



1859



Universidad
Nacional
de Loja

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA Y EN LÍNEA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Título:

***“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
PASTELERÍA EN EL CANTÓN CENTINELA DEL CÓNDOR, PROVINCIA DE ZAMORA
CHINCHIPE”***

**Trabajo de Titulación Curricular,
previo a la obtención del título de
Licenciada En Administración De
Empresas.**

AUTORA:

Angela Nataly Álvarez Jiménez

DIRECTOR:

Econ. Rodrigo Camilo Torres Maldonado

LOJA – ECUADOR

2024



unl

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

I. Certificación



unl

Universidad
Nacional
de Loja

Sistema de Información Académico
Administrativo y Financiero - SIAAF

CERTIFICADO DE CULMINACIÓN Y APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, **TORRES MALDONADO RODRIGO CAMILO**, director del Trabajo de Integración Curricular denominado **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PASTELERÍA EN EL CANTÓN CENTINELA DEL CÓNDOR, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE"**, perteneciente al estudiante **ANGELA NATALY ALVAREZ JIMENEZ**, con cédula de identidad N° **1950010858**.

Certifico:

Que luego de haber dirigido el **Trabajo de Integración Curricular**, habiendo realizado una revisión exhaustiva para prevenir y eliminar cualquier forma de plagio, garantizando la debida honestidad académica, se encuentra concluido, aprobado y está en condiciones para ser presentado ante las instancias correspondientes.

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, el/la señor/a docente de la asignatura de **Integración Curricular**, proceda al registro del mismo en el Sistema de Gestión Académico como parte de los requisitos de acreditación de la Unidad de Integración Curricular del mencionado estudiante.

Loja, 8 de Agosto de 2024



firmado electrónicamente por:
**RODRIGO CAMILO
TORRES MALDONADO**

F) -----

**DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR**



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

II. Autoría

Yo, Angela Nataly Álvarez Jiménez, declaro ser autora del presente trabajo de integración curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mí del trabajo de integración curricular o de titulación en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma: _____

Cedula de identidad: 1950010858

Fecha: 13 de noviembre de 2024

Correo electrónico: angela.alvarez@unl.edu.ec

Teléfono: 0982869788



185 **Carta de autorización por parte de la autora, para consulta, reproducción parcial o total y publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Integración Curricular.**

Yo, **Angela Nataly Álvarez Jiménez**, declaro ser autora del Trabajo de Integración Curricular denominado: **“Proyecto de Factibilidad para la Implementación de una Pastelería en el Cantón Centinela Del Cóndor, Provincia De Zamora Chinchipe ”**, como requisito para optar por el título de licenciada en **Administración de empresas**; autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Integración Curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 31 días del mes de julio del dos mil veinticuatro.

Firma: _____

Autora: Angela Nataly Álvarez Jiménez

Cédula: 1950010858

Dirección: Zamora Chinchipe, Centinela del Cóndor, Ecuador.

Correo electrónico: angela.alvarez@unl.edu.ec

Teléfono: 0982869788

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director del Trabajo de Integración Curricular: Econ. Rodrigo Camilo Torres Maldonado



III. Dedicatoria.

Los retos de la vida se encuentran constantemente, y uno de ellos fue haber elegido estudiar. El esfuerzo y la entrega puestos en el presente Trabajo de Titulación va dedicado principalmente a Dios, quien me ha brindado la sabiduría, fortaleza y perseverancia necesaria para lograr culminar mi etapa universitaria.

A mi familia, especialmente a mis padres, a mi padre Juan Álvarez, a mi madre Mercy Jiménez y a mi pequeña hija Yarely, quienes han sido el pilar fundamental en mi vida, apoyándome siempre, dándome ánimos, y sobre todo teniéndome paciencia, los mismos que son mi motivo de inspiración día a día; a mis hermanas y hermanos quienes, en cada momento me apoyaron con sus consejos, me daban la fuerza que necesitaba para seguir adelante. Por quienes busco ser mejor persona, este y cada uno de mis logros se inspira en ustedes.

A mis sobrinitos, que en todo momento siempre me sacaron una sonrisa y formaron parte de este gran logro.

A mi ángel del cielo, Lic. Rosa Pulla que en su momento me supo dar fuerzas y consejos que no me dejaron decaer y perder en el camino, además, fuera de ser una maestra fue una gran amiga.

A mi amiga, Salome Velásquez, que ha estado conmigo en los momentos que más la he necesitado y me han brindado su amistad sin esperar nada a cambio.

Angela Nataly Álvarez Jiménez



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

IV. Agradecimiento.

Mi más profundo y sincero agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, a la Unidad de Estudios a Distancia y en Línea; a la ilustre carrera de Administración de empresas, y sus docentes quienes con empeño y dedicación dentro de las aulas supieron ser guías impartiendo sus conocimientos necesarios para llegar a la culminación de mi carrera y cumplir así una meta tan anhelada. De manera especial quiero expresar mi gratitud a mi director de Tesis, Econ. Rodrigo Camilo Torres Maldonado, que mediante sus conocimientos, respeto y amistad ha sabido guiarme de manera acertada en el desarrollo y culminación del presente trabajo.

Angela Nataly Álvarez Jiménez



TABLA DE CONTENIDO

I.	CERTIFICACIÓN	1
II.	AUTORÍA	2
IV.	AGRADECIMIENTO	5
1.	TÍTULO	12
2.	RESUMEN	13
2.1.	Abstract	15
3.	INTRODUCCIÓN	16
4.	MARCO TEÓRICO	18
4.1.	Marco Referencial.....	18
4.1.1.	Antecedentes.....	18
4.2.	Marco Conceptual.....	26
4.2.1.	Proyectos de inversión	26
4.2.2.	Estudios de prefactibilidad.....	29
4.2.2.1.	Estudio de mercado	29
4.2.2.2.	Estudio Técnico	34
4.2.2.3.	Estudio Administrativo Organizacional	37
4.2.2.4.	Estudio Financiero.....	40
4.2.2.5.	Evaluación financiera	44
5.	METODOLOGÍA	48
5.1.	Metodología	48
5.1.1.	Método	48
5.2.	Técnicas de investigación	50
6.	RESULTADOS.....	55
6.1.	ENCUESTA PARA DETERMINAR LA DEMANDA	55
6.2.	ENCUESTA PARA DETERMINAR LA OFERTA	62
6.	DISCUSIÓN	65
6.2.	ESTUDIO DE MERCADO	65
6.3.	ESTUDIO TÉCNICO	69
6.6.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO	89
	MODELO DE MINUTA	90
	ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	101
6.7.	ESTUDIO FINANCIERO	111
6.7.1.	ACTIVOS FIJOS	111
6.7.1.1.1.	ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO	117
6.7.1.1.2.	COSTO PRIMO	117
	Mano de obra directa	118
6.7.1.1.3.	COSTOS INDIRECTOS POR FABRICACIÓN	119
6.7.1.1.4.	GASTOS ADMINISTRATIVOS	120
6.7.1.1.5.	GASTOS DE VENTAS	122
6.7.1.1.6.	INVERSIONES.....	124
6.7.1.1.7.	FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN	126
	PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS.....	127
	PRESUPUESTO DE COSTOS	127
6.7.1.1.8.	INGRESOS TOTALES	129
6.7.1.1.9.	COSTOS FIJOS Y VARIABLES	131
6.8.	PUNTO DE EQUILIBRIO	134
6.8.1.	FLUJO DE CAJA	138
6.8.1.1.	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	140

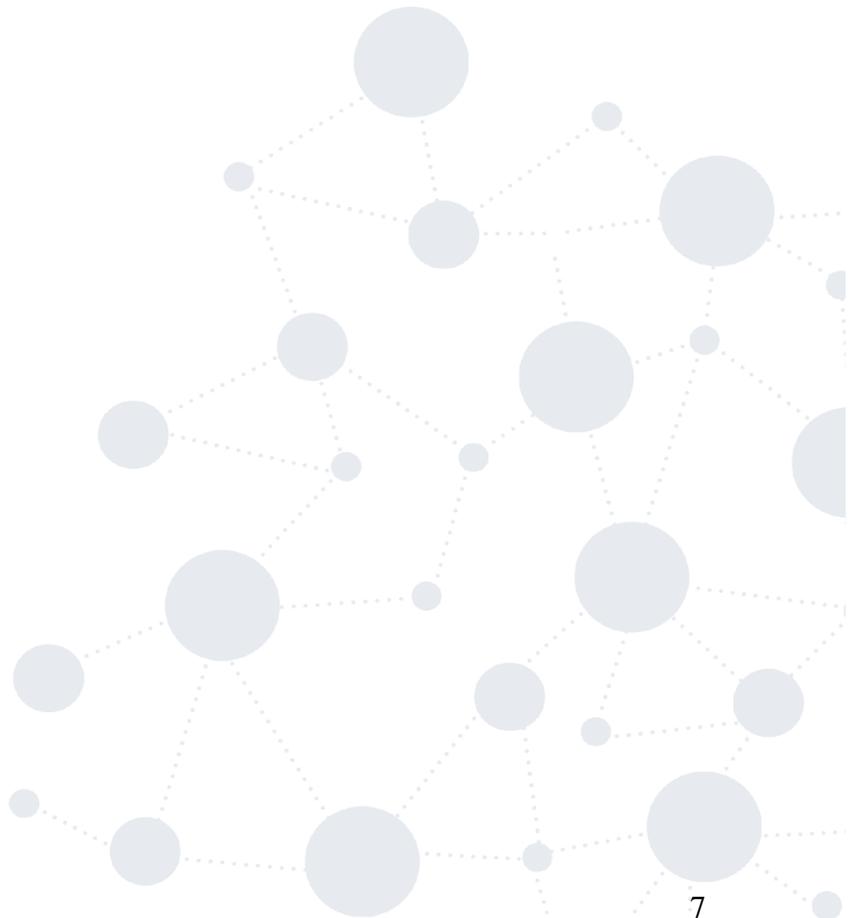


UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

1859	VALOR ACTUAL NETO.....	140
6.8.1.1.2.	PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL	143
6.8.1.1.3.	RELACIÓN BENEFICIO/COSTO.....	144
6.8.1.1.4.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	145
7.	CONCLUSIONES	150
8.	RECOMENDACIÓN	151
9.	BIBLIOGRAFÍA	153
10.	ANEXOS	162





ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1.	DISTRIBUCIÓN MUESTRAL POR PARROQUIAS DEL CANTÓN CENTINELA DE CÓNDOR..	54
TABLA 2.	CONSUMO DE PRODUCTOS DE PASTERERÍA COMO ALIMENTACIÓN	55
TABLA 3.	CONSUMO FAMILIAR DE PASTEL.....	56
TABLA 4.	EN QUÉ OCASIONES USUALMENTE COMPRA PRODUCTOS DE PASTERERÍA	56
TABLA 5.	CUÁNTOS PASTELES COMPRA Ud. MENSUALMENTE	57
TABLA 6.	DETERMINACIÓN CONSUMO PER CÁPITA	58
TABLA 7.	CUÁNTO PAGA USUALMENTE POR UN PASTEL	59
TABLA 8.	QUÉ SE CONSIDERA IMPORTANTE CUANDO VAS A UNA PASTERERÍA.....	60
TABLA 9.	QUÉ ASPECTO ES MÁS IMPORTANTE CUANDO COMPRAS UN PRODUCTO.....	60
TABLA 10.	RECIBE ALGUNA PROMOCIÓN POR LA COMPRA DE PASTELES	61
TABLA 11.	EN CASO DE IMPLEMENTAR UNA PASTERERÍA EN EL CANTÓN CENTINELA DEL CÓNDOR USTED ADQUIRIRÍA NUESTROS PRODUCTOS.	61
TABLA 12.	VENDE USTED PRODUCTOS DE PASTERERÍA.....	62
TABLA 13.	QUÉ CANTIDAD DE PRODUCTOS DE PASTERERÍA VENDE SEMANALMENTE.	63
TABLA 14.	QUE PROMOCIONES Ud. APLICA A SUS CLIENTES POR LA COMPRA DE PRODUCTOS DE PASTERERÍA.	63
TABLA 15.	QUÉ TIPO DE PRODUCTO ADEMÁS DE PASTELES OFRECE Ud.....	64
TABLA 16.	EN CASO DE IMPLEMENTAR UNA PASTERERÍA EN EL CANTÓN CENTINELA DEL CÓNDOR USTED ADQUIRIRÍA NUESTROS PRODUCTOS PARA VENDERLOS EN SU PANADERÍA.	64
TABLA 17.	DEMANDA POTENCIAL.....	65
TABLA 18.	DEMANDA REAL	65
TABLA 19.	DEMANDA REAL EN PRODUCTOS	66
TABLA 20.	DEMANDA EFECTIVA.....	66
TABLA 21.	DETERMINACIÓN DEL PROMEDIO DE VENTA SEMANAL DE PRODUCTOS DE PASTERERÍA	67
TABLA 24.	CAPACIDAD UTILIZADA.....	71
TABLA 25.	MAQUINARIA DE COCINA	111
TABLA 26.	EQUIPOS DE COCINA.....	112
TABLA 27.	UTENSILIOS DE PRODUCCIÓN	112
TABLA 28.	MUEBLES Y ENSERES	113
TABLA 29.	EQUIPOS DE OFICINA	113
TABLA 30.	MATERIALES DE OFICINA	114
TABLA 31.	MATERIALES DE ALMACENAMIENTO.....	114
TABLA 32.	MOBILIARIO Y EQUIPAMIENTO PARA EL ÁREA DE CLIENTES	114
TABLA 33.	EQUIPOS DE SEGURIDAD.....	115
TABLA 34.	DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	116
TABLA 35.	RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS	116
TABLA 36.	ACTIVOS DIFERIDOS	117
TABLA 37.	RESUMEN DEL ACTIVO DIFERIDO.....	117
TABLA 38.	MATERIA PRIMA DIRECTA	118
TABLA 39.	MANO DE OBRA DIRECTA	119
TABLA 40.	MATERIA PRIMA INDIRECTA.....	119
TABLA 41.	MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO.....	120
TABLA 42.	SUELDOS ADMINISTRATIVOS.....	120

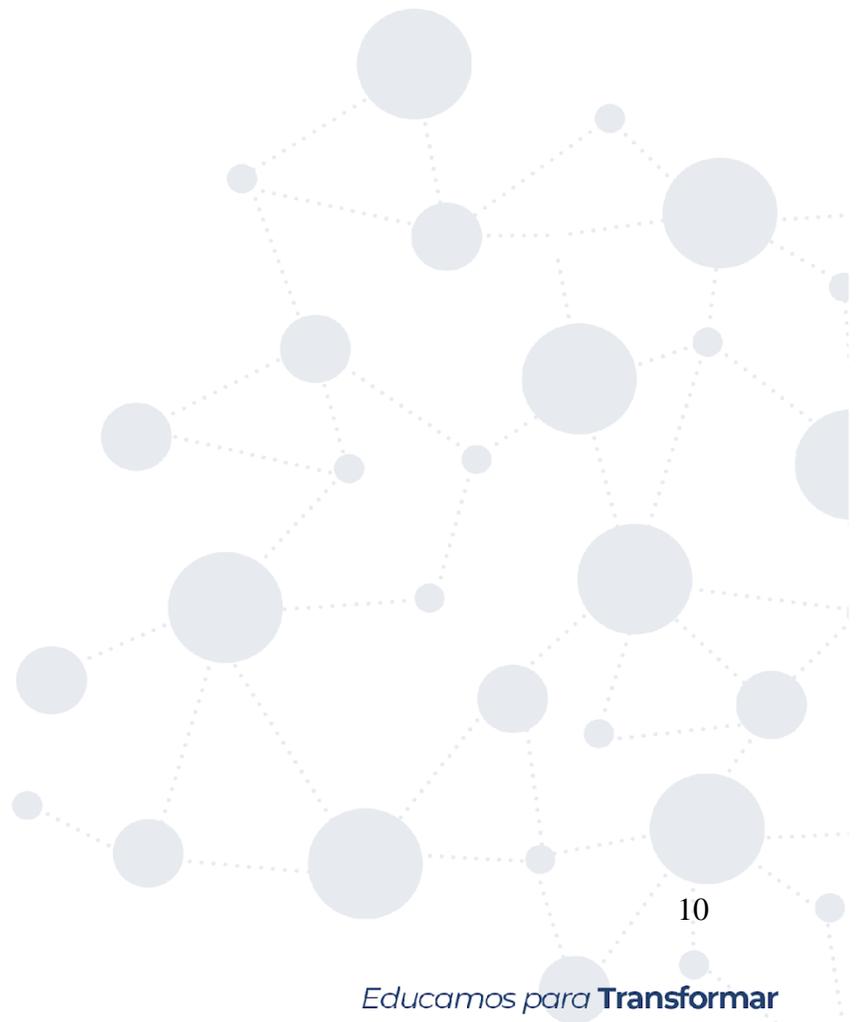


TABLA 43.	SERVICIOS BÁSICOS.....	121
TABLA 44.	MATERIALES DE OFICINA	121
TABLA 45.	MATERIALES DE LIMPIEZA	122
TABLA 46.	ARRIENDO.....	122
TABLA 47.	SUELDOS DE VENTAS.....	123
TABLA 48.	RESUMEN DE ACTIVO CIRCULANTE PARA EL PRIMER MES	124
TABLA 49.	INVERSIONES TOTALES.....	125
TABLA 50.	FINANCIAMIENTO.....	126
TABLA 51.	TABLA DE AMORTIZACIÓN.....	127
TABLA 52.	PRESUPUESTOS DE COSTOS Y GASTOS	127
TABLA 53.	COSTO UNITARIO	129
TABLA 54.	PRECIO UNITARIO DEL PRODUCTO SIN INCLUIR EL MARGEN DE UTILIDAD BRUTA.	129
TABLA 55.	COSTO UNITARIO DEL PRODUCTO.....	130
TABLA 56.	PRECIO DE VENTA	130
TABLA 57.	INGRESO POR VENTA	130
TABLA 58.	COSTOS FIJOS Y VARIABLES	132
TABLA 59.	REFORMA TRIBUTARIA 2022.....	133
TABLA 60.	ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	134
TABLA 61.	PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL AÑO 1	135
TABLA 63.	FLUJO DE CAJA.....	139
TABLA 64.	VALOR ACTUAL NETO	141
TABLA 65.	TASA INTERNA DE RETORNO	142
TABLA 66.	PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL	143
TABLA 67.	RELACIÓN BENEFICIO/COSTO	144
TABLA 68.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 2,54% EN LOS COSTOS	146
TABLA 69.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 2,18% EN LOS INGRESOS .	148



ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRAFICO 1.	PANGUINTZA - CANTÓN CENTINELA DEL CÓNDOR – MACRO LOCALIZACIÓN .	73
GRAFICO 2.	PANGUINTZA - CANTÓN CENTINELA DEL CÓNDOR – MICRO LOCALIZACIÓN ..	74
.....		74
GRAFICO 3.	DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	75
GRAFICO 4.	FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	83
GRAFICO 5.	DIAGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE PASTELERÍA	84
GRAFICO 6.	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL “LA RECETA DE DON JUAN CIA. LTDA.”... 	103
GRAFICO 7.	ORGANIGRAMA FUNCIONAL “LA RECETA DE DON JUAN CIA. LTDA.”	104
GRAFICO 8.	PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL AÑO 1	135
GRAFICO 9.	PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL AÑO 5	137





