidad de harina y el costo de la masa lo obtenemos de cuadro anterior, aquí lo que se le suma es los gastos administrativos y la utilidad para sacar el precio de

venta al público, también dividimos el peso total de la masa para sacar el número de unidades.

CANT. HARINA UTILIZAR	50000	COSTO DE LA MASA	\$ 154,69
PESO DE MASA EN GRAMOS	101150	GASTOS ADMINISTRATIVOS	77,34
PESO REQUERIDO (gr)	50	CCOSTO TOTAL	\$ 232,03
RENDIMIENTO EN UNIDADES	2023	COSTO TOTAL POR UNIDADES	\$ 0,11
VENTA TOTAL	\$ 505,75	UTILIDAD	50
UTILIDAD NETA	\$ 273,72	P.V.P.	\$ 0,25

4.17.2. Croissant.

<u>PRODUCTO</u>	PESO MAT. PRIMA	COSTO MATE. PRIMA	% Pan.	%REAL	Form. en gramos	COSTO
HARINA	50000	\$ 35,00	100%	49%	3000	\$ 2,10
AGUA	-	\$ 0,01	50%	25%	1500	\$ 0,01
SAL	2000	\$ 0,65	2%	1%	60	\$ 0,02
AZUCAR	50000	\$ 45,00	7%	3%	210	\$ 0,19
HUEVOS	50	\$ 0,10	10%	5%	300	\$ 0,60
MARGARINA	50000	\$ 71,82	10%	5%	300	\$ 0,43
ESC. MANTEQU.	4000	\$ 15,00	0,3%	0%	9	\$ 0,03
MEJORADOR	1000	\$ 3,95	0,5%	0%	15	\$ 0,06
LEVADURA	500	\$ 2,50	3%	1%	90	\$ 0,45
PASTELPAN	2500	6,48	20%	10%	600	\$ 1,56
TOTAL GENERAL			202,8%	100,0%	6084	\$ 5,45

CANT. HARINA UTILIZAR	3000	COSTO DE LA MASA	\$ 5,45
PESO DE MASA EN GRAMOS	6084	GASTOS ADMINISTRATIVOS	2,72
PESO REQUERIDO	50	COSTO TOTAL	\$ 8,17
RENDIMIENTO EN UNIDADES	122	COSTO TOTAL POR UNIDADES	\$ 0,07
VENTA TOTAL	\$ 16,34	UTILIDAD	50
UTILIDAD NETA	\$ 8,17	P.V.P.	\$ 0,13

4.17.3. Pan Brioche.

<u>PRODUCTO</u>	PESO MAT. PRIMA	COSTO MATE. PRIMA	% Pan.	%REAL	Form. en gramos	COSTO
HARINA	50000	\$ 39,00	100%	47%	500	\$ 0,39
AGUA	-	\$ 0,01	15%	7%	75	\$ 0,01
SAL	2000	\$ 0,65	2%	1%	10	\$ 0,00
AZUCAR	50000	\$ 39,00	10%	5%	50	\$ 0,04
MARGARINA	50000	\$ 71,82	30%	14%	150	\$ 0,22
HUEVOS	50	\$ 0,10	30%	14%	150	\$ 0,30
YEMAS DE HUEVOS	50	\$ 0,10	20%	9%	100	\$ 0,20
MEJORADOR	1000	\$ 3,95	0,5%	0,2%	2,5	\$ 0,01
LECHE EN POLVO	400	\$ 3,75	3%	1,4%	15	\$ 0,14
LEVADURA	500	2,5	4%	2%	20	\$ 0,10
TOTAL GENERAL			214,5%	100,0%	1072,5	\$ 1,41

CANT. HARINA UTILIZAR	500	COSTO DE LA MASA	\$ 1,41
PESO DE MASA EN GRAMOS	1072,5	GASTOS ADMINISTRATIVOS	0,70
PESO REQUERIDO	50	CCOSTO TOTAL	\$ 2,11
RENDIMIENTO EN UNIDADES	21	COSTO TOTAL POR UNIDADES	\$ 0,10
VENTA TOTAL	\$ 4,22	UTILIDAD	50
UTILIDAD NETA	\$ 2,11	P.V.P.	\$ 0,20

4.17.4 Pan baguette.

<u>PRODUCTO</u>	PESO MAT. PRIMA	COSTO MATE. PRIMA	% Pan.	%REAL	Form. en gramos	COSTO
HARINA	50000	\$ 39,00	100%	56%	1000	\$ 0,78
AGUA	-	\$ 0,01	60%	34%	600	\$ 0,01
SAL	2000	\$ 0,65	2%	1%	20	\$ 0,01
AZUCAR	50000	\$ 39,00	1%	0,6%	10	\$ 0,01
MARGARINA	50000	\$ 71,82	1%	0,6%	10	\$ 0,01
MEJORADOR	1000	\$ 3,50	1%	0,6%	10	\$ 0,04
LEVADURA	500	\$ 2,50	3%	1,7%	30	\$ 0,15
TOCINO	1000	\$ 9,25	10%	5,6%	100	\$ 0,93
TOTAL GENERAL			178,0%	100,0%	1780	\$ 1,93

CANT. HARINA UTILIZAR	1000	COSTO DE LA MASA	\$ 1,93
PESO DE MASA EN GRAMOS	1780	GASTOS ADMINISTRATIVOS	0,96
PESO REQUERIDO	360	CCOSTO TOTAL	\$ 2,89
RENDIMIENTO EN UNIDADES	5	COSTO TOTAL POR UNIDADES	\$ 0,59
VENTA TOTAL	\$ 4,82	UTILIDAD	40
UTILIDAD NETA	\$ 1,93	P.V.P.	\$ 0,98

4.17.5 Pan de mantequilla.

<u>PRODUCTO</u>	PESO MAT. PRIMA	COSTO MATE. PRIMA	% Pan.	%REAL	Form. en gramos	COSTO
HARINA	50000	\$ 39,00	100%	51%	2000	\$ 1,56
AGUA	-	\$ 0,01	40%	20%	800	\$ 0,01
SAL	2000	\$ 0,65	2%	1%	40	\$ 0,01
AZUCAR	50000	\$ 39,00	10%	5%	200	\$ 0,16
LECHE EN POLVO	400	\$ 3,75	3%	1,5%	60	\$ 0,56
HUEVOS	1500	\$ 2,90	10%	5%	200	\$ 0,39
MARGARINA	50000	\$ 71,82	25%	12,8%	500	\$ 0,72
ESC. MANTEQU.	4000	\$ 15,00	0,3%	0,2%	6	\$ 0,02
MEJORADOR	1000	\$ 3,95	1%	0,5%	20	\$ 0,08
LEVADURA	500	\$ 2,50	4%	2%	80	\$ 0,40
TOTAL GENERAL			195%	100%	3906	\$ 3,91

CANT. HARINA UTILIZAR	2000	COSTO DE LA MASA	\$ 3,91
PESO DE MASA EN GRAMOS	3906	GASTOS ADMINISTRATIVOS	1,95
PESO REQUERIDO	50	CCOSTO TOTAL	\$ 5,86
RENDIMIENTO EN UNIDADES	78	COSTO TOTAL POR UNIDADES	\$ 0,08
VENTA TOTAL	\$ 11,72	UTILIDAD	50
UTILIDAD NETA	\$ 5,86	P.V.P.	\$ 0,15

4.17.6. Pan de coco.

<u>PRODUCTO</u>	PESO MAT. PRIMA	COSTO MATE. PRIMA	% Pan.	%REAL	Form. en gramos	COSTO
HARINA	50000	\$ 39,00	100%	50%	2000	\$ 1,56
AGUA	-	\$ 0,01	40%	20%	800	\$ 0,01
SAL	2000	\$ 0,65	0,5%	0,3%	10	\$ 0,00
AZUCAR	50000	\$ 39,00	25%	13%	500	\$ 0,39
HUEVOS	1500	\$ 2,80	10%	5%	200	\$ 0,37
LECHE EN POLVO	400	\$ 3,70	3%	1,5%	60	\$ 0,56
MARGARINA	50000	\$ 71,82	15%	7,6%	300	\$ 0,43
ESC. COCO	3800	\$ 26,64	0,5%	0,3%	10	\$ 0,07
MEJORADOR	1000	\$ 3,95	0,5%	0,3%	10	\$ 0,04
COLORANTE YEMO	500	\$ 4,44	0,03%	0,0%	0,6	\$ 0,01
LEVADURA	500	\$ 2,50	4%	2%	80	\$ 0,40
TOTAL GENERAL			199%	100%	3970,6	\$ 3,84

CANT. HARINA UTILIZAR	2000	COSTO DE LA MASA	\$ 3,84
PESO DE MASA EN GRAMOS	3970,6	GASTOS ADMINISTRATIVOS	1,92
PESO REQUERIDO	50	CCOSTO TOTAL	\$ 5,76
RENDIMIENTO EN UNIDADES	79	COSTO TOTAL POR UNIDADES	\$ 0,07
VENTA TOTAL	\$ 11,51	UTILIDAD	50
UTILIDAD NETA	\$ 5,76	P.V.P.	\$ 0,14

4.17.7 Pan de ajonjolí.

<u>PRODUCTO</u>	PESO MAT. PRIMA	COSTO MATE. PRIMA	% Pan.	%REAL	Form. en gramos	COSTO
HARINA	50000	\$ 39,00	100%	51%	2000	\$ 1,56
AGUA	-	\$ 0,01	40%	20%	800	\$ 0,01
SAL	2000	\$ 0,65	2%	1%	40	\$ 0,01
AZUCAR	50000	\$ 39,00	10%	5%	200	\$ 0,16
HUEVOS	50	\$ 0,10	10%	5%	200	\$ 0,40
LECHE EN POLVO	400	\$ 3,70	3%	2%	60	\$ 0,56
AJONJOLI	1000	\$ 3,50	5%	2,6%	100	\$ 0,35
MARGARINA	50000	\$ 71,82	20%	10%	400	\$ 0,57
ESC. MANTEQU.	4000	\$ 15,00	0,5%	0,3%	10	\$ 0,04
ESC. ANIS	500	\$ 4,44	0,5%	0,3%	10	\$ 0,09
MEJORADOR	1000	\$ 3,95	1%	0,5%	20	\$ 0,08
CLORORANTE YEMO	500	\$ 4,44	0,03%	0,02%	0,6	\$ 0,01
LEVADURA	500	\$ 2,50	4%	2%	80	\$ 0,40
TOTAL GENERAL			196%	100%	3921	\$ 4,23

CANT. HARINA UTILIZAR	2000	COSTO DE LA MASA	\$ 4,23
PESO DE MASA EN GRAMOS	3921	GASTOS ADMINISTRATIVOS	2,11
PESO REQUERIDO	50	CCOSTO TOTAL	\$ 6,34
RENDIMIENTO EN UNIDADES	78	COSTO TOTAL POR UNIDADES	\$ 0,08
VENTA TOTAL	\$ 11,53	UTILIDAD	45
UTILIDAD NETA	\$ 5,19	P.V.P.	\$ 0,15

4.1.7.8 Masa de hojaldre.

<u>PRODUCTO</u>	PESO MAT. PRIMA	COSTO MATE. PRIMA	% Pan.	%REAL	Form. en gramos	COSTO
HARINA	50000	\$ 39,00	100%	41%	1000	\$ 0,78
AGUA	-	\$ 0,01	60%	25%	600	\$ 0,01
SAL	2000	\$ 0,65	2%	1%	20	\$ 0,007
MARGARINA	50000	\$ 71,82	5%	2%	50	\$ 0,07
PASTELPAN	2500	6,48	75%	31%	750	\$ 1,94
TOTAL GENERAL			242%	100%	2420	\$ 2,81

CANT. HARINA UTILIZAR	1000	COSTO DE LA MASA	\$ 2,81
PESO DE MASA EN GRAMOS	2420	GASTOS ADMINISTRATIVOS	1,41
PESO REQUERIDO	500	CCOSTO TOTAL	\$ 4,22
RENDIMIENTO EN UNIDADES	4,8	COSTO TOTAL POR UNIDADES	\$ 0,87
VENTA TOTAL	\$ 7,03	UTILIDAD	40
UTILIDAD NETA	\$ 2,81	P.V.P.	\$ 1,45

4.17.9. Pan enrollado.

<u>PRODUCTO</u>	PESO MAT. PRIMA	COSTO MATE. PRIMA	% Pan.	%REAL	Form. en gramos	COSTO
HARINA	50000	\$ 39,00	100%	53%	2000	\$ 1,56
AGUA	-	\$ 0,01	47%	25%	940	\$ 0,01
SAL	2000	\$ 0,65	2%	1%	40	\$ 0,01
AZUCAR	50000	\$ 39,00	5%	3%	100	\$ 0,08
MARGARINA	50000	\$ 71,82	10%	5%	200	\$ 0,29
LEVADURA	500	\$ 2,50	3%	2%	60	\$ 0,30
HUEVOS	50	\$ 0,10	10,0%	5%	200	\$ 0,40
ESC. MANTEQ.	4000	\$ 15,00	1,0%	1%	20	\$ 0,08
MARGARINA	50000	\$ 71,82	6%	3%	120	\$ 0,17
MANTECA	50000	\$ 71,82	6%	3%	120	\$ 0,17
TOTAL GENERAL			190%	102%	3800	\$ 3,07

CANT. HARINA UTILIZAR	2000	COSTO DE LA MASA	\$ 3,07
PESO DE MASA EN GRAMOS	3800	GASTOS ADMINISTRATIVOS	1,53
PESO REQUERIDO	60	COSTO TOTAL	\$ 4,60
RENDIMIENTO EN UNIDADES	63	COSTO TOTAL POR UNIDADES	\$ 0,07
VENTA TOTAL	\$ 9,20	UTILIDAD %	50
UTILIDAD NETA	\$ 4,60	P.V.P.	\$ 0,15

4.17.10. Pan injerto.

<u>PRODUCTO</u>	PESO MAT. PRIMA	COSTO MATE. PRIMA	% Pan.	%REAL	Form. en gramos	COSTO
HARINA	50000	\$ 39,00	100%	53%	1000	\$ 0,78
AGUA	-	\$ 0,01	50%	27%	500	\$ 0,01
SAL	2000	\$ 0,65	2%	1%	20	\$ 0,01
AZUCAR	50000	\$ 39,00	7%	4%	70	\$ 0,05
MARGARINA	50000	\$ 71,82	30%	16%	300	\$ 0,43
LEVADURA	500	\$ 2,50	3%	2%	30	\$ 0,15
HARINA	50000	\$ 39,00	100%	53%	1000	\$ 0,78
AGUA	-	\$ 0,01	38%	20%	380	\$ 0,01
SAL	2000	\$ 0,65	2%	1%	2	\$ 0,00
AZUCAR	50000	\$ 39,00	30%	16%	300	\$ 0,23
MARGARINA	50000	\$ 71,82	20%	11%	200	\$ 0,29
LEVADURA	500	\$ 2,50	4%	2%	40	\$ 0,20
ESC. VAINILLA	4000	\$ 23,84	1%	1%	10	\$ 0,06
TOTAL GENERAL			387%	207%	3852	\$ 3,00

CANT. HARINA UTILIZAR	1000	COSTO DE LA MASA	\$ 3,00
PESO DE MASA EN GRAMOS	3852	GASTOS ADMINISTRATIVOS	1,50
PESO REQUERIDO	60	COSTO TOTAL	\$ 4,51
RENDIMIENTO EN UNIDADES	64	COSTO TOTAL POR UNIDADES	\$ 0,07
VENTA TOTAL	\$ 9,01	UTILIDAD %	50
UTILIDAD NETA	\$ 4,51	P.V.P.	\$ 0,14

4.17.11. Pan de maíz.

<u>PRODUCTO</u>	PESO MAT. PRIMA	COSTO MATE. PRIMA	% Pan.	%REAL	Form. en gramos	COSTO
HARINA	50000	\$ 39,00	100%	53%	800	\$ 0,62
LECHE	1000	\$ 0,75	60%	32%	650	\$ 0,49
AZUCAR	50000	\$ 39,00	10%	5%	120	\$ 0,09
MARGARINA	50000	\$ 71,82	10%	5%	250	\$ 0,36
SAL	2000	\$ 0,65	2%	1%	20	\$ 0,01
LEVADURA	500	\$ 2,50	4%	2%	40	\$ 0,20
MAIZABROSA	500	\$ 1,00			200	\$ 0,40
ESC. NARANJA	4000	\$ 23,94	1,0%	1%	5	\$ 0,03
HUEVOS	50	\$ 0,10	10,0%	5%	150	\$ 0,30
POLVO ROYAL	5000	\$ 17,72			25	\$ 0,09
QUESO	454	\$ 2,40			300	\$ 1,59
TOTAL GENERAL			197%	105%	2560	\$ 4,18

CANT. HARINA UTILIZAR	800	COSTO DE LA MASA	\$ 4,18
PESO DE MASA EN GRAMOS	2560	GASTOS ADMINISTRATIVOS	2,09
PESO REQUERIDO	60	COSTO TOTAL	\$ 6,26
RENDIMIENTO EN UNIDADES	43	COSTO TOTAL POR UNIDADES	\$ 0,15
VENTA TOTAL	\$ 12,53	UTILIDAD %	50
UTILIDAD NETA	\$ 6,26	P.V.P.	\$ 0,29

4.17.12. Pan de leche.

<u>PRODUCTO</u>	PESO MAT. PRIMA	COSTO MATE. PRIMA	% Pan.	%REAL	Form. en gramos	COSTO
HARINA	50000	\$ 39,00	100%	53%	1000	\$ 0,78
LECHE	1000	\$ 0,75	60%	32%	400	\$ 0,30
AZUCAR	50000	\$ 39,00	10%	5%	350	\$ 0,27
MARGARINA	50000	\$ 71,82	10%	5%	250	\$ 0,36
LEVADURA	500	\$ 2,50	4%	2%	30	\$ 0,15
ESC. NARANJA	4000	\$ 23,94	1,0%	1%	5	\$ 0,03
HUEVOS	50	\$ 0,10	10,0%	5%	250	\$ 0,50
POLVO ROYAL	5000	\$ 17,72			45	\$ 0,16
TOTAL GENERAL			195%	104%	2330	\$ 2,55

CANT. HARINA UTILIZAR	1000	COSTO DE LA MASA	\$ 2,55
PESO DE MASA EN GRAMOS	2330	GASTOS ADMINISTRATIVOS	1,28
PESO REQUERIDO	60	CCOSTO TOTAL	\$ 3,83
RENDIMIENTO EN UNIDADES	39	COSTO TOTAL POR UNIDADES	\$ 0,10
VENTA TOTAL	\$ 7,65	UTILIDAD %	50
UTILIDAD NETA	\$ 3,83	P.V.P.	\$ 0,20

4.17.13. Pan reventado.

<u>PRODUCTO</u>	PESO MAT. PRIMA	COSTO MATE. PRIMA	% Pan.	%REAL	Form. en gramos	COSTO
HARINA	50000	\$ 39,00	100%	53%	2000	\$ 1,56
AGUA	-	\$ 0,01	60%	32%	900	\$ 0,01
SAL	2000	\$ 0,65	2%	1%	40	\$ 0,01
AZUCAR	50000	\$ 39,00	10%	5%	160	\$ 0,12
MARGARINA	50000	\$ 71,82	10%	5%	400	\$ 0,57
LEVADURA	500	\$ 2,50	4%	2%	60	\$ 0,30
ESC. MANTEQ.	4000	\$ 15,00	1,0%	1%	5	\$ 0,02
HUEVOS	50	\$ 0,10	10,0%	5%	200	\$ 0,40
MARGARINA	50000	\$ 39,00			373	\$ 0,29
HARINA	50000	\$ 35,00			250	\$ 0,18
TOTAL GENERAL			197%	105%	4388	\$ 3,47

CANT. HARINA UTILIZAR	2000	COSTO DE LA MASA	\$ 3,47
PESO DE MASA EN GRAMOS	4388	GASTOS ADMINISTRATIVOS	1,73
PESO REQUERIDO	60	CCOSTO TOTAL	\$ 5,20
RENDIMIENTO EN UNIDADES	73	COSTO TOTAL POR UNIDADES	\$ 0,07
VENTA TOTAL	\$ 10,40	UTILIDAD %	50
UTILIDAD NETA	\$ 5,20	P.V.P.	\$ 0,14

4.17.14. Pan de hamburguesa.

<u>PRODUCTO</u>	PESO MAT. PRIMA	COSTO MATE. PRIMA	% Pan.	%REAL	Form. en gramos	COSTO
HARINA	50000	\$ 39,00	100%	53%	2000	\$ 1,56
AGUA	-	\$ 0,01	60%	32%	1200	\$ 0,01
SAL	2000	\$ 0,65	2%	1%	40	\$ 0,01
AZUCAR	50000	\$ 39,00	10%	5%	200	\$ 0,16
MARGARINA	50000	\$ 71,82	10%	5%	200	\$ 0,29
MEJORADOR	1000	\$ 3,95	1%	1%	20	\$ 0,08
LEVADURA	500	\$ 2,50	4%	2%	60	\$ 0,30
TOTAL GENERAL			187%	100%	3720	\$ 2,41

CANT. HARINA UTILIZAR	2000	COSTO DE LA MASA	\$ 2,41
PESO DE MASA EN GRAMOS	3720	GASTOS ADMINISTRATIVOS	1,20
PESO REQUERIDO	70	CCOSTO TOTAL	\$ 3,61
RENDIMIENTO EN UNIDADES	53	COSTO TOTAL POR UNIDADES	\$ 0,07
VENTA TOTAL	\$ 7,22	UTILIDAD %	50
UTILIDAD NETA	\$ 3,61	P.V.P.	\$ 0,14

4.17.15. Pan de agua

<u>PRODUCTO</u>	PESO MAT. PRIMA	COSTO MATE. PRIMA	% Pan.	%REAL	Form. en gramos	COSTO
HARINA	50000	\$ 39,00	100%	60%	1000	\$ 0,78
AGUA	-	\$ 0,01	56%	34%	560	\$ 0,01
SAL	2000	\$ 0,65	2%	1%	20	\$ 0,01
AZUCAR	50000	\$ 39,00	2%	1%	20	\$ 0,02
MARGARINA	50000	\$ 71,82	2%	1%	20	\$ 0,03
MEJORADOR	1000	\$ 3,50	0,4%	0,2%	4	\$ 0,01
LEVADURA	500	\$ 2,50	3%	1,8%	30	\$ 0,15
TOTAL GENERAL			165,4%	100,0%	1654	\$ 1,00

CANT. HARINA UTILIZAR	1000	COSTO DE LA MASA	\$ 1,00
PESO DE MASA EN GRAMOS	1654	GASTOS ADMINISTRATIVOS	0,50
PESO REQUERIDO	650	CCOSTO TOTAL	\$ 1,51
RENDIMIENTO EN UNIDADES	3	COSTO TOTAL POR UNIDADES	\$ 0,59
VENTA TOTAL	\$ 3,01	UTILIDAD	50
UTILIDAD NETA	\$ 1,51	P.V.P.	\$ 1,18

4.17.16. Pasteles de pollo.

<u>PRODUCTO</u>	PESO MAT. PRIMA	COSTO MATE. PRIMA	% Pan.	%REAL	Form. en gramos	COSTO
HARINA	50000	\$ 39,00	100%	29%	1000	\$ 0,78
AGUA	-	\$ 0,01	60%	18%	600	\$ 0,01
SAL	2000	\$ 0,65	2%	1%	20	\$ 0,007
MARGARINA	50000	\$ 71,82	5%	1%	50	\$ 0,072
PASTELPAN	2500	6,48	75%	22%	750	\$ 1,944
GUIISO DE POLLO	1000	\$ 7,50	100%	29%	1000	\$ 7,500
TOTAL GENERAL			342%	100%	3420	\$ 10,31

CANT. HARINA UTILIZAR	1000	COSTO DE LA MASA	\$ 10,31
PESO DE MASA EN GRAMOS	3420	GASTOS ADMINISTRATIVOS	5,16
PESO REQUERIDO	90	CCOSTO TOTAL	\$ 15,47
RENDIMIENTO EN UNIDADES	38,0	COSTO TOTAL POR UNIDADES	\$ 0,41
VENTA TOTAL	\$ 28,50	UTILIDAD	40
UTILIDAD NETA	\$ 13,03	P.V.P.	\$ 0,75

4.17.17. Pasteles de carne.

<u>PRODUCTO</u>	PESO MAT. PRIMA	COSTO MATE. PRIMA	% Pan.	%REAL	Form. en gramos	COSTO
HARINA	50000	\$ 39,00	100%	29%	1000	\$ 0,78
AGUA	-	\$ 0,01	60%	18%	600	\$ 0,01
SAL	2000	\$ 0,65	2%	1%	20	\$ 0,007
MARGARINA	50000	\$ 71,82	5%	1%	50	\$ 0,072
PASTELPAN	2500	6,48	75%	22%	750	\$ 1,944
GUIISO DE CARNE	1000	\$ 6,00	100%	29%	1000	\$ 6,000
TOTAL GENERAL			342%	100%	3420	\$ 8,81

CANT. HARINA UTILIZAR	1000	COSTO DE LA MASA	\$ 8,81
PESO DE MASA EN GRAMOS	3420	GASTOS ADMINISTRATIVOS	4,41
PESO REQUERIDO	90	CCOSTO TOTAL	\$ 13,22
RENDIMIENTO EN UNIDADES	38,0	COSTO TOTAL POR UNIDADES	\$ 0,35
VENTA TOTAL	\$ 28,50	UTILIDAD	40
UTILIDAD NETA	\$ 15,28	P.V.P.	\$ 0,75

4.18. PRODUCTOS DE DULCE.

Los productos de dulce abarcan todo lo relacionado con las tortas postres y bocaditos de dulce.

4.18.1. Torta de chocolate.

<u>PRODUCTO</u>	PESO MAT. PRIMA GR.	COSTO MATE. PRIMA	% Pan.	%REAL	Form. en gramos	COSTO
HARINA	50000	\$ 39,00	100%	20%	2000	\$ 1,56
AZUCAR	50000	\$ 39,00	103%	21%	2060	\$ 1,61
ACEITE	20000	\$ 26,00	30%	6%	600	\$ 0,78
HUEVOS	1500	\$ 3,10	90%	18%	1800	\$ 3,72
CHOCOLATE	1000	\$ 6,05	30%	6%	600	\$ 3,63
ROYAL	5000	17,72	4%	1%	80	\$ 0,28
ESC. DE VAINILLA	4000	\$ 23,84	1,0%	0%	20	\$ 0,12
AGUA	1000	\$ 0,01	60%	12%	1200	\$ 0,01
MANJAR	25000	\$ 65,00	75%	15%	1500	\$ 3,90
TOTAL GENERAL			493%	100%	9860	\$ 15,61

4.18.2. Torta de piña.

<u>PRODUCTO</u>	PESO MAT. PRIMA GR.	COSTO MATE. PRIMA	% Pan.	%REAL	Form. en gramos	COSTO
HARINA	50000	\$ 39,00	100%	25%	2000	\$ 1,56
AZUCAR	50000	\$ 39,00	103%	25%	2060	\$ 1,61
MARGARINA	50000	\$ 71,82	60%	15%	1200	\$ 1,72
HUEVOS	1500	\$ 3,10	90%	22%	1800	\$ 3,72
JUGO DE PIÑA	1000	\$ 0,10	30%	7%	600	\$ 0,06
PIÑA	340	\$ 1,00	17%	4%	340	\$ 1,00
ROYAL	5000	\$ 17,72	3%	1%	60	\$ 0,21
ESC. DE PIÑA	500	\$ 4,45	1%	0%	20	\$ 0,18
LADY FRUIT	5000	\$ 33,87	2%	0%	35	0,23709
TOTAL GENERAL			406%	100%	8115	\$ 10,30

CANT. HARINA UTILIZAR	2000	COSTO DE LA MASA		\$ 10,30
PESO DE MASA EN GRAMOS	8115	GASTOS ADMINISTRATIVOS		5,15
PESO REQUERIDO	1346	CCOSTO TOTAL		\$ 15,45
RENDIMIENTO EN UNIDADES	6	COSTO TOTAL POR UNIDADES		\$ 2,56
VENTA TOTAL	\$ 30,89	UTILIDAD	50	\$ 2,56
UTILIDAD NETA	\$ 15,45	P.V.P.		\$ 5,12

4.18.3. Torta de naranja.

<u>PRODUCTO</u>	PESO MAT. PRIMA GR.	COSTO MATE. PRIMA	% Pan.	%REAL	Form. en gramos	COSTO
HARINA	50000	\$ 39,00	100%	26%	2000	\$ 1,56
AZUCAR	50000	\$ 39,00	103%	26%	2060	\$ 1,61
MARGARINA	50000	\$ 71,82	60%	15%	1200	\$ 1,72
HUEVOS	1500	\$ 3,10	90%	23%	1800	\$ 3,72
LECHE	1000	\$ 0,75	13%	3%	260	\$ 0,20
MAICENA	400	\$ 1,14	8%	2%	160	\$ 0,46
ROYAL	5000	\$ 17,72	3%	1%	60	\$ 0,21
ESC. NARANJA	4000	\$ 15,00	1%	0%	20	\$ 0,08
MANJAR	25000	\$ 65,00	13%	3%	1560	\$ 4,06
TOTAL GENERAL			391%	97%	9120	\$ 13,61

CANT. HARINA UTILIZAR	2000	COSTO DE LA MASA	\$ 13,61
PESO DE MASA EN GRAMOS	9120	GASTOS ADMINISTRATIVOS	6,80
PESO REQUERIDO	1346	COSTO TOTAL	\$ 20,41
RENDIMIENTO EN UNIDADES	6	COSTO TOTAL POR UNIDADES	\$ 3,40
VENTA TOTAL	\$ 40,82	UTILIDAD	50
UTILIDAD NETA	\$ 20,41	P.V.P.	\$ 6,80

4.18.4. Torta de choconuez.

<u>PRODUCTO</u>	PESO MAT. PRIMA GR.	COSTO MATE. PRIMA	% Pan.	%REAL	Form. en gramos	COSTO
HARINA	50000	\$ 39,00	100%	20%	2000	\$ 1,56
AZUCAR	50000	\$ 39,00	103%	21%	2060	\$ 1,61
ACEITE	20000	\$ 26,00	30%	6%	600	\$ 0,78
HUEVOS	1500	\$ 3,10	90%	18%	1800	\$ 3,72
CHOCOLATE	1000	\$ 6,05	30%	6%	600	\$ 3,63
ROYAL	5000	17,72	4%	1%	80	\$ 0,28
ESC. DE VAINILLA	4000	\$ 23,84	1,0%	0%	20	\$ 0,12
AGUA	1000	\$ 0,01	60%	12%	1200	\$ 0,01
MANJAR	25000	\$ 65,00	75%	15%	1500	\$ 3,90
CHOCOLATE CARAT						
TOTAL GENERAL			493%	100%	9860	\$ 15,61

4.18.5. De la cafetería pastelería

En la cafetería-pastelería se comercializarán los productos elaborados en la planta industrial, como se describe a continuación:

Los productos de sal como los panes se comercializaran por unidades de 120 gr cada uno y los baguette de 800 gr.

Se despacharan en fundas desechables para mayor comodidad de los clientes

Los pasteles de pollo y carne se despacharan en recipientes desechables también.

En cuanto a los productos de dulce y en especial las tortas se despacharan en cajas de cartón individualmente, los postres en charoles desechables y los bocaditos de dulce se despacharan en sus respectivos contenedores desechables El café se servirá en vasos térmicos desechables con su respectivo pitillo y azúcar de diferentes tipos como azúcar morena, azúcar blanca, splenda.

4.19. CAFÉS.

4.19.1. Café americano.

<u>PRODUCTO</u>	PESO MAT. PRIMA	COSTO MATE. PRIMA	Form. en gramos	COSTO
CAFÉ	500	\$ 6,00	40	\$ 0,48
AGUA	1000	\$ 0,01	100	\$ 0,00
AZUCAR	50000	\$ 39,00	40	\$ 0,03
TOTAL GENERAL			180	\$ 0,51

			COSTO DEL BATIDO	\$ 0,51
PESO DE MASA EN GRAMOS	180		GASTOS ADMINISTRATIVOS	0,26
PESO REQUERIDO	180		CCOSTO TOTAL	\$ 0,77
RENDIMIENTO EN UNIDADES	1,0		COSTO TOTAL POR UNIDADES	\$ 0,77
VENTA TOTAL	\$ 1,25		UTILIDAD	40
UTILIDAD NETA	\$ 0,48		P.V.P.	\$ 1,25

4.19.2. Café expreso.

<u>PRODUCTO</u>	PESO MAT. PRIMA	COSTO MATE. PRIMA	Form. en gramos	COSTO
CAFÉ	500	\$ 6,00	40	\$ 0,48
AGUA	1000	\$ 0,01	100	\$ 0,00
AZUCAR	50000	\$ 39,00	40	\$ 0,03
TOTAL GENERAL			180	\$ 0,51

			COSTO DEL BATIDO	\$ 0,51
PESO DE MASA EN GRAMOS	180		GASTOS ADMINISTRATIVOS	0,26
PESO REQUERIDO	180		CCOSTO TOTAL	\$ 0,77
RENDIMIENTO EN UNIDADES	1,0		COSTO TOTAL POR UNIDADES	\$ 0,77
VENTA TOTAL	\$ 1,25		UTILIDAD	40
UTILIDAD NETA	\$ 0,48		P.V.P.	\$ 1,25

4.19.3. Café pintado.

<u>PRODUCTO</u>	PESO MAT. PRIMA	COSTO MATE. PRIMA	Form. en gramos	COSTO
CAFÉ	500	\$ 6,00	40	\$ 0,48
AGUA	1000	\$ 0,01	100	\$ 0,00
AZUCAR	50000	\$ 39,00	40	\$ 0,03
LECHE	1000	\$ 0,75	20	\$ 0,02
TOTAL GENERAL			200	\$ 0,51

4.20. JUGOS Y BATIDOS.

4.20.1. Jugos.

<u>PRODUCTO</u>	PESO MAT. PRIMA	COSTO MATE. PRIMA	Form. en gramos	COSTO
FRUTA	500	\$ 1,25	100	\$ 0,25
AGUA	1000	\$ 0,01	250	\$ 0,00
AZUCAR	50000	\$ 39,00	20	\$ 0,02
TOTAL GENERAL			370	\$ 0,27

			COSTO DEL BATIDO	\$ 0,27
PESO DE MASA EN GRAMOS	370		GASTOS ADMINISTRATIVOS	0,13
PESO REQUERIDO	370		COSTO TOTAL	\$ 0,40
RENDIMIENTO EN UNIDADES	1,0		COSTO TOTAL POR UNIDADES	\$ 0,40
VENTA TOTAL	\$ 1,00		UTILIDAD	40
UTILIDAD NETA	\$ 0,60		P.V.P.	\$ 1,00

4.20.2. Batidos.

<u>PRODUCTO</u>	PESO MAT. PRIMA	COSTO MATE. PRIMA	Form. en gramos	COSTO
FRUTA	500	\$ 1,25	100	\$ 0,25
LECHE	1000	\$ 0,75	250	\$ 0,19
AZUCAR	50000	\$ 39,00	20	\$ 0,02
TOTAL GENERAL			370	\$ 0,45

		0	COSTO DEL BATIDO	\$ 0,45
PESO DE MASA EN GRAMOS	370		GASTOS ADMINISTRATIVOS	0,23
PESO REQUERIDO	370		COSTO TOTAL	\$ 0,68
RENDIMIENTO EN UNIDADES	1,0		COSTO TOTAL POR UNIDADES	\$ 0,68
VENTA TOTAL	\$ 1,50		UTILIDAD	40
UTILIDAD NETA	\$ 0,82		P.V.P.	\$ 1,50

4.21. INGRESOS

4.21.1. Capacidad instalada.

DETALLES DE PRODUCTO	CAPACIDAD INSTALADA	
	DIARIA	ANUAL
PAN		
PAN DE CEBOLLA	1000	288.000
PAN CROISANT	1000	288.000
PAN BRIOCHE	1000	288.000
PAN BAGUETTE TOCINO	1000	288.000
PAN DE MANTEQUILLA	1000	288.000
PAN DE COCO	1000	288.000
PAN DE AJONJOLI	1000	288.000
MASA DE HOJALDRE	1000	288.000
PAN ENROLLADO	1000	288.000
PAN INJERTO	1000	288.000
PAN DE MAIZ	1000	288.000
PAN DE LECHE	1000	288.000
PAN REVENTADO	1000	288.000
PAN HAMBURGUESA	1000	288.000
PAN BAGUET	1000	288.000
BOCADITOS DE SAL		
Pasteles de Pollo	100	28.800
Pasteles de Carne	100	28.800
TORTAS		
TORTA DE CHOCOLATE	30	8.640
TORTA DE PIÑA	30	8.640
TORTA DE NARANJA	30	8.640
TORTA DE CHOCONUEZ	30	8.640
	30	8.640
POSTRES		
GALLETA DE CHOCOLATE Y NUEZ	500	144.000
GALLETA DE ALMENDRA Y PASAS	500	144.000
DULCE DE TRES LECHE	288	82.944
QUESO DE LECHE	144	41.472
MOUSE DE MARACUYA	10	2.880
BRAZO GITANO	144	41.472
CAFES		
CAFÉ AMERICANO	300	86.400
CAFÉ EXPRESO	300	86.400
CAFÉ PINTADO	300	86.400
JUGOS Y BATIDOS		
Jugos	200	57.600
Batidos	200	57.600

4.21.2. Capacidad ocupacional.

DETALLES DE PRODUCTO	CAPACIDAD OCUPACIONAL			PRECIO DE VENTA
	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	
PAN				
PAN DE CEBOLLA	20%	30%	40%	0,25
PAN CROISANT	20%	30%	40%	0,13
PAN BRIOCHE	20%	30%	40%	0,20
PAN BAGUETTE TOCINO	20%	30%	40%	0,98
PAN DE MANTEQUILLA	20%	30%	40%	0,15
PAN DE COCO	20%	30%	40%	0,14
PAN DE AJONJOLI	20%	30%	40%	0,15
MASA DE HOJALDRE	20%	30%	40%	1,45
PAN ENROLLADO	20%	30%	40%	0,15
PAN INJERTO	20%	30%	40%	0,14
PAN DE MAIZ	20%	30%	40%	0,29
PAN DE LECHE	20%	30%	40%	0,20
PAN REVENTADO	20%	30%	40%	0,14
PAN HAMBURGUESA	20%	30%	40%	0,14
PAN BAGUET	20%	30%	40%	1,18
BOCADITOS DE SAL				
Pasteles de Pollo	30%	40%	50%	0,75
Pasteles de Carne	30%	40%	50%	0,75
TORTAS				
TORTA DE CHOCOLATE	30%	40%	60%	7,80
TORTA DE PIÑA	30%	40%	60%	5,12
TORTA DE NARANJA	30%	40%	60%	6,80
TORTA DE CHOCONUEZ	30%	40%	60%	11,00
	30%	40%	60%	
POSTRES				
GALLETAS DE CHOCOLATE Y NUEZ	30%	40%	60%	0,40
GALLETAS DE ALMENDRA Y PASAS	30%	40%	60%	0,44
DULCE DE TRES LECHE	30%	40%	60%	1,00
QUESO DE LECHE	30%	40%	60%	1,00
MOUSE DE MARACUYA	30%	40%	60%	1,50
BRAZO GITANO	30%	40%	60%	1,00
CAFES				
CAFÉ AMERICANO	30%	40%	60%	1,25
CAFÉ EXPRESO	30%	40%	60%	1,25
CAFÉ PINTADO	30%	40%	60%	1,25
JUGOS Y BATIDOS				
Jugos	20%	30%	50%	1,00
Batidos	20%	30%	50%	1,50

4.21.3. Ingresos totales.

INGRESOS TOTALES

DETALLES DE PRODUCTO	ANOS				
	1	2	3	4	5
PAN	327.756,88	491.635,32	655.513,76	655.513,76	655.513,76
PAN DE CEBOLLA	14.400,00	21.600,00	28.800,00	28.800,00	28.800,00
PAN CROISANT	7.736,27	11.604,40	15.472,53	15.472,53	15.472,53
PAN BRIOCHE	11.344,46	17.016,69	22.688,92	22.688,92	22.688,92
PAN BAGUETTE TOCINO	56.169,63	84.254,45	112.339,26	112.339,26	112.339,26
PAN DE MANTEQUILLA	8.644,13	12.966,19	17.288,26	17.288,26	17.288,26
PAN DE COCO	8.350,24	12.525,36	16.700,47	16.700,47	16.700,47
PAN DE AJONJOLI	8.472,77	12.709,16	16.945,54	16.945,54	16.945,54
MASA DE HOJALDRE	83.672,33	125.508,50	167.344,66	167.344,66	167.344,66
PAN ENROLLADO	8.370,84	12.556,26	16.741,68	16.741,68	16.741,68
PAN INJERTO	8.084,32	12.126,48	16.168,64	16.168,64	16.168,64
PAN DE MAIZ	16.909,27	25.363,90	33.818,54	33.818,54	33.818,54
PAN DE LECHE	11.353,65	17.030,47	22.707,30	22.707,30	22.707,30
PAN REVENTADO	8.191,97	12.287,96	16.383,94	16.383,94	16.383,94
PAN HAMBURGUESA	7.821,04	11.731,56	15.642,08	15.642,08	15.642,08
PAN BAGUET	68.235,96	102.353,94	136.471,92	136.471,92	136.471,92
BOCADITOS DE SAL	12.960,00	17.280,00	21.600,00	21.600,00	21.600,00
Pasteles de Pollo	6.480,00	8.640,00	10.800,00	10.800,00	10.800,00
Pasteles de Carne	6.480,00	8.640,00	10.800,00	10.800,00	10.800,00
TORTAS	79.655,00	106.206,67	159.310,00	159.310,00	159.310,00
TORTA DE CHOCOLATE	20.228,43	26.971,23	40.456,85	40.456,85	40.456,85
TORTA DE PIÑA	13.282,34	17.709,78	26.564,68	26.564,68	26.564,68
TORTA DE NARANJA	17.632,24	23.509,65	35.264,47	35.264,47	35.264,47
TORTA DE CHOCONUEZ	28.512,00	38.016,00	57.024,00	57.024,00	57.024,00
POSTRES	61.217,07	81.622,76	122.434,14	122.434,14	122.434,14
GALLETA DE CHOCOLATE Y NUEZ	17.292,17	23.056,22	34.584,34	34.584,34	34.584,34
GALLETA DE ALMENDRA Y PASAS	19.041,70	25.388,94	38.083,41	38.083,41	38.083,41
DULCE DE TRES LECHE	24.883,20	33.177,60	49.766,40	49.766,40	49.766,40
QUESO DE LECHE	12.441,60	16.588,80	24.883,20	24.883,20	24.883,20
MOUSE DE MARACUYA	1.296,00	1.728,00	2.592,00	2.592,00	2.592,00
BRAZO GITANO	12.441,60	16.588,80	24.883,20	24.883,20	24.883,20
CAFES	97.200,00	129.600,00	194.400,00	194.400,00	194.400,00
CAFÉ AMERICANO	32.400,00	43.200,00	64.800,00	64.800,00	64.800,00
CAFÉ EXPRESO	32.400,00	43.200,00	64.800,00	64.800,00	64.800,00
CAFÉ PINTADO	32.400,00	43.200,00	64.800,00	64.800,00	64.800,00
JUGOS Y BATIDOS	28.800,00	43.200,00	72.000,00	72.000,00	72.000,00
Jugos	11.520,00	17.280,00	28.800,00	28.800,00	28.800,00
Batidos	17.280,00	25.920,00	43.200,00	43.200,00	43.200,00
TOTAL	607.588,95	869.544,74	1.225.257,90	1.225.257,90	1.225.257,90

4.22. COSTOS DE PRODUCCION

4.22.1. Materia prima.

4.22.2. Materia prima directa.

CONCEPTO	COSTO POR UNIDAD	VALOR		
		Primer Año	Segundo Año	Tercer Año
PAN		177.725,41	266.588,11	355.450,82
PAN DE CEBOLLA	0,11	6.606,49	9.909,74	13.212,99
PAN CROISANT	0,07	3.868,13	5.802,20	7.736,27
PAN BRIOCHE	0,10	5.672,23	8.508,35	11.344,46
PAN BAGUETTE TOCINO	0,59	33.701,78	50.552,67	67.403,56
PAN DE MANTEQUILLA	0,08	4.322,06	6.483,10	8.644,13
PAN DE COCO	0,07	4.207,76	6.311,64	8.415,52
PAN DE AJONJOLI	0,08	4.660,02	6.990,04	9.320,05
MASA DE HOJALDRE	0,87	50.203,40	75.305,10	100.406,80
PAN ENROLLADO	0,07	4.185,42	6.278,13	8.370,84
PAN INJERTO	0,07	4.042,16	6.063,24	8.084,32
PAN DE MAIZ	0,15	8.454,63	12.681,95	16.909,27
PAN DE LECHE	0,10	5.676,82	8.515,24	11.353,65
PAN REVENTADO	0,07	4.095,99	6.143,98	8.191,97
PAN HAMBURGUESA	0,07	3.910,52	5.865,78	7.821,04
PAN BAGUET	0,59	34.117,98	51.176,97	68.235,96
BOCADITOS DE SAL		6.522,51	8.696,68	10.870,85
Pasteles de Pollo	0,41	3.517,04	4.689,39	5.861,74
Pasteles de Carne	0,35	3.005,46	4.007,29	5.009,11
TORTAS		35.685,71	47.580,95	71.371,43
TORTA DE CHOCOLATE	3,90	10.114,21	13.485,62	20.228,43
TORTA DE PIÑA	2,56	6.641,17	8.854,89	13.282,34
TORTA DE NARANJA	3,40	8.816,12	11.754,82	17.632,24
TORTA DE CHOCONUEZ	3,90	10.114,21	13.485,62	20.228,43
POSTRES		60.983,68	81.311,57	121.967,35
GALLETA DE CHOCOLATE Y NUEZ	0,24	10.375,30	13.833,73	20.750,60
GALLETA DE ALMENDRA Y PASAS	0,26	11.425,02	15.233,36	22.850,04
DULCE DE TRES LECHE	0,49	21.267,97	28.357,30	42.535,95
QUESO DE LECHE	0,29	7.301,35	9.735,14	14.602,71
MOUSE DE MARACUYA	0,83	10.264,32	13.685,76	20.528,64
BRAZO GITANO	0,40	349,70	466,27	699,41
CAFES		59.743,01	79.657,34	119.486,02
CAFÉ AMERICANO	0,77	19.914,34	26.552,45	39.828,67
CAFÉ EXPRESO	0,77	19.914,34	26.552,45	39.828,67
CAFÉ PINTADO	0,77	19.914,34	26.552,45	39.828,67
JUGOS Y BATIDOS		12.462,34	18.693,50	31.155,84
Jugos	0,40	4.632,77	6.949,15	11.581,92
Batidos	0,68	7.829,57	11.744,35	19.573,92
TOTAL		353.122,65	502.528,16	710.302,30

4.22.3. Materia prima indirecta.

CONCEPTO	COSTO POR UNIDAD	PRIMER AÑO		PRIMER AÑO		PRIMER AÑO	
		CANT. ANUAL	VALOR ANUAL	CANT. ANUAL	VALOR ANUAL	CANT. ANUAL	VALOR ANUAL
Bandejas desechables	0,10	83.635	8.363,52	111.514	11.151,36	167.270	16.727,04
Platillos desechables	0,06	83.635	5.018,11	111.514	6.690,82	167.270	10.036,22
Cucharas desechables	0,06	167.270	10.036,22	223.027	13.381,63	334.541	20.072,45
Fundas	0,03	83.635	2.509,06	111.514	3.345,41	167.270	5.018,11
Vasos desechables	0,01	83.635	836,35	111.514	1.115,14	167.270	1.672,70
Vasos desechables Térmico	0,10	77.760	7.776,00	103.680	10.368,00	155.520	15.552,00
Servilletas	0,01	245.030	1.225,15	326.707	1.633,54	490.061	2.450,30
TOTAL			35.764,42		47.685,89		71.528,83

4.22.4. Mano de obra

4.22.4.1. Mano de obra directa.

DENOMINACION	EMPLEADOS	MENSUAL	BENEFICIOS	ANUAL
PLANTA INDUSTRIAL				
Panaderos	3	366	34,22	14.407,96
Pasteleros	1	366	34,22	4.802,65
LOCAL				
Ayudante de mostrador	4	366,00	34,22	19.210,61
				0,00
TOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA				38.421,22

4.22.4.2. Mano de obra indirecta.

DENOMINACION	EMPLEADOS	MENSUAL	BENEFICIOS	ANUAL
PLANTA INDUSTRIAL				
Despachadora	1	366,00	34,22	4.802,65
Chofer	1	366,00	34,22	4.802,65
LOCAL				
Cajera	1	366,00	34,22	4.802,65
TOTAL DE MANO DE OBRA INDIRECTA				14.407,96

4.22.5. Costos indirectos

Concepto	Valor Mensual	Valor Anual
PLANTA INDUSTRIAL		
Servicios básicos (Agua, Luz, Tlf,Internet)	305	3.660
Arriendo	250	3.000
Mantenimiento equipos (5%)	127	1.520
Combustible	240	2.880
LOCAL		
Servicios básicos (Agua, Luz, Tlf,Internet)	250	3.000
Arriendo	1.000,00	12.000
Mantenimiento equipos (5%)	95,42	1.145,00
Internet (wifi)	100,00	1.200
TOTAL	1.195,42	28.404,75

4.22.6. Gastos administrativos y generales

DOMINACION	EMPLEADOS	MENSUAL	BENEFICIOS	ANUAL
Gerente	1	800,00	74,80	10.497,60
Secretaria contadora	1	400,00	37,40	5.248,80
Administrador de la planta industrial	1	600,00	56,10	7.873,20
Administrador del local	1	600,00	56,10	7.873,20
TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS				31.492,80

4.22.7. Gastos de ventas.

DENOMINACION	MEN	MENSUAL	AÑOS		
			1	2	3
Degustaciones			10.000,00	12.000,00	14.000,00
Publicidad radio			8.000,00	6.000,00	4.000,00
Publicidad periódicos			12.153,08	17.392,85	24.507,77
TOTAL		0,00	30.153,08	35.392,85	42.507,77

4.22.8. Depreciaciones.

DEPRECIACIONES				
CONCEPTO	VALOR A DEPRECIAR	% DEPRECIADO	VALOR DEPRECIABLE	VALOR RESIDUAL
PRESUPUESTO ADECUACION DEL LOCAL	25.550,00	20%	5.110,00	5.110,00
EQUIPO DEL LOCAL	11.450,00	25%	2.862,50	2.862,50
MAQUINARIA Y EQUIPO DE LA PLANTA	32.443,05	20%	6.488,61	6.488,61
VEHICULOS	16.000,00	20%	3.200,00	3.200,00
IMPLEMENTOS DE LA PLANTA INDUSTRIAL	2.000,00	20%	400,00	400,00
MUEBLES DE OFICINA	840,00	20%	168,00	168,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	2.100,00	33%	693,00	693,00
EQUIPOS DE OFICINA	100,00	20%	20,00	20,00
TOTAL DEPRECIACION			18.942,11	

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

5.1. FLUJO DE CAJA

El flujo de caja nos ayuda a detallar los flujos de ingresos proyectados menos los egresos proyectados que tiene una empresa en un tiempo determinado. Al proyectar el flujo de caja, es necesario incorporar información adicional relacionada, principalmente, con los efectos tributarios, laborales, la depreciación, la amortización, que nos permita conocer los saldos futuros para determinar si un proyecto es rentable.

5.1.1. Flujo de caja

DETALLE	AÑOS					
	1	2	3	4	5	6
VENTA DE PRODUCTO	607.588,95	869.544,74	1.225.257,90	1.225.257,90	1.225.257,90	1.225.257,90
PAN	327.756,88	491.635,32	655.513,76	655.513,76	655.513,76	655.513,76
BOCADITOS DE SAL	12.960,00	17280	21600	21600	21600	21.600,00
TORTAS	79.655,00	106.206,67	159.310,00	159.310,00	159.310,00	159.310,00
POSTRES	61.217,07	81.622,76	122.434,14	122.434,14	122.434,14	122.434,14
CAFES	97.200,00	129.600,00	194.400,00	194.400,00	194.400,00	194.400,00
JUGOS Y BATIDOS	28.800,00	43.200,00	72.000,00	72.000,00	72.000,00	72.000,00
COSTO DE OPERACIÓN -	490.054,86	648.708,72	880.309,48	880.309,48	880.309,48	880.309,48
Materia prima directa	353.090,01	502.479,20	710.237,02	710.237,02	710.237,02	710.237,02
Materia prima indirecta	35.764,42	35.764,42	35.764,42	35.764,42	35.764,42	35.764,42
Mano de obra directa	38.421,22	47.685,89	71.528,83	71.528,83	71.528,83	71.528,83
Mano de obra indirecta	14.407,96	14.407,96	14.407,96	14.407,96	14.407,96	14.407,96
Costos indirectos	28.507,15	28.507,15	28.507,15	28.507,15	28.507,15	28.507,15
Depreciación	18.942,11	18.942,11	18.942,11	18.942,11	18.942,11	18.942,11
Amortización	922,00	922,00	922,00	922,00	922,00	922,00
Pago de Intereses	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	117.534,09	220.836,03	344.948,41	344.948,41	344.948,41	344.948,41
Gastos Administrativos	31.492,80	31.492,80	31.492,80	31.492,80	31.492,80	31.492,80
Gastos de ventas	30.151,78	35.390,89	42.505,16	42.505,16	42.505,16	42.505,16
UTILIDAD OPERACIONAL	55.889,51	153.952,33	270.950,46	270.950,46	270.950,46	270.950,46
Participacion trabajadores 15%	8.383,43	23.092,85	40.642,57	40.642,57	40.642,57	40.642,57
UTILIDAD ANTE DE IMPUESTO	47.506,08	130.859,48	230.307,89	230.307,89	230.307,89	230.307,89
Impuesto a la renta 25%	11.876,52	32.714,87	57.576,97	57.576,97	57.576,97	57.576,97
UTILIDAD NETA	35.629,56	98.144,61	172.730,92	172.730,92	172.730,92	172.730,92
APORTE AACIONISTAS	82.349,81					
(+)DEPRECIACION	18.942,11	18.942,11	18.942,11	18.942,11	18.942,11	18.942,11
(+)AMORTIZACION	922,00	922,00	922,00	922,00	922,00	
(-)INVERSION	82.349,81	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)CUOTA DE CAPITAL	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)CAPITAL DE OPERACIÓN	22.159,81	0,00	0,00	0,00	0,00	
FLUJO DE FONDOS NETOS	33.333,87	118.008,72	192.595,03	192.595,03	192.595,03	191.673,03

5.2. VIABILIDAD FINANCIERA DEL PROYECTO

5.2.1. Evaluación financiera

5.2.2. Valor Actual Neto (VAN)

Para proyectar el flujo de ingresos, costos, gastos y utilidades, es importante considerar el valor del dinero futuro expresado en “términos de hoy”, o sea, en “valores actuales o presentes”, de tal manera que, las unidades monetarias sean homogéneas en valor, que respondan con igual valor en términos de capacidad adquisitiva. La consideración fundamental en la que se basa el análisis del valor actual o presente del dinero. Lo mismo que podemos hacer con el dinero es invertirlo y obtener un rendimiento o utilidad a través de su colocación en cuentas de ahorro o adquisición de títulos – valores (bonos, cédulas hipotecarias, pólizas de acumulación, etc.)

El Valor Actual Neto, considera la diferencia entre:

- La inversión necesaria para generar un flujo de fondos.
- Los flujos descontados (valor actual de los flujos de ingresos)

Comprende el elemento de decisión, el cual:

- Acepta inversiones con valor actual neto positivo
- Acepta inversiones con rentabilidad que superen el coste de oportunidad del capital

TASA DE DESCUENTO		5,83%	VALOR ACTUAL NETO
AÑOS	FLUJO	FORMULA DEL VAN	
0	-119.832,86		-119.832,86
1	35.629,56	FCN/(1+0,05)^n1	33.666,79
2	98.144,61	FCN/(1+0,05)^n2	87.629,20
3	172.730,92	FCN/(1+0,05)^n3	145.728,23
4	172.730,92	FCN/(1+0,05)^n4	137.700,30
5	172.730,92	FCN/(1+0,05)^n5	130.114,62
6	172.730,92	FCN/(1+0,05)^n6	122.946,82
	824.697,84		537.953,11

5.2.3. Tasa interna de retorno (TIR)

El mérito financiero del proyecto se lo puede medir a través del retorno de la inversión, un proyecto es conveniente cuando la TIR es mayor que la tasa de interés por el préstamo que se realiza o la tasa de interés que se obtiene de oportunidades alternativas de inversión. Para calcular el TIR se debe establecer dos valores de VAN, el uno negativo y el otro positivo y con la siguiente formula se encuentra el TIR:

$$TIR = T_m + (T_M - T_m) \frac{VAN_{tm}}{VAN_{Tm} - (-VAN_{TM})}$$

TASA DE DESCUENTO		75,00%	VALOR ACTUAL NETO
AÑOS	FLUJO	FORMULA DEL VAN	
0	-119.832,86		-119.832,86
1	35.629,56	FCN/(1+D24)^n1	20.359,75
2	98.144,61	FCN/(1+D24)^n2	32.047,22
3	172.730,92	FCN/(1+D24)^n3	32.229,68
4	172.730,92	FCN/(1+D24)^n4	18.416,96
5	172.730,92	FCN/(1+D24)^n5	10.523,98
6	172.730,92	FCN/(1+D24)^n6	6.013,70
	824.697,84		-241,58

$$TIR = 5,83\% \quad 69,17\% \quad \begin{matrix} 537.953,11 \\ 538.194,68 \end{matrix}$$

$$TIR = 74,97\%$$

5..2.4. Punto de equilibrio

Es un indicador que permite conocer en qué nivel de la capacidad utilizada (real), el ingreso total es igual al costo total de operación (costo de producción y gastos de la empresa). Este nivel se fija en base al promedio de los diferentes precios de venta unitarios, por ingresos que tiene la cafetería pastelería.

Es decir, cuando el ingreso total es exactamente igual al costo total de operación se encuentra la posición de “equilibrio”, nivel en el cual no se presenta beneficio ni pérdida.

El punto de equilibrio es igual a:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingreso Total}}}$$

#	CONCEPTO	TOTAL	FIJOS	VARIABLES
1	MATERIA PRIMA DIRECTA	353.090,01		353.090,01
2	MATERIA PRIMA INDIRECTA	35764,42		35764,42
3	MANO DE OBRA DIRECTA	38.421,22	38.421,22	0,00
4	MANO DE OBRA INDIRECTA	14.407,96	14.407,96	0,00
5	COSTOS INDIRECTOS	28.507,15		28.507,15
6	GASTOS ADMINISTRATIVOS Y	31.492,80	31.492,80	
7	GASTOS DE VENTA	30.151,78	10.000,00	20.151,78
8	DEPRECIACIONES	18.942,11	18.942,11	
9	GASTOS DE AMORTIZACION	922,00	922,00	
	COSTOS TOTALES	551.699,44	114.186,08	437.513,36
	PARTICIPACION %	100%	20,70%	79,30%

Costos Fijos	114.186,08
Costos Variables	437.513,36
COSTO TOTAL	551.699,44
INGRESO TOTAL	607.588,95

$$PE = \frac{114.186,08}{1 - \frac{437.513,36}{607.588,95}}$$

$$PE = 158.574,27$$

5.5. RENTABILIDAD BENEFICIO – COSTO

Relación Beneficio Costo

$$R\ B/C = \frac{\text{Valor beneficios anuales}}{\text{Valor de los costos anuales}}$$

$$R\ B/C = \frac{835.273,33}{4.546.691,57}$$

$$R\ B/C = 0,18$$

5.6. RESUMEN DE INDICES FINANCIEROS

TASA DE DESCUENTO	5,83%
VALOR ACTUAL NETO	537.953,11
TASA INTERNA DE RETORNO	74,97%
PUNTO DE EQUILIBRIO	158.574,27
RELACION BENEFICIO COSTO	0,18
PLAZO DE RECUPERACION	Un año 8 meses

El costo de oportunidad del dinero, es el porcentaje que actualmente están pagando los bancos, en caso que no se realice la inversión, es el máximo rendimiento que mi dinero generaría que es del 5,83%.

EL TIR o tasa interna de retorno del proyecto es de 74,97%, que es conveniente en comparación con la tasa de descuento que me pagaría el banco por mi depósito a plazo que es el 5,83%.

EL VAN o valor actual neto es de US\$ 537.953,11, el mismo que es positivo, que nos indica que el proyecto es factible.

El punto de equilibrio es de US\$ 158.574,27; nuestro proyecto supera el punto de equilibrio lo cual es viable.

La relación costo beneficio es de 0.18, es decir que por cada US\$ 1.00 que invirtiéramos en este proyecto recibiríamos US\$ 0.18

La recuperación de la inversión es de un año y ocho meses.

5.7. ESTADOS FINANCIEROS

Los estados de situación, nos ayuda a ver el movimiento contable desde el inicio de la empresa de los activos su composición, frente al pasivo más el patrimonio.

5.7.1. Estado de resultados

La función del Estado de Resultados es mostrar cual es la utilidad neta del Ejercicio, gracias a este cuadro podemos ver cuál va a ser nuestra utilidad no solo el primer año, sino todos los que nosotros queramos proyectar los ingresos y gastos, como vemos a continuación:

DETALLE	AÑOS					
	1	2	3	4	5	6
Ventas	607.588,95	869.544,74	1.225.257,90	1.225.257,90	1.225.257,90	1.225.257,90
(-)Costo de Operación	471.112,75	629.766,61	861.367,37	861.367,37	861.367,37	861.367,37
Materia prima directa	353.090,01	502.479,20	710.237,02	710.237,02	710.237,02	710.237,02
Materia prima indirecta	35.764,42	35.764,42	35.764,42	35.764,42	35.764,42	35.764,42
Mano de obra directa	38.421,22	47.685,89	71.528,83	71.528,83	71.528,83	71.528,83
Mano de obra indirecta	14.407,96	14.407,96	14.407,96	14.407,96	14.407,96	14.407,96
Costos indirectos	28.507,15	28.507,15	28.507,15	28.507,15	28.507,15	28.507,15
Amortización	922,00	922,00	922,00	922,00	922,00	922,00
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	136.476,20	239.778,14	363.890,52	363.890,52	363.890,52	363.890,52
(-)Gastos Administrativos	31.492,80	31.492,80	31.492,80	31.492,80	31.492,80	31.492,80
(-) Gastos de Ventas	30.151,78	35.390,89	42.505,16	42.505,16	42.505,16	42.505,16
UTILIDAD OPERACIONAL	74.831,62	172.894,44	289.892,57	289.892,57	289.892,57	289.892,57
(-) Depreciación	18.942,11	18.942,11	18.942,11	18.942,11	18.942,11	18.942,11
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION	55.889,51	153.952,33	270.950,46	270.950,46	270.950,46	270.950,46
(-) Participación Utilidad	8.383,43	23.092,85	40.642,57	40.642,57	40.642,57	40.642,57
UTILIDAD ANTE DE IMPUESTO	47.506,08	130.859,48	230.307,89	230.307,89	230.307,89	230.307,89
(-) Impuesto a la renta	11.876,52	32.714,87	57.576,97	57.576,97	57.576,97	57.576,97
UTILIDAD O PERDIDA NETA	35.629,56	98.144,61	172.730,92	172.730,92	172.730,92	172.730,92

Como se puede ver en el estado de resultados proyectados, la utilidad neta del proyecto se mantiene positiva desde el primer año de realizada la inversión, y se mantiene así durante el resto de los años siguientes; esto nos demuestra que los ingresos que generan son superiores a nuestros egresos.

5.7.2. Estado de situación inicial

(Proaño, Palacios, Zambrano, 2008)Es un estado demostrativo de lo que posee el dueño del negocio al comenzar una operación comercial. Antes de iniciar la contabilidad de una empresa primero se procede a realizar un inventario físico extracontable de todos los bienes, valores y servicios de la

empresa. Hecho el inventario físico extracontable, el Contador procede a realizar el primer estado financiero denominado "Balance Inicial". El Balance Inicial o Estado de Situación constituye el primer estado financiero que será registrado como primer asiento en el Libro Diario.

SUIZOPAN				
ESTADO DE SITUACION INICIAL				
ACTIVOS		22.159,81	PASIVOS	0
Disponibles		22.159,81	Corto Plazo	0
	Bancos	22.159,81	Largo Plazo	0
ACTIVOS FIJOS NETOS		97.673,05		
No depreciable		0,00		
	Terreno	0,00		
Depreciables		93.063,05		
PRESUPUESTO ADECUACION DEL LOCAL		25.550,00	PATRIMONIO	
EQUIPO DEL LOCAL		11.450,00	Capital Social	119.832,86
MAQUINARIA Y EQUIPO DE LA PLANTA		32.443,05		
VEHICULOS		16.000,00		
IMPLEMENTOS DE LA PLANTA INDUSTRIAL		2.000,00		
MUEBLES DE OFICINA		840,00		
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN		2.100,00		
EQUIPOS DE OFICINA		100,00		
IMPLEMENTOS DEL LOCAL		2.580,00		
ACTIVOS DIFERIDOS		4.610,00		
Gastos preoperacionales		4.610,00		
TOTAL DE ACTIVOS		119.832,86	TOTAL PASIVO PATRIMONIO	119.832,86

5.7.3. Estado de situación final

El estado de situación final nos indica cómo se encuentra la empresa al final el ejercicio contable. También se puede observar los cambios en los diferentes rubros que componen el Estado de Situación, los cuales, producto de las operaciones realizadas han variado respecto del Estado de situación inicial.

SUIZOPAN				
ESTADO DE SITUACION FINAL				
ACTIVOS		77.653,48	PASIVOS	0,00
Disponibles		77.653,48	Corto Plazo	
	Bancos	77.653,48	Largo Plazo	0,00
ACTIVOS FIJOS NETOS		77.808,94		
No depreciable		0,00		
	Terreno	0,00		
Depreciables		74.120,94		
PRESUPUESTO ADECUACION DEL LOCAL		25.550,00	PATRIMONIO	155.462,42
EQUIPO DEL LOCAL		11.450,00	Capital Social	119.832,86
MAQUINARIA Y EQUIPO DE LA PLANTA		32.443,05	Utilidad del ejercicio	35.629,56
VEHICULOS		16.000,00		
IMPLEMENTOS DE LA PLANTA INDUSTRIAL		2.000,00		
MUEBLES DE OFICINA		840,00		
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN		2.100,00		
EQUIPOS DE OFICINA		100,00		
IMPLEMENTOS DEL LOCAL		2.580,00		
(-)Depreciación Acumulada		-18.942,11		
ACTIVOS DIFERIDOS		3.688,00		
	Gastos de constitución	4.610,00		
	(-)Amortización Acumulada	-922,00		
TOTAL DE ACTIVOS		155.462,42	TOTAL PASIVO PATRIMONIO	155.462,42

5.8. INDICADORES FINANCIEROS

ROTACION ACTIVO FIJO	7,81
ROTACION DE VENTAS	3,91
RENTABILIDAD NETA DEL ACTIVO	23%
MARGEN BRUTO	78%
MARGEN OPERACIONAL	12%
RENTABILIDAD NETA DE VENTAS	5,9%
RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO	23%

5.8.1. Rotación del activo fijo

Es una prevención empleada a los estados financieros de las empresas para auxiliar a valorar su eficacia y seguridad del negocio.

$$\text{ROTACIÓN DEL ACTIVO FIJO} = \frac{\text{Ventas Netas}}{\text{Activo Fijo Neto}}$$

$$RA = \frac{607.588,95}{77.808,94} = 7,81$$

5.8.2. Rotación de Ventas

Es la eficacia en la utilización del activo total se calcula a través de esta dependencia que indica también el número de veces que, en un determinado nivel de ventas, se utilizan los activos.

$$ROTACIÓN DE VENTAS = \frac{\text{Ventas Netas}}{\text{Activo Total}}$$

$$RV = \frac{607.588,95}{155.462,42} = 3,91$$

5.8.3. Rentabilidad Neta del Activo

Este es un índice que muestra la eficiencia en el uso de los activos de las empresas. Esta razón muestra la capacidad del activo para producir utilidades independientemente de la forma como haya sido financiado, ya sea con deuda o patrimonio.

$$RENTABILIDAD NETA DEL ACTIVO = \frac{\text{Utilidad (Pérdida) Neta 1}}{\text{Activo Total}}$$

$$RNA = \frac{35.629,56}{155.462,42} = 23\%$$

5.9. MARGEN BRUTO

El margen bruto es un indicador financiero donde se refleja en términos porcentuales lo que representa la utilidad bruta frente a los ingresos operacionales netos en un mismo periodo de tiempo, para efectos de su

cálculo debemos: 1. Tomar dichos ingresos y restarle sus correspondientes costos, así obtenemos la utilidad bruta (Ingresos – Costos = Utilidad Bruta), 2. Luego el valor resultante de utilidad bruta se divide por los ingresos (Utilidad Bruta / Ingresos) y 3. Se multiplica por 100 para convertirlo en términos porcentuales. ³(<http://www.gerencie.com/>)

$$\text{MARGEN BRUTO} = \frac{\text{Costo de Ventas}}{\text{Ventas Netas}}$$

$$\text{MB} = \frac{471.112,75}{607.588,95} \quad 78\%$$

5.9.1. Margen Operacional

Mide la rentabilidad de la empresa como una parte de sus ventas totales, una fórmula que da una visión amplia del desempeño de la empresa, pero que no está exento de limitaciones. ⁴ (<http://pyme.lavoztx.com/>)

$$\text{MARGEN OPERACIONAL} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Ventas Netas}}$$

$$\text{MO} = \frac{74.831,62}{607.588,95} \quad 12\%$$

5.9.2. Rentabilidad Neta de Ventas (Margen Bruto)

Los índices de rentabilidad de ventas muestran la utilidad de la empresa por cada unidad de venta. Se debe tener especial cuidado al estudiar este indicador, comparándolo con el margen operacional, para establecer si la

³ <http://www.gerencie.com/>

⁴ <http://pyme.lavoztx.com/>

utilidad procede principalmente de la operación propia de la empresa, o de otros ingresos diferentes.⁵ (<http://www.supercias.gob.ec/>)

RENTAB. NETA DE VENTAS (Margen Bruto) = Utilidad (Pérdida) Neta1

$$\text{RNV} = \frac{\text{Utilidad (Pérdida) Neta1}}{\text{Ventas Netas}}$$

$$\text{RNV} = \frac{35.696,56}{607.588,95} = 5,9\%$$

5.9.3. Rentabilidad sobre patrimonio

Depende del producto de varios factores: eficiencia o margen neto sobre las ventas, la eficiencia en el manejo de los activos, mediante su rotación, y del factor de utilización de la deuda, que se conoce como el apalancamiento financiero. Bajo esta concepción es importante que el empresario determine que factor o factores han generado la rentabilidad, si por la gestión en ventas, por el manejo de precios y costos, por la eficiencia en el manejo de recursos o por el grado de apalancamiento financiero.

RENTAB. SOBRE PATRIMONIO = Utilidad Neta * Ventas * Activo

Total

		Ventas	Activos	Patrimonio
RP=	0,06	3,9	1,00	
RP=	23%			

c/

5.10. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO

- El análisis financiero ejecutado para la instalación de la cafetería-pastelería en el Cantón Esmeraldas, es muy rentable de acuerdo a los resultados del estudio de mercado realizado a la ciudadanía esmeraldeña Suizopan en donde se instalara el proyecto en estudio.
- Para la instalación de la cafetería-pastelería se necesita de una inversión de \$ 119.832,86 dólares, los mismos que permitirá cubrir los gastos de adecuación y funcionamiento, para poder atender la demanda del mercado y satisfacer sus necesidades.
- El proyecto es aceptable puesto que se obtendrá un VAN de \$ 537.953,11 y un TIR de 74,97%, se obtiene una rentabilidad superior a la alternativa financiera que me pagaría el banco si pongo mis ahorros a interés que es del 5,83%

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Después de realizar el estudio del mercado de la cafetería-pastelería en la ciudad de Esmeraldas, mediante la investigación de campo se determinó que el proyecto sería factible de ejecutar puesto que existe, permitiendo cubrir las necesidades de este mercado.
- La estructura organizacional que se presenta en la investigación, satisface los recursos humanos necesarios para implementar la demanda del mercado en la cafetería-pastelería, permitiendo el crecimiento económico de la familia, puesto que se crearan puesto de trabajo para la población esmeraldeña.
- El VAN del proyecto es de \$537.953,11 con un TIR de 74,97% lo que refleja que un proyecto factible puesto que tendrá una buen rentabilidad económico a poco tiempo de instalado la cafetería-pastelería.
- Los habitantes de la ciudad tienen preferencia de consumir algún postre, café, bocadito, en la media mañana y entrada las noches.
- Existe una tendencia en cuanto al consumo de postres y bocaditos
- La manera en como nuestros encuestados perciben el servicio que actualmente reciben al asistir a una cafetería pastelería, marca una pauta para establecer la calidad del servicio que se prestará en nuestra cafetería pastelería.

RECOMENDACIONES

- Una vez elaborado el estudio de factibilidad se puede comprobar que el proyecto si es factible de ejecutar puesto que existe una demanda la cual esta predispuesta a consumir el producto.

- Qué se ejecute el proyecto ya que la ciudadanía esmeraldeña en su mayoría consumen los postres, con esto el proyecto tendría una buena rentabilidad.

- Qué la población esmeraldeña prefiere postres y bocaditos y con la ejecución del proyecto se podría cubrir la demanda insatisfecha.

- Qué una vez puesto en marcha el proyecto el personal que labore en la cafetería pastelería brinde a la ciudadanía una buena atención que permita satisfacer las necesidades de atención al cliente y obtener con esto una clientela satisfecha.

- Qué se brinde una buena atención en cada uno de los servicios que ofrece la cafetería-pastelería.

- Qué los productos y materiales de elaboración se los mantengan bajo las debidas normas de higiene y salud para evitar la contaminación de esto y que afecta la salud de los consumidores de los productos elaborados.

BIBLIOGRAFÍA

- ANZIL FEDERICO. (2012). Factibilidad Económica, disponible en <http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>.
- ARCHIVE, A. K. (07 de 11 de 2012). Crece Negocios, Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/definicion-de-rentabilidad/>
- ÁVILA Baray, H.L. (2006). Introducción a la metodología de la investigación. Edición electrónica. Texto completo en www.eumed.net/libros/2006c/203/
- CAPDEVILA, P. (2000). Las Cafeterías, escenarios de la historia. Recuperado de (http://www.forumdelcafe.com/pdf/F_02-Cafeterias1.pdf)
- CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR. (2008). Obtenido de <http://www.asambleanacional.gob.ec/>
- DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA. (2013). disponible en la pagina web, <http://www.empresamasrentables.com/>.
- DRUCKER. (s/f). Definición de Emprendedor, disponible en la pagina web, <http://www.emprendeyprospera.com/las-definiciones-de-emprendedor-y-empresario/#.Vsu6gX3hDIU>.
- FERNANDEZ. (2013). Rentabilidad. Mexico: Zamora. disponible en la pagina web, <http://concepto.de/demanda/>

- JÁCOME, W. (2005). Bases teoricas y practicas para el diseño y evaluacion de proyectos productivos y de inversión. Universidad técnica del Norte. Ibarra: Universitario.
- INEC. (2010). VII Censo de Población y VI de Vivienda. Recuperado de http://www.inec.gob.ec/cpv/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=49&lang=es
- LUGO Soria Antonio (2008). Modelo de Gestión para la Optimización de Recursos Administrativos Financieros de los activos fijos de la Unidad de Negocios Transelectric CELEC EP. Plan de Tesis Previo a la obtención del Título de Ingeniero Comercial.
- MARX CARLOS. (1818-1883). Desempleo, disponible en: <http://www.gestiopolis.com/>.
- MENDOZA, C. (2002). Cafeterías Como centros de negocios. Recuperado de <http://innovo.cl/2010/10/cafeterias-como-centros-de-negocios/>
- MIRANDA. (2005). Estudio de mercado, y de Factibilidad, disponible en la pagina web, <http://bibdigital.epn.edu.ec/>. (MM, Ed.)
- MINISTERIO De Coordinación De La Política Económica Del Ecuador. 2011. Sector informal y subempleo.
- NARVAÉZ. (1992). Proyecto productivo: un enfoque para su evaluacion, IX Encustro Nacional de Docentes de Produccion. Mendoza.
- PROAÑO, Palacios, Zambrano. (2008). *Contabilidad Básica*. Ambato
- REUTERS Quito. (2012). Ecuador registra crecimiento económico del 5.2% interanual en segundo trimestre de 2012. Recuperado de

<http://www.eluniverso.com/2012/10/06/1/1356/economia-ecuador-crecio-52-interanual-segundo-trimestre-2012.html>

SIMÓN ANDRADE. (2000). Diccionario de Economía (Tercera ed.). Editorial Andrade.

VAQUIRO, J. (29 de Enero de 2010). Periodo de Recuperacion Disponible en: <http://www.pymesfuturo.com>.

WALTER, Brounk. (2010). *Estudio Admnsitrativo-Plan de Negocios*. Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Venezuela: Ed. VN.

- www.lacamara.org/
- www.sri.gob.ec/web
- <http://pyme.lavoztx.com/>
- <http://www.gerencie.com/>
- <http://www.supercias.gob.ec/>
- <http://www.supercias.gob.ec/>
- www.bomberosquito.gob.ec.
- www.tramitesciudadanos.gob.ec.
- <http://www.expansion.com/diccionario-economico/rentabilidad.html>.

APÉNDICE

ENCUESTAS DE CAMPO

El Objetivo General, es elaborar el estudio de factibilidad para el proyecto de un complejo de recreación y turismo alternativo en la ciudad de Esmeraldas. A continuación detallamos el formulario de la encuestas, a la muestra:

1.- ¿Qué le gusta degustar a la media mañana y en la tarde?

Postres

Bocaditos de dulce

Pasteles

Los acompaña con café o jugo

Café

Jugo

Agua

2.- ¿Por lo general donde los consume?

En la casa En el trabajo En restaurante Locales

3.- ¿Con qué frecuencia los consume?

Semanal: Quincenal: Mensual : Diario:

4.- ¿Usualmente cual es el promedio que usted gasta, en estos productos?

2 a 3 \$ _____

4 a 6 \$ _____

7 a 10 \$ _____

10 a 30 \$ _____

31 o más \$ _____

5.- ¿Cómo calificaría usted el servicio de los locales que frecuenta, para consumir estos productos?

Muy Bueno: Bueno: Regular: Malo:

6.- ¿Qué productos adicionales, Usted demandaría que le ofrezcan estos locales?

Café pasado

Café soluble

Pasteles de sal

Batidos

7.- ¿Qué servicios le gustaría que le brinden en los locales donde usted consume estos productos?

Local Cerrado

Local abierto

Aire Acondicionado

Baños

Wiffi

Pedido a la mesa

Todos los anteriores

8.- ¿Asistiría Usted a una cafetería pastelería que le brinde todos los productos y servicios que Usted señalo en las preguntas anteriores?

Si:

No:

Tal vez:

9.- Profesión u ocupación:

- Profesionales
Estudiante
Profesor
Comerciante
Ama de casa

10.- Sexo:

M: F:

11.- Sector donde vive.

- Las Palmas
Centro
Barrios del Sur
Los almendros
Santas Vainas
Las Riberas del Río

En su sector si existen locales que vendan estos productos:

Si No

12. Edad:

- 18 a 25 _____
26 a 35 _____
36 a 45 _____
Mayores de 46 _____

13. Estado Civil:

- Soltero/a _____
Casado/a _____
Divorciado/a _____
Viudo/a _____
Unión libre _____

Rank	Path/Filename
> 1	proyecto-casa-matrices/2i-12.docx
2	tesis Karina lomas morales gestion em.docx.pdf
3	Tesis Yessikita Lomas Original.pdf
4	http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/123456789/3254/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-210.pdf
5	http://www.hsph.harvard.edu/population/domesticviolence/ecuador.constitution.08.doc
6	http://www.gerencia.com/depreciacion.html

Document [TESIS DE GRADO 24 DE FEBRERO.doc](#) (D18166292)

Submitted 2016-02-24 19:42 (-05:00)

Submitted by carolamenacampoverde@gmail.com

Receiver carola.mena.ucsg@analysis.orkund.com

Message [2015] [Show full message](#)

3% of this approx. 33 pages long document consists of text present in 8 sources.

Navigation icons: Home, Refresh, Print, Copy, Back, Forward, Warnings (0), Reset, Export, Share.

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
 CARRERA: ADMINISTRACION DE EMPRESAS TÍTULO: PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE
 UNA CAFETERÍA PASTELERÍA EN LA CIUDAD DE ESMERALDAS AUTOR: PATRICIO GONZALO OBREGON OCHOA

Trabajo de Titulación

previo a la Obtención del Título de: INGENIERO COMERCIAL TUTOR: ING. CAROLA MENA LUXARI,

MGS

Guayaquil, Ecuador, 2016 UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL FACULTAD DE CIENCIAS
 ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS INGENIERIA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

CERTIFICACIÓN Certificamos

que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por, PATRICIO GONZALO OBREGON OCHOA, como
 requerimiento parcial para la obtención

del Título

de Ingeniero

en Administración de Empresas.



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Obregón Ochoa Patricio Gonzalo**, con C.C: # **0802031385** autor/a del trabajo de titulación: **Proyecto De Factibilidad Para Instalación De Una Cafetería-Pastelería En La Ciudad De Esmeraldas** previo a la obtención del título de **INGENIERO COMERCIAL** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, Marzo del 2016

f. _____

Nombre: **Obregón Ochoa Patricio Gonzalo**

C.C: **0802031385**

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Proyecto de Factibilidad Para Instalación De una Cafetería-Pastelería en la Ciudad de Esmeraldas		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Obregón Ochoa Patricio Gonzalo		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Ing. Carola Mena Luxari Mgs		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas		
CARRERA:	Administración de Empresas		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniero Comercial		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	Marzo del 2016	No. DE PÁGINAS:	126
ÁREAS TEMÁTICAS:	Proyecto, Finanza, Emprendimiento		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Estudio de factibilidad, estudio financiero, cafetería-pastelería, mercado, VAN, TIR		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):	El objetivo general de la presente indagación consistió en elaborar un estudio de factibilidad para la instalación de una cafetería pastelería en el Cantón Esmeraldas que brinde todos los servicios y confort a los clientes, con una infraestructura moderna. Los objetivos específicos permitieron efectuar un análisis de mercado de productos y servicios para determinar la necesidad, así como elaborar una propuesta de estructura organizacional para el manejo de la actual panadería mediante la instalación de una cafetería-pastelería, tomando en consideración los aspectos legales, técnicos, logísticos, ambientales, y financieros que permitan elaborar el estudio para determinar la rentabilidad económica del proyecto. En el desarrollo de la investigación se aplicó el tipo de cuali-cuantitativo, con el apoyo de los métodos inductivo-deductivo, y estadísticos, utilizando las técnicas de la observación directa y la encuesta, mediante la investigación de campo se analizó que el 91% de los usuarios manifestaron que si asistirían a una cafetería pastelería que le permita satisfacer sus necesidades, esta investigación concluyó manifestando que después de realizar el estudio financiero se pudo obtener que el VAN del proyecto será 5,83% y el TIR de 74,97%, lo que genera adquirir un buena rentabilidad productiva que favorece la invención que se realizará para ejecutar el proyecto de la instalación de la cafetería-pastelería en el cantón Esmeraldas		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-6-2450620 / 0999427634	E-mail: g.p.obregon@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Ing. Paola Alexandra Traverso Holguín		
	Teléfono: +593-4-6019568 / 0999406190		
	E-mail: paola.traverso@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			