

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO

UNIDAD ACADÉMICA PUERTO RICO

PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



PROYECTO DE GRADO

Estudio de Factibilidad para Implementación de una Pastelería con Maquinaria
Moderna en la localidad de Puerto Rico

Postulante: Adriana Sánchez Moza

Tutor: M. Sc. Manfred Giovanni Vargas Morales

Puerto Rico- Pando -Bolivia

2023

DEDICATORIA

A Dios por poner esta oportunidad en mi camino y hacer que el logro de este proyecto sea posible

A mis padres, Juan Yener Sánchez López e Ingrid Marlene Moza Parada por su confianza y su apoyo incondicional en cada momento, por sus enseñanzas y la manera excelente de instruirme para la vida.

A mi hija, que es mi motor y mi motivación más grande, esa personita por la que todo logro cobra sentido y por quien vale la pena luchar para alcanzar cada meta propuesta

A mi novio, por su cariño y apoyo incondicional, por ser parte importante en el logro de mis metas por darme la fuerza que muchas veces me faltaba.

A mis docentes porque sin duda alguna este logro es de ellos también, por fortalecer no solo mis conocimientos sino también mi formación como persona.

A todas las personas que de una u otra manera han hecho que la realización de este trabajo sea posible.

AGRADECIMIENTO

Agradezco primero a Dios por poner esta oportunidad en mi camino y hacer que cada cosa que fue acompañando este proceso estuviera en el momento justo e indicado para poder cumplirlo satisfactoriamente.

A mi familia, mi hija, mis padres, mis hermanos por su compañía, sus palabras de aliento en los momentos difíciles, su reconocimiento por mis logros y ese amor incondicional que da la energía para continuar.

A Los docentes del programa administración de empresas de la UAPR, por su comprensión por su paciencia, por sus palabras, sus consejos y en general por compartir sus conocimientos conmigo y por hacer parte de este proceso de formación.

A mi Tutor M. Sc. Manfred Giovani Vargas Morales por su constante apoyo, por su exigencia y dedicación para que todo se obtenga con los mejores resultados.

ÍNDICE

1 RESUMEN.....	1
1.1 Título del Proyecto.....	5
1.2 Antecedentes	5
1.3 Grupo o Región Beneficiaria	6
1.4 Referencia geográfica del proyecto	6
2 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	8
2.1 Descripción del Problema	8
2.2 Formulación del Problema	8
2.3 Justificación del problema	8
2.4 Objetivos	9
2.4.1 Objetivo General.....	9
2.4.2 Objetivos Específicos.....	9
2.5 Marco Referencial.....	10
2. Marco Teórico.....	10
2.6.1 Concepto de Factibilidad	10
2.6.2 ¿Qué un estudio de factibilidad?.....	10
2.6.3 ¿Qué es un estudio de mercado?.....	11
2.6.4 ¿Qué es un estudio técnico?.....	11
2.6.5 ¿Qué es un estudio organizacional?.....	11
2.6.6 ¿Qué es un estudio económico?	11
2.6.7 Definición de pastel.....	11
2.6.8 ¿Cómo lograr el pastel perfecto?	12
2.7 Misión	12
2.8 Visión.....	13

2.9 Análisis del Entorno.....	13
2.9.1 Entorno Político Legal	13
2.9.2 Entorno Económico	13
2.9.3 Entorno Social – Cultural	13
2.9.4 Entorno Tecnológico	13
3 METODOLOGÍA	15
3.1 Tipo de investigación.....	15
3.1.1 Descriptiva.....	15
3.2 Enfoque de investigación	15
3.3 Método de investigación.....	15
3.3.1 Método inductivo.....	15
3.3.2 Método estadístico.....	15
3.4 Técnicas e instrumentos	15
3.4.1 La documentación.....	16
3.4.2 Las encuestas.....	16
3.4.3 La observación	16
3.5 Población.....	16
3.6 Muestra	16
3.7 Resultados de las encuestas	17
4 ESTUDIO DE MERCADO.....	35
4.1 Antecedentes del Mercado	35
4.2 Demanda y Consumidor	35
4.2.1 Variables que afectan a la demanda.....	35
4.2.2 Demanda proyectada	36
4.3 Competencia y Oferta en el Mercado	37

4.3.1 Identificación de la competencia.....	37
4.3.2 Variables que afecten a la oferta.....	37
4.3.3 Oferta	38
4.4 Proveedores.....	38
5 ESTRATEGIA DE MERCADEO	45
5.1 Precio	45
5.2 Producto	45
5.2.1 Característica del producto	46
5.2.2 Descripción del producto	46
5.3 Plaza.....	49
5.4 Promoción.....	50
6 ANÁLISIS INDUSTRIAL DEL MERCADO	51
6.1 Competencia directa.....	51
6.2 Competencia indirecta	52
7 ANÁLISIS OPERATIVO	53
7.1 Necesidades de Recursos Humanos.....	53
7.2 Maquinaria y Equipo.....	54
7.3 Herramientas	55
8 ANÁLISIS FINANCIERO – INVERSIÓN	57
8.1 Inversión fija.....	57
8.2 Inversión diferida	59
9 ESTUDIO TÉCNICO.....	61
9.1 ¿Qué es un diagrama?.....	61
9.2 Diagrama de proceso general de producción.....	62
9.3 Especificaciones Técnicas del Producto	63

9.4 Localización del proyecto	66
9.4.1 Macro localización del proyecto	66
9.4.2 Micro localización del proyecto	67
10 ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL	68
10.1 Aspectos organizacionales	68
10.1.1 Estructura organizacional	68
10.1.2 Manual de Funciones	69
10.2 Aspectos legales	72
10.2.1 Marco legal del proyecto	72
11 ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	76
11.1 Ingresos y costos del proyecto	76
11.2 Ingresos estimados por venta para el primer año del proyecto	76
11.3 Costos para el primer año del proyecto	77
11.4 Proyección del Estado de Resultados para el periodo de cinco años	79
11.5 Indicadores financieros	80
12 IMPACTO SOCIAL	82
12.1 Análisis del impacto ambiental	82
12.2 Plan de manejo ambiental	83
13 FACTIBILIDAD DE LA EMPRESA	84
14 CRONOGRAMA	85
15 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	86
15.1 Conclusiones	86
15.2 Recomendaciones	87
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXO	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Formula Muestral.....	17
Tabla 2 Género (Masculino Femenino)	18
Tabla 3 Edad	18
Tabla 4 Frecuencia del consumo de pasteles	19
Tabla 5 Es necesario que exista una pastelería con maquinaria moderna en Puerto Rico.....	20
Tabla 6 Consumo de productos en una nueva pastelería en Puerto Rico	21
Tabla 7 Lugar donde suele adquirir los pasteles en Puerto Rico	23
Tabla 8 Atributo al adquirir un pastel	24
Tabla 9 Monto que estaría dispuesto a pagar por un pastel	25
Tabla 10 Cantidad de consumo de pasteles al mes	26
Tabla 11 Ocasiones del consumo de pasteles	27
Tabla 12 Sabores de pasteles	28
Tabla 13 Servicio adicional	29
Tabla 14 Medio informativo	30
Tabla 15 Promociones de las pastelerías actuales.....	31
Tabla 16 Promociones en la nueva pastelería	32
Tabla 17 Diseño de las instalaciones de las pastelerías actuales	32
Tabla 18 Atención por el personal de las pastelerías actuales	33
Tabla 19 Demanda proyectada.....	36
Tabla 20 Pastelerías actuales	37
Tabla 21 Proveedores de Materia Prima Por Unidad.....	39
Tabla 22 Proveedores de maquinaria y herramientas	40

Tabla 23 Costo unitario de los productos	45
Tabla 24 Dimensiones del producto principal.	46
Tabla 25 Torta de chocolate.....	47
Tabla 26 Torta Tres Leches	47
Tabla 27 Torta de Vainilla	48
Tabla 28 Torta de Fresa	48
Tabla 29 Torta Marmoleada.....	49
Tabla 30 Recursos Humanos	54
Tabla 31 Maquinaria y equipo	56
Tabla 32 Activos Fijos	58
Tabla 33 Activo Diferido	59
Tabla 34 Capital de trabajo	60
Tabla 35 Diagrama de flujo	61
Tabla 36 Torta de chocolate.....	64
Tabla 37 Torta de tres leches	65
Tabla 38 Manual de Funciones.....	69
Tabla 39 Ingresos Proyectados para el primer año	76
Tabla 40 Costo para el primer año del proyecto	77
Tabla 41 Cálculo del precio de venta.....	78
Tabla 42 Proyección del Estado de Resultados y Ganancias.....	79
Tabla 43 Flujo de caja.....	80
Tabla 44 Indicadores financieros	81

ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1. Puerto Rico Pando	7
Figura 2. Género Masculino y Femenino	18
Figura 3. Edad.....	19
Figura 4. Frecuencia del consumo de pasteles.....	20
Figura 5. Es necesario que exista una pastelería con maquinaria moderna en Puerto Rico	21
Figura 6. Consumo de pasteles en un nuevo establecimiento en Puerto Rico.....	22
Figura 7. Lugar donde puede adquirir los pasteles en Puerto Rico	23
Figura 8. Monto que estaría dispuesto a pagar por un pastel.....	25
Figura 9. Cantidad de consumo de pasteles al mes.....	26
Figura 10. Ocasiones del consumo de pasteles	27
Figura 11. Sabores de pasteles	28
Figura 12. Servicio adicional	29
Figura 13. Medio informativo.....	30
Figura 14. Promociones de las pastelerías actuales	31
Figura 15. Promociones en la nueva pastelería.....	32
Figura 16. Diseño de las instalaciones de las pastelerías actuales	33
Figura 17. Atención por el personal de las pastelerías actuales	34
Figura 18 Ubicación geográfica de la Av. Santos Dumont Nj 145	44
Figura 19. Logo de la empresa.....	50
Figura 20. Proceso general de producción.....	62
Figura 21. Macro localización del proyecto	66
Figura 22. Micro localización del proyecto	67
Figura 23. Distribución de Planta	67

Figura 24. Organigrama de la Empresa	68
Figura 25. Organigrama del Área Administrativa	68
Figura 26. Organigrama Área de producción	69
Figura 27. Basureros	83
Figura 28. Cronograma de las actividades del desarrollo de la investigación	85

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Encuesta	91
Anexo 2 Personas encuestadas.....	95
Anexo 3 Total encuestas digital.....	95
Anexo 4 Logo	97
Anexo 5 Redes Sociales.....	97
Anexo 6 Planilla de sueldos y salarios.....	100
Anexo 7 Costo de Mano de obra indirecta.....	100
Anexo 8 Costo de mano de obra indirecta.....	101
Anexo 9 Cronograma de las inversiones	102
Anexo 10 Amortización d la deuda	103

1 RESUMEN

El proyecto desarrollado tiene la finalidad de llevar a cabo un estudio de factibilidad para la creación de una pastelería con maquinaria moderna en la localidad de Puerto Rico, la pastelería tiene como objetivo elaborar productos de buena calidad para satisfacer las necesidades de los consumidores, brindar calidez de servicio, entrega oportuna y a su vez contribuir con el desarrollo económico del municipio.

Para el desarrollo de este proyecto se identificaron elementos importantes como la formulación, justificación del proyecto, objetivos y un estudio de mercado detallado con el propósito de Identificar las actitudes, gustos y preferencias de las personas para determinar si es viable la creación de una pastelería con maquinaria moderna en la localidad de Puerto Rico.

Se utilizaron instrumentos de recolección de la información como la documentación y la encuesta esta técnica utilizará la guía de cuestionario que permitirá desarrollar las preguntas pertinentes para la mejor obtención de información.

El proyecto estudio de factibilidad de una Pastelería con maquinaria moderna en la localidad de Puerto Rico nace como una iniciativa de orden personal teniendo en cuenta mi experiencia y mi conocimiento en el tema el cual ha sido desarrollado por largos años a nivel familiar. Este proyecto consiste en el laborar y comercializar productos con estándares de alta calidad, en cada uno de nuestros procesos de elaboración con diseños personalizados y creativos, satisfaciendo las exigencias de los clientes, siendo constantes en su innovación para cada producto y a su vez contribuyendo con el desarrollo económico del Municipio.

De acuerdo con el segmento del mercado se ha encontrado que Según el Ministerio de Salud y Deportes mediante el Sistema Nacional de Información en Salud- Vigilancia Epidemiológica SNIS-VE, la población actual del municipio de Puerto Rico en el rango de edad de 15 a 59 años es de 6.277 habitantes, lo que indica que los productos son requeridos para consumo diario y para fechas de celebraciones, lo cual también es confirmado por los resultados obtenidos en la encuesta, las cuales muestran el interés de adquirir productos de pastelería de manera continua.

El proyecto contara con personal especializado en conocimientos técnicos de pastelería y personas calificadas en atención al cliente. También se tiene identificados los proveedores de las maquinarias e insumos con las características exigidas para el funcionamiento de la pastelería. El

espacio para su funcionamiento está situado en el Barrio San Juan con un espacio de trabajo de 30x30 metros.

Se concluyó que, luego de realizar un análisis la evaluación económica y financiera del estudio de factibilidad a un periodo de 5 años, el proyecto es factible ya que luego de medir los flujos futuros de ingresos y egresos, se obtienen resultados favorables. La evaluación financiera dio como resultados los siguientes indicadores: el VAN es igual a Bs 560.192,41; La tasa interna de retorno TIR igual a 81,82% y R B/C igual a 1,53

Palabras clave:

Pastelería, Calidad, Innovación, Factibilidad.

ABSTRACT

The purpose of the developed project is to carry out a feasibility study for the creation of a pastry shop with modern machinery in the town of Puerto Rico. The pastry shop aims to produce good quality products to satisfy the needs of consumers, provide warmth of service, timely delivery and at the same time contribute to the economic development of the municipality.

For the development of this project, important elements were identified such as the formulation, justification of the project, objectives and a detailed market study with the purpose of identifying the attitudes, tastes and preferences of people to determine if it is viable to create a pastry shop with modern machinery in the town of Puerto Rico.

Information collection instruments were used such as documentation and the survey, this technique will use the questionnaire guide that will allow the development of relevant questions for the best obtaining of information.

The feasibility study project for a Pastry Shop with modern machinery in the town of Puerto Rico was born as a personal initiative taking into account my experience and knowledge on the subject, which has been developed over many years at the family level. This project consists of producing and marketing products with high quality standards, in each of our manufacturing processes with personalized and creative designs, satisfying customer demands, being constant in its innovation for each product and at the same time contributing to economic development. Township.

According to the market segment, it has been found that According to the Ministry of Health and Sports through the National Health Information System - Epidemiological Surveillance SNIS-VE, the current population of the municipality of Puerto Rico in the age range of 15 to 59 years is 6,277 inhabitants, which indicates that the products are required for daily consumption and for celebration dates, which is also confirmed by the results obtained in the survey, which show the interest in acquiring pastry products on a continuous basis.

The project will have personnel specialized in pastry technical knowledge and people qualified in customer service. The suppliers of machinery and supplies with the characteristics required for the operation of the pastry shop have also been identified. The space for its operation is located in the San Juan neighborhood with a work space of 30x30 meters.

It was concluded that, after carrying out an analysis of the economic and financial evaluation of the feasibility study over a period of 5 years, the project is feasible since after measuring future flows of income and expenses, favorable results are obtained. The financial evaluation resulted in the following indicators: the NPV is equal to Bs 560.192,41; The internal rate of return IRR equal to 81, 82% and R B/C equal to 1,53

keywords:

Pastry, Quality, Innovation, Feasibility.

1.1 Título del Proyecto

Estudio de Factibilidad para Implementación de una Pastelería con Maquinaria Moderna en la localidad De Puerto Rico

1.2 Antecedentes

Los primeros registros de recetas dulces simples se remontan a Mesopotamia y al Antiguo Egipto, hace más de siete mil años, dónde se preparaban panes de miel redondos espolvoreados con ajonjolí. En la Antigua Grecia, los nacimientos se celebraban con pasteles.

Los fabricados en Atenas tenían fama, eran elaborados con harina, queso y aceite. Fue en el Imperio Romano, hacia el siglo IV a.C. cuando se distinguió por primera vez la diferencia entre el panadero y pastelero.

Los postres, especialmente los pasteles, están entre los placeres más estimulantes que pueden existir, se dice que van directo al corazón y no al estómago, pues nos alimentan el alma, pero, ¿quién fue la persona detrás de los primeros indicios de estas maravillosas creaciones? Marie-Antoine Carême, nacido el 8 de junio de 1784 en Francia, es considerado el padre de la pastelería moderna, precursor de la alta gastronomía y primer chef oficial en la historia. (Cecy, 2018)

Bolivia muestra un potencial destino para productos dulces, siendo que el 30% de las empresas bolivianas se dedican a la venta al por mayor y menor, con un crecimiento anual del 4%, los canales comerciales continúan creciendo a través de centros comerciales, supermercados, y tiendas de marcas específicas; la población boliviana cada vez se concentra cercanamente hacia las ciudades principales y existe más facilidades de acceso a variedad de productos cercanos a los hogares. Bolivia representa un potencial mercado consumidor para productos dulces tradicionales y nuevas marcas. (Magariños, 2016)

Realizando una investigación en el mercado actualmente se conocen aproximadamente treinta pastelerías en el departamento Pando las cuales tratan de abastecer el mercado, en la ciudad de Cobija actualmente hay dieciséis pastelería las cuales son: pastelería el Oso Goloso, pastelería Dumbo, pastelería Melin, pastelería Dulce Tentación, pastelería Delicioso, pastelería espiga de oro, pastelería Azúcar y yo, pastelería la Artesana, pastelería Dulces Momentos, las tortas de Yesmicita, pastelería las Brujitas, pastelería Rutelli, Pastelería Eva, pastelería Dulce capricho, Antojitos pastelería y repostería, pastelería Dulce Travesura.

Tomando en cuenta el Municipio de Puerto Rico actualmente existen pequeños negocios de pasteles los cuales buscan satisfacer las expectativas de los clientes. Sin embargo, la producción de los pasteles en la localidad, posee una elaboración competente, pero el principal inconveniente es que comercializan postres sencillos o con un tipo de presentación poco llamativa y que ya son comúnmente conocidas, la mayor parte de las personas que realizan los postres y pasteles carecen de conocimientos acerca de las nuevas tendencias que existen en la actualidad

1.3 Grupo o Región Beneficiaria

La mayor parte de la población de la localidad de Puerto Rico disfruta de los postres y sus preferencias se inclinan por el chocolate, la vainilla y la fresa. Los sabores frutales igualmente los comen, pero son sólo una pequeña parte de las personas quienes los prefieren.

El producto está dirigido para hombre, mujeres, niñas, niños y adultos, que suelen consumir pasteles dos más veces al mes y que les guste probar diversas variedades de pasteles y que comparten con sus familias.

1.4 Referencia geográfica del proyecto

El proyecto geográficamente se encuentra ubicado en el Municipio de Puerto Rico en la localidad de Puerto Rico Capital de la Provincia de Manuripi en el Departamento de Pando.

Este municipio consta con 49 comunidades, 43 de ellas, la vía de acceso es por tierra y 16 por río. Tiene una superficie territorial de 4.574 km², según datos del Servicio Departamental de Salud, tiene una población estimada de 8203 habitantes y una densidad poblacional de 1.0 hab./km² de la gestión 2022.

Puerto Rico tiene altitud aproximada de 205 metros sobre el nivel del mar. Con coordenadas 11°6'12" S, 67°33'17" W, es la tercera población más importante del departamento de Pando, cuenta con los servicios básicos de Agua, energía Eléctrica, Salud, Internet y otros, que emiten un

mejor estilo de vida y la oportunidad del asentamiento de pequeñas y medianas empresas que aportan al desarrollo del pueblo, del departamento.

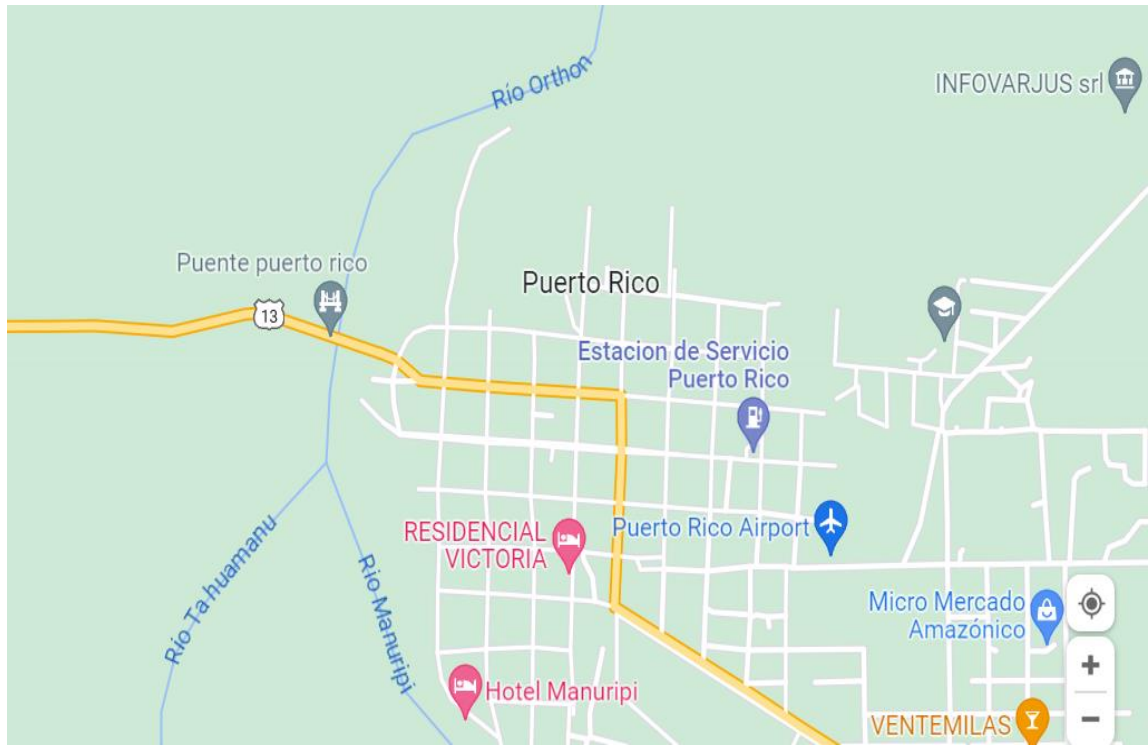


Figura 1. Puerto Rico Pando
Fuente: Elaboración Propia

2 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

2.1 Descripción del Problema

En la localidad de Puerto Rico, una de las costumbres dentro la cultura, es el festejo de fechas alusivas a algún acontecimiento, como ser; cumpleaños, bautizos y matrimonios, o para festejar el logro de alguna persona.

Actualmente para cubrir la demanda, existen pequeños negocios dedicados a la repostería, los cuales buscan satisfacer las expectativas de los clientes, debido a que, con el avance de la tecnología y el uso de las redes sociales, la influencia de otros lugares del planeta afecta directamente a la cultura de los habitantes de la localidad, creando así el gusto por las nuevas tendencias y buscando encontrar las mismas en Puerto Rico,

Sin embargo, la producción de los pasteles en la localidad el principal inconveniente es que comercializan postres sencillos o con un tipo de presentación poco llamativa y que ya son comúnmente conocidas, la mayor parte de las personas que realizan los postres y pasteles carecen de conocimientos acerca de las nuevas tendencias, es por ello la insatisfacción de los clientes ya que ellos buscan pasteles que están en tendencias gracias a las nuevas tecnología y cambios que hay en la actualidad.

Con la implementación de una pastelería equipada con nuevas tecnologías, se buscará cubrir el mercado insatisfecho y cumplir con las expectativas de los clientes

2.2 Formulación del Problema

¿Será Factible La Creación De Una Pastelería Con Maquinaria Moderna En La Localidad De Puerto Rico?

2.3 Justificación del problema

Con la implementación de la pastelería en la localidad de Puerto Rico, no solo se prestará un servicio de calidad para satisfacer las necesidades de los consumidores, si no, que aportará al desarrollo general de la región pagando su contribución estipulada por ley y con la puesta en marcha de la pastelería se generará nuevos empleos.

En este presente trabajo se realizó un estudio de factibilidad para implementación de una pastelería con maquinaria moderna en la localidad de Puerto Rico, con el motivo que se hará uso de las

nuevas tendencias en decoraciones existentes, como las decoraciones a base de figuras de chocolates, Drip Cakes, fondant, glaseadas de diferentes colores en otros.

Esto no solo impactará la parte visual, sino también el cliente sentirá una mayor atracción para saborear de los exquisitos pasteles, de esta forma la población tendrá una opción innovadora para disfrutar de un momento agradable junto a la familia, amigos y colegas, etc. Los pasteles son, de hecho, un paquete de alegría que no sólo halaga la boca, sino que también añade sabor a cada función. Todo el mundo los adora por su sabor, gusto y belleza.

Para lograr los objetivos propuestos se recurrió al empleo de técnicas de investigación y encuestas que se realizó a la población de la localidad de Puerto Rico, con la finalidad de determinar la posibilidad de implementar una pastelería en Puerto Rico, que, ya contando con otros negocios que se dedican al rubro, no innovan respecto en la preparación y presentación de sus productos.

El proyecto está enfocado en crear e implementar una pastelería que elabore pasteles que utilice productos de primera calidad e incursionar en la innovación. El producto busca tener un diferenciador en su elaboración con el objetivo que los clientes potenciales encuentren su producto adecuado y con diseños acordes para la ocasión y de esta manera ser cumplir con las expectativas de los clientes.

2.4 Objetivos

2.4.1 Objetivo General

Elaborar un estudio de factibilidad para la implementación de una pastelería con maquinaria moderna en la localidad de Puerto Rico

2.4.2 Objetivos Específicos

- Efectuar un Estudio del Mercado al cual estará orientado la pastelería.
- Establecer un estudio organizacional de la pastelería.
- Determinar la necesidad de la maquinaria infraestructura que se requiera para la pastelería y aspectos técnicos.
- Realizar un estudio Económico-Financiero que se requiere para la puesta en marcha para la implantación de la pastelería.

2.5 Marco Referencial

La pastelería es el arte de la elaboración de pasteles y postres con ingredientes, técnicas y recursos sofisticados. También hace referencia al lugar en el que se elaboran y venden dichos productos.

La repostería es la elaboración de pasteles, postres o platos dulces tradicionales, con ingredientes cotidianos o de estación, y que no requiere de técnica o formación profesional para elaborarlos. La diferencia entre pastelería y repostería tiene que ver con el origen de los términos, las responsabilidades de quienes ejercen estos oficios y la complejidad de las preparaciones. (Pastelería y repostería, 2018)

Los postres ocupan un lugar preferencial en Bolivia y, son pocos los que pueden resistirse a la tentación, dulce o salada, de probarlos. Al advertirse su rentabilidad, sobre todo de los productos de buena calidad.

Dicen que no hay nada mejor que compartir un momento o una fecha especial con la familia, la pareja o los amigos degustando un delicioso postre o pastel. Y qué mejor cuando este es el resultado de las hábiles manos de los mejores reposteros. (Cartay, 2017)

2.6 Marco Teórico

2.6.1 Concepto de Factibilidad

Según Varela, “se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

Según el Diccionario de la Real Academia Española, la Factibilidad es la “cualidad o condición de factible”. Factible: “que se puede hacer. (ARTES PLASTICAS, 2010)

2.6.2 ¿Qué un estudio de factibilidad?

Un estudio de factibilidad es el que hace una empresa para determinar la posibilidad de poder desarrollar un negocio o un proyecto que espera implementar. No obstante, este tipo de estudio le permite a la empresa conocer si el negocio o proyecto que espera emprender le pueda resultar favorable o desfavorable.

2.6.3 ¿Qué es un estudio de mercado?

Para Kotler, Bloom y Hayes, el estudio de mercado «consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización. (amstrong, 2003)

2.6.4 ¿Qué es un estudio técnico?

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita. (Ortega, 2017)

2.6.5 ¿Qué es un estudio organizacional?

Es aquel que busca determinar la capacidad operativa de la organización dueña del proyecto, con el fin de conocer y evaluar fortalezas y debilidades. Adicionalmente, permite definir la estructura de la organización para el manejo de las etapas de inversión, operación y mantenimiento -entre otros-. ¿Qué quiere decir esto? Que, para cada proyecto, se deberá determinar la Estructura Organizacional acorde a los requerimientos que exija la ejecución del proyecto y sus operaciones correspondientes. (Garcia, 2020)

2.6.6 ¿Qué es un estudio económico?

Es el proceso a través del que se analiza la viabilidad de un proyecto. Tomando como base los recursos económicos que tenemos disponibles y el coste total del proceso de producción. Su finalidad es permitirnos ver si el proyecto que nos interesa es viable en términos de rentabilidad económica. (Perez, 2021)

2.6.7 Definición de pastel

Aunque la noción de pastel tiene varios usos, su utilización más frecuente se encuentra vinculada a la cocina. Un pastel es un tipo de masa que suele formarse con agua, manteca (también llamada mantequilla) y harina y que puede rellenarse con alimentos dulces o salados. El pastel debe cocinarse en el horno para que la masa (y, en ocasiones, el relleno) no esté cruda. (Julián Pérez Porto y Ana Gardey, 2013)

Los pasteles son, de hecho, un paquete de alegría que no sólo halaga la boca, sino que también añade sabor a cada función. Todo el mundo los adora por su sabor, gusto y belleza. Los hay de todas las formas y sabores, y las características de los pasteles son aún más atractivas. Lo que hace que un pastel sea bueno es el método de cocción y todos los ingredientes utilizados en el proceso. Se puede hacer uno en casa, o se puede pedir un pastel en línea, pero no se puede mantener la fiesta sin un pastel.

Un pastel debe ser hermoso y atractivo para captar la primera mirada de cada individuo presente en el piso. Todo lo que hablamos de la tarta viene después de la apariencia. Por lo tanto, la apariencia es una de las características más importantes de un pastel.

2.6.8 ¿Cómo lograr el pastel perfecto?

La palabra pastel se refiere a una amplia gama de productos horneados que tienen diversas texturas, desde ligeras y aireadas hasta densas y enriquecidas de sabor. Los pasteles son muy diferentes, pues varían en sus ingredientes, tamaños y formas.

La calidad de los ingredientes que ocupamos para preparar un pastel determina también la calidad final del producto. Independientemente del tipo de pastel que prepares, existen tres metas que deberás alcanzar:

- Tu mezcla debe ser homogénea y tersa, esto se logra cuando viertes la cantidad correcta de ingredientes y estos cuentan con buena calidad, asimismo debes realizar los pasos de pesar, batir y hornear cuidadosamente.
- Procura que el contenido tenga suficiente aire, así se garantizará la obtención de una miga suave y una textura característica del pastel y no del pan.
- La textura final de la masa debe ser siempre idéntica a la categoría de pastel que estás realizando.

2.7 Misión

Elaborar y comercializar productos con estándares de alta calidad, en cada uno de nuestros procesos de elaboración con diseños personalizados y creativos, satisfaciendo las exigencias de los clientes, siendo constantes en su innovación para cada producto y a su vez contribuyendo con el desarrollo económico del Municipio.

2.8 Visión

Ser una empresa dedicada a la producción de pasteles con alta calidad en su preparación y presentación, teniendo en cuentas las nuevas tendencias de decorados, con precios cómodos para los clientes y se logre el posicionamiento en el mercado como una de las mejores pastelerías con productos innovadores de alta calidad cumpliendo con los estándares en procesos de elaboración, enfocada en las necesidades de los clientes y brindando siempre la mejor opción.

2.9 Análisis del Entorno

2.9.1 Entorno Político Legal

En Bolivia, las políticas vigentes del país están orientados al apoyo de las micro empresas, cooperativas, donde existe préstamos bancarios con interés bajos para este rubro, sin embargo, es necesario recalcar que estos procesos no son rápidos, por tanto, la creación de alguna micro empresa deberá ser asociada o unipersonal u otra razón social que debe tener.

2.9.2 Entorno Económico

En el Municipio de Puerto Rico es muy importante hacer un análisis sobre la generación de recursos económicos a partir de la recolección de frutos amazónicos como Castaña, Asaí y otros, que son parte fundamental de la economía de los agricultores al mismo tiempo la economía es también generada por el municipio y la gobernación que favorecen a muchas familias para su estabilidad económica.

2.9.3 Entorno Social – Cultural

Puerto Rico es una localidad donde por hoy es una mezcla de culturas que existe debido a la migración de personas de otros departamentos y que con el tiempo se establecieron y formaron raíces y participan de los eventos que se crean y son parte fundamental de la sociedad.

Tradicionalmente en Puerto Rico se consumen postres como la torta de vainilla que fue una de las primeras en ser producidas por nuestros antepasados, ya que es deliciosa y muy fácil de hacer.

2.9.4 Entorno Tecnológico

Puerto Rico al igual que las demás ciudades pueblos y comunidades del país ha ido creciendo de la mano con la tecnología que ha permitido mejorar la calidad de vida de las familias con la

incursión del Internet, telefonía, sistemas de transacciones bancarias. La rapidez con lo que el desarrollo y avance de la tecnología en el mundo moderno, hace que la empresa, emprendimiento o proyecto, caiga rápidamente en la brecha digital.

Gracias a las tecnologías podemos modernizar las empresas con nuevas máquinas para hacer la producción de tortas más sencilla y perfecta para una simple tarde de café o cualquier otra ocasión especial.

3 METODOLOGÍA

3.1 Tipo de investigación

3.1.1 Descriptiva

Este tipo de investigación se utilizará con el fin de que analizará el comportamiento de la población a base de datos estadísticos, como también describiendo recursos necesarios para determinar la factibilidad del proyecto en la Localidad.

3.2 Enfoque de investigación

El enfoque de investigación será mixto por una parte será cuantitativo ya que dicho enfoque va acuerdo a las variables a analizar, el análisis de datos cuantitativos de las maquinarias necesarias para la implementación de la pastelería. El análisis Económico - Financiero para la implantación de la pastelería. Como también será cualitativo considerando los gustos y preferencias de los consumidores.

3.3 Método de investigación

3.3.1 Método inductivo

El método de razonamiento científico aplicado será el método inductivo ya que se analizarán los componentes de factibilidad en el mercado para determinar la viabilidad de la implementación de la pastelería.

3.3.2 Método estadístico

La población muestra datos cuantitativos en las encuestas, porcentajes a través de elementos estadísticos. Este método facilita el manejo de información estadístico permitiendo realizar un análisis cuantitativo y cualitativo de la misma.

3.4 Técnicas e instrumentos

Las técnicas que se emplearan en la recolección de información en el estudio de factibilidad son las siguientes:

3.4.1 La documentación

Sera la técnica útil para recolectar información que, de sustento teórico al trabajo, referencias de estudios previos y posturas o métodos a considerar al momento de desarrollar los estudios pertinentes.

3.4.2 Las encuestas

La técnica empleada en el municipio de Puerto Rico para determinar la demanda existente por parte de la población, esta técnica utilizará la guía o instrumento el cuestionario que permitirá desarrollar las preguntas pertinentes para la mejor obtención de información.

3.4.3 La observación

Técnica que consiste en la observación de los fenómenos relacionados con la investigación, para después registrar la información para analizarla posteriormente, esta técnica utilizara la guía de observación

3.5 Población

La población que se considera para su análisis en el presente estudio de factibilidad, es la que compone al municipio de Puerto Rico la cual según el censo del 2012 contaba con 6239 habitantes, pero, mediante proyección presentada por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) para el 2022 contará con 10759 habitantes. Según el Ministerio de Salud y Deportes mediante el Sistema Nacional de Información en Salud- Vigilancia Epidemiológica SNIS-VE, la población actual del municipio de Puerto Rico en el rango de edad de 15 a 59 años es de 6.277 habitantes

Esta última compone nuestro público objetivo, de la cual se obtendrá la muestra a la cual se aplicarán las diferentes técnicas y herramientas de investigación

3.6 Muestra

La muestra representativa de la población será determinada por la formula muestral, aplicando un índice de confiabilidad de 95 %

Tabla 1*Formula Muestral*

	Parámetro	Valor
N	Universo o población	6277
Z	Nivel de confianza	1.96
P	Probabilidad a favor	0.5
Q	Probabilidad en contra	0.5
E	Error de estimación	0.05

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

$$\frac{(1.96)^2 * 6277 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2(6277 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

Total: 363 encuesta a realizar

3.7 Resultados de las encuestas

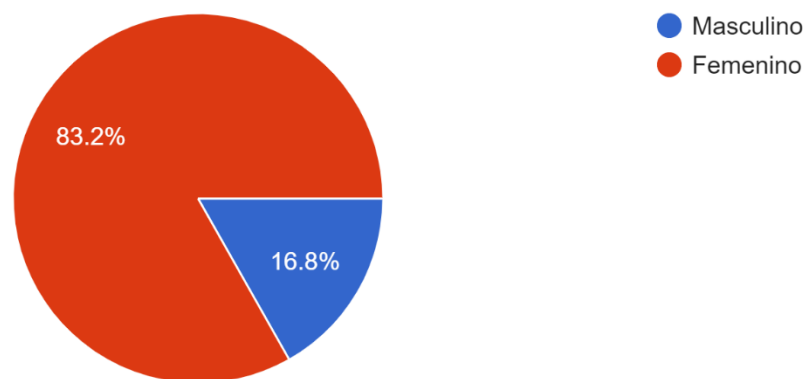
Una vez obtenida y concluida las encuesta a 363 personas de forma aleatoria, en el Municipio de Puerto Rico, se procede con la tabulación de los datos obtenidos a partir de dicha encuesta y se realizar un análisis respectivo de los resultados extraídos por cada pregunta.

Tabla 2*Género (Masculino Femenino)*

GENERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	61	16%
Femenino	302	83.2%
TOTAL	363	100%

Género

363 respuestas

*Figura 2. Género Masculino y Femenino*

Fuente: Elaboración propia

Se puede evidenciar que el 83.2% de los encuestados pertenecen al género femenino, mientras que el 16.8 % pertenecen al género Masculino.

Tabla 3*Edad*

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
15 a 30 Años	208	57.3%
30 a 45 Años	107	29.5%
45 años o más	48	13.2%
TOTAL	363	100%

¿Cuántos años tiene actualmente?

363 respuestas

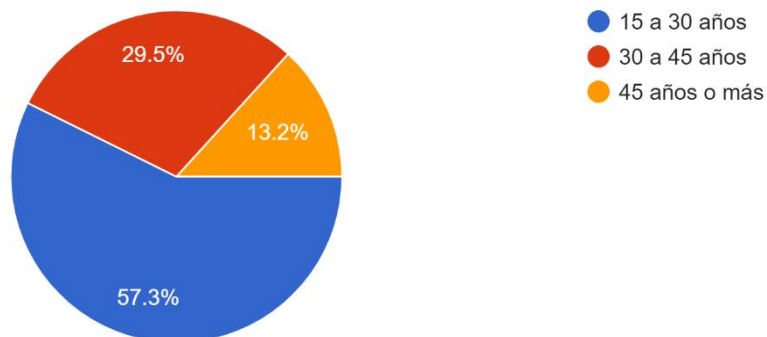


Figura 3. Edad

Fuente: Elaboración propia

Se puede evidenciar que el 57.3% de los encuestados tienen una edad entre 15 y 30 años. Mientras que el 29.5% corresponde a edades entre 30 a 45 años y el 13.2% tienen 45 años o más.

Tabla 4

Frecuencia del consumo de pasteles

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diariamente	54	15%
Semanalmente	123	34%
Ocasional	186	49%
Nunca	8	2%
TOTAL	363	100%

Fuente: Elaboración Propia

¿Con qué frecuencia consume pasteles?
363 respuestas

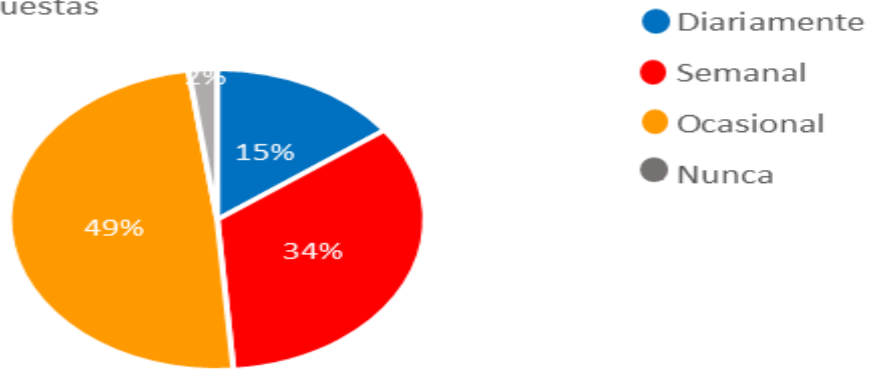


Figura 4. Frecuencia del consumo de pasteles

Fuente: Elaboración propia

La frecuencia de consumo de productos entre tortas el 14.9% esto quiere decir que son 54 personas que respondieron que consumen diariamente los pasteles, el 33.9% de las personas respondieron que consumen pasteles semanalmente y el 51.2% de las personas encuestadas respondieron que consumen pasteles de ocasión, además de esto la mitad de los encuestados ocasionalmente.

Tabla 5

Es necesario que exista una pastelería con maquinaria moderna en Puerto Rico

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	356	98.1%
No	7	1.9%
TOTAL	363	100%

Fuente: Elaboración propia

Considera que es necesario que exista una pastelería con maquinaria moderna en la localidad de Puerto Rico

363 respuestas

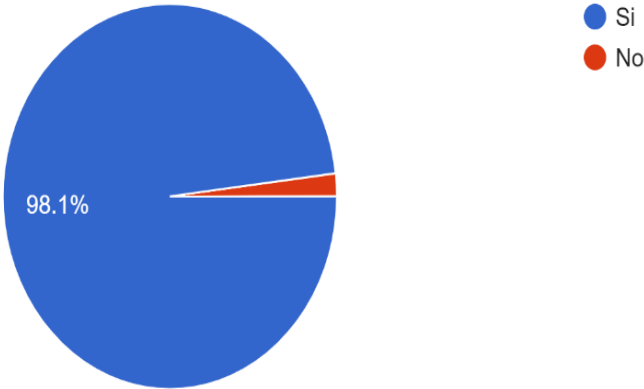


Figura 5. Es necesario que exista una pastelería con maquinaria moderna en Puerto Rico
Fuente: Elaboración propia

De los encuestados el 1.9% no están de acuerdo, mientras que el 98% afirmaron que es necesario que exista una pastelería en la localidad de Puerto Rico, ya que se demuestra la aceptabilidad por parte de las personas del Municipio y están de acuerdo a la creación de una nueva pastelería con maquinaria moderna.

Tabla 6

Consumo de productos en una nueva pastelería en Puerto Rico

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	358	98.6%
No	5	1.4%
TOTAL	363	100%

Fuente: Elaboración propia

¿Usted estaría dispuesto a consumir productos de pastelería en un nuevo establecimiento ubicado en la localidad de Puerto Rico?

363 respuestas

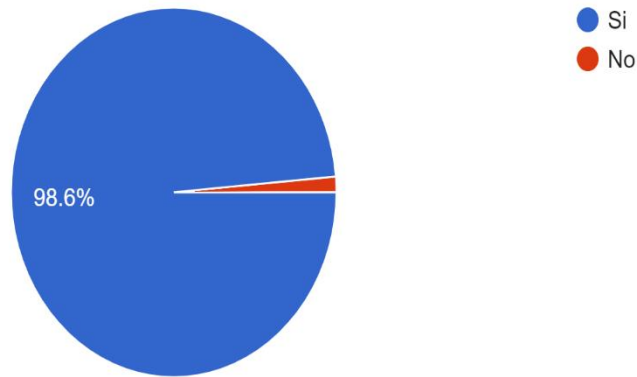


Figura 6. Consumo de pasteles en un nuevo establecimiento en Puerto Rico

Fuente: Elaboración propia

El 1.4% de los encuestados no están dispuestos a consumir los productos de la pastelería y 98.6% están dispuestos, este indicador es de gran importancia para el desarrollo del proyecto por lo que se observa de manera subjetiva la factibilidad del proyecto en cuanto al mercado objetivo y la acogida de este. Además de esto, los encuestados en su totalidad respondieron a la pregunta acerca de si les gustaría dirigirse a un establecimiento con sus familias, amigos, entre otros en el cual puedan encontrar diversidad de pasteles.

Tabla 7

Lugar donde suele adquirir los pasteles en Puerto Rico

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Delicias Rebeca (Doña Rebeca)	197	54.3%
Repostería Kiki (Doña Ingrid)	213	58.7%
Gustos y sabores dos hermanas (Doña Ceci)	95	26.2%
Dulce Deseo (Doña Nela)	136	37.5%
Dulce Tentación	18	5%
TOTAL	659	100%

Fuente: Elaboración propia

¿En qué lugar suele adquirir los pasteles en la localidad de Puerto Rico?

363 respuestas

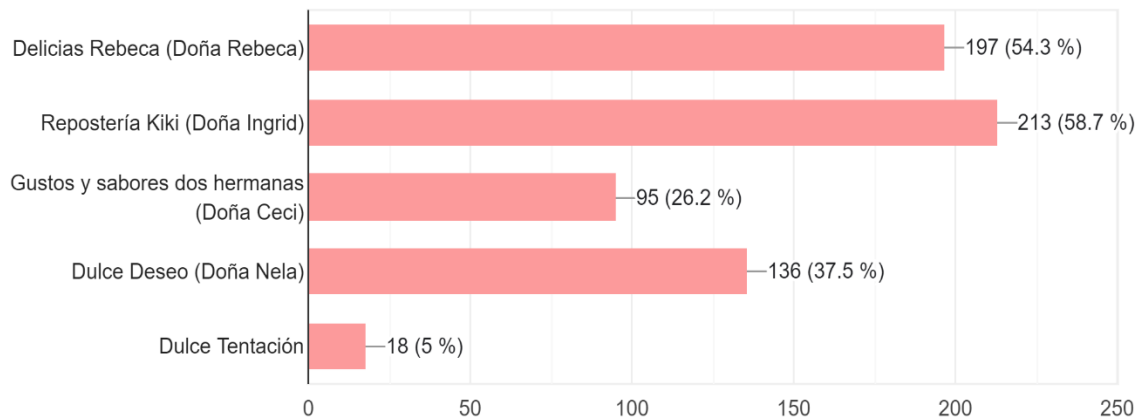


Figura 7. Lugar donde puede adquirir los pasteles en Puerto Rico

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los resultados el 58.7% respondieron que adquieren los pasteles de Repostería Kiki, el 54.3% consumen de Delicias Rebeca, el 26.2% de gustos y sabores dos hermanas, mientras que el 37.5% consumen de Dulce Deseo y un 5% de Dulce Tentación. Esto demuestra que la mayor competencia sería Repostería Kiki, seguido de Delicias Rebeca.

Tabla 8

Atributo al adquirir un pastel

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	96	26.4%
Sabor	51	14%
Calidad	161	44.4%
Variedad	63	17.4%
Diseño e Innovación	183	50.4%
TOTAL	554	100%

Fuente: Elaboración Propia

¿Qué atributo principalmente tomaría en cuenta al momento de adquirir un pastel?

363 respuestas

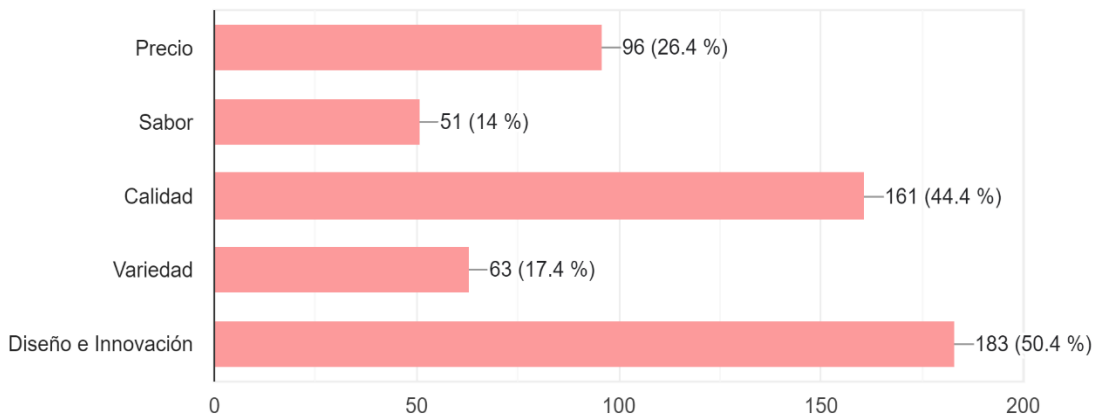


Figura 1. Atributo al adquirir un pastel

Fuente: Elaboración propia

Al preguntar ¿Qué atributo principalmente tomaría en cuenta al momento de adquirir un pastel? El 26.4% de los encuestados toman en cuenta el precio, las personas asumen que el precio es irrelevante, si la calidad del pastel justifica un precio determinado. el 14% el sabor mientras que el 44.4% la calidad, el 17.4% la variedad de pasteles y el más importante con un porcentaje del 50.4% diseño e innovación.

Tabla 9

Monto que estaría dispuesto a pagar por un pastel

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 300 bs a 400bs	43	11.8%
De 150bs a 200bs	196	54%
De 50bs a 100bs	124	34.2%
TOTAL	363	100%

Fuente: Elaboración propia

¿Cuál es el monto que estaría dispuesto a pagar por una pastel?

363 respuestas

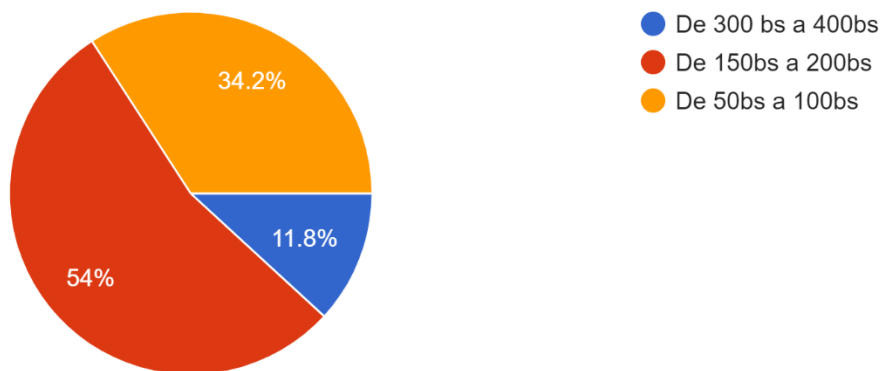


Figura 8. Monto que estaría dispuesto a pagar por un pastel

Fuente: Elaboración propia

El 11.8% de los encuestados está dispuesto a pagar de 300bs a 400bs asume que el precio es irrelevante, si la calidad de los pasteles justifica un precio determinado, el 54% de 150bs a 200bs y el 34.2% está dispuesto a pagar de 50 a 100bs por un pastel.

Tabla 10

Cantidad de consumo de pasteles al mes

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1kl. (Un Kilo)	64	17.6%
½ (Medio Kilo)	186	51.2%
¼ (Un Cuarto)	113	31.1%
TOTAL	363	100%

Fuente: Elaboración propia

¿Qué cantidad de pasteles consume al mes? (pregunta anterior precio aprox.)

363 respuestas

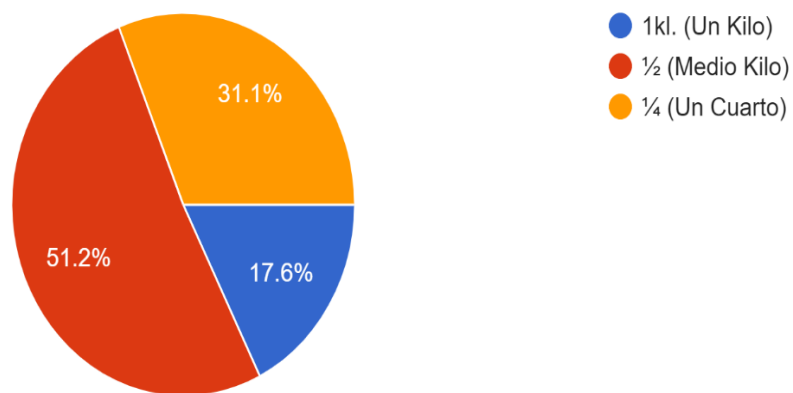


Figura 9. Cantidad de consumo de pasteles al mes

Fuente: Elaboración propia

Al preguntar ¿Qué cantidad de pasteles consume al mes? El 17.6% de las personas respondieron que consumen un kilo, 186 de los encuetados consumen medio kilo de pastes esto corresponde al 51.2%, el 31.1% consumen un cuarto de pasteles.

Tabla 11

Ocasiones del consumo de pasteles

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cumpleaños	287	79.1%
Bodas	11	2%
Para obsequiar a otras personas	123	33.9%
En ocasiones especiales (Día del padre o madre)	183	50.4%
TOTAL	604	100%

Fuente: Elaboración propia

¿En qué ocasiones acostumbra usted a consumir pasteles?

363 respuestas

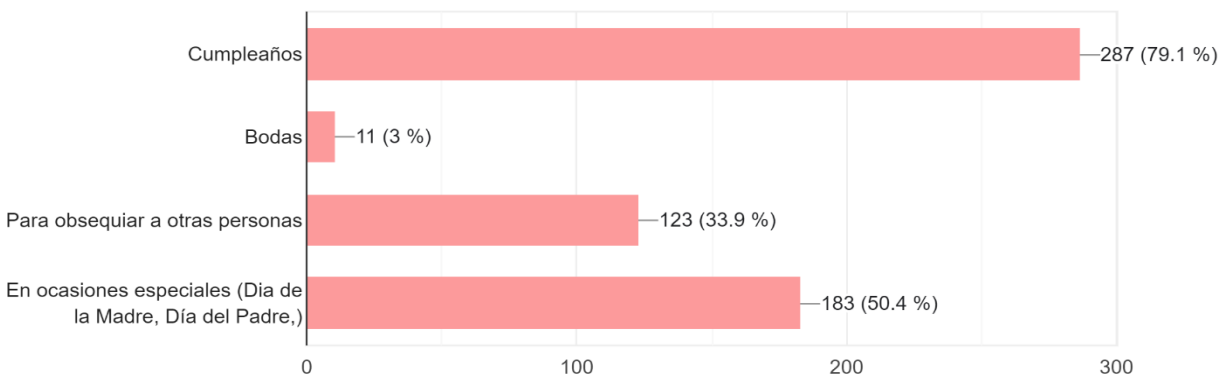


Figura 10. Ocasiones del consumo de pasteles

Fuente: Elaboración propia

Al preguntar ¿En qué ocasiones acostumbra usted a consumir pasteles? El 79.1% respondieron que consumen pasteles en los cumpleaños, el 3% en bodas, un 33.9% para obsequiar a otras personas y el 50.4% en ocasiones especiales (Día del Padre y Madre).

Tabla 12

Sabores de pasteles

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Vainilla	28	7.7%
Chocolate	251	69.1%
Fresa	72	19.8%
Tres leches	218	60%
Marmolado (Chocolate y Vainilla)	47	12.9%
TOTAL	616	100%

Fuente: Elaboración propia

De los siguientes sabores ¿Cuál le gusta más?

363 respuestas

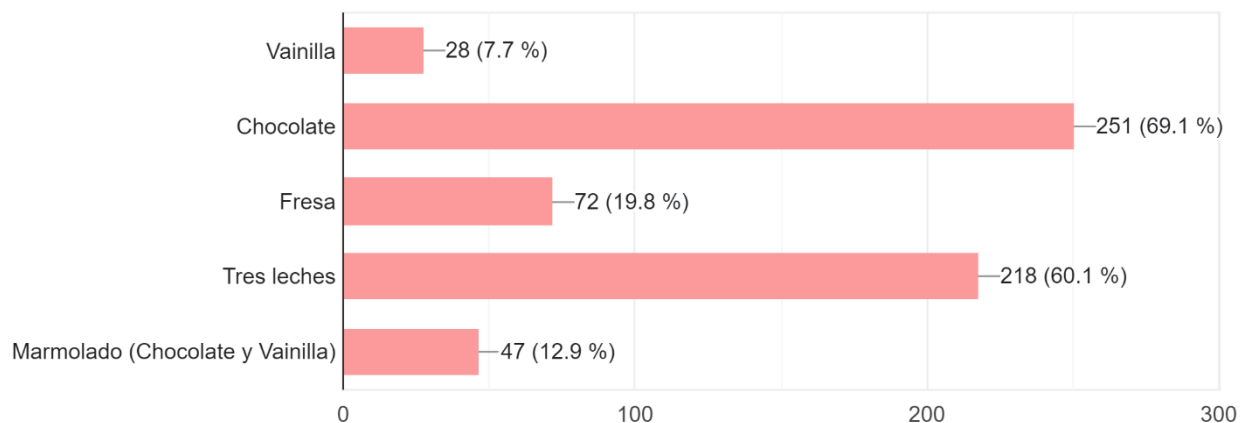


Figura 11. Sabores de pasteles

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al sabor preferido por los encuestado podemos decir que el 7.7. % prefieren de vainilla, mientras que el 69.1% de chocolate, el 19.8% de fresa, el 60.1% es el de tres leches seguido de un 12.9% de marmoleado. Esto demuestra que el chocolate y el de tres leches son los sabores más destacados.

Tabla 13

Servicio adicional

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Wifi	162	44.6%
Delivery	237	65.3%
Pago con tarjeta	128	35.3%
TOTAL	527	100%

Fuente: Elaboración propia

¿Qué servicio adicional le gustaría encontrar en una pastelería?

363 respuestas

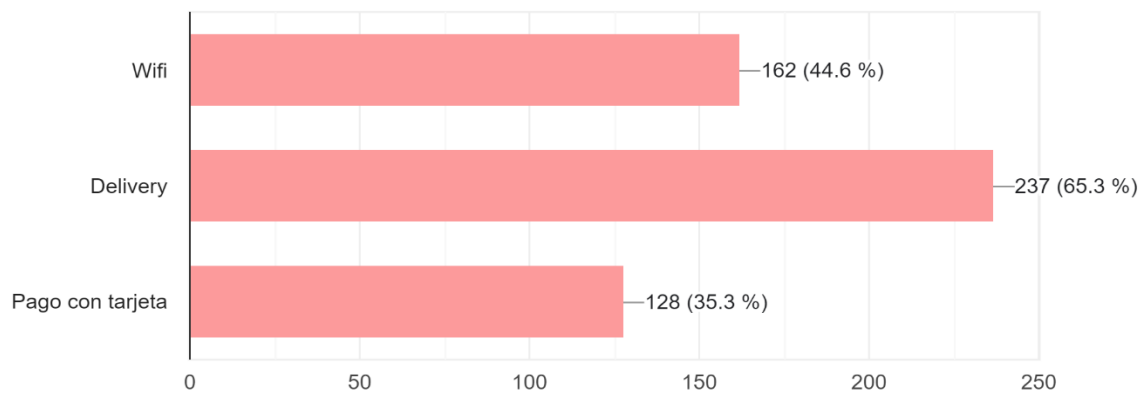


Figura 12. Servicio adicional

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los resultados el 44.6% de los encuestados quieren tener wifi gratis en la pastelería mientras que el 65.3% prefieren que haya delivery y el 35.3% les gustaría que haya la posibilidad de pagar con tarjeta.

Tabla 14

Medio informativo

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Página web	21	5.8%
Facebook	201	55.4%
WhatsApp	332	91.5%
Tik Tok	154	42.4%
Instagram	72	19.8%
Televisión	4	1.1%
Radio	0	0%
Folletos	24	6.6%
TOTAL	808	100%

Fuente: Elaboración propia

¿Qué medio utilizaría para recibir información de una pastelería?

363 respuestas

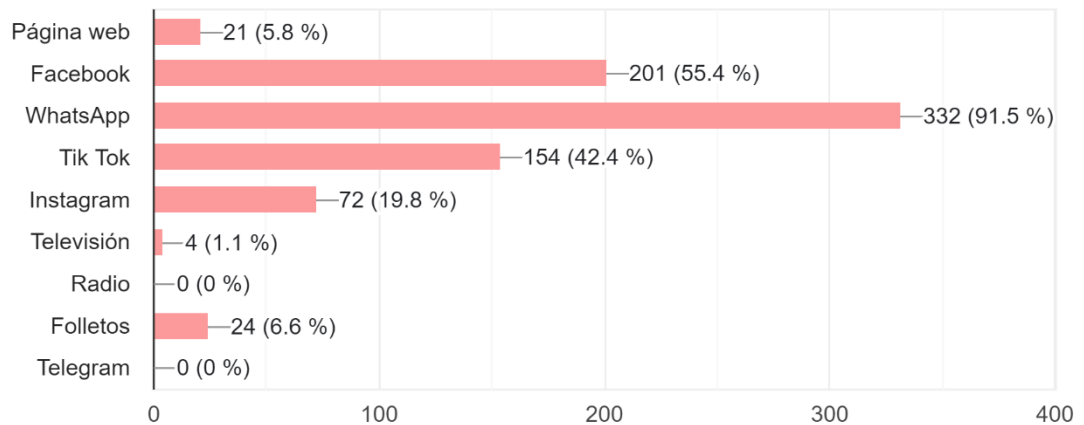


Figura 13. Medio informativo

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los resultados los encuestados afirmaron que utilizarían el Facebook con el 55.4%, Tic Tok con 42.4%, Instagram con 19.8% y WhatsApp con 91.5% ya que estos cuentan con el porcentaje más alto para obtener información de la pastelería.

Tabla 15

Promociones de las pastelerías actuales

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Descuentos especiales	18	5%
Sorteos	0	0%
Cupones	2	0.6%
Ninguno	343	94.5%
TOTAL	363	100%

Fuente: Elaboración propia

¿Qué tipo de promociones recibe en las pastelerías actuales?

363 respuestas

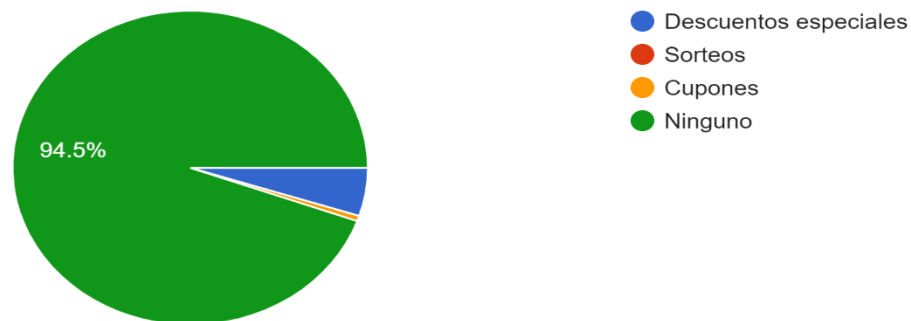


Figura 14. Promociones de las pastelerías actuales

Fuente elaboración propia

En cuanto a las promociones de las pastelerías actuales el 94.5% de los encuestados afirmaron que no reciben ningún tipo de promociones, el 5% que reciben descuentos especiales y según los encuestados el 0.6% reciben cupones.

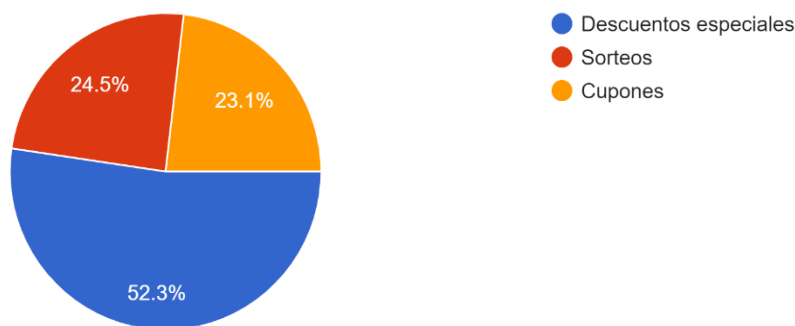
Tabla 16*Promociones en la nueva pastelería*

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Descuentos especiales	190	52.3%
Sorteos	89	24.5%
Cupones	84	23.1%
TOTAL	363	100%

Fuente: Elaboración propia

¿Qué tipo de promociones le gustaría recibir por consumir estos productos en la nueva pastelería?

363 respuestas

*Figura 15. Promociones en la nueva pastelería**Fuente: Elaboración propia*

De acuerdo a los resultados el 52.3% de los encuestados les gustaría recibir descuentos especiales, el 24.5% desea que haya sorteos mientras que el 23.2% prefiere recibir cupones. Esto nos da la opción a que en la nueva pastelería tendremos descuentos especiales a para fidelizar a los clientes.

Tabla 17*Diseño de las instalaciones de las pastelerías actuales*

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mala	171	47.1%
Regular	173	47.7%
Buena	19	5.2%
TOTAL	363	100%

Fuente: Elaboración propia

¿Cómo califica el diseño de las instalaciones de otras pastelerías a las que asistió con anterioridad?
363 respuestas

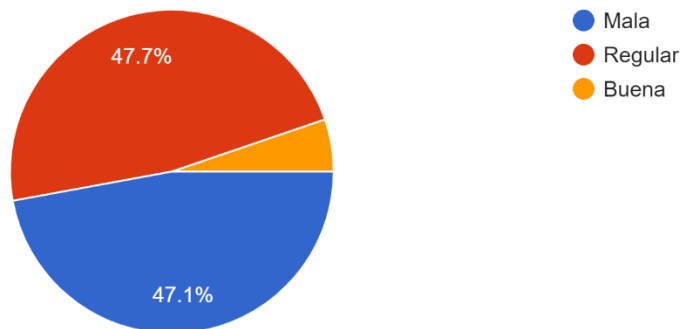


Figura 16. Diseño de las instalaciones de las pastelerías actuales
Fuente: elaboración propia

Al preguntar ¿Cómo califica el diseño de las instalaciones de las pastelerías actuales? El 47.1% respondieron Mala, el 47.7% Regular y el 5.2% afirman que las instalaciones de las pastelerías actuales son Buenas. 173 personas respondieron que las instalaciones de las pastelerías actuales son regular.

Tabla 18

Atención por el personal de las pastelerías actuales

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mala	141	38.8%
Regular	173	47.7%
Buena	49	13.5%
TOTAL	363	100%

Fuente: Elaboración propia

¿Cómo califica la atención brindada por el personal de las pastelerías a las que asistió?

363 respuestas

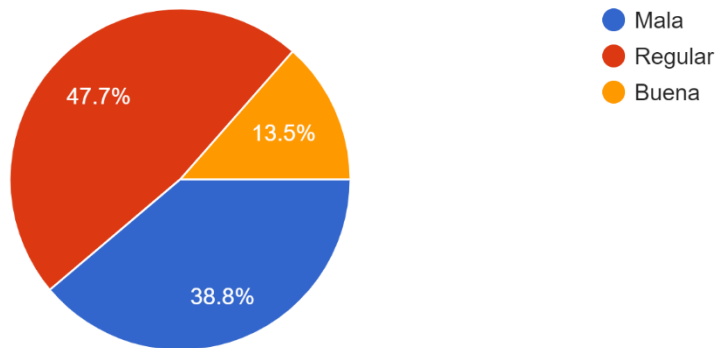


Figura 17. Atención por el personal de las pastelerías actuales

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la atención brindada el 38.8% respondió que la atención brindada de las pastelerías actuales es mala, el 47.7% regular y el 13.5% afirman que la atención es buena.

De acuerdo a los resultados las personas encuestadas la mayoría afirman estar de acuerdo a la creación de la nueva pastelería, los potenciales clientes estarían en un rango de edad entre 15 a 20 años, la mayor competencia sería Delicias de Rebeca y Pastelería Kiki, las personas asumen que el precio es irrelevante, si la calidad del pastel justifica un precio determinado y es importante tanto el diseño como la innovación de los pasteles y postres.

4 ESTUDIO DE MERCADO

4.1 Antecedentes del Mercado

De acuerdo a investigaciones realizadas, es imposible conocer a detalle la mayoría de las características que presenta el mercado pastelero en la localidad de Puerto Rico, por tanto, los siguientes datos para la determinación del consumo aparente, fueron suministrados directamente por las pastelerías, Por lo tanto, los datos obtenidos directamente de los productores pueden no ser exactos. De acuerdo con las pastelerías consultadas, para calcular la producción estimada mensual está en 33 unidades de pasteles, es decir que anualmente se está produciendo 396 pasteles aproximadamente, esto quiere decir que la demanda actual estima es aproximadamente 3500kg de tortas anual de los cuales la competencia cubre alrededor del 58% de la demanda dejando así 42% de los cuales Ariadne Pastelería cubrirá inicialmente un 35% del mercado según el estudio financiero.

4.2 Demanda y Consumidor

Debido a que no existe ninguna otra pastelería con maquinaria moderna en la localidad de Puerto Rico, la producción de los pasteles debe ser acorde la demanda insatisfecha, por lo que, la oferta lanzada al Mercado será de acuerdo al volumen requerido para satisfacer dicha demanda.

Se levantó información recopilada de las encuestas realizadas, determinó que las personas en su totalidad consumen pasteles, son personas de todas las edades como ser: amas de casa, jóvenes y niños. los mismos afirmaron que es necesario que exista una pastelería con maquinaria moderna, indican que están dispuestos a consumir postres y pasteles en la nueva pastelería.

4.2.1 Variables que afectan a la demanda

- El precio

Vendiendo mi producto a un precio muy elevado en relación al poder adquisitivo de nuestro público objetivo, nuestra demanda se verá afectada por lo tanto tendera a disminuir.

- Ingresos

Debemos tener en cuenta que el aumento o disminución de los ingresos de nuestro mercado objetivo, repercutirá en la adquisición de nuestros servicios, pues al ser un servicio de alta calidad, la disminución de los ingresos afectaría negativamente a la demanda de nuestros servicios.

- Crecimiento de la población

Encontramos que, entre el crecimiento poblacional y el incremento de la demanda, existe una relación directa; es decir, al incrementarse la población, la demanda de nuestros servicios podría aumentar, y viceversa.

- La calidad del servicio

Este factor depende totalmente de la empresa y repercute directamente tanto en su imagen, como en el nivel de aceptación por parte del cliente.

4.2.2 Demanda proyectada

Tabla 19

Demanda proyectada

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA			
¿Qué sabor de pastel prefiere?	Nivel de Inclinación	Demanda Mensual	Demanda Anual
Vainilla	7,70%	154	1844
Chocolate	69,10%	115	1379
Fresa	19,80%	33	395
Tres Leche	60,10%	100	1199
Marmolada	12,90%	21	257
TOTAL		423	5075

Fuente: Elaboración propia

Como resultado de las proyecciones estimadas en función a la población actual para el primer año es de 5.075 pasteles, 1844 pasteles de vainilla, 1379 se inclinan por el pastel de chocolate, 395 de fresa. 1199 de tres leches y 257 pasteles marmolada.

4.3 Competencia y Oferta en el Mercado

En la localidad de Puerto Rico actualmente existen pequeños negocios de pasteles los cuales buscan satisfacer las expectativas de los clientes, Sin embargo, la producción de los pasteles en la localidad, posee una elaboración competente, pero el principal inconveniente es que comercializan postres sencillos o con un tipo de presentación poco llamativa y que ya son comúnmente conocidas, la mayor parte de las personas que realizan los postres y pasteles carecen de conocimientos acerca de las nuevas tendencias que existen en la actualidad.

4.3.1 Identificación de la competencia

Al mercado al que me dirijo actualmente cuenta con una competencia directa, ya que existen pequeños negocios de pasteles, que serán considerados como nuestra competencia.

Tabla 20

Pastelerías actuales

PASTELERÍAS	PRODUCTOS
Repostería Kiki	Tortas tres leches
Delicias Rebeca	Tortas caseras
Dulce tentación	Tortas caseras decoradas
Dulce deseo	Tortas caseras
Gustos y sabores dos hermanas	Tortas caseras con brigadeiro

Fuente: Elaboración propia

4.3.2 Variables que afecten a la oferta

- El precio de los insumos

Siendo alto el precio de los insumos que utilizaremos para la empresa mayor será el de nuestros productos, y viceversa.

- Incremento de la competencia

A mayor cantidad de empresas que ofrezcan un producto similar a la Ariadne Pastelería, esto ocasionara el incremento de la oferta, lo cual trae como consecuencia la reducción de requerimiento del producto que ofrezco.

- Crecimiento económico

El crecimiento económico permite aumentar la productividad, por lo que genera que la sociedad mayor demanda a nuestros productos.

- Tecnológica

El no contar con una mejor tecnología como equipos de cocina, afectará directamente a nuestra oferta y a la productividad de la misma. Al contar con mejores equipos tecnológicos podremos tener una mejor oferta y mejor productividad.

4.3.3 Oferta

Habiéndose realizado un estudio, se encuentra como oferta a todas las pastelerías que son mi competencia directa, para poder obtener el dato de las personas que asisten en las pastelerías actuales, se realizó una encuesta digital.

4.4 Proveedores



Los proveedores, personas o entidades encargadas de suministrar materias primas, servicios o productos terminados necesarios para que la empresa pueda desarrollar su actividad normalmente. Se han seleccionado una lista de posibles proveedores, identificando en cada uno, a continuación, se presenta una lista de los posibles proveedores seleccionados con sus respectivos teléfonos y direcciones.


Tabla 21*Proveedores de Materia Prima Por Unidad***Proveedores de materia prima**

MATERIA PRIMA			
EMPRESA	Doña Flora		
UBICACIÓN	Calle: Barrio Santa Rosa		
CELULAR	72930745		
PRODUCTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO
Huevo	Docena	1	Bs 12
Harina	Kilogramos	1	Bs 8
Azúcar	Kilogramos	1	Bs 6
Chantimix	Unidad	1	Bs 20
Maizena	Kilogramo	1	Bs 4
Royal	Unidad	1	Bs 4
Vainilla	Unidad	1	Bs 4
Condensada	Unidad	1	Bs 10
Leche Pil	Litro	1	Bs 8
Cocoa	Kilogramos	1	Bs 5
Dulce de leche	Unidad	1	Bs 10
Durazno	Unidad	1	Bs 20
Mantequilla	Kilogramos	1	Bs 20
Bicarbonato	Unidad	1	Bs 2
Canela en polvo	Unidad	1	Bs 2
Leche crema	Unidad	1	Bs 10
Leche Evaporada	Unidad	1	Bs 10
Gelatina	Unidad	1	Bs 5
Gelatina din sabor	Unidad	1	Bs 3
Chery	Unidad	1	Bs 25
Cholatada	Litro	1	Bs 10
TOTAL		21	Bs 199


Fuente: Elaboración propia.


Tabla 22*Proveedores de maquinaria y herramientas***Proveedores de maquinaria y herramientas**

MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS			
Empresa	MEGA INDUSTRIAL		
Ubicación	AV. SANTOS DUMONT NJ 145		
Celular	+5568999224472		
Maquinas	Cantidad	Precio unitario	Imagen
Horno	1	Bs 5250	
Batidora	1	Bs 8700	
Balanza Industrial	1	Bs 2220	

Vitrina Expositora	1	Bs 13425	
-------------------------------	---	----------	--

Congelador	1	Bs 33000	
-------------------	---	----------	--

Clavijero de aluminio	1	Bs 3750	
----------------------------------	---	---------	--

Bandeja de aluminio	1	Bs 45	
--------------------------------	---	-------	--

**Moldes de
silicona**

1dc

Bs 95



**Espátula de
silicona**

1 juego

Bs 90



Tazas medidoras

1 juego

Bs 55



**Cucharas
medidoras**

1 juego

Bs 35



Mangas

1 doc.

Bs. 135



Boquillas

1 doc.

Bs. 55




Platos

100

Bs. 85



Cajas	1 doc.	Bs 55	
Total		Bs 6695	

Fuente: Elaboración Propia

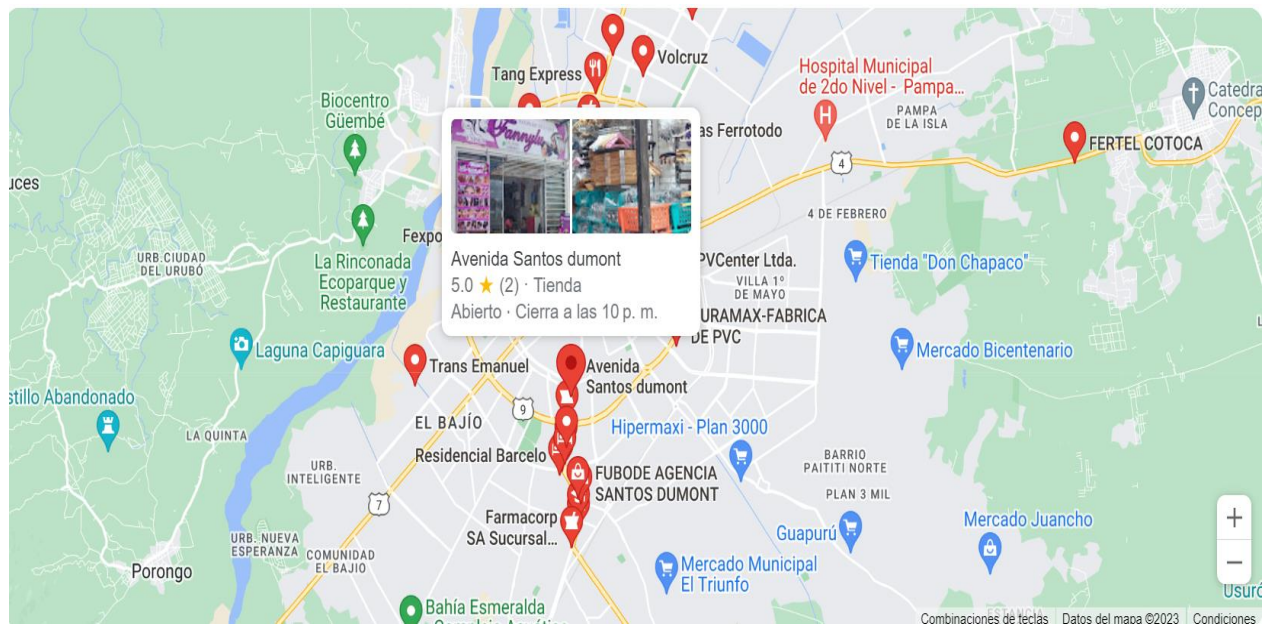


Figura 18 Ubicación geográfica de la Av. Santos Dumont Nj 145

Fuente: Elaboración propia

5 ESTRATEGIA DE MERCADEO

Las estrategias de mercadeo, estarán enfocados al producto , precio, plaza y promoción, el estudio técnico en donde se detalla el tamaño del proyecto en función de la producción que se cubrirá del total de la demanda insatisfecha, se muestra la localización exacta tanto macro y micro de la empresa seguido de la ingeniería del proyecto en donde se describen la parte tecnológica que se utilizará en la producción el respectivo proceso productivo, el estudio económico y financiero se dio a conocer sobre la inversión del proyecto

5.1 Precio

El precio de venta estará determinado por el costo de producción y los costos operativos que tengan para fabricar los pasteles y poder distribuirlos. El precio se establecerá luego de conocer los costos que inciden en su producción, estos pueden ser: de operación, materia prima y distribución, etc.

Tabla 23

Costo unitario de los productos

Producto	Cantidad	Unidad de Medida	Precio
Torta de chocolate	1	Kg	Bs 350,00
Torta tres leches	1	Kg	Bs 300,00
Torta de Fresa	1	Kg	Bs 350,00
Torta de Vainilla	1	Kg	Bs 300,00
Torta de Marmoleada	1	Kg	Bs 300,00

Fuente: Elaboración Propia

5.2 Producto

La pastelería para mantener satisfechos a los clientes se tendrá un servicio a domicilio, de esta manera el cliente podrá adquirir de manera rápida y segura el producto

La Características del producto es de textura suave, esponjosa, aroma característico, la Presentación física del producto es de acuerdo con la elección del cliente: circular, rectangular, en forma de corazón, con una figura específica, la Mano de obra con experiencia y capacitación para manipulación de alimentos.

Tener servicios especiales para el cliente, como ser: reservaciones, una tarjeta de agradecimiento por la compra.

Algunas de las ventajas o beneficios a comparación de la competencia es que, aceptamos a todo tipo de cliente, sin importar su género, religión, edad, ni muchos menos el estatus social, porque contamos con precios adecuados que se acomodan a la economía del cliente.

5.2.1 Característica del producto

El producto es elaborado con el más alto cuidado en cuanto higiene y calidad, que son las que nos caracteriza. Se oferta al consumidor un pastel elaborado con los mejores ingredientes y tecnología.

Tabla 24

Dimensiones del producto principal.

Nombre del Producto	Diámetro	Producto
Torta o pastel	Peso: 1 kilo	
	Ancho: 30 cm	
	Alto: 20cm	
	Porciones: 40 a 45	


Fuente: Elaboración Propia

5.2.2 Descripción del producto

- Torta de chocolate

El pastel de chocolate, tarta de chocolate o torta de chocolate, es un postre conocido internacionalmente, que se popularizó a finales del siglo XIX y se sirve frecuentemente en reuniones, como fiestas de cumpleaños y bodas. Los ingredientes pueden variar dependiendo de la receta, pero por lo general incluyen una combinación de huevos, azúcar, polvo de cacao, chocolate, mantequilla o aceite, agua o leche, sal y bicarbonato de sodio.

Tabla 25*Torta de chocolate*


Nombre del Producto	Cantidad	Precio	Producto
Torta de Chocolate	1kilo	Bs 350	
	½ kilo	Bs 175	
	¼ kilo	Bs 67	

Fuente: Elaboración propia

- Torta tres leches

Consiste en un bizcocho bañado con tres tipos de leche: leche evaporada, crema de leche y leche condensada, que le dan su nombre. Suele acompañarse con un merengue de claras de huevo y con cerezas y espolvoreado con canela en polvo. Usualmente la receta no lleva mantequilla y por eso tiene una textura esponjosa. La decoración puede variar dependiendo de la región o del gusto del comensal. Se puede utilizar fondant, chantilly o merengue.

Tabla 26*Torta Tres Leches*

Nombre del Producto	Cantidad	Precio	Producto
Torta Tres Leches	1kilo	Bs 300	
	½ kilo	Bs 150	
	¼ kilo	Bs 75	


Fuente: Elaboración Propia

- Torta de vainilla

Esta torta clásica de vainilla es muy fácil y económica, básicamente se hace con 5 ingredientes: mantequilla, azúcar, huevos, harina y leche, polvo de hornear, para saborizar la ralladura de limón y vainilla.

Tabla 27

Torta de Vainilla

Nombre del Producto	Cantidad	Precio	Producto
Torta de Vainilla	1kilo	Bs 300	
	½ kilo	Bs 150	
	¼ kilo	Bs 75	


Fuente: Elaboración Propia

- Torta de fresa

La torta de fresa, también llamada tartaleta de fresa es un postre sumamente delicioso, esta receta de pastel de fresa, es una adaptación de la receta del pastel de manzana, simplemente se reemplaza las manzanas con fresas o frutillas y lleva un poco más de tiempo de hornear.

Tabla 28

Torta de Fresa

Nombre del Producto	Cantidad	Precio	Producto
Torta de Fresa	1kilo	Bs 350	
	½ kilo	Bs 175	
	¼ kilo	Bs 87	


Fuente: Elaboración Propia

- Torta marmoleada

Bizcocho en el que se alternan zonas claras y oscuras creando un efecto similar al del mármol. Se realiza añadiendo chocolate en polvo o chocolate derretido a la mitad de una masa de bizcocho y mezclando de forma imperfecta las dos mitades antes de hornear para lograr el efecto característico.

Tabla 29

Torta Marmoleada

Nombre del Producto	Cantidad	Precio	Producto
Torta de Vainilla	1kilo	Bs 300	
	½ kilo	Bs 150	
	¼ kilo	Bs 75	

Fuente: Elaboración Propia

5.3 Plaza

También llamado punto de venta o distribución, este es el proceso por la cual nuestro producto llega hasta el cliente final, el cual va a influir en nuestro margen de ganancia y en la futura satisfacción de nuestros clientes.

Por motivos de ahorrar en cuanto a la inversión inicial se optará, por un establecimiento que maneje una zona de producción y una de venta de los postres, que contenga un área que estará dedicada a la elaboración y administración y un área de ventas, por lo tanto, es de vital importancia elegir una ubicación tentativa para la localización óptima de la pastelería, tomando en cuenta sitios de mayor concurrencia

Una de las opciones se encuentra en el barrio San Juan de la localidad de Puerto Rico en el municipio del mismo nombre, con un área de trabajo de 11 x 20 metros en un terreno de 30X30 metros, lo que nos da la opción de ampliar el área laboral implementando las nuevas tecnologías.

5.4 Promoción

Se establecerán actividades para promocionar y establecer el producto en el mercado tales como:

- Utilización de las redes sociales, para llegar a todas las personas vinculadas al uso de las redes como WhatsApp, Tik Tok, Facebook e Instagram, etc., considerando que el producto está destinado para todas las personas económicamente activas y se pretende hacer más énfasis en la plataforma WhatsApp, esto por los resultados de las encuestas ya que la mayoría afirman que utilizan este medio para recibir la información de la pastelería y por el uso general que se tiene en la población.
- Crear puestos de degustación, con el fin de dar a conocer el producto al cliente objetivo.
- Ofrecer descuentos por cantidad, o descuentos por temporadas especiales, permitiendo estimular la demanda del producto.
- Diseñar la presentación del producto de manera que sea atractiva para el consumidor.

ESLOGAN: Productos hechos con amor



Figura 19. Logo de la empresa
Fuente: Elaboración propia

6 ANÁLISIS INDUSTRIAL DEL MERCADO

Es necesario realizar un análisis de la industrial del mercado nacional de producción de pasteles, que no controlamos, pero si pudiéramos intervenir, queremos decir que es necesario conocer el medio donde las empresas se mueven, que estas serán la competencia, por estas razones es necesario conocer los movimientos de la competencia, que nos permitirá identificar oportunidades estratégicas que podemos utilizar para tomar ventaja y redirigir las acciones de la empresa para la toma de decisiones.

Para obtener información de las empresas o negocios dedicados a la actividad comercial es necesario realizar un análisis de la industrial del mercado nacional de producción de postres y pasteles, es necesario conocer el medio donde las empresas se mueven , ya que estas serán la competencia de la empresa en términos de venta de postres y pasteles de buena calidad por estas razones es necesario conocer los movimientos de la competencia, que nos permitirá identificar oportunidades estratégicas que podemos utilizar para tomar ventaja y orientar las acciones de la empresa para la toma de decisiones.

Realizando una investigación en el mercado actualmente se conocen aproximadamente treinta pastelerías en el departamento Pando las cuales tratan de abastecer el mercado, en la ciudad de Cobija actualmente hay dieciséis pastelería las cuales son: pastelería le Oso Goloso, pastelería Dumbo, pastelería Melin, pastelería Dulce Tentación, pastelería Delicioso, pastelería espiga de oro, pastelería Azúcar y yo, pastelería la Artesana, pastelería Dulces Momentos, las tortas de Yemcita, pastelería las Brujitas, pastelería Rutelli, Pastelería Eva, pastelería Dulce capricho, Antojitos pastelería y repostería, pastelería Dulce Travesura.

Para estudiar a la competencia se deben contemplar aspectos importantes sobre los competidores: ¿Quién es mi competencia? ¿Cuáles son sus estrategias? ¿Cuáles son sus objetivos? ¿Cuáles son sus fuerzas y debilidades? ¿Cuáles es su volumen de ventas?

Las empresas competidoras son aquellas que operan en el mismo mercado o sector donde piensas implementar tu idea de negocio.

6.1 Competencia directa

Son aquellas empresas que operan en el mismo mercado. Es decir, que venden el mismo producto o servicio y se dirigen a los mismos clientes.

Existen competencias con características similares los cuales cumplen las normas recomendadas por las entidades autorizadas o por lo mismo la empresa tendrá que realizar una planificación más ambiciosa para competir con estas empresas.

Según la encuesta que se realizó a 363 personas en el Municipio de Puerto Rico, los resultados demuestran que pastelería Kiki es la primordial competencia ya que cuenta con un mayor porcentaje, seguido de Las Delicias Rebeca, de igual manera dulce deseo, gustos y sabores dos hermanas y dulce tentación estos últimos con un mínimo en porcentajes.

6.2 Competencia indirecta

Son empresas que operan en tu mismo mercado, se dirigen a los mismos clientes, pero ofrecen un servicio o producto sustituto o alternativo. Un ejemplo ayudará a entenderlo mejor: si la idea de negocio es un café con un aroma extraordinario, la competencia directa serían todos los productores de café, y la indirecta los productores de bebidas calientes sustitutivas como el té, en el caso de la pastelería, la competencia directa de los productos son los pasteles, budines, bizcochos, incluso la preparación de postres de crema como las natillas o postres a base de frutas, helados y demás preparaciones frías. La competencia indirecta entonces los sustitutos serán los diferentes tipos de pasteles o comidas saladas como los pasteles de jamón y queso, bocaditos de carne, y todas las empresas que ofrezcan ese tipo de productos.

7 ANÁLISIS OPERATIVO

En el presente estudio vamos a detallar dos aspectos importantes como los recursos humanos tanto administrativos, operativos, equipos y maquinarias, que son parte importante dentro la empresa en el manejo de los recursos financieros, la producción y la comercialización de los productos, que pueden afectar significativamente una o varias operaciones con el propósito de obtener altos niveles de productividad, reduciendo el tiempo de operación, costos y mejora en la calidad, entre otros.

7.1 Necesidades de Recursos Humanos

Para un buen funcionamiento y buena administración de la pastelería necesitaremos de manera indispensable los recursos humanos, que serán parte fundamental para su funcionamiento apropiado para cada área de trabajo entre ellos se tendrán los siguientes cargos:

- Gerente

Es aquel responsable de la planificación y dirección, es el representante legal y comercial de la empresa, también toma decisiones para los contratos que la empresa adquiera. Vela por el cumplimiento de los objetivos empresariales y las normas que la empresa posee.

- Maestro Pastero

Tiene a su cargo coordinación general de la pastelería, planificando y organizando la disponibilidad de los recursos humanos y el uso de los medios de trabajo disponibles para una realización eficiente de los propósitos de producción y de comercialización.

- Ayudante pastelero

Ayuda al maestro pastelero es aquel encargado de la realización de la cartilla de productos que se están realizando como son pasteles, así mismo facilitará se encargará de la limpieza del área de producción y del lavado de los insumos.

- Personal de limpieza

Mantener la limpieza e higiene de la pastelería

- Personal de atención al cliente (cajero/mesero)

Encargado de atender de recepcionar el dinero que debe pagar cada uno del consumo registrado, así mismo llevará la contabilidad del registro de ventas diarios que tendrá la empresa.

Tabla 30

Recursos Humanos

N°	Descripción del puesto	Cantidad	Sueldo Mensual	Sueldo Anual
1	Gerente general	1	Bs3.500,00	Bs42.000,00
2	Maestro pastelero	1	Bs2.800,00	Bs33.600,00
3	Ayudante pastelero	1	Bs2.362,00	Bs28.344,00
4	Personal de atención al cliente	1	Bs2.362,00	Bs28.344,00
5	Encargado de limpieza	1	Bs2.362,00	Bs28.344,00
TOTAL			Bs13.386,00	Bs160.632,00

Fuente: Elaboración Propia

7.2 Maquinaria y Equipo

Teniendo en cuenta el proceso de fabricación que debe seguirse para obtener los pasteles, la empresa requiere contar con las maquinarias que se relacionan a continuación:

- Horno industrial de acero inoxidable (puerta doble para 6 latas)

Los Hornos Pasteleros son herramientas de alto rendimiento que funcionan perfectamente en grandes producciones y altas exigencias. Esto se debe a que cuentan con un sistema de calor envolvente, que sumado a la circulación de aire interno logra una cocción totalmente pareja.

- Batidora industrial

Las Batidoras profesionales o industriales son equipos de alto rendimiento diseñadas para batir o mezclar alimentos. Su funcionamiento consiste en el uso de un motor eléctrico que hace girar uno o dos ejes que están conectados a utensilios especiales, el motor posee diferentes velocidades o potencias para que el usuario tenga un mayor control sobre el equipo y su uso.

- Balanza industrial

La balanza digital es un instrumento de peso y medida que sirve para medir la masa de los objetos con un rango de medida y precisión que puede variar desde balanzas que pesan kilogramos como las balanzas industriales y comerciales

7.3 Herramientas

Teniendo en cuenta el proceso de fabricación que debe seguirse para obtener los pasteles, la empresa requiere contar con las herramientas que se relacionan a continuación:

- Bandejas de aluminio y rejillas

Las bandejas y rejillas para horno son de las más usadas a la hora de cocinar y es impredecible para poder usar el horno. Pueden ser de diferentes medidas y grosores dependiendo de la ocasión

- Moldes de acero inoxidable

El acero es mucho más resistente que el aluminio, pero no transmite el calor tan bien. Así que si usamos un molde de acero tendremos un molde mucho más duro, pero al que le costará más coger temperatura que al de aluminio. Igual que pasa con los aluminios, si elegimos un con antiadherente nos facilitaremos la tarea final.

- Moldes de silicona

Los moldes de silicona son toda bondad en cuanto a limpieza, desmolde, anti adherencia, formas. Aguantan bien la temperatura (entre -60 y 230 grados dependiendo de la silicona) y se pueden lavar en lavavajillas, o cual es imprescindible en una cocina profesional.

- Espátula de silicona

La espátula flexible o miserable (de goma, plástico o silicona) se utiliza para rascar el fondo de los recipientes o para incorporar con suavidad claras de huevo a una preparación.

- Tazas y cucharas medidoras

El juego de tazas medidoras incluye varias en diferentes tamaños, todas ellas numeradas en mililitros para que sea más fácil su uso. Los tamaños varían desde una taza a un cuarto de taza, para todo tipo de recetas de comida y postres.

El set de tazas medidoras está fabricado en plástico, material resistente a golpes. Además, es el mejor material para poder coger todo tipo de ingredientes, ya sean líquidos, secos o granulados como harina o azúcar, ya que no se quedan adheridos a la misma.

- Mangas y boquillas

Mangas pasteleras, un básico imprescindible para reposteros profesionales y aficionados. Para combinar con una amplísima variedad de boquillas en acero inoxidable o acrílicas

Tabla 31

Maquinaria y equipo

N°	Descripción del puesto	Cantidad	Precio
1	Horno	1	Bs 5250
2	Batidora	1	Bs 8700
3	Balanza Industrial	1	Bs 2220
4	Vitrina expositora	1	Bs 13425
4	Congeladora	1	Bs 33000
5	Clavijero de aluminio	1	Bs 3750
6	Bandejas de aluminio	12	Bs 45
7	Moldes de silicona	1 docena	Bs 95
8	Espátula de silicona	10	Bs 90
9	Tazas medidoras	1 kit	Bs 55
10	Cucharas medidoras	1kit	Bs 35
11	Mangas	50	Bs 135
12	Boquillas	50	Bs 55
13	Platos	100	Bs 85
14	Cajas	100	Bs 55
TOTAL			Bs 66995

Fuente: Elaboración Propia

8 ANÁLISIS FINANCIERO – INVERSIÓN

El análisis que se realizó para la elaboración del estudio y lograr que el funcionamiento tenga un rol que nos permita que la empresa no tenga dificultades económicas están direccionadas a la inversión fija, diferida y capital de trabajo.

8.1 Inversión fija

La Inversión Fija básicamente son los elementos tangibles necesarios para que la empresa lleve a cabo sus actividades. Son, por ejemplo, los terrenos, las instalaciones, la maquinaria, los edificios, los equipamientos informáticos o de transporte, entre muchos otros.

En la siguiente tabla demuestra que el total de la Inversión Fija es Bs de 180.605 y el total de la Inversión Fija + IVA = Bs 191.455

Tabla 32*Activos Fijos*

ACTIVOS FIJOS					
Equipo	Cantidad	Precio Unitario/bs	Total/bs	Deducible IVA C.F.	Total + IVA
TERRENOS			30.000		30.000
Terreno	1	30.000	30.000		30.000
Construcciones			60.000		60.000
Infraestructura	M2	60.000	60.000		60.000
Vehículos			18.000		18.000
Moto	1	18.000	18.000		18.000
EQUIPOS			54.457	8.137	62.595
Horno Industrial	1	5.250	4.567	682	5.250
Batidora de 10 ltrs	1	8.700	7.569	1.131	8.700
Balanza Industrial	1	2.220	1.931	288	2.220
Vitrina expositora	1	13.425	11.679	1.745	13.425
Congeladora	1	33.000	28.710	4.290	33.000
MUEBLES Y ENSERES			13.450	2.009	15.460
Clavijero de aluminio	1	3.750	3.262	487	3.750
Moldes de aluminio 5x8cm	2	45	78	11	90
Moldes de silicona	1	95	82	12	95
Moldes de aluminio 20x8cm	2	60	104	15	120
Moldes de aluminio 25x8cm	2	75	130	19	150
Moldes cuadrados 18x28cm	2	35	60	9	70
Moldes cuadrados de 23x33	2	50	87	13	100
Moldes cuadrados de 30x46	2	75	130	19	150
Espátulas d silicona	1	90	78	11	90
Tazas medidoras	1	55	47	7	55
Cucharas medidoras	1	35	30	4	35
Mangas de silicona (docena)	1	135	117	17	135
Boquillas o picos (docena)	1	55	47	7	55
Platos para tortas	100	0,85	73	11	85
Cajas para tortas	200	8,00	1.392	208	1.600
Silla Ejecutiva	1	1.500	1.305	195	1.500
Escritorio para computadora	1	1.300	1.131	169	1.300
Mezas plásticas	8	400	2.784	416	3.200
sillas plásticas	32	90	2.505	374	2.880
Equipos de computación			4.698	702	5.400
Computadora	1	3.800	3.306	494	3.800
Impresora	1	1.600	1.392	208	1.600
TOTAL ACTIVOS FIJOS			180.605	10.849	191.454

Fuente: Elaboración propia (Tabla expresada en Bolivianos)

8.2 Inversión diferida

La inversión diferida son los bienes y servicios intangibles que son indispensables para el desarrollo del negocio, pero que, a diferencia de la inversión fija, no influyen directamente en la producción.

En la siguiente tabla se explica los gastos de constitución, licencia de funcionamiento Municipal, Gastos de Organización, entre otros trámites, en resumidas cuentas, el Activo diferido es de Bs 5.203.

Tabla 33

Activo Diferido

ACTIVO DIFERIDO				
Concepto	Cantidad	Precio unitario/Bs	Subtotal/Bs	Total/Bs
Gastos de Constitución				3.328
Pago SEPREC	1	130	130	
Licencia de funcionamiento Municipal	1	300	300	
SIN (Servicio de Impuestos Nacionales)		-	-	
Afiliación CNS	5	-	-	
SENASAG	1	398	398	
ROE		-	-	
Registro a las AFPs	5	-	-	
Pago al SENAPI		-	-	
Honorario a Abogado	1	2.500	2.500	
Gastos de Organización				1.875
Tramites con Notario de Fe Pública	1	200	200	
Contador	1	300	300	
Gastos de Papelería Inicial (papel membretado)	5	275	1.375	
Total Activo Diferido				5.203

Fuente: Elaboración propia (Tabla expresada en Bolivianos)

Tabla 34*Capital de trabajo*

El capital de trabajo se determinará elaborando el flujo de caja mensual para el primer año del negocio, de preferencia en Excel. Al hacerlo se calcula los saldos mensuales, como observamos en la tabla siguiente:

CAPITAL DE TRABAJO (MÉTODO DEL DÉFICIT ACUMULADO)												
Detalles	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
INGRESO POR VENTAS	78.000	78.000	78.000	78.000	78.000	78.000	78.000	78.000	78.000	78.000	78.000	78.000
INGRESO REAL	78.000	78.000	78.000	78.000	78.000	78.000	78.000	78.000	78.000	78.000	78.000	78.000
COSTOS												
COSTOS VARIABLES	33.767	33.552	33.632	34.032	33.632	30.961	30.561	30.776	30.561	30.961	30.561	35.631
Materia Prima	659	659	659	659	659	659	659	659	659	659	659	659
Insumos	26.849	26.849	26.849	26.849	26.849	23.778	23.778	23.77	23.778	23.778	23.778	23.778
Mano de Obra Directa	5.919	5.919	5.919	5.919	5.919	5.919	5.919	5.919	5.919	5.919	5.919	10.989
Costos de Comercialización	340	125	205	605	205	605	205	420	205	605	205	205
COSTOS FIJOS	10.111	10.111	10.111	10.111	10.111	10.111	10.111	10.111	10.111	10.111	10.111	17.835
Mano de Obra indirecta	9.017	9.017	9.017	9.017	9.017	9.017	9.017	9.017	9.017	9.017	9.017	16.741
Gastos Generales	679	679	679	679	679	679	679	679	679	679	679	679
Interés Banco	414	414	414,04	414,04	414,04	414,04	414,04	414,04	414	414	414	414
INGRESO REAL	78.000	78.000	78.000	78.000	78.000	78.000	78.000	78.000	78.000	78.000	78.000	78.000
COSTO TOTAL	43.879	43.664	43.744	44.144	43.744	41.073	40.673	40.888	40.673	41.073	40.673	53.467
IMPREVISTOS	-7.800	-7.800	-7.800	-7.800	-7.800	-7.800	-7.800	-7.800	-7.800	-7.800	-7.800	-7.800
SALDO	34.120	34.335	34.255	33.855	34.255	36.926	37.326	37.111	37.326	36.926	37.326	24.532
SALDO ACUMULADO	34.120	68.456	102.712	136.56	170.824	207.751	245.078	282.189	319.516	356.443	393.770	418.302
CAPITAL DE TRABAJO	34.121											

Fuente: Elaboración propia (Tabla expresada en Bolivianos)

Con este método lo que se hace es calcular el capital de trabajo de tal manera que los saldos mensuales finalmente sean positivos, y de esta manera la empresa no tendrá problemas de recursos y evitará el riesgo de paralización de las operaciones.

9 ESTUDIO TÉCNICO

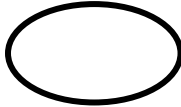

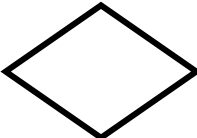
9.1 ¿Qué es un diagrama?

Un diagrama de flujo o flujograma es una representación gráfica y secuencial de un proceso o flujo de trabajo con todas las tareas y actividades principales necesarias para lograr un objetivo común. Para que visualmente se pueda representar la sucesión de tareas y la relación entre ellas se utilizan símbolos como flechas, rombos, rectángulos o prismas.

Un diagrama es un gráfico que presenta los vínculos existentes entre los distintos componentes de un sistema o de un conjunto. Puede tratarse de un dibujo dedicado a la representación de algo, a la resolución de un problema o a la demostración de una proposición. (Merino, 2017)

Tabla 35

Diagrama de flujo

SÍMBOLO	SIGNIFICADO
	Límites del proceso: indica el inicio y el final de un proceso
	Operación: se usa para describir cualquier actividad. En el interior del rectángulo se escribe una breve descripción de la actividad.
	Punto de decisión: denota que en ese punto se toma una decisión.

Fuente: Elaboración propia

9.2 Diagrama de proceso general de producción.

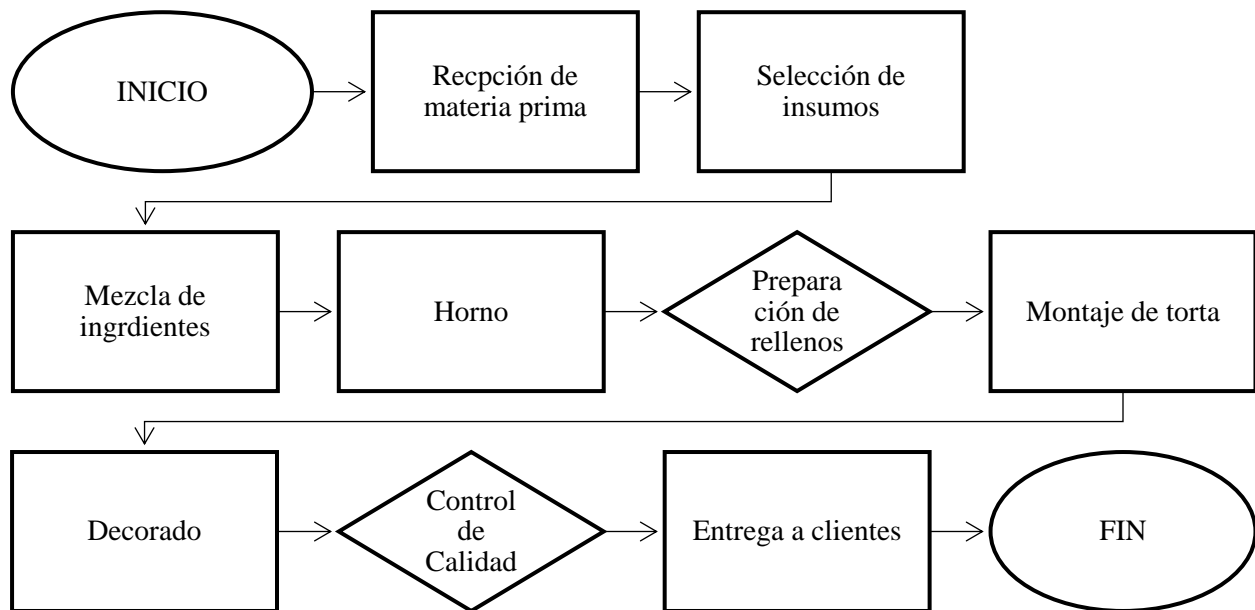


Figura 20. Proceso general de producción

Fuente: Elaboración Propia

- Recepción de materia primas

Para iniciar este proceso se debe tener mucho cuidado en la recepción de materias primas, contar con la respectiva orden de pedido, tener el lugar exacto para cada producto de la misma manera poder tener fácil acceso para los operarios.

- Selección de insumos

Para el proceso de cada pastel es necesario seleccionar los insumos para su elaboración se debe tener exactitud en los productos para no tener perdida de insumos.

- Mezcla de ingrediente

Luego de tener los productos para la elaboración de los pasteles inicia el proceso a cargo del operario con las máquinas y utensilios requeridos.

- Horno

Ya teniendo la mezcla preparada se debe tener el horno precalentado para iniciar la cocción de los pasteles.

- Preparación de rellenos

Se inicia el proceso de rellenos desde ceros empieza con la selección del producto frutal se realiza la mezcla de frutos ya sea rojos u otro tipo de relleno ya que hay diferentes sabores.

- Montajes de tortas

De acuerdo al sabor y altura del pastel se procede a realizar el montaje del pastel, colocando las capas necesarias de relleno y luego la pre cobertura para decorado todo esto a pedido del cliente o ya sea para el mostrador de postres.

- Decorados

Inicia la decoración de acuerdo con el modelo seleccionado por el cliente, se tendrá en cuenta todos los detalles requeridos.

- Control de calidad

Para este proceso se verifica de acuerdo con los requerimientos del cliente, el diseño y cuidado de cada detalle.

- Entrega al cliente

Se realiza proceso de envolver en su empaque especial con detalles de etiqueta y caja para que el producto no se dañe en el momento de transportarlo el cliente.

9.3 Especificaciones Técnicas del Producto

Contaremos con la gran variedad de sabores de tortas y postres, elaborados con las mejores recetas e insumos de alta calidad y con diseños innovadores. Entre las cuales tendremos:

- La torta que más prefieren los posibles clientes según la encuesta que se realizó:

Torta de chocolate

Tabla 36

Torta de chocolate

Ingredientes	Cantidad	Producto
Harina	3 tazas	
Huevo	12	
Azúcar	3 tazas	
Vainilla	2 cucharaditas	
Royal	2 cucharaditas	
Bicarbonato	2 cucharaditas	
Chocolatada	1 litro	
Leche condensada	2 litros	
Cocoa en polvo	2 cucharadas	
Chispas de chocolate	5 cucharadas	

Preparación

Para hacer esta torta húmeda de chocolate decorada, coge un recipiente grande y tamiza la harina junto con la cocoa, el bicarbonato y el royal, Añade tres tazas de azúcar y mezcla bien. Separa las claras de las yemas de huevo e introduce a la mezcla anterior la leche y mezcla bien. Luego Agrega las yemas de huevo y la esencia de vainilla y continúa mezclando. Aparte, bate las claras a punto de nieve con el azúcar restante e incorpóralas a la mezcla con la ayuda de una espátula, haciendo movimientos envolventes suaves. Vierte la masa en un molde para horno a 180 °C durante 50 minutos. Luego dejar enfriar y decorar

Fuente: Elaboración Propia

- La torta con más alto costo de fabricación

Torta tres leches

Tabla 37

Torta de tres leches

Ingredientes	Cantidad	Producto
Harina	2 tazas	
Huevo	20	
Azúcar	2 tazas	
Vainilla	2 cucharaditas	
Royal	2 cucharaditas	
Canela en polvo	2 cucharaditas	
Leche líquida	1 litro	
Leche condensada	1 litro	
Leche crema	1 litro	
Chantimix	1 kilo	
Durazno	1 lata	



Preparación

En dos recipientes separa las claras y las yemas agregar una taza de azúcar en los dos recipientes, batir las claras a punto nieve con la canela en polvo. Luego batir las yemas hasta dejar una mezcla homogénea, agregar las dos tazas de harina, la vainilla y royal, batir a velocidad baja, agregar a un molde para el horno a 180 °C durante 45 min. Luego dejar enfriar y agregar las tres leches, decorar al gusto con Chantimix, durazno y opcionales fresas.

Fuente: Elaboración Propia

Los productos otorgan un sello único que el pastelero entrega en cada una de sus preparaciones, permitiendo que la persona que consuma el producto sienta la pasión que se pone en cada paso e ingrediente.

9.4 Localización del proyecto

Según el estudio y análisis de las encuestas que se realizó a 363 personas quienes están de acuerdo a la creación de la nueva pastelería, se ha podido lograr que la empresa tenga su funcionalidad en la localidad Puerto Rico, este estudio se considera realizar un proceso detallado debido a que dependerá el éxito del nuevo proyecto, donde la localización se efectuará en dos etapas:

- Primera etapa: macro localización, es decir la zona general en donde se instalará la empresa o negocio.
- Segunda etapa micro localización, elegir el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio.

9.4.1 Macro localización del proyecto

El proyecto se desarrolla en la localidad de Puerto Rico, Municipio de Puerto Rico, Departamento de Pando, Bolivia. Se encuentra en las siguientes coordenadas: Latitud: 11°06'52.8" Sur , Longitud: 67°33'16.9" Oeste

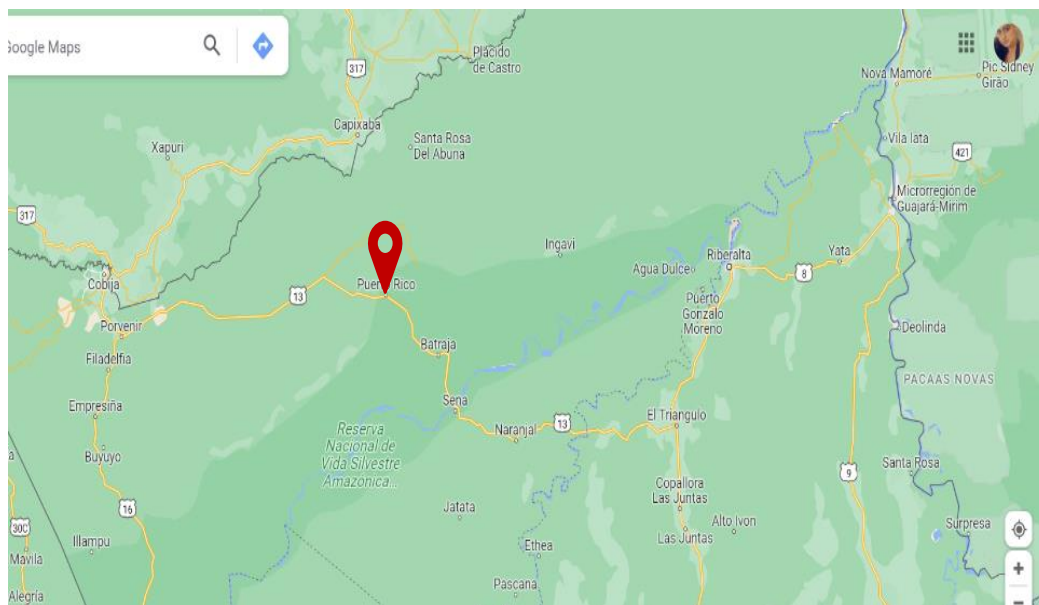


Figura 21. Macro localización del proyecto
Fuente: Elaboración propia

9.4.2 Micro localización del proyecto

La instalación y ubicación de la empresa será en la localidad de Puerto Rico en el Barrio San Juan (cerca del coliseo abierto) donde cuenta con todos los servicios básicos, fuentes de agua, accesibilidad, red eléctrica, internet, telefonía, y disponibilidad de inmueble.

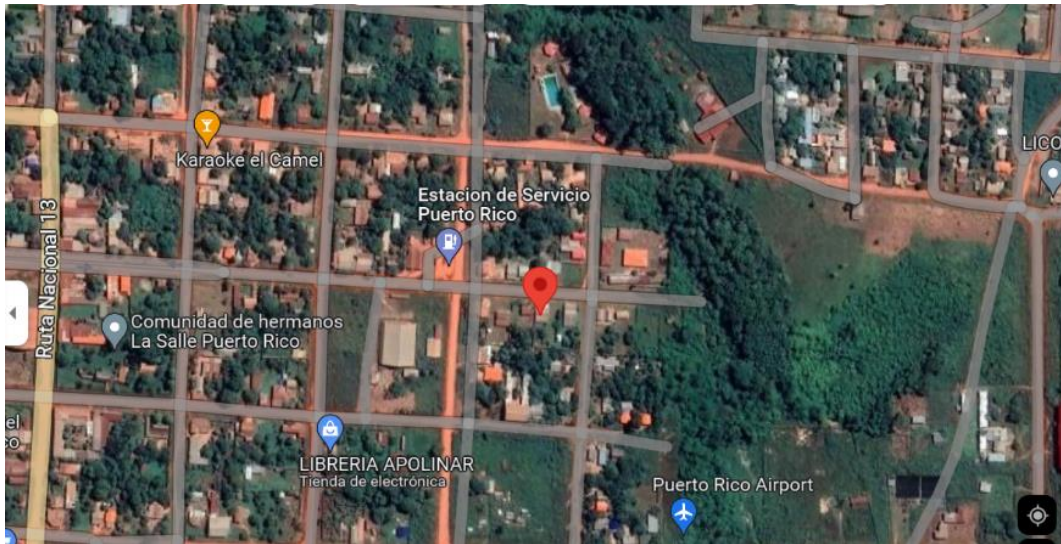


Figura 22. Micro localización del proyecto

Fuente: Elaboración propia

9.4.2.1 Distribución de planta

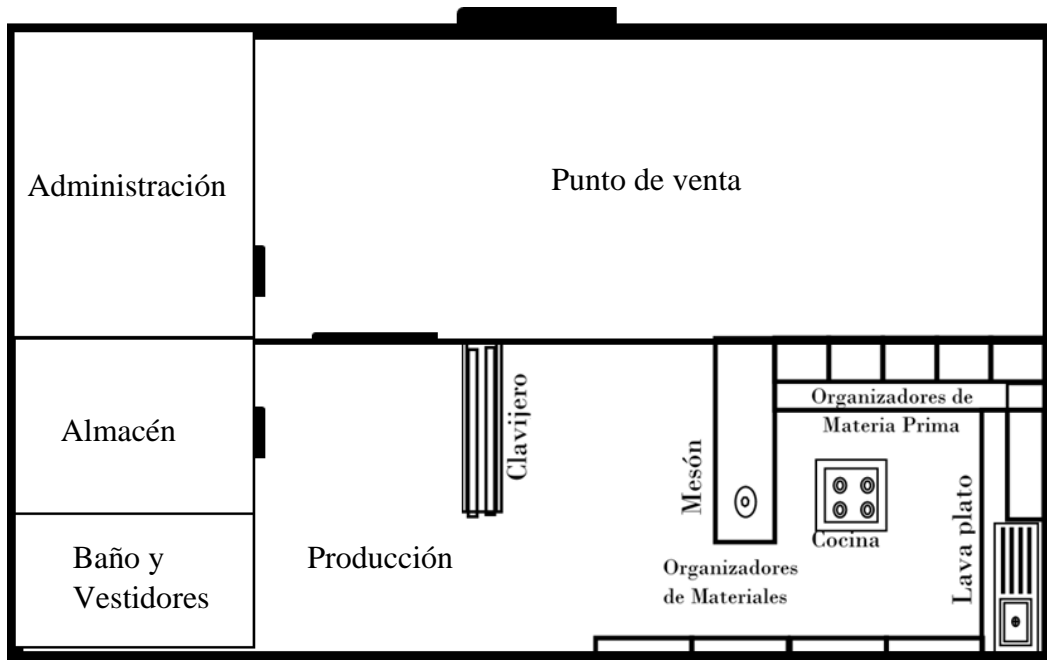


Figura 23. Distribución de Planta

Fuente: Elaboración propia

10 ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

10.1 Aspectos organizacionales

Para el funcionamiento de la pastelería en la localidad de Puerto Rico, se proyecta una estructura sencilla y funcional.

El estudio administrativo consiste en determinar la organización que la empresa deberá considerar para su establecimiento. Así tendrá presente la estructura organizacional y se identificará las necesidades de los recursos humanos.

10.1.1 Estructura organizacional

10.1.1.1 Organigrama general

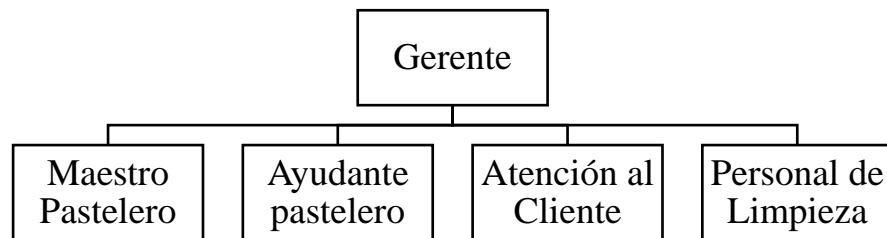


Figura 24. Organigrama de la Empresa
Fuente: Elaboración Propia

10.1.1.2 Área administrativa

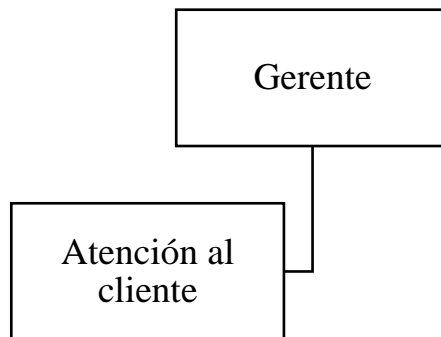


Figura 25. Organigrama del Área Administrativa
Fuente: Elaboración propia

10.1.1.3 Área de producción

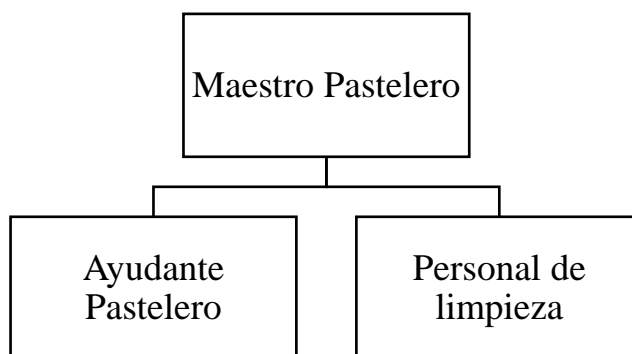


Figura 26. Organigrama Área de producción
Fuente: Elaboración propia

10.1.2 Manual de Funciones

Tabla 38

Manual de Funciones

MANUAL DE FUNCIONES DEL ÁREA ADMINISTRATIVO	
CARGO	GERENTE
FUNCIONES DEL CARGO:	
<ul style="list-style-type: none"> • Es aquel responsable de planear, organizar, dirigir y controlar la empresa • Es el representante legal y comercial de la empresa • Toma decisiones para los contratos que la empresa • Vela por el cumplimiento de los objetivos empresariales y las normas que la empresa posee. • Supervisa el buen uso de las maquinas • Supervisa el área de ventas • Velar por el buen funcionamiento del Sistema de gestión de calidad • Seleccionar y desarrollar programas de capacitación al personal • Incentivar al personal de ventas para el cumplimiento de las metas 	
PERFIL	Egresado de administración de empresas

EXPERIENCIA	1 años en manejo empresarial en la actividad comercial dedicada al proceso de alimentos.
-------------	--

SUELDO	3500
--------	------

CARGO	PERSONAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE
--------------	--

FUNCIONES DEL CARGO:

- Apertura de local
 - Recepción de recursos económicos de la empresa
 - Recepción de clientes
 - Identificar las necesidades del cliente
 - Utilizar distintos métodos de comunicación
 - Planificar con el cliente el envío e instalación del producto vendido
 - Verificar la calidad del producto final para su entrega
 - Empaque y despacho de los productos
 - Organizar la presentación de los productos
 - Ofrecer sugerencias e ideas impactantes e influyentes para convencer a los clientes de que se interesen en nuevos productos y promociones
 - Garantizar la satisfacción del cliente.
-

PERFIL	Curso de servicio al cliente, Manejo de sistemas contable.
--------	--

EXPERIENCIA	1 año en Servicio al cliente
-------------	------------------------------

SUELDO	2362
--------	------

CARGO	PERSONAL DE LIMPIEZA
--------------	-----------------------------

MANUAL DE FUNCIONES DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN

CARGO	MAESTRO PASTELERO
--------------	--------------------------

FUNCIONES DEL CARGO:

- Tiene a su cargo coordinación general de la pastelería en el área de producción
 - Planifica y organiza la disponibilidad de los recursos humanos y el uso de los medios de trabajo disponibles para una realización eficiente de los propósitos de producción y de comercialización.
-

- Ejecutar los procedimientos para la realización del producto, teniendo un buen manejo de los recursos de la empresa
- Manipulación de materia prima
- Manejo de equipos de producción
- Preparación de pasteles de acuerdo con los requerimientos de los clientes
- Decoración de los pasteles según diseño.
- Control de calidad del producto final
- Diseñar y modificar las fichas técnicas de fabricación.
- Comprobar la limpieza de los equipos y el estado del local antes de la producción para garantizar que se cumple con la normativa de salud y seguridad en el trabajo

PERFIL	Estudios en repostería, gastronomía.
EXPERIENCIA	1 año en proceso de alimentos.
SUELDO	2362

CARGO	AYUDANTE PASTELERO
--------------	---------------------------

FUNCIONES DEL CARGO:

- Ayuda al maestro pastelero
- Ayuda en la preparación de pasteles de acuerdo con los requerimientos de los clientes
- Ayuda en la decoración de los pasteles.
- Es aquel encargado de la realización de la cartilla de productos que se están realizando
- Apoya en los procesos de cocina, empaquetado y refrigeración
- Se encargará de la limpieza del área de producción y del lavado de los insumos.

PERFIL	Técnico o estudiante de pastelería
EXPERIENCIA	1 año en procesos de alimentos
SUELDO	2362

PERFIL	Curso de servicio al cliente, Manejo de sistemas contable.
EXPERIENCIA	1 año en Servicio al cliente
SUELDO	2362

CARGO	PERSONAL DE LIMPIEZA
--------------	-----------------------------

FUNCIONES DEL CARGO:

- Se encargará de la limpieza y desinfección del área de producción
- Realizar el aseo al local
- Realizar el aseo de maquinaria y herramientas
- Clasificar la basura de acuerdo a los residuos producidos

PERFIL	Mantener la limpieza e higiene de la pastelería
EXPERIENCIA	En general no se exige experiencia previa
SUELDO	2362

Fuente: Elaboración Propia

10.2 Aspectos legales

10.2.1 Marco legal del proyecto

EL proyecto tendrá un funcionamiento legal organizado que contará con la documentación requerida para su funcionamiento y sea responsable con las normas impositivas y de seguridad laboral solicitados por la ley.

- **SEPREC**

El Servicio Plurinacional de Registro de Comercio (SEPREC), entidad pública descentralizada que administra y ejerce las funciones del Registro de Comercio en Bolivia, bajo tuición del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural, inició el 01 de abril sus operaciones en las 14 plataformas distribuidas en todo el país

El SEPREC se constituye en el referente estadístico, la fuente primaria de información, de tramitación, de formación, seguridad jurídica, de interoperabilidad institucional y de conexión digital en procura del desarrollo regional y de todo el territorio nacional.

El Art. 11 del DS 4596 establece en su párrafo II, que el SEPREC es fuente primaria de información empresarial. La información del Registro de Comercio es de acceso público y abierto para cualquier persona natural o jurídica que así lo requiera, la solicitud debe cumplir con los requisitos establecidos al efecto por la normativa vigente. (SEPREC, 2023)

- **NIT**

El NIT o Número de Identificación Tributaria es el número asignado por la Administración tributaria a una persona natural, jurídica en el momento de su inscripción para realización de cualquier actividad económica, en virtud de la cual resultan sujetos pasivos de algunos de los tributos establecidos por Ley.

- Permisos para el funcionamiento del proyecto

Los permisos para el funcionamiento del proyecto de factibilidad se requerirán los siguientes:

- **Registro al régimen general**

Únicamente el Régimen general es el único de los Regímenes que están alcanzados por el IVA ya que por sus características este debe pagar este impuesto.

Requisitos para personas naturales y empresas unipersonales

- ✓ Documento de identidad vigente.
- ✓ Factura o aviso de cobranza de luz del Domicilio Fiscal (tu negocio) y Habitual (donde vives), emitida en los últimos 60 días.
- ✓ Croquis de ambos lugares.

- **Licencia de funcionamiento de actividad económica**

La licencia de funcionamiento es una autorización que otorga un Municipio, para desempeñar una actividad económica de manera legal. La licencia de funcionamiento permitiría que un local comercial funcione con legalidad y se pueda evitar multas o hasta la clausura del mismo. (Paredes, S.f.) Esta licencia de funcionamiento se realiza todos los trámites necesarios en el Municipio de Puerto Rico con la finalidad de que la empresa no tenga obstáculos en el funcionamiento y así cumplir con las normas del municipio y al mismo tiempo se realizara la presentación de requisitos de la empresa para tener la licencia de funcionamiento.

En caso de ser Persona Natural:

- ✓ Solicitud dirigida al Gobierno Autónomo Municipal
- ✓ Documento de Identidad del Interesado (fotocopia).

- ✓ Plano catastral o croquis de ubicación del domicilio del propietario y ubicación de la Actividad Económica (fotocopia).
- ✓ Aviso de cobranza de Luz y/o Agua del domicilio de la Actividad Económica (fotocopia).
- ✓ Depósito de bs. 600 a la cuenta N° 17019628 a nombre del GAM.

- **Caja nacional de salud**

La Caja Nacional de Salud cubre prestaciones de servicios en riesgo profesional, riesgo común, maternidad, además entrega subsidios pre natal y post natal, que se realiza en especie y un pago en dinero. Presta servicios a trabajadores dependientes, independientes, voluntarios, rentistas, excombatientes y viudas.

- **Ministerio De Trabajo**

El Ministerio del Trabajo tiene la misión de estimular el empleo formal, digno, productivo y de calidad, que proteja los derechos de los trabajadores, al tiempo que garantice el suministro de talento humano capacitado para atender las necesidades de competitividad y productividad de las empresas de hoy.

- **AFP**

Administradora de Fondos de Pensiones (AFP): Es la sociedad anónima de objeto social único, encargada de la administración y representación de los fondos de pensiones, constituida de conformidad a la presente ley y al Código de Comercio.

- **SENASAG**

En el caso de obtención o renovación de del Registro Sanitario de empresas fraccionadoras y/o envasadoras, el expediente debe estar compuesto por los siguientes documentos:

- ✓ Carta de solicitud (se recomienda utilizar el formato establecido).
- ✓ Fotocopia del NIT.
- ✓ Formulario de Solicitud y Formulario de relación de ingredientes y aditivos a utilizar debidamente llenado.

- ✓ Carta o Certificado de Aprobación de Etiquetas según el formato vigente, si aplicase, por única vez la Carta de Revisión de Etiquetas junto con el Formulario de Uso de Stock sobre las etiquetas observadas de los productos.
- ✓ Flujograma de proceso de fraccionado por grupo de productos.
- ✓ Croquis de distribución de ambientes de la planta, de acuerdo al formato establecido.
- ✓ Croquis de ubicación de la planta, de acuerdo al formato establecido.
- ✓ Copia del Certificado de R.S. SENASAG vigente del proveedor del producto de origen nacional o de importación además de una carta o cualquier otro documento que acredite el aprovisionamiento de la materia prima o productos para su fraccionado

11 ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

11.1 Ingresos y costos del proyecto

El análisis financiero del proyecto contempla el estudio del comportamiento de las variables: ingresos y costos del proyecto. posteriormente a partir de ello, se terminará la factibilidad financiera del mismo.

11.2 Ingresos estimados por venta para el primer año del proyecto

Tabla 39

Ingresos Proyectados para el primer año

INGRESOS PROYECTADOS					
	Años				
Detalles	1	2	3	4	5
Torta tres leches	654	687	736	818	900
Torta de Vainilla	1.309	1.374	1.472	1.636	1.800
Torta Marmolada	240	261	283	305	327
Precio	300	300	300	300	300
Total	661.090	697.090	747.818	828.000	908.181

Fuente: Elaboración propia (Tabla expresada en Bolivianos)

Los ingresos proyectados para el primer año de los pasteles que tienen un precio de bs 300, será de bs 661.090 esto según la frecuencia del consumo de los clientes.

INGRESOS PROYECTADOS					
	Años				
Detalles	1	2	3	4	5
Torta de Chocolate	349	366	392	436	480
Torta de Fresa	436	458	490	545	600
Precio	350	350	350	350	350
Total	274.909	288.654	309.272	343.636	378.000

Fuente: Elaboración propia (Tabla expresada en Bolivianos)

Los ingresos proyectados para el primer año de los pasteles que tienen un precio de bs 350, será de bs 274.909 esto según la frecuencia del consumo de los clientes.

TOTAL INGRESOS PROYECTADOS					
Detalles	Años				
	1	2	3	4	5
Producción 1	661.090	697.090	747.818	828.000	908.181
Producción 2	274.909	288.654	309.272	343.636	378.000
Total	936.000	985.745	1.057.090	1.171.636	1.286.181

Fuente: Elaboración propia (Tabla expresada en Bolivianos)

Con la producción 1 (pasteles de 300bs) y la producción 2 (pasteles de 350bs) los ingresos totales para el primer año serán de 936,000 bs.

11.3 Costos para el primer año del proyecto

Los costos de producción para el primer año de operación del proyecto se demuestran en la siguiente tabla:

Tabla 40

Costo para el primer año del proyecto

COSTOS ESTIMADOS						
Detalle	Valor de los Costos	Funcionamiento				
		1	2	3	4	5
Costos Variables		100%	100%	100%	100%	100%
Materia Prima		7.909	8.329	8.931	9.900	10.868
Insumos		322.188	323.159	357.970	397.637	435.305
Mano de Obra Directa		85.543	85.543	93.947	93.947	93.947
Gasto de Comercialización		3.428	3.428	3.428	3.428	3.428
Costos Fijos						
Mano de Obra Indirecta		130.323	130.323	142.928	142.928	142.928
Amortización del Act. Diferido		1.040	1.040	1.040	1.040	665
Depreciación		14.320	14.320	14.320	14.320	12.970
Costo Financiero (Interés)		4.968	4.104	3.180	2.190	1.132
Costo Total		569.722	570.249	625.746	665.393	701.245

Fuente: Elaboración propia (Tabla expresada en Bolivianos)

Tabla 41*Cálculo del precio de venta*

Costo Unitario Total =	CUT =	181,12
Utilidad % =	17,4%	0,1740
IUE % s/utilidad =	25%	0,0435
IT % =	3%	0,0300
IVA%=	13%	0,13
Total, Impuestos =		0,3969
Precio = CUT/(1-%UT - %IUE - %IT-%IVA)		
Precio =	300,3331	Precio sin IVA= 261,35
PRECIO DE VENTA=	300,40	

Fuente: Elaboración propia (Tabla expresada en Bolivianos)

Durante el cálculo del precio unitario para cada kilo de producto es necesario tomar en cuenta los diferentes tipos de impuestos de ley. Uno de estos impuestos es el IVA cuyo porcentaje es del 13%. Si bien para asignar este impuesto es necesario aumentar este porcentaje para que el cálculo sea adecuado a la hora de asignar el precio final se debe tomar en cuenta un porcentaje aproximado del 14.95% para que a la hora de obtener el 13% del precio final sea el monto correcto.

11.4 Proyección del Estado de Resultados para el periodo de cinco años

La proyección del estado de resultados refleja todos los ingresos y egresos de la empresa durante la producción anual, descontando todos los costos y egresos se tiene la cantidad de ingresos netos para la empresa.

Tabla 42

Proyección del Estado de Resultados y Ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Cap. Producción	73%	77%	83%	92%	100%
Cantidad de Ventas	2.881	3.055	3.283	3.618	3.953
Precio sin IVA	207	207	207	207	207
VENTAS	599.046	635.267	682.634	752.290	821.947
IT 3%	17.971	19.058	20.479	22.568	24.658
INGRESOS NETO	581.074	616.209	662.155	729.722	797.288
COSTOS VARIABLES	376.156	377.366	416.579	451.932	485.546
Materia Prima	6.880	7.246	7.770	8.613	9.455
Insumos	280.303	281.148	311.433	345.944	378.715
Mano de Obra Directa	85.543	85.543	93.947	93.947	93.947
Costos de Comercialización	3.428	3.428	3.428	3.428	3.428
COSTOS FIJOS	158.812	157.948	169.628	168.639	166.230
Mano de Obra indirecta	130.323	130.323	142.92	142.928	142.928
Gastos Generales	8.159	8.159	8.159	8.159	8.159
Depreciaciones	14.320	14.320	14.320	14.320	12.970
Amort. Activo Diferido	1.040	1.040	1.040	1.040	1.040
Interese Banco A	4.968	4.104	3.180	2.190	1.132
COSTOS TOTALES	534.968	535.315	586.208	620.572	651.776
Utilidad Antes de Imp.	46.106	80.894	75.946	109.149	145.512
IUE 25%	11.527	20.224	18.987	27.287	36.378
Utilidad Neta	34.579	60.670	56.960	81.862	109.134

Fuente: Elaboración propia (Tabla expresada en Bolivianos)

11.5 Indicadores financieros

El flujo de caja financiero demuestra todo el funcionamiento de la empresa Ariadne Pastelería, tanto las obligaciones tributarias y las amortizaciones del préstamo adquirido restando al ingreso por ventas.

Tabla 43

Flujo de caja

FLUJO DE CAJA FINANCIERO						
	0	1	2	3	4	5
Cantidad de Ventas		2.881	3.055	3.283	3.618	3.953
Precio		239	239	239	239	239
Ingresos por Ventas		688.559	730.192	784.637	864.702	944.767
IVA		41.126	56.716	59.529	65.481	71.434
IT		20.656				
Ingreso Neto		750.342	786.909	844.166	930.183	1.016.201
Costos Fijos		138.482	138.482	151.087	151.087	151.087
Costos Variables		376.156	377.366	416.579	451.932	485.546
Interés del Préstamo		4.968	4.104	3.180	2.190	1.132
Depreciación		14.320	14.320	14.320	14.320	12.970
Amortización Intangible		1.040	1.040	1.040	1.040	1.040
Utilidad Antes de Impuestos		215.374	251.594	257.957	309.611	364.424
I.U.E. 25%		53.843	62.898	64.489	77.402	1.106
Utilidad Después de Impuestos		161.530	188.695	193.468	232.208	273.318
Depreciación		14.320	14.320	14.320	14.320	12.970
Amortización Intangible		1.040	1.040	1.040	1.040	1.040
Inv. Activos fijos	179.213					
Inv. activos diferidos	5.203					
Capital de Trabajo	34.120					
Préstamo	70.978					
Amortización Deuda		12.342	13.206	14.130	15.120	16.178
Valor de Desecho						113.703
FLUJO DE CAJA	221.274	164.549	190.850	194.698	232.449	384.853

Fuente: Elaboración propia (Tabla expresada en Bolivianos)

Tabla 44

Indicadores financieros

INDICADORES	TOTALES
Valor Actual Neto (VAN)	560.192,41
Tasa Interna de Retorno (TIR)	81,82%
Relación Beneficio/Costo (B/C)	1,53
Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)	4 Años y 11 meses

Fuente: Elaboración propia (tabal expresa en Bolivianos)

El Valor Actual Neto (VAN) Es la suma de los valores actualizados de los flujos netos de cada periodo durante la vida económica del proyecto menos la inversión. Se lo obtiene de la diferencia de ingresos egresos a una tasa de descuento fija predeterminada, se observa que el VAN es de 560.192,41 lo que indica la rentabilidad del proyecto.

La Tasa Interna de Retorno (TIR) Es un criterio de selección de inversión que tiene en cuenta el valor del dinero en el tiempo. se tuvo en cuenta una tasa de descuento (i) de 14%, que el TIR = 81,82 %; según el TIR >1, resulta más conveniente la opción de invertir en el proyecto.

Beneficio Costo (B/C) En esencia, se trata del beneficio propuesto total en efectivo dividido por los costos totales propuestos en efectivo cuando $B/C > 1$ implica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable, bajo este criterio se puede decir que el proyecto es rentable porque existe una relación de B/C de 1,53.

12 IMPACTO SOCIAL

Se llama impacto social al grado de afectación o de incidencia que tiene un proyecto, un evento o una organización en la sociedad, es decir, qué tanto altera socialmente su presencia y sus acciones, ya sea de manera directa o indirecta. Estas alteraciones se evidencian en la vida de las personas y el funcionamiento general de las comunidades, y puede contribuir al bienestar o perjuicio de la gente. (equipo editorial Etecé, 2022)

Las empresas al ser fuente de innovación y de nuevos proyectos o actividades económicas, a menudo tienen un impacto social considerable en distintos sentidos, por ejemplo: El trabajo es una actividad fundamental en la sociedad, a través de la cual las personas se proveen del sustento. Esto significa que los empleadores o empresarios pueden incidir de un modo importante en la comunidad al contratar trabajadores, brindando oportunidades.

12.1 Análisis del impacto ambiental

El estudio ambiental en el presente proyecto busca identificar el área influenciada por la actividad operacional y el daño causado ambientalmente, con el fin de realizar una evaluación de los impactos que pueda generar el medio ambiente para poderlos mitigar y buscar estrategias de prevención para poder reducir y minimizar los efectos con el medio ambiente.

Se busca el bienestar tanto del personal operativo como el de nuestros clientes generando buena calidad de vida. En proyecto se puede presentar los siguientes impactos:

- a) La emisión de gases y generación de residuos sólidos son los factores que causaran impacto ambiental en las pastelerías es así como debemos tener cuidado en el momento de recepción la materia prima.
- b) De la misma manera en el lugar de almacenamiento se debe contar con la temperatura y equipos adecuados para mantenimiento de estos productos disminuyendo daños ocasionados a estos.
- c) Los residuos sólidos como los empaques generan impacto ambiental por esto se deberá utilizar recipientes, con capacidad suficiente, de fácil manejo y limpieza y que tengan las siguientes características:
 - Ser de color diferente de acuerdo con el tipo de residuos a depositar.
 - Llevar en letras visibles y con símbolos, indicaciones sobre su contenido.
 - Resistir la manipulación y las tensiones.

- Permanecer tapados



Figura 27. Basureros

12.2 Plan de manejo ambiental

Para el manejo de estos impactos se planea realizar actividades que ayuden a contrarrestar los riesgos ambientales ya identificados estos riesgos debemos tomar acciones para poderlos mitigar los riesgos identificados en las pastelería son mínimos los residuos sólidos, son elementos que se deben seleccionar pues es un foco de riesgo ambiental ante la sociedad para esto la organización incentivará al personal de trabajo en las buenas prácticas a desarrollar para su selección, por otra parte la empresa debe comprometerse a suministrar el material necesario para la buena práctica del ejercicio. Esta será desarrollada así: comprar productos que estén en buenas condiciones y verificar su fecha de caducidad, almacenarlos en un ambiente acorde a los requerimientos de cada producto, así podemos prevenir el daño de materias primas; utilización de ingredientes necesarios de acuerdo a la formulación requerida y así evitar los desperdicios, clasificando los residuos de acuerdo a su entorno y depositarlos en recipientes adecuados.

Otro punto importante es el mantenimiento de maquinaria y equipos utilizados para disminuir la contaminación ambiental, verificar los puntos de ventilación de la empresa que estén en buen estado y si no realizar el respectivo mantenimiento, de esta manera la empresa optimizará el uso de cada uno de los recursos.

13 FACTIBILIDAD DE LA EMPRESA

La factibilidad de la empresa depende de la buena organización de la empresa y del estudio minucioso y acertado que se realice en la ingeniería del proyecto con la finalidad de optimizar recursos financieros, humanos y materiales. La factibilidad del proyecto se concluye una vez terminado el estudio técnico y financiero con el objetivo de proyectar una rentabilidad.

- **Factibilidad Técnica:**

El estudio expone que el proyecto es técnicamente factible considerando la infraestructura, la localización y la capacidad de producción que demuestra la relación positiva del proyecto.

- **Factibilidad Operativa:**

La capacidad de trabajo y relación máquina-operador están considerado en función a las condiciones operacionales de acuerdo a las estrategias de producción que hace que el proyecto se operativamente factible.

- **Factibilidad Económica financiera:**

El Valor Actual Neto representa el valor de la empresa en el futuro traído al presente, con un valor de Bs. 560.192, es decir que la creación de la empresa es factible.

La Tasa Interna de Retorno, es la tasa de descuento que hace que el VAN del proyecto sea cero. El TIR para el presente proyecto alcanza el 81,82%

Relación Beneficio/Costo nos da un valor de 1,53; por lo que de acuerdo al resultado que resulta mayor que 1, la creación de la empresa es factible.

- **Factibilidad Política y Legal:**

En Bolivia existen leyes, normas y reglamentos que regulan el funcionamiento legal de una empresa, es decir que la creación de una empresa de agua se crea cumpliendo las condiciones regulatorias dentro del País.

14 CRONOGRAMA

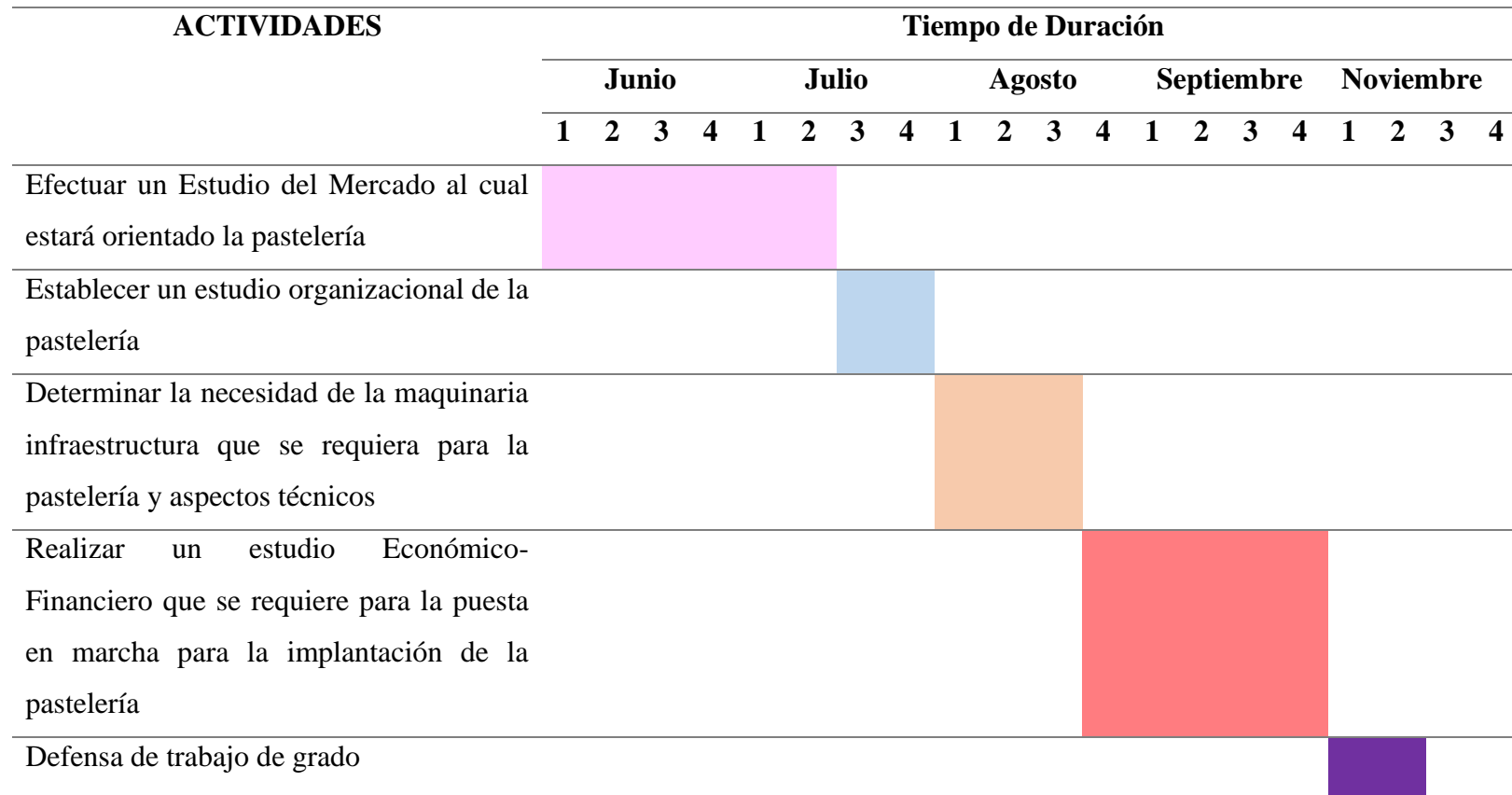


Figura 28. Cronograma de las actividades del desarrollo de la investigación
Fuente: Elaboración Propia

15 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

15.1 Conclusiones

El objetivo de este estudio es conocer que tan factible es crear una empresa con maquinaria moderna en la Localidad de Puerto Rico, se manejó gran aceptación por el tipo de negocio y productos a ofrecer, por lo que a grandes bosquejos y características cualitativas se podía afirmar la acogida de este tipo de establecimiento propuesto.

El estudio de mercado nos evidenció la viabilidad comercial del producto, se Efectuó un Estudio del Mercado al cual estará orientado la pastelería y es para personas entre 15 a 59 años, según las encuestas que se realizó se puede evidenciar que el 57.3% de los encuestados tienen una edad entre 15 y 30 años. Mientras que el 29.5% corresponde a edades entre 30 a 45 años y el 13.2% tienen 45 años o más. Son 5 personas que no están de acuerdo mientras que 358 personas las que están de acuerdo en la creación de una pastelería en la localidad de Puerto Rico.

Cabe resaltar que la misma factibilidad hablando en materia financiera, a través de las proyecciones realizadas en un horizonte de 5 años, se pudo vislumbrar que para toda la venta proyectada el negocio es completamente factible, al obtener unos criterios de evaluación financiera positivas.

Se Estableció un estudio organizacional de la pastelería para que haya una buena organización en la empresa.

Luego de realizar el estudio económico-financiero para la puesta en marcha para el proyecto, se obtuvo como resultado una TIR económica de 81,82% y resultado que se encuentra por encima del costo de oportunidad, el VAN económico es de Bs 560.192 y un B/C de 1,53 por lo que se concluye que el proyecto es viable ya que luego de medir los flujos futuros de ingresos y egresos, se obtienen ganancias, por lo que se concluye que el proyecto es rentable.

15.2 Recomendaciones

Se recomienda poner en marcha la propuesta diseñada para la Implementación de la Pastelería con Maquinaria moderna en la localidad de Puerto Rico.

La atención al cliente es de suma importancia tener una constante retroalimentación con los clientes, de manera que estos queden más satisfechos, sean fieles a nuestra empresa y generen más información para el público, atrayendo así más clientes.

Garantizar la calidad de los productos, la base fundamental de nuestro éxito depende todo el proceso de producción, que cumpla todos los requerimientos, para poder ofrecer un producto de excelente calidad.

Desarrollar una buena gestión administrativa de esto también depende el éxito de la empresa.

Realizar un plan de marketing para promocionar el producto y dar a conocer sobre la empresa Ariadne Pastelería.

16 Bibliografía

- ARTES PLASTICAS. (27 de septiembre de 2010). Factibilidad y Viabilidad. Obtenido de blogspot: <http://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/factibilidad-y-viabilidad.html>
- amstrong, K. y. (2003). Fundamentos de marketing. Obtenido de <https://conceptomktestrategicaeq4.wordpress.com/estudios-de-mercado/#:~:text=Para%20Kotler%2C%20Bloom%20y%20Hayes,espec%C3%ADfica%20que%20afrenta%20una%20organizaci%C3%B3n%C2%AB.>
- Cartay, R. (10 de octubre de 2017). Incursionando en la repostería para amasar el camino del éxito. Obtenido de https://correodelsur.com/capitales/20171010_incursionando-en-la-reposteria-para-amasar-el-camino-del-exito.html
- Cecy, B. (9 de Agosto de 2018). Antoine Carême, el primer chef repostero de la historia. Obtenido de Gourmet de Mexico.: <https://gourmetdemexico.com.mx/comida-y-cultura/antoine-careme-el-primer-chef-repostero-de-la-historia/>
- equipo editorial Etecé. (11 de Junio de 2022). Obtenido de <https://concepto.de/impacto-social/#:~:text=Se%20llama%20impacto%20social%20al,de%20manera%20directa%20o%20indirecta.>
- etecé, e. e. (11 de junio de 2022). editorial etecé. Obtenido de equipo de etecé: <https://concepto.de/impacto-social/#:~:text=Se%20llama%20impacto%20social%20al,de%20manera%20directa%20o%20indirecta.>
- Garcia. (5 de noviembre de 2020). Obtenido de <https://proyectosuntref.wixsite.com/proyectos/post/estudio-organizacional-u-organizaci%C3%B3n-del-estudio>
- Julián Pérez Porto y Ana Gardey. (2013). DEFINICIÓN DE PASTEL. Obtenido de Definición de pastel (<https://definicion.de/pastel/>): <https://definicion.de/pastel/>
- Magariños, S. (mayo de 2016). BOLIVIA, UN MERCADO CRECIENTE. Obtenido de PERFIL DE MERCADO: https://ibce.org.bo/images/estudios_mercado/Perfil-mercado-dulces.pdf

Merino, P. P. (5 de mayo de 2017). Obtenido de <https://definicion.de/diagrama/>

Ortega. (23 de Noviembre de 2017). Obtenido de <https://carmenortega2017.wordpress.com/2017/11/23/estudio-tecnico-del-proyecto/>

Pastelería y repostería. (2018). Obtenido de Diferenciador: <https://www.diferenciador.com/pasteleria-y-reposteria/>

Perez, A. (23 de abril de 2021). Obtenido de <https://www.obsbusiness.school/blog/estudio-financiero-en-que-consiste-y-como-llevarlo-cabo>

SEPREC. (2023).

ANEXO

Anexo 1 Encuesta

ENCUESTAS

Estudio de factibilidad Para la Implementación de una Pastelería con Maquinaria Moderna en la localidad De Puerto Rico

Objetivo:

Identificar las actitudes, gustos y preferencias de las personas para determinar si es viable la creación de una pastelería en la localidad de Puerto Rico.

1. Genero

- Masculino
- Femenino

2. ¿Cuántos años tiene actualmente?

- 15 a 30 años
- 30 a 45 años
- 45 años a más

3. ¿Cada cuánto tiempo compra productos de pastelería?

- Diariamente
- Semanal
- Ocasional

4. ¿Considera necesario que exista una pastelería con maquinaria moderna en la localidad de Puerto Rico?

- Si
- No

5. ¿Usted estaría dispuesto a consumir productos de pastelería en un nuevo establecimiento ubicado en la localidad de Puerto Rico?

- Si
- No

6. ¿En qué lugar suele adquirir los pasteles en la localidad de Puerto Rico?

- Pastelería Kiki (Doña Ingrid)
- Delicias Rebeca (Doña Rebeca)
- Gustos y sabores dos hermanas (Doña Ceci)
- Dulce Deseo (Doña Nela)

7. ¿Qué atributo principalmente tomaría en cuenta al momento de adquirir un pastel?

- Precio
- Sabor
- Calidad
- Variedad
- Diseño e Innovación

8. ¿Cuál es el monto que estaría dispuesto a pagar por una torta?

- De 50 bs a 100bs
- De 150bs a 200bs
- De 300bs a 400bs

9. ¿Qué Cantidad de pasteles consume al mes?

- 1kl. (Un Kilo)
- ½ (Medio Kilo)
- ¼ (Un Cuarto)

10. ¿En qué ocasiones consumes pasteles?

- Cumpleaños
- Bodas
- Para obsequiar a otras personas
- En ocasiones especiales (Dia del padre o madre)

11. De los siguientes sabores ¿Cuál le gusta más?

- Vainilla
- Chocolate
- Fresa

- Tres leches
- Marmolado (Chocolate y Vainilla)

12. ¿Qué servicio adicional le gustaría encontrar en una pastelería saludable?

- Wifi
- Delivery
- Pago con tarjeta

13. ¿Qué medio utilizaría para recibir información de una pastelería?

- Página web
- Facebook
- WhatsApp
- Tik Tok
- Instagram
- Televisión
- Radio
- Folletos

14. ¿Qué tipo de promociones le gustaría recibir en la nueva pastelería?

- Descuentos especiales
- Sorteos
- Cupones

15. ¿Qué tipo de promociones recibe en las pastelerías actuales?

- Descuentos especiales
- Sorteos
- Cupones

16. ¿Cómo califica el diseño de las instalaciones de las pastelerías actuales?

- Mala
- Regular
- Buena

17. ¿Cómo califica la atención brindada por el personal de las pastelerías actuales?

- Mala
- Regular
- Buena

Gracias por su atención.

Anexo 2 *Personas encuestadas*



Anexo 3 Total encuestas digital

Encuesta Para la Implementación de una Pastelería con Maquinari: ☆

Preguntas Respuestas 263 Configuración



Encuesta Para la Implementación de una Pastelería con Maquinaria Moderna en la localidad De Puerto Rico

Identificar las actitudes, gustos y preferencias de las personas para determinar si es viable la creación de una pastelería con maquinaria moderna en la localidad de Puerto Rico.

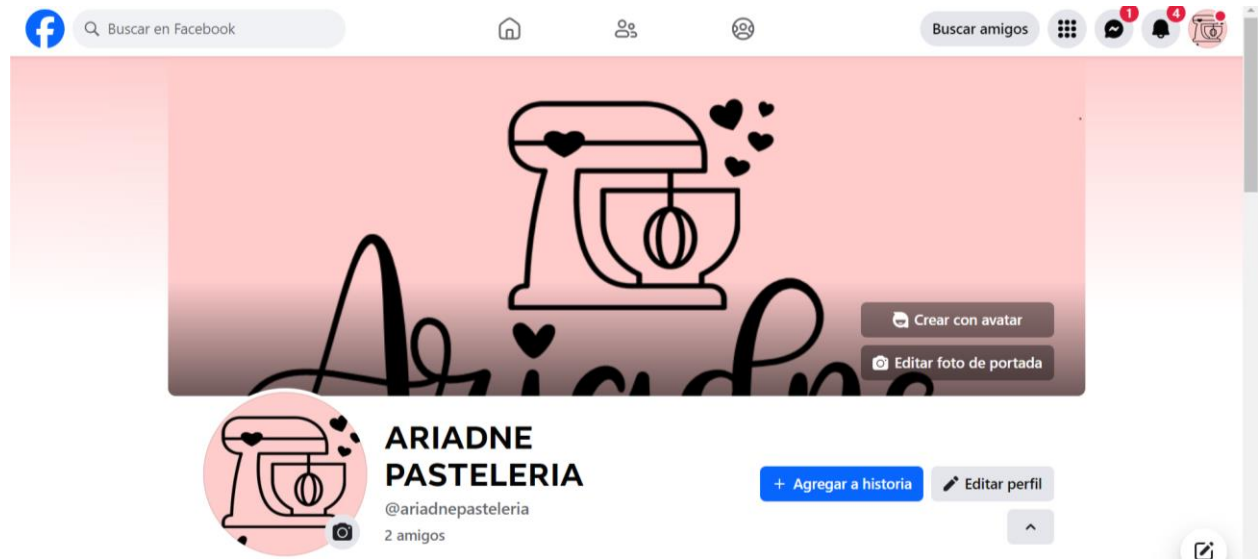
⊕
📄
Tr
🖼️
▶️
☰

Anexo 4 Logo y Etiqueta

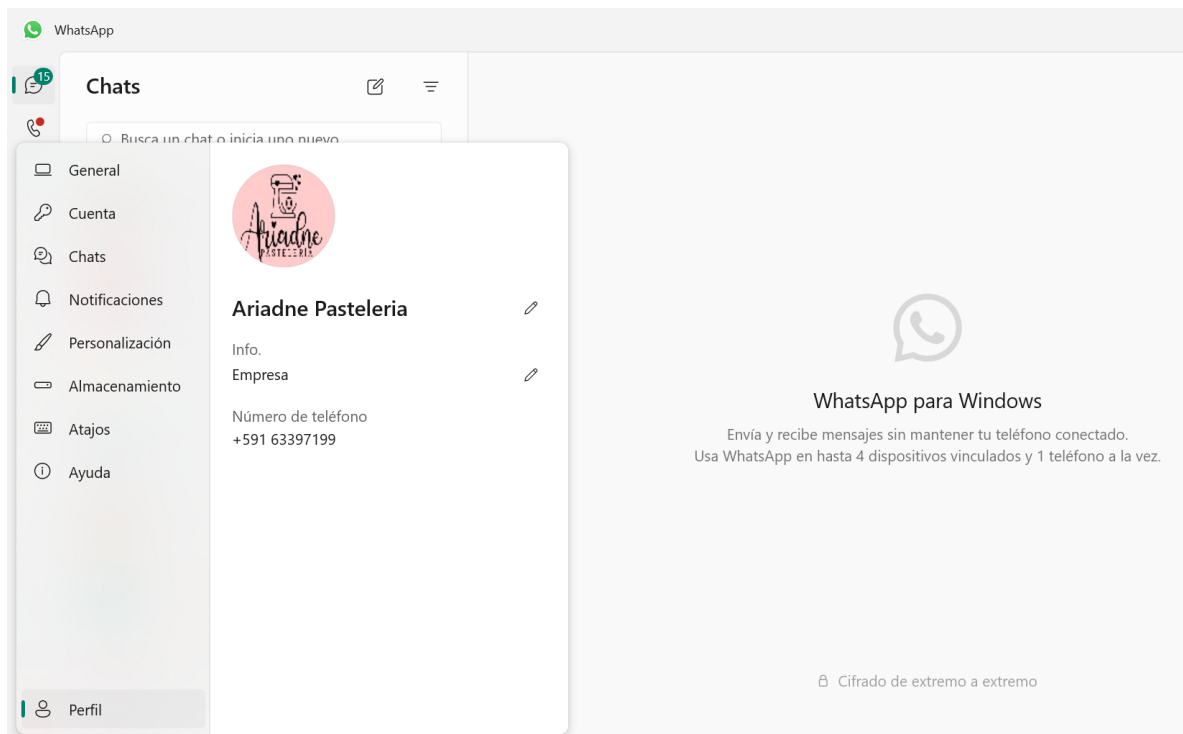


Anexo 5 Redes Sociales

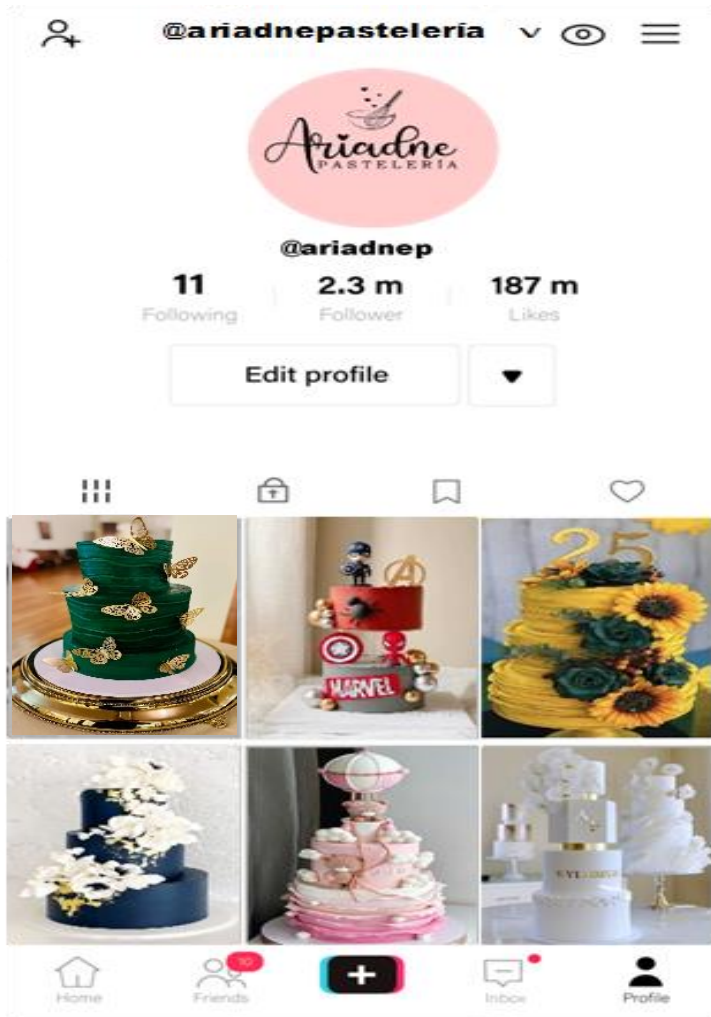
Facebook



WhatsApp



Tik-Tok



Anexo 6 Planilla de sueldos y salarios

PLANILLA DE SUELDOS Y SALARIOS SIN DESCUENTOS																							
(EXPRESADO EN BOLIVIANOS)																							
AÑO 1																							
N°	OCUPACIÓN QUE DESEMPEÑA	DIAS NO TRAB.	SUELDO BASICO	DIAS PAGADOS MES	HORAS/DIA PAGADAS	SALARIO GANADO (A)	BONO DE ANTIGÜEDAD		OTROS BONOS		DOMINICALES		TOTAL GANADO (G) A+B+C+D+E+F	APORTES PATRONALES				TOTAL APORTES PATRONALES (L)	LÍQUIDO PAGABLE (LL) G-L	LÍQUIDO PAGABLE 12 MESES DE HABERES (M)	AGUINALDO (N)	LÍQUIDO PAGABLE + AGUINALDO	FIRMA
							AÑOS DE TRABAJO	IMPORTE (B)	BONO DE PRODUCCION (D)	OTROS BONOS (E)	N° DE DOMINICALES	DOMINICALES (F)		VIVIENDA 2,00% (H)	SOLIDARIO 3,00 (I)	FCI 1,71 % (J)	S. S. O. 10,00 % (K)						
1	Gerente general	0	3.000,00	30	8	3.000,00	0	0,00	0,00	0,00	4,00	400,00	3.400,00	68,00	102,00	58,14	340,00	568,14	3.968,14	47.617,68	3.000,00	50.617,68	
2	Maestro pastelero	0	2.700,00	30	8	2.700,00	0	0,00	0,00	0,00	4,00	360,00	3.060,00	61,20	91,80	52,33	306,00	511,33	3.571,33	42.855,91	2.700,00	45.555,91	
3	Ayudante Pastelero	0	2.370,00	30	8	2370,00	0	0,00	0,00	0,00	4,00	316,00	2.686,00	53,72	80,58	45,93	268,60	448,83	3.134,83	37.617,97	2.370,00	39.987,97	
4	Atención al Cliente	0	2.362,00	30	8	2362,00	0	0,00	0,00	0,00	4,00	314,93	2.676,93	53,54	80,31	45,78	267,69	447,32	3.124,25	37.490,99	2.362,00	39.852,99	
5	Personal de Limpieza	0	2.362,00	30	8	2362,00	0	0,00	0,00	0,00	4,00	314,93	2.676,93	53,54	80,31	45,78	267,69	447,32	3.124,25	37.490,99	2.362,00	39.852,99	
			12.794,00	150,00	40,00	12.794,00	-	-	-	-	20,00	1.705,87	14.499,87	290,00	435,00	247,95	1.449,99	2.422,93	16.922,79	203.073,53	12.794,00	215.867,53	

Fuente: Elaboración propia

La planilla de sueldos debe de tener todo lo necesario para que sea muy sencillo realizar el cálculo de liquidación de sueldo. Como primer punto deberá disponer de los campos necesarios para introducir todos los datos personales del trabajador, como nombre, apellidos, puesto que desempeña, salario inicial, horas laborales, bonos, número de recibo o fecha de liquidación. Para la implementación de la pastelería con maquinaria moderna en la localidad de Puerto Rico, se necesita al gerente general, maestro pastelero, ayudante pastelero, atención al cliente y al personal de limpieza, Bs. 12.794 es el sueldo básico de todo el personal de la empresa,

Anexo 7 Costo de Mano de obra indirecta

COSTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA AÑO 1								
Personal	Nº de Empleados	Sueldo Mensual/Bs	Bono antigüedad	Total Mensual/Bs	Dominical	Prestaciones 16,71%	Aguinaldos	Sueldo anual/bs
Gerente general	1	3.000,00		3.000,00	400,00	568,14	3.000,00	50.617,68
Atención al cliente	1	2.362,00		2.362,00	314,93	447,32	2.362,00	39.852,99
Personal de limpieza	1	2.362,00		2.362,00	314,93	447,32	2.362,00	39.852,99
Totales	3	7.724,00	0,00	7.724,00	1.029,87	1.462,77	7.724,00	130.323,65

Fuente: Elaboración propia

Costo de mano de obra indirecta Significan que no trabajan directamente con la producción de bienes, sino con el apoyo administrativo a quienes producen los bienes, gerente, Atención al cliente, personal de limpieza sumado todo el sueldo mensual es de Bs. 7.724 y el sueldo anual de Bs. 130.323,65.

Anexo 8 Costo de mano de obra directa

COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA AÑO 1								
Personal	Nº Empleado	Sueldo Mensual/Bs	Bono antigüedad	Total Mensual/Bs	Dominical	Prestaciones 16,71%	Aguinaldos	Sueldo anual/bs
Maestro pastelero	1	2700		3.060,00	360	511,33	2.700,00	45.555,91
Ayudante Pastelero	1	2370		2.686,00	316	448,83	2.370,00	39.987,97
Totales	2	5.070		5.746	676	960	5.070	85.544

Fuente: Elaboración propia

El costo de mano de obra directa, se refiere a los trabajos que transforman la materia prima en productos terminados. Es decir, es el personal encargado en producir bienes terminados, cuya labor se realiza dentro de las empresas se caracterizan por tener relación directa con la producción de los pasteles, el maestro pastelero y el ayudante pastelero, Bs. 5070 es el sueldo mensual de los que están encargados directamente con la producción de los pasteles, y Bs. 85.544 el monto anual.

Anexo 9 Cronograma de las inversiones

CRONOGRAMA DE LAS INVERSIONES							
Detalle	Inversión Total	Instalación	Funcionamiento				
			1	2	3	4	5
Activo Fijo	179.213,85	179.213,85					
Terrenos	30.000,00	30.000,00	30.000,00				
Construcciones	60.000,00	60.000,00	18.000,00				
Vehículos	18.000,00	18.000,00	5.400,00				
Equipos	54.457,65	54.457,65	54.457,65				
Muebles y Enseres	13.450,20	13.450,20	13.450,20				
Equipos de computación	3.306,00	3.306,00	3.306,00				
Activo Diferido	5.203,00	5.203,00	5.203,00				
Gastos de Constitución	3.328,00	3.328,00	3.328,00				
Gastos de Organización	1.875,00	1.875,00	1.875,00				
Capital de Operación	(34.120,96)	(34.120,96)	(34.120,96)				
Totales	150.295,89		100.898,89	-	-	-	-

Fuente: Elaboración propia

El Cronograma de Inversiones se elabora para identificar el periodo en que se ejecuta parte o toda la Inversión, la tabla del Cronograma de inversiones se inicia desde aquel momento que el Proyecto entra en operación y termina al finalizar la vida útil del mismo. Debido a qué para la puesta en marcha del proyecto, es necesario adquirir todos los activos en primer año, el desembolso total se hará en el mismo. Esto debido a que cada uno de ellos es indispensable para el funcionamiento de la empresa.

Anexo 10 Amortización d la deuda

AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA				
Periodo	Cuota	Interés	Amortización	Saldo de Capital
0				70.978,56
1	17.311,01	4.968,50	12.342,51	58.636,05
2	17.311,01	4.104,52	13.206,49	45.429,56
3	17.311,01	3.180,07	14.130,94	31.298,62
4	17.311,01	2.190,90	15.120,11	16.178,51
5	17.311,01	1.132,50	16.178,51	-

AMORTIZACIÓN DEL ACTIVO DIFERIDO						
Activo Diferido	Valor	Funcionamiento				
		1	2	3	4	5
Gastos Legales	3.328,00	665,6	665,6	665,6	665,6	665,6
Gastos de Organización	1.875,00	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00
TOTAL	5.203,00	1.040,60	1.040,60	1.040,60	1.040,60	1.040,60

Para la amortización de la deuda, se calcula el porcentaje del crédito que se va a acceder, y se toma en cuenta en cuotas anuales para poder cancelar el mismo, el proyecto está pensado para los próximos 5 años por lo que la deuda se debe pagar dentro de estos 5 años, la cuota que se debe pagar al año es de Bs. 17.311