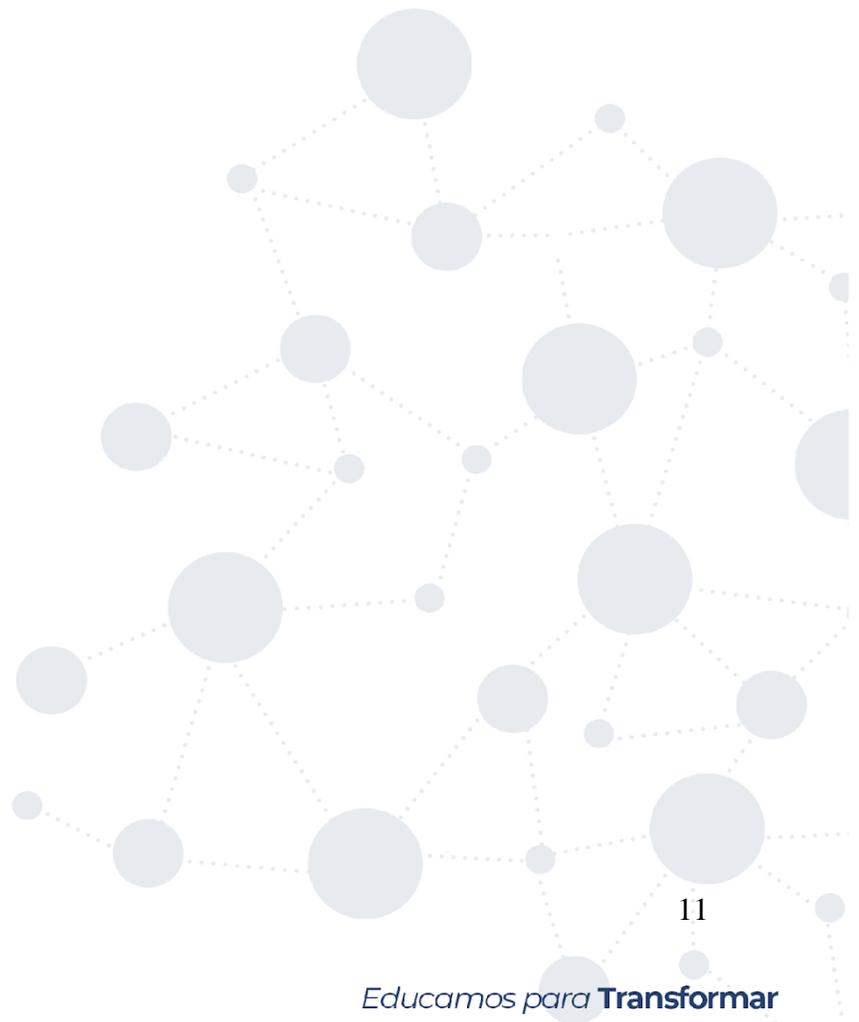
UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1.	ENCUESTA PARA DETERMINAR LA DEMANDA.....	162
ANEXO 2.	ENCUESTA PARA DETERMINAR LA OFERTA.....	166
ANEXO 3.	CERTIFICADO DE TRADUCCIÓN DE INGLÉS.	170





UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

1. TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PASTELERÍA
EN EL CANTÓN CENTINELA DEL CÓNDOR, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”



2. RESUMEN

El presente trabajo de investigación se realizó en el Cantón Centinela del Cóndor, de la provincia de Zamora Chinchipe teniendo como objetivo determinar la factibilidad para la implementación de una pastelería.

Dentro de los objetivos se planteó realizar el estudio de mercado para conocer la demanda actual, la oferta y la demanda insatisfecha, diseñar la estructura técnica y administrativa, que se necesitan para poner en marcha el proyecto, además, determinar la macro y micro localización, y por último realizar un estudio financiero y económico para establecer la inversión del proyecto y poder determinar la factibilidad o no del proyecto objeto de estudio.

Lo que corresponde a los métodos empleados en la investigación se tomó en cuenta el método inductivo para lograr interpretar la información recolectada; método descriptivo se proporciona cada uno de los detalles de la creación de la pastelería; y por medio del método analítico se detalla los datos recolectados. Además, se utilizaron técnicas de observación, entrevistas y encuestas.

Finalmente se realizó la evaluación del proyecto para establecer la conveniencia del proyecto y de su ejecución para cual se analizó los siguientes indicadores como el Evaluación Financiera, el presente proyecto tiene los siguientes indicadores: Valor Actual Neto de \$138943; Tasa Interna de Retorno de 68.76%; Relación Beneficio Costo es de \$2.39 por cada dólar invertido la empresa gana 1.39 centavos de dólar; Periodo de Recuperación de Capital es de menos de 1 año, 5 meses y 4 días; Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos del 2.54% dando un total del 44,57% y el análisis de sensibilidad en la disminución en los ingresos del 2.18% dando un total del 44.12%, por lo cual el proyecto es factible, cuyas



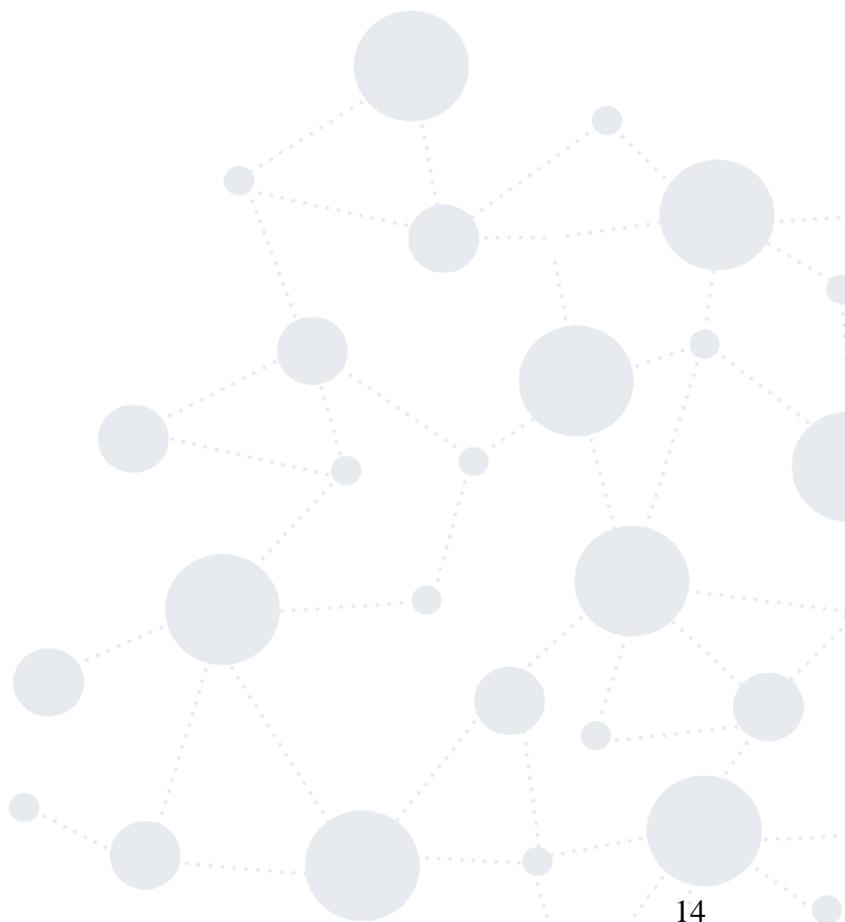
UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

¹⁸⁵⁹ conclusiones y recomendaciones así lo determinan, adjuntando la bibliografía consultada con sus respectivos anexos.

Palabras claves: Pan, elaboración, factibilidad, inversión, creación.





2.1. Abstract

This research work was carried out in the Canton Centinela del Cóndor, in the province of Zamora Chinchipe, with the objective of determining the feasibility of implementing a bakery.

Among the objectives, it was proposed to carry out a market study to know the current demand, supply and unsatisfied demand, design the technical and administrative structure, which are needed to start the project, in addition, determine the macro and micro location, and finally carry out a financial and economic study to establish the investment of the project and to determine the feasibility or not of the project under study.

Regarding the methods used in the research, the inductive method was taken into account to interpret the information collected; The descriptive method provides each of the details of the creation of the bakery; and through the analytical method, the data collected are detailed. In addition, observation techniques, interviews and surveys were used. Finally, the evaluation of the project was carried out to establish the convenience of the project and its execution for which the following indicators were analyzed as the Financial Evaluation, the present project has the following indicators: Net Present Value of \$ 138,943; Internal Rate of Return of 68.76%; Benefit Cost Ratio is \$2.39 for every dollar invested the company earns 1.39 cents of a dollar; Capital Recovery Period is less than 1 year, 5 months and 4 days; Sensitivity Analysis indicates that the project supports an increase in costs of 2.54% giving a total of 44.57% and the sensitivity analysis in the decrease in income of 2.18% giving a total of 44.12%, for which the project is feasible, whose conclusions and recommendations so determine, attaching the consulted bibliography with their respective annexes.

Keywords: Bread, preparation, feasibility, investment, creation.



3. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el mercado de la pastelería está experimentando un auge significativo, impulsado por una creciente demanda de productos de pastelería, artesanales, personalizados y de alta calidad. Esta tendencia se refleja en el creciente interés de los consumidores por experiencias culinarias únicas y la preferencia por productos que no solo satisfagan sus necesidades gustativas, sino que también ofrezcan un valor agregado en términos de presentación y creatividad.

La pastelería, como campo de especialización dentro de la gastronomía, ha evolucionado más allá de la simple elaboración de productos de repostería. Hoy en día, los consumidores buscan no solo un sabor excepcional, sino también innovaciones en el diseño, la calidad de los ingredientes y la experiencia de compra. En este contexto, el establecimiento de una pastelería que combina tradición y modernidad puede ofrecer una propuesta de valor diferenciada en el mercado.

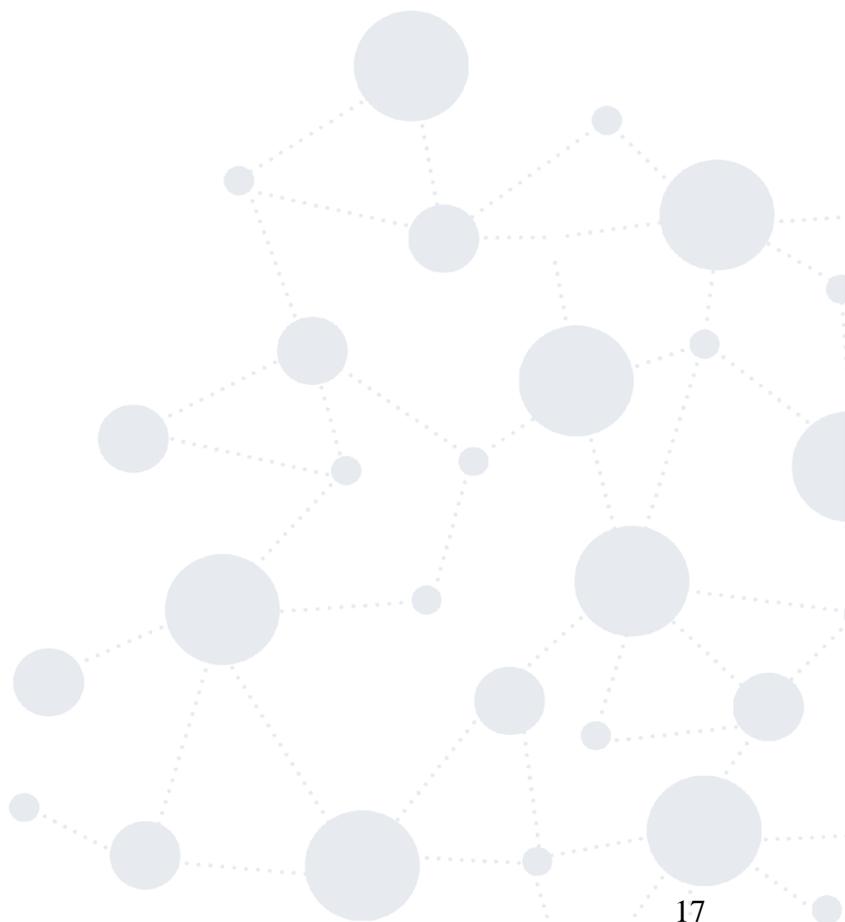
El presente proyecto de investigación está encaminado en analizar la factibilidad para la implementación de una pastelería en el Cantón Centinela del Cóndor, provincia de Zamora Chinchipe, el mismo que se proyecta en satisfacer la demanda de los consumidores de las parroquias del cantón antes mencionado.

En el marco de la investigación sobre la viabilidad del proyecto, se llevaron a cabo diversos estudios. Entre ellos, el análisis de mercado tuvo como objetivo identificar los gustos y preferencias de los consumidores, así como evaluar factores externos y la competencia. El estudio técnico permitió determinar la ubicación y distribución de la empresa, así como los equipos, materiales y procesos necesarios para la producción. Por otro lado, el estudio financiero permitió conocer los costos, gastos e ingresos asociados a los productos, procesos y fuerza laboral de la empresa, así como las proyecciones de ventas y producción, y evaluar los aspectos de utilidad y rentabilidad de la pastelería.



La metodología empleada en la investigación del proyecto es de tipo cuantitativo, ya que se busca determinar la viabilidad del proyecto a través de análisis estadísticos. Se utilizó un enfoque descriptivo que facilitó la comprensión de las necesidades, deseos y preferencias de la población implicada en el estudio, la cual estuvo constituida por los residentes del cantón Centinela del Cóndor, con una muestra de 334 encuestados para determinar la demanda y 6 encuestados para determinar la oferta.

Gracias a la técnica de recolección de datos mediante encuestas, se logró identificar la aceptación de los productos ofrecidos y prever la respuesta positiva que se espera en el mercado.





4. MARCO TEÓRICO

4.1. Marco Referencial

4.1.1. Antecedentes

4.1.1.1. *La pastelería.*

Conjunto de preparaciones dulces o saladas que precisan de la presencia de una pasta como soporte o como envoltorio, y por lo general cocidas al horno. La pastelería también designa el establecimiento en el que se elaboran y se venden estos productos. El papel del pastelero cobra protagonismo sobre todo en el terreno de los postres y de las elaboraciones dulces: bizcochos, postres calientes, fríos o helados, pasteles grandes o pequeños, petits-fours, piezas montadas, etc. Otras elaboraciones (bouchées, panequets, patés en croûte, quiches, empanadillas, tortas, volovanes, etc.) son más bien patrimonio del cocinero, pues la técnica es profesionalmente diferente. La pastelería está muy vinculada a la heladería, a la confitería y a la chocolatería, y precisa del recurso a las cremas y salsas dulces. (DIAZ, 2021)

4.1.1.1.1. *Historia de la pastelería.*

Origen de la pastelería en la edad antigua.

Los primeros antecedentes de la repostería se remontan hace más de 7 mil años en el antiguo Egipto y Mesopotamia. Si nos basamos en su etimología, la palabra pastel deriva de pastelería, que a su vez proviene del vocablo griego pasté, que es como se designaba a la mezcla de harinas con salsas. Los ingredientes típicos de repostería usados en la Edad Antigua eran frutos secos, fermentos y miel, que abundaban en la península itálica durante esa época. (Raz, 2023)



Durante la época de Jesucristo.

Justo en la edad media la repostería comenzó a tener una estrecha relación con la religión. Los conventos y monasterios fueron quienes más contribuyeron al desarrollo de la repostería, puesto que idearon métodos para la conservación de los alimentos. Posteriormente, tras el surgimiento de las cruzadas, los europeos tendrían contacto con otro tipo de culturas y productos como el azúcar y diversas pastas, como por ejemplo el hojaldre. (Raz, 2023)

Las primeras pastelerías.

En el siglo XIX, la confitería y pastelería en Europa experimentaron un auge significativo, similar al de hoy en día. Los pasteleros se vincularon con la iglesia, produciendo obleas para los monjes, y la pastelería se asociaba a las fiestas religiosas. Actualmente, la pastelería es una parte importante del consumo diario, aún ligada a la alegría y celebración. (Lucas, 2016)

La historia de la pastelería se remonta a 1566, bajo el reinado de Carlos IX, cuando se estableció la corporación de pasteleros que regulaba el aprendizaje y la maestría. En el siglo XVII, el descubrimiento de la levadura enriqueció la bollería, especializando los sectores panadero y pastelero. En el siglo XVIII, en Francia, se desarrollaron las masas de hojaldre y una línea de bollería. (Lucas, 2016)

A principios del siglo XIX, los pasteleros contaban con un amplio repertorio de especialidades, destacando la obra "El Pastelero Real" de Antonin Careme. (Lucas, 2016)



En la actualidad, la pastelería es un oficio en el que se enseñan técnicas modernas para la creación de pasteles, masas, platos y postres dulces. Los pasteleros generalmente se esmeran en incorporar ingredientes, herramientas o recetas sofisticadas, elevando su trabajo al nivel de una rama artística. (Parodi, 2021)

Según la periodista (López, 2024) *“La repostería, un arte culinario arraigado en la tradición y la creatividad, se encuentra en constante evolución, adaptándose a los cambios de gustos, preferencias y avances tecnológicos de nuestra sociedad contemporánea”*.

En la actualidad, la repostería no sólo busca deleitar el paladar con sabores exquisitos, sino también sorprender visualmente con presentaciones innovadoras y creativas. Las tendencias en repostería son un reflejo de estas evoluciones, donde chefs y aficionados experimentan con nuevos ingredientes, técnicas y diseños para llevar la experiencia dulce a niveles nunca antes imaginados. Desde la incorporación de ingredientes inusuales, hasta la aplicación de técnicas de vanguardia, las tendencias en repostería ofrecen un panorama fascinante y dinámico que invita a explorar, crear y disfrutar de nuevas experiencias gastronómicas. (López, 2024)

4.1.1.1.3. Tipos de pastelería

Según (MASTERSHOSTELERIA, 2023) los pasteles se clasifican de diversas maneras según diferentes criterios.

¿Cómo se dividen los tipos de pasteles?

La pastelería se divide en varias categorías según los tipos de pasteles y técnicas utilizadas:



- Pastelería Clásica: Esta categoría incluye los productos tradicionales de la pastelería, como pasteles de boda, tartas de cumpleaños. Aquí es donde encontrarás las creaciones más elaboradas y decorativas.
- Pastelería de Autor: En esta división, los chefs pasteleros elaboran creaciones únicas y artísticas. Cada pastel es una obra maestra en sí misma y se utiliza como expresión de la creatividad del chef.
- Pastelería Saludable: Con la creciente conciencia de la salud, la pastelería también se ha adaptado. En esta categoría, encontrarás opciones más saludables, con ingredientes integrales, sin azúcares añadidos o alternativas sin gluten.
- Pastelería Internacional: Cada cultura tiene su propia tradición de postres. En esta división, se exploran las delicias de todo el mundo, desde el baklava de Medio Oriente hasta el tiramisú italiano.

Sabor o ingrediente principal

- Pasteles de chocolate: Hechos con chocolate, cocoa o cacao en polvo como ingrediente principal.
- Pasteles de frutas: Elaborados con frutas frescas, frutas enlatadas o mermeladas de fruta.
- Pasteles de nueces o frutos secos: Contienen nueces, almendras, avellanas u otros frutos secos en su preparación.
- Pasteles de queso: Hechos principalmente con queso crema y suelen tener un sabor suave y cremoso.



- Pasteles de crema: Tienen una base de crema pastelera, crema chantilly o crema de mantequilla como ingrediente principal.
- Pasteles de zanahoria: Contienen zanahorias ralladas y especias como canela y nuez moscada.
- Presentación o decoración
- Pasteles decorados: Pueden ser pasteles de cualquier sabor, pero se destacan por su decoración elaborada, a menudo utilizados en ocasiones especiales.
- Pasteles simples: Son pasteles sin decoración elaborada, a menudo ideales para el consumo diario.
- Pasteles en capas: Tienen múltiples capas de bizcocho o relleno, creando una apariencia atractiva.

Tipos de pasteles según su ocasión

- Pasteles de cumpleaños: Diseñados para celebrar cumpleaños, a menudo decorados con mensajes y velas.
- Pasteles de bodas: Elaborados para bodas, generalmente grandes, decorativos y a menudo de varios pisos.
- Pasteles de aniversario: Para conmemorar aniversarios de bodas u otras ocasiones especiales.
- Pasteles de baby shower: Decorados para celebrar el próximo nacimiento de un bebé.
- Pasteles de bautizo o comunión: Preparados para eventos religiosos como bautizos o comuniones.



Forma o estructura

- Pasteles de una sola capa: Pasteles simples con una única capa de bizcocho y relleno.
- Pasteles de múltiples capas: Tienen varias capas de bizcocho intercaladas con rellenos.
- Pasteles en forma de cupcake: Pequeños pasteles individuales en forma de magdalenas.
- Pasteles en forma de tarta: Pasteles redondos o cuadrados con una estructura de tarta tradicional.

Según su método de cocción

- Pasteles horneados: Se cocinan en el horno y pueden incluir una variedad de ingredientes y sabores.
- Pasteles de nevera o refrigerados: No requieren cocción y se enfrían en la nevera, como el pastel de queso.

4.1.1.1.4. *Proceso de producción de la pastelería*

Operaciones en la pastelería

Desde el punto de vista de (Molés & Chahuan, 2013) los procesos básicos en pastelería se conforman de la siguiente manera:

- **El batido:** El batido es una de las operaciones más complicadas porque de ella dependerá la esponjosidad, ligereza y volumen de algunas materias primas y preparaciones. Se puede



realizar a mano, con un batidor, o bien a máquina. Generalmente se batan los huevos, la nata, la mantequilla, la trufa, etc.

- **El mezclado:** El mezclado es una técnica que consiste en integrar dos o más materias primas o elaboraciones sin darles cuerpo ni volumen. Se realiza con espátula de goma flexible, aunque en algunos casos se utiliza un batidor. También se puede trabajar en la batidora con la pala.
- **El amasado:** La función del amasado es trabajar materias sólidas con otras líquidas con el fin de obtener una masa lisa y homogénea. Se puede realizar a mano o a máquina, con la amasadora o en la batidora con el gancho.
- **El tamizado de las materias primas:** El tamizado es muy importante para obtener un resultado adecuado en algunas elaboraciones. Sirve para:
 - Eliminar algunas impurezas que puedan tener las materias primas.
 - Airear los polvos para poder unirlos e integrarlos con más facilidad a otras materias primas.
 - Regular el tamaño de un fruto seco molido.

Los pesos y las medidas.

En la pastelería es muy importante la precisión en cada uno de los pesos y medidas que aparecen en las recetas. Si nos equivocamos en alguna cantidad de materia prima, el resultado del producto puede ser muy diferente al esperado o, incluso, puede que nos veamos obligados a desechar la elaboración y comenzar de nuevo, no sin antes comprobar que los pesos y medidas los tenemos bien anotados y los realizamos correctamente.



La preparación de los moldes

El engrasado de los moldes deberá hacerse usando un pincel limpio y seco, de manera uniforme, y dejando una fina película de grasa sobre la superficie interna del molde, empezando por la base para acabar por los laterales.

La cocción

La cocción consiste en exponer un alimento bajo la acción del calor para transformar sus características físico-químicas y organolépticas como son: color, olor, sabor, textura y volumen, haciéndolo más apetitoso y digestivo.

- *Los tipos de cocción son los siguientes:*
 - Conducción
 - Convección
 - Radiación
- *Existen diversos sistemas de cocción en pastelería:*
 - En el horno
 - A fuego directo
 - Al baño María
 - Cocción al vacío



4.2. Marco Conceptual

4.2.1. Proyectos de inversión

Según (Nirian, 2020) señala que “Los proyectos de inversión son aquellos que requieren recursos para su ejecución y que son evaluados financieramente para ver su factibilidad económica, contrastados con la viabilidad técnica, ambiental, social y jurídica”.

4.2.1.1. *Proyectos*

Un proyecto es un conjunto ordenado de actividades con el fin de satisfacer ciertas necesidades o resolver problemas específicos. Un proyecto es un plan de trabajo. Por ejemplo, si pienso en crear un centro de formación para jóvenes, recién tengo una idea que debo trabajar. (Baby, 2015)

4.2.1.1.1. *Tipos de proyectos*

De acuerdo con (Moya, 2023) es importante entender los diferentes tipos de proyectos porque nos permite tener una visión más amplia y profunda de como aborda cada uno de ellos.

- *Proyectos de inversión*
- *Proyectos de producción*
- *Proyectos de lanzamiento de productos*
- *Proyectos de marketing*
- *Proyectos tecnológicos*
- *Proyectos sociales*
- *Proyectos de expansión*



- *Proyectos de mejoramiento de procesos*
- *Proyectos de desarrollo de software*
- *Proyectos de gestión de cambio*
- *Proyectos de construcción*
- *Proyectos de investigación*

4.2.1.1.2. Estructura de un proyecto de factibilidad

Según (Velázquez, 2019) Estos son los pasos que se deben seguir para realizar un estudio de factibilidad:

- Análisis preliminar

Comienza por esbozar tu proyecto. Deberás centrarte en una necesidad no atendida, un mercado en el que la demanda sea mayor que la oferta y si el producto o servicio tiene una ventaja clara.

- Proyección de los resultados

Comienza con lo que esperas que sean los ingresos del proyecto y, a continuación, qué financiación del proyecto se necesita para alcanzar ese objetivo. Esta es la base de una cuenta de resultados. Aquí hay que tener en cuenta qué servicios se necesitan y cuánto costarán, cualquier ajuste de los ingresos, como los reembolsos, etc.

- Investigación de mercado



Los resultados te darán una imagen más clara de los ingresos y el rendimiento de la inversión que puedes esperar de forma realista. Algunas cosas a tener en cuenta son la influencia geográfica en el mercado, la demografía, el análisis de los competidores, el valor del mercado y cuál será tu cuota y si el mercado está abierto a la expansión (es decir, la respuesta a tu oferta).

- **Organización y las operaciones del negocio**

Una vez sentadas las bases de los pasos anteriores, es el momento de establecer la organización y las operaciones del proyecto previsto para cumplir con sus factores de viabilidad técnica, operativa, económica y legal. No se trata de un esfuerzo superficial y a grandes rasgos. Debe ser exhaustivo e incluir los costos, las inversiones fijas y los costes de funcionamiento.

- **Balance del día de apertura**

Esto incluye una estimación de los activos y pasivos, que debe ser lo más precisa posible. Para ello, elabora una lista que incluya los elementos, las fuentes, los costes y la financiación disponible.

- **Revisión y análisis de los datos**

Todos estos pasos son importantes, pero la revisión y el análisis son especialmente importantes para asegurarse de que todo está como debe estar y que nada requiere cambios o ajustes. Así que tómate un momento para revisar tu trabajo por última vez.

- **Tomar una decisión**



Ahora estás a punto de tomar una decisión sobre si el proyecto es viable o no. Parece sencillo, pero todos los pasos anteriores conducen a este momento de decisión. Un par de cosas más que hay que tener en cuenta antes de tomar esa decisión es si el compromiso merece el tiempo, el esfuerzo y el dinero, y si está alineado con los objetivos estratégicos y las aspiraciones a largo plazo.

4.2.2. Estudios de prefactibilidad

4.2.2.1. Estudio de mercado

“Estudio de mercado” se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de comercialización” (Urbina, 2019)

Mercado

“Área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados”. (Urbina, 2019)

4.2.2.1.1. *Análisis de la Demanda*

El análisis de la demanda es el proceso de entender la demanda de los consumidores hacia un producto o servicio en un mercado objetivo. Las técnicas de análisis se utilizan para abrir camino a un mercado exitosamente y generar los resultados esperados. (Torres, 2024)



4.2.2.1.2. *Comportamiento de la Demanda*

De acuerdo con (Monchón & Becker, 2014) se demanda a las cantidades de un bien que los consumidores deseen y puedan comprar las denominamos demanda de dicho bien. Demandar significa estar dispuesto a comprar, mientras que comprar es efectuar realmente la adquisición. La demanda refleja una intención, y la compra constituye una acción. La cantidad demandada es la cantidad de un bien que los compradores quieren y pueden comprar.

4.2.2.1.3. *Tipos de la demanda*

A la demanda se la debe considerar desde varios puntos de vista, entre ellos:

- **Demanda Potencial**

La demanda potencial es la máxima demanda posible que se podría dar para uno o varios productos en un mercado determinado. (CN, 2008)

- **Demanda Real**

Se trata de la suma total vendida de un producto o servicio, en un período determinado. Estos valores ayudan al vendedor a determinar qué tan factible es continuar su producción y cuánto material requiere, según el resultado obtenido. (EDUCATION, 2021)

- **Demanda Efectiva**

La demanda efectiva es la cantidad de uno o varios productos que los consumidores pueden y desean adquirir. Esto, a un precio dado en un momento específico. (Westreicher, 2019)



- Demanda Insatisfecha

Si el mercado demanda más de lo que se produce, se da un caso de demanda insatisfecha, por lo que se debería aumentar la producción o bajar la demanda. (Chain, 2023)

4.2.2.1.4. *Análisis de Oferta*

Oferta es la cantidad de bienes o servicios que los productores ponen a disposición del mercado a un precio determinado. El análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio. (Esparza, 2013)

4.2.2.1.4.1. **Comportamiento de la oferta**

La oferta tiene que ver con los términos en los que las empresas producen y venden sus productos. Ofrecer es tener la intención de vender o estar dispuesto a ello, mientras que vender es hacerlo realmente. La cantidad ofrecida de un bien es la que los vendedores quieren y pueden vender. La tabla de oferta muestra las distintas cantidades de un bien que un productor desea ofrecer para cada precio, por unidad de tiempo, permaneciendo los demás factores constantes. (Monchón & Becker, 2014)

4.2.2.1.4.2. **Principales tipos de oferta**

Según (MARTINEZ, 2016) en su análisis de la oferta, señala los siguientes tipos de oferta:



- *Oferta competitiva o de mercado libre.*

En ella, los productores se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que existe tal cantidad de productores del mismo artículo, que la participación en el mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor.

- *Oferta oligopólica (del griego oligos = poco).*

Se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por sólo unos cuantos productores.

- *Oferta monopolica.*

Es en la que existe un solo productor del bien o servicio y, por tal motivo, domina por completo el mercado e impone calidad, precio y cantidad.

4.2.2.1.5. Análisis de comercialización (Herramientas de marketing. Las 4P)

Según (Botey, 2022) Las cuatro P del marketing son: producto, precio, punto de venta y promoción. E. Jerome McCarthy definió el concepto de marketing en 1960. Cuatro variables del marketing mix conocidas como "las 4P del marketing".

- **Producto**

El producto es el elemento principal de cualquier campaña de marketing, y todas las acciones de marketing giran alrededor de este. El producto es un concepto muy amplio, puesto que abarca todo aquello que se coloca en un mercado para su adquisición y que, de alguna forma, puede llegar a satisfacer una necesidad o un deseo del consumidor. Por otro



lado, el producto no tiene por qué ser algo tangible, puesto que también engloba ideas y valores.

- **Precio**

El precio es la cantidad de dinero que el consumidor debe pagar para tener acceso al producto o servicio. Sin embargo, ante la fijación del precio adecuado nos encontramos con uno de los retos más complicados del marketing de producto y de las cuatro P del marketing. De hecho, es innegable que el precio es lo primero en lo que se fija la inmensa mayoría de los consumidores.

- **Punto de venta**

El punto de venta o distribución es el proceso mediante el cual el producto o servicio llega hasta nuestro cliente, que puede ser mayorista o final. Es una cuestión fundamental que va a influir notablemente en nuestro margen de ganancia y en la satisfacción del consumidor.

- **Promoción**

La promoción es la última variable del marketing mix y de las 4 ps del marketing, y en ella se incluyen todos aquellos medios, canales de distribución y técnicas que van a dar a conocer nuestro producto. Con la eclosión del universo online, las posibilidades de realizar una buena promoción son muchas, asequibles para cualquier presupuesto y muy distintas en concepto y filosofía.



1859
4.2.2.2. Estudio Técnico

4.2.2.2.1. Localización

Según (Vazquez, 2014) Los factores de localización son el conjunto de circunstancias que aconsejan un determinado lugar para la instalación de la empresa.

De acuerdo con (Rubio, 2021) la localización tiene como objetivo determinar el lugar donde sea posible establecer un proyecto con los máximos beneficios y mejores costos, para obtener la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto social.

- **Macro Localización**

La macro-localización de un proyecto consiste en decidir la región más ventajosa para ubicar una empresa o negocio; describe la zona geográfica donde se encontrará proyecto. El lugar debe ser elegido por los beneficios que se generan a partir de la conjunción de los factores que participan.

Factores que se deben tomar en cuenta:

- Geográficos
- Sociales
- Económicos
- Institucionales



- **Micro Localización**

Es el estudio que se hace con propósito de seleccionar la comunidad y lugar exacto para elaborar el proyecto, se elige el punto preciso dentro de la macrozona donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio, en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido. Deben tomarse varios aspectos importantes como localización urbana, suburbana o rural para el transporte del personal, disponibilidad de servicios, condicionar las vías urbanas y carreteras, la recolección de basuras y residuos, restricciones locales, tamaño del sitio, forma del sitio, características topográficas, condiciones del suelo, entre otras cuestiones.

4.2.2.2.2. Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto es una propuesta de solución a necesidades detectadas en el ámbito empresarial, social, individual, entre otros. (Moreno, Estudio Técnico. Elemento indispensable en, 2008)

Según (HLCSISTEMAS, 2020) cuando se tiene un proyecto en mente, es necesario definir los recursos que se necesitarán para los planes y tareas que este requerirá. A esta etapa de “definición” se le conoce como ingeniería de proyectos. Debido a lo anterior, la fase de ingeniería de proyecto permite conocer toda la información que se necesita, en términos de maquinaria (u otras unidades físicas), etc. para poder armar, luego, el presupuesto de este, así como el flujo de caja. En esta fase, se tienen en cuenta distintos elementos del proyecto, por ejemplo, los recursos humanos, la maquinaria, el equipo, las instalaciones, etc. Se puede decir que incluso la ingeniería de proyectos puede subdividirse en seis fases más que trataremos a continuación.



Fases de la ingeniería de proyectos

- Ingeniería del proceso
- Alcance
- Documentos necesarios
- Ingeniería básica
- Plano de distribución
- Gestión de ingeniería

Finalmente, es importante decir que la ingeniería del proyecto no puede verse como un proceso aislado de las demás etapas de una obra. Esta requiere intercambiar información constante e interactuar con otras etapas. Es necesario, hacer un estudio de ingeniería de todo proyecto, porque de esa forma se puede determinar la función de producción óptima para el uso de los recursos disponibles.

4.2.2.2.3. Factores de localización

De acuerdo con (Vázquez, 2014) Los factores de localización son el conjunto de circunstancias que aconsejan un determinado lugar para la instalación de la empresa.

- **Capacidad Instalada**

La capacidad instalada se refiere a la disponibilidad de infraestructura necesaria para producir determinados bienes o servicios. Su magnitud es una función directa de la cantidad de producción que puede suministrarse. (CAÑAS, 2013)



- **Capacidad Utilizada**

La cantidad que ocupan los datos en un sistema, una agrupación, una matriz o un disco gestionado después de aplicar técnicas de reducción de datos. (Insights, 2023)

4.2.2.3. Estudio Administrativo Organizacional

El estudio administrativo en un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto. Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte, se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales. Finalmente se muestra el aspecto legal, fiscal, laboral y ecológico que debe tomar en cuenta toda organización para iniciar sus operaciones o bien para reorganizar las actividades ya definidas. (Moreno, Estudio Técnico. Elemento indispensable en, 2008)

4.2.2.3.1. Base legal

Las bases legales son un conjunto de normas y regulaciones que rigen el funcionamiento de un proyecto o empresa. Estas bases son fundamentales para garantizar la legalidad y transparencia de cualquier actividad que se realice dentro del proyecto. (Fernández, 2023)



4.2.2.3.2. Estructura y Niveles Jerárquicos.

Estructura Organizacional

Es el marco formal interno en el que se desenvuelve la organización, de acuerdo con el cual las tareas son divididas, agrupadas, coordinadas y controladas para el logro de objetivos. Muestra la forma en que la administración de la empresa está organizada y unida, y como la autoridad se traslada a través de la organización.

Nivel jerárquico

Nivel en la estructura organizacional en el cual el personal tiene el mismo nivel y autoridad.

Y es que, según la Biblioteca Digital de Seguridad Social, los Niveles Jerárquicos son una decisión de la estructura orgánica administrativa para asignar un grado determinado a las unidades internas que les define el rango o autoridad y responsabilidad, independientemente de la clase de función que se les encomiende realizar.

Los Niveles Jerárquicos más comunes son:

- Directivo.
- Asesor.
- Profesional.
- Técnico.
- Asistencial.



Un autor considera que los organigramas son útiles instrumentos de organización y nos revelan: "La división de funciones, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad y responsabilidad, los canales formales de la comunicación, la naturaleza lineal o asesoramiento del departamento, los jefes de cada grupo de empleados, trabajadores, entre otros; y las relaciones que existen entre los diversos puestos de la empresa en cada departamento o sección de la misma." (Portilla, 2006)

Estructural

El organigrama estructural consiste en una representación gráfica de la estructura de una organización en lo general. Sirve para observar cuáles son las células administrativas u operativas en la empresa, así como los vínculos y flujos que existen entre esas unidades para que el negocio funcione. En este organigrama hay un gran peso en la jerarquía que tiene cada departamento dentro de la operación de una compañía. (Rodrigues, 2023)

Funcional

El organigrama funcional es más específico. Además de señalar esas células o áreas, indica las funciones de cada departamento y, si se va más al detalle, especifica las tareas de cada colaborador que forma parte de una célula o equipo. Para este organigrama lo importante son los flujos y relaciones que se establecen entre las unidades y las funciones que cada una debe desempeñar. (Rodrigues, 2023)



Un organigrama posicional es una representación visual de la estructura de una organización que muestra las posiciones o puestos específicos dentro de la empresa, así como las relaciones jerárquicas entre ellos. Este tipo de organigrama se centra en los títulos y roles de los empleados, en lugar de los nombres de las personas que ocupan esos roles. Es una herramienta clave para comprender la distribución de responsabilidades y el flujo de autoridad dentro de una organización. (Rodrigues, 2023)

4.2.2.3.4. *Manual de Funciones*

El Manual de Funciones es un instrumento de administración de personal, que refleja las funciones, competencias y perfiles establecidos para los cargos de la institución y la base que sustenta a la capacitación y la evaluación del desempeño. Es un elemento técnico donde se justifica la existencia/creación/eliminación de los cargos. Además, sustenta los estudios de cargas de trabajo, el sistema de métricas e indicadores y los criterios de autocontrol. (MENDEZ, 2017)

4.2.2.4. **Estudio Financiero**

Finalmente, el estudio financiero es el que determina de manera cuantitativa y monetaria el costo de la operación del proyecto y su aceleración, este permite evaluar la rentabilidad del proyecto de negocio y visualizar su rentabilidad y recuperación del mismo en el tiempo. (Moreno, 2008)



4.2.2.4.1. *Inversión*

Según (Arias, 2024) La inversión es el acto de destinar recursos, como dinero o tiempo, con el objetivo de obtener un beneficio futuro. Sirve para incrementar el valor de estos recursos a lo largo del tiempo.

Depreciación

Es un concepto de contabilidad que se refiere a la pérdida de valor que un bien experimenta a lo largo de su vida útil. Este cálculo lo realizan todas las empresas con todos sus activos fijos, es decir, con los objetos y bienes que compra para aprovecharlos durante más de un año. Pueden ser equipos electrónicos, muebles, maquinaria, vehículos e instalaciones. (Gasbarrino, 2023)

Amortización

El concepto de amortización es un proceso que se utiliza para reflejar esta devaluación del bien en los registros contables de una empresa. En lugar de reconocer el coste íntegro del bien el año que lo adquiriste, lo puedes distribuir en los años en los que se espera que este comience a ser, en algún modo, productivo. (Ricardo, 2023)

4.2.2.4.2. *Financiamiento*

Según (Chavez, 2020) Se entiende por financiamiento o financiación al capital que recibe una empresa o individuo para poner en marcha un proyecto, obtener determinados bienes, o ejecutar algún tipo de inversión.



4.2.2.4.3. *Estructura de costos*

La estructura de costos de una empresa se refiere a la composición detallada de todos los gastos asociados con la operación del negocio. Esto incluye costos fijos, como alquileres y salarios, así como costos variables, como materiales y mano de obra directa. Es importante porque proporciona una comprensión clara de cómo se distribuyen los recursos financieros de la empresa y dónde se está incurriendo en gastos. Esta comprensión es fundamental para la toma de decisiones informadas, la optimización de recursos y la rentabilidad a largo plazo. (Rodríguez, Estructura de costos, 2024)

Tipos de estructura de costos:

- **Incitado por los costos:** Este tipo se enfoca en disminuir los costos lo más posible. Su intención es mantener una estructura de costos ágil y automatizada, por lo que se inclina hacia la tercerización de servicios. (Rodríguez, Estructura de costos, 2024)
- **Incitado por el valor:** Este tipo de estructura se centra en la creación de valor y se caracteriza por tener un alto nivel de personalización. (Rodríguez, Estructura de costos, 2024)



Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es un término que sirve para definir el momento en que una empresa cubre sus costes fijos y variables. En otras palabras, es cuando los ingresos y los egresos están al mismo nivel y, por lo tanto, no hay ganancias ni pérdidas. (Flores, 2023)

Cómo calcular el punto de equilibrio de una empresa.

De acuerdo con (Flores, 2023) Para calcular el punto de equilibrio es necesario conocer los costes fijos y variables. Estos datos pueden obtenerse de forma anual, mensual o trimestral. El cálculo se hace con base en el porcentaje del margen bruto y aplicando la fórmula general:

Punto de equilibrio = (costes) / (porcentaje de margen bruto)

4.2.2.4.4. *Estado de pérdidas o ganancias*

Un estado de pérdidas y ganancias (P&L) es un estado financiero que resume los ingresos totales y los gastos totales de una empresa en un período de tiempo específico. El objetivo de un P&L es medir las ganancias de una empresa restando los gastos de los ingresos y proporcionar una visión general de la salud financiera del negocio. (Hernandez, 2023)

4.2.2.4.5. *Flujo de caja*

Según (Kiziryan, ¿Qué es el flujo de caja?, 2024) flujo de caja es la medida del dinero que entra y sale de una empresa durante un periodo de tiempo, reflejando su capacidad para generar efectivo para operar eficazmente.

- Indica la habilidad de la empresa para cubrir sus gastos y su salud financiera.



- Un flujo de caja positivo indica solvencia y capacidad para expandirse o enfrentar desafíos financieros.
- Puede señalar problemas financieros y riesgos de insolvencia.

4.2.2.5. Evaluación financiera

La evaluación financiera de un proyecto se basa en la proyección del flujo de fondos del proyecto y el cálculo de indicadores de factibilidad financiera. Esta proyección se debe realizar por un cierto número de periodos, que pueden ser anuales, semestrales, trimestrales, etc., dependiendo de las características del proyecto y de los ingresos y egresos del mismo. (Avila, 2020)

4.2.2.5.1. Valor presente o actual neto (VAN):

El valor actual neto (VAN) es el valor de los flujos de efectivo proyectados, descontados al presente. Se utiliza para evaluar inversiones actuales o potenciales y te permite calcular el rendimiento de inversión (ROI) esperado, fundamental para tener visibilidad de las finanzas del negocio. (Gasbarrino, Valor presente neto, 2023)

- **Fórmula:**

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

VAN= Valor actual neto



V_t = representa los flujos de caja en cada periodo de tiempo

I_0 = valor del desembolso inicial de la inversión

n = es número de períodos considerado

k = es el tipo de interés

4.2.2.5.2. *Cálculo de la tasa interna de retorno (TIR):*

La TIR es un indicador de rentabilidades de proyectos o inversiones, de manera que cuanto mayor sea la TIR mayor será la rentabilidad. La TIR es la tasa de descuento con la que el valor actual neto (VAN) se iguala a cero o, dicho de otra manera, la tasa que iguala la suma del valor actual de los gastos con la suma del valor actual de los ingresos previstos. (Cigoña, 2023)

- **Fórmula:**

$$VAN = -I_0 + \sum_{n=1}^N \frac{C_n}{(1+r)^n} = 0$$

I_0 = Inversión inicial.

C_n = Flujo de caja o de beneficios generados por la inversión en cada periodo.

N = Número total de periodos.

n = Año en el que se van obteniendo los beneficios de cada periodo.

r = TIR

4.2.2.5.3. *Relación beneficio costo (B/C):*

El análisis de costo-beneficio es un proceso que se realiza para medir la relación que existe entre los costes de un proyecto y los beneficios que otorga. Su objetivo



es determinar si una próxima inversión es rentable o no para una empresa.
(Rodrigues, Cómo realizar un análisis de costo-beneficio (con ejemplos), 2023)

Fórmula:

Para encontrar la relación beneficio costo utilizamos la siguiente fórmula:

$$C/B = \frac{\text{ingresos totales netos}}{\text{costos totales}}$$

$$B - C = \text{Beneficios netos} - \text{Costos netos}$$

$(B - C) > 0 \rightarrow$ El proyecto es aceptable.

$(B - C) = 0 \rightarrow$ El proyecto es indiferente.

$(B - C) < 0 \rightarrow$ El proyecto NO es aceptable.

4.2.2.5.4. Periodo de recuperación de la inversión (PRI):

El periodo de recuperación de la inversión (PRI) o payback se refiere al tiempo que le toma a un negocio recuperar el capital invertido inicialmente. A través de una fórmula se calculan los años, los meses y días que demora; a su vez, permite determinar si un proyecto es rentable o no. (Clavijo, 2023)

Fórmula:



Fórmula:

$$PR = a + [(b - c) / d]$$

□ Donde:

□ **a** = Año anterior inmediato a que se recupera la inversión.

□ **b** = Inversión inicial.

□ **c** = Suma de los flujos de efectivo anteriores.

□ **d** = FNE del año en que se satisface la inversión.

4.2.2.5.5. *Análisis de la sensibilidad de proyecto:*

El análisis de sensibilidad permite a las empresas pronosticar el éxito o fracaso de un proyecto utilizando datos confiables y certeros. Al estudiar todas las variables y los posibles resultados, los directores de proyectos pueden tomar mejores decisiones respecto al proyecto, el negocio o las inversiones. (Esan, 2019)

$$\text{Análisis de sensibilidad} = ((VANn - VANe) / VANe) \times 100$$

Donde:

VANn: hace referencia al valor actual neto nuevo.

VANe: hace referencia al valor actual neto que se tenía antes de realizar el cambio en la variable que se está midiendo.



5. METODOLOGÍA

5.1. Metodología

El proyecto de factibilidad para la implementación de una pastelería será desarrollado en la provincia de Zamora Chinchipe, Cantón Centinela del Cóndor, parroquia Panguintza, donde se planea llevar a la práctica una empresa que sea dedicada a la producción de productos de pastelería, teniendo como objetivo principal satisfacer las necesidades del demandante.

5.1.1. Método

Según (Westreicher, Método: Qué es, tipos y ejemplo, 2024) El método es una forma organizada de poder alcanzar un determinado objetivo. Llevado a la práctica, es crear un sistema de trabajo y puede aplicarse a distintas áreas como el estudio de las ciencias naturales, sociales o las matemáticas. Y explica los diferentes métodos.

5.1.1.1. Método inductivo

Significa utilizar la lógica para, a partir de premisas particulares, extraer una conclusión general.

Dicho método investigativo se aplicó para lograr una mejor interpretación de la información recolectada, puesto que es primordial ir analizando cada uno de los estudios, resultados y a través de estos lograr comprender si existe la factibilidad de creación de una empresa de pastelería en el cantón Centinela del Cóndor, provincia de Zamora Chinchipe.



1852
5.1.1.1.1. Método deductivo

A diferencia del inductivo, consiste en ir de lo general a lo particular.

- Directo: Se parte de una sola premisa.
- Indirecto: Se usan dos o más premisas que son contrastadas. Usualmente contiene una afirmación universal y otra que es un hecho particular.

Por medio de este método se viabilizará la factibilidad de la implementación de una empresa de pastelería en el cantón Centinela del Cóndor, lo que se realizará a través de diversos estudios que establezcan los valores que se necesita y si están al alcance de los inversionistas del proyecto.

5.1.1.1.2. Método descriptivo

El método descriptivo es concluyente. Esto significa que recopila datos cuantificables que se pueden analizar con fines estadísticos en una población objetivo. Este tipo de estudio tiene, por tanto, la forma de preguntas cerradas, lo que limita las posibilidades de obtener información exclusiva. (ESPADA, 2021)

Con la ayuda del método descriptivo se proporcionará el detalle de cada uno de los estudios que determinan la factibilidad de la creación de una de pastelería en el cantón Centinela del Cóndor, provincia de Zamora Chinchipe, qué logrará ir haciendo el detalle de cada uno de los cuadros que se presentarán, así como de los distintos implementos necesarios para el funcionamiento de la empresa, el método facilita a la investigadora comprender cada una de las etapas que realicen a través de las cuales se crea la empresa.



1852
3.1.1.1.3. Método analítico

Consiste en descomponer un problema en diferentes partes para investigar cada una por separado y posteriormente evaluar la interrelación entre ellas.

Por medio de los análisis que se realizarán se logrará ir haciendo comprensible cada uno de los datos que se van obteniendo, facilitará la investigación puesto que dará detallados los datos recolectados y de esta forma comprender si existe factibilidad para la creación de una empresa de pastelería en el cantón Centinela del Cóndor, provincia de Zamora Chinchipe.

5.2. Técnicas de investigación

Las técnicas de investigación son pasos, medios o formas que se siguen para realizar una investigación. Generalmente se emplean en la obtención o análisis de los datos. En este apartado se tratarán las principales técnicas empleadas en la búsqueda del conocimiento. (Badilla, 2021)

5.2.1. Técnica bibliográfica

La investigación bibliográfica es una técnica de investigación a través de la cual se explora lo que se ha escrito y publicado antes acerca un determinado tema. Es importante llevar a cabo un proceso de investigación bibliográfica a partir del cual se consulta, analiza y sistematiza la información existente para aprovechar el conocimiento generado previamente. (Zorrilla, 2021)

La técnica en mención se aplicará en la recolección de datos específicos, bibliográficos y fuentes bibliográficas primarias y secundarias que permitirán sustentar y dar la validez correspondiente en el marco teórico de la investigación sosteniendo los objetivos propuestos.



Hay muchas maneras de recolectar información en una investigación. El método elegido por el investigador depende de la pregunta de investigación que se formule. Algunos métodos de recolección de información incluyen encuestas, entrevistas, pruebas, evaluaciones fisiológicas, observaciones, revisión de registros existentes y muestras biológicas. (INTEGRITY, 2017)

Se representará una observación directa en el proceso de producción de pastelería que se realiza de parte de los profesionales del cantón Centinela del Cóndor, con la finalidad de identificar las principales técnicas elaboradas para su comercialización.

5.2.1.1.1. Población

Una población es un conjunto completo de individuos u objetos que comparten características similares. La población puede comprender una nación o un grupo de personas u objetos con una característica común. Incluye a todo el grupo bien definido sobre el que cualquier investigación quiere extraer conclusiones. (Narvaez, 2023, b)

Tomando en consideración la población del Cantón Centinela del Cóndor según el último censo del año 2022, existe un promedio de población de 7882 habitantes y una tasa de crecimiento del 1.7%, se tendrá que proyectar esta población al año 2024, para cual se utiliza la siguiente fórmula:



$$Pf = Pi(1+i)^n$$

Donde:

Pf = población final del año 2024

Pi = población inicial al año 2022 (7882)

i = Tasa de crecimiento poblacional de Centinela del Cóndor es de 1.7%

n = Número de años transcurridos (02)

$$Pf = 7882 (1 + 0.017)^2$$

$$Pf = 8152 \text{ habitantes}$$

A partir de la información de población, cómo el consumo de productos de pastelería es por familias y determinando que una familia estándar la componen cuatro integrantes se procede a dividir para esta cantidad y así determinar la cantidad de familias. Wiki (2023)

$$N = Pf / 4$$

$$N = 8152 / 4$$

$$N = 2038$$

5.2.1.1.2. Muestra

A partir de esta población se procede a calcular el tamaño de la muestra que está constituido por la cantidad de personas que se deberá encuestar para determinar la factibilidad para la



1859 Implementación de una pastelería en el Cantón Centinela del Cóndor, provincia de Zamora Chinchipe.

Para determinar el tamaño de la muestra aplicamos la siguiente fórmula:

Fórmula

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

Simbología

n = Tamaño de la Muestra

e = Error experimental (5%)

N = Población Total

$$n = \frac{2038}{1+2038(0.05)^2}$$

$$n = \frac{2038}{6095}$$

n=334 encuestas

5.2.1.1.3. Distribución de la muestra

Una vez efectuado el cálculo de la muestra fue necesario determinar los diversos barrios en los cuales se aplicó el instrumento de recolección de información como fue la encuesta, en tal razón se procedió a realizar la segmentación de muestra en función de la población existente en cada uno de los barrios:

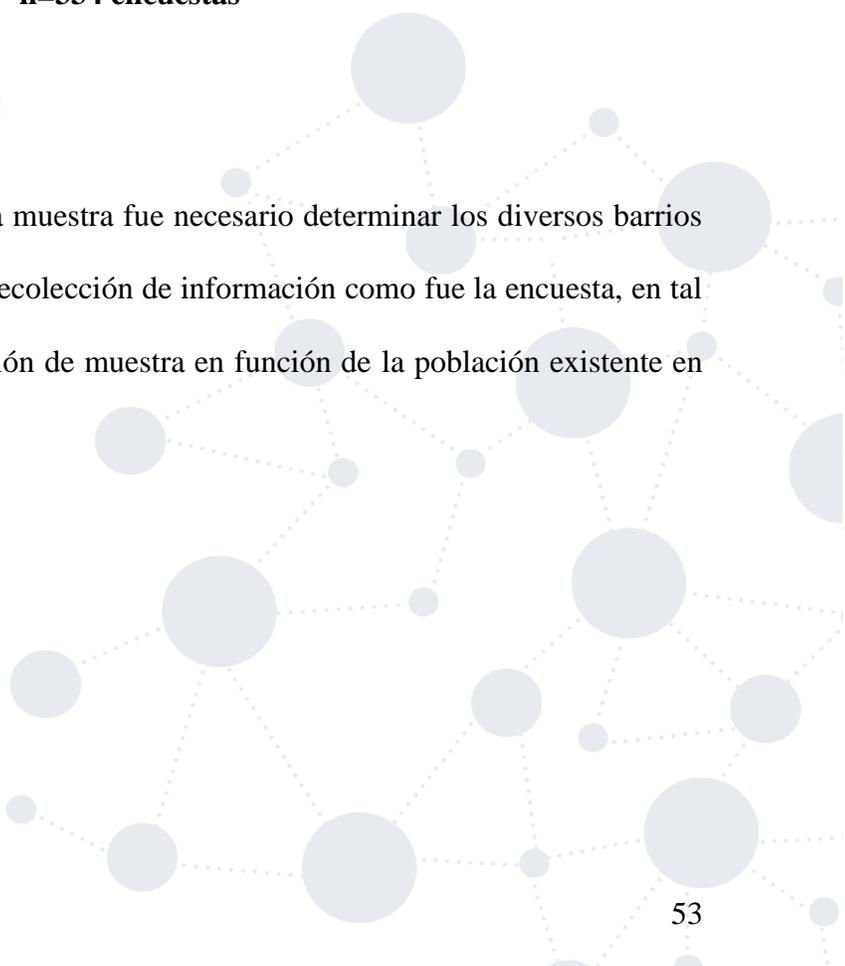


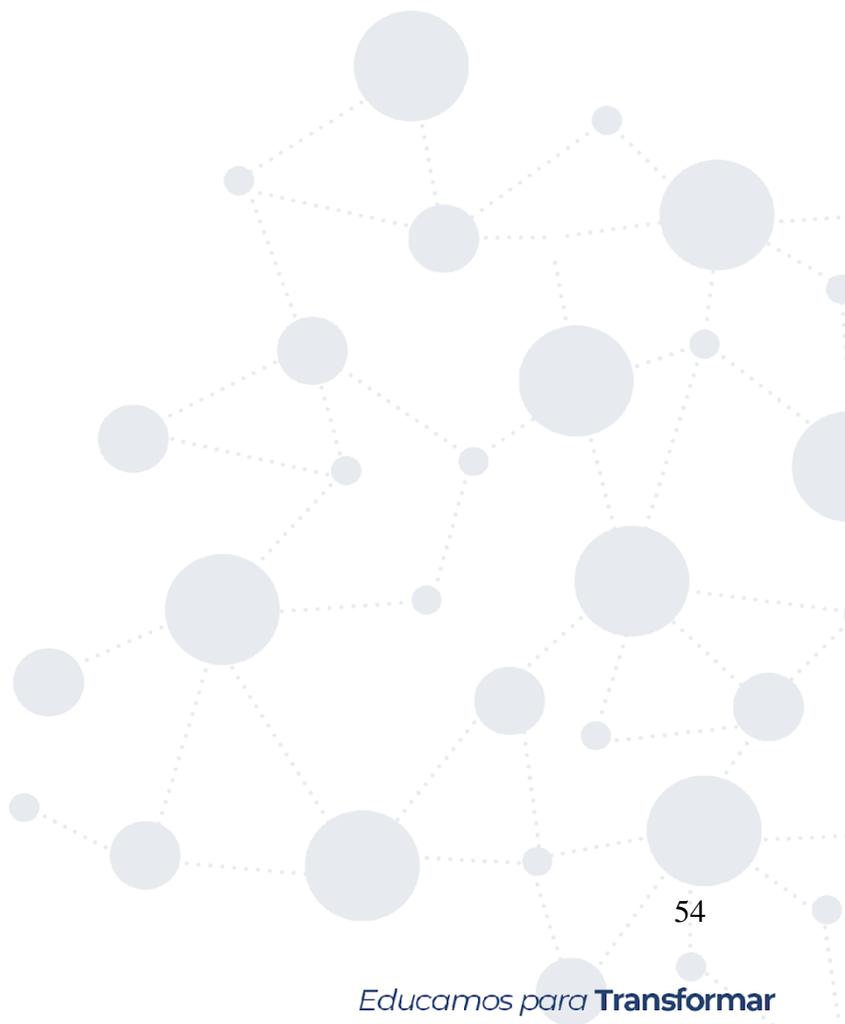


Tabla 1. Distribución muestral por parroquias del cantón Centinela de Córdor

Parroquias	Población 2022	Población 2024	Integrantes por familia	Familias	Porcentaje	Encuestas
Zumbi	5192	5370	4	1342,5	66%	220,00
Panguintza	1704	1762	4	440,5	22%	72,00
Triunfo	986	1020	4	255	13%	42,00
Dorado						
Total	7882	8152	4	2038	100%	334,00

Nota: Datos obtenidos de la página de Censo Ecuador 2022.

Por medio de una consulta al departamento de Emprendimientos y Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Centinela del Córdor pudimos constatar que existen seis (6) negocios que se dedican a la producción y comercialización de productos de panadería y pastelería, por consiguiente, para determinar la oferta se aplicará la entrevista a los propietarios.





6. RESULTADOS

6.1. ENCUESTA PARA DETERMINAR LA DEMANDA

Se aplicó la encuesta entre la población del Cantón Centinela del Cóndor, para lo cual se basó en los datos de porcentaje a encuestar de acuerdo a la segmentación Tabla 1, entre los resultados se determinan los siguientes

1. ¿En su familia consumen productos de pastelería como producto de alimentación?

En tabla 2 usted encontrará el consumo de productos de pastelería como producto de alimentación.

Tabla 2. Consumo de productos de pastelería como alimentación

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	314	94%
NO	20	6%
TOTAL	334	100%

La demanda potencial constituye el 94% de familias que si consumen productos de pastelería como producto de alimentación.

De acuerdo a la encuesta realizada la alta prevalencia de consumo es del 94% de las familias que reportan el consumo de pastelería como producto de su alimentación. Y solo el 6% de las familias indican que no.

2. ¿Con qué frecuencia consumen en su familia pasteles?

En tabla 3 se encuentra la frecuencia en que las familias consumen productos de pastelería.

Tabla 3. Consumo familiar de pastel

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diariamente	44	14%
Semanalmente	21	7%
Quincenalmente	24	8%
Mensualmente	225	72%
Total	314	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a demandantes del Cantón Centinela del Cónдор.

La demanda real constituye el 72%, que muestra que el consumo de pasteles por familia es mensual.

La mayoría de las familias, un 72% consumen pastel mensual, un 14% consume pastel diariamente, en cambio sólo un 8% de las familias consume pastel quincenalmente, y el 7% de las familias consume semanalmente.

3. ¿En qué ocasiones usualmente compra productos de pastelería?

En tabla 4 se detalla en qué ocasiones usualmente compra una familia productos de pastelería en el Cantón Centinela del Cónдор.

Tabla 4. En qué ocasiones usualmente compra productos de pastelería

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cumpleaños	96	31%
Bautizos	6	2%
Matrimonios	1	0%
Graduaciones	0	0%
Otras fechas importantes	6	2%
Todas	205	65%
TOTAL	314	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a demandantes del Cantón Centinela del Cónдор.



La encuesta realizada determina que las familias del Cantón Centinela del Cónдор usualmente compran productos de pastelería en todas las fechas (cumpleaños, bautizos, matrimonios, graduaciones, y otras fechas) con el 65%.

4. ¿Cuántos pasteles compra Ud. Mensualmente?

En tabla 5 se detalla la cantidad de pasteles que compra cada familia mensualmente en el Cantón Centinela del Cónдор

Tabla 5. Cuántos pasteles compra Ud. Mensualmente

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	164	52%
2	63	20%
3	35	11%
4	4	1%
5	48	15%
TOTAL	314	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a demandantes del Cantón Centinela del Cónдор.

Se analiza que la mayoría de las familias (52%) compra un pastel al mes; El 20% de las familias compra dos pasteles al mes; El 11% de las familias compra tres pasteles al mes; Un 1% de las familias compra cuatro pasteles al mes; El 15% de las familias compra cinco pasteles al mes.

Consumo Per cápita de compra de pasteles se aplicó la siguiente fórmula:

$$x = \frac{Ef \cdot xm}{N}$$

Donde:

X= Consumo promedio mensual.

f= Frecuencia.



\bar{X}_m = Punto medio.

N = Universo.

E = margen de error

En tabla 6 usted encontrara la determinación del Consumo Per cápita por familia en el Cantón Centinela del Cóndor.

Tabla 6. Determinación consumo per cápita

VARIABLE	FRECUENCIA	\bar{X}_m	F*M
1	164	1	164
2	63	2	126
3	35	3	105
4	4	4	16
5	48	5	240
TOTAL	314		651

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a demandantes del Cantón Centinela del Cóndor.

Promedio = 2.1

Promedio anual = 25

El consumo per cápita se determinó dividiendo 651 que es la cantidad del producto, para 314 familias que consumen productos de pastelería, dando un promedio de 2,1 pasteles por familia al mes. Esta cantidad multiplicada por doce meses que tiene el año, da el siguiente resultado: $2,1 \times 12 = 25$ pasteles por año. El consumo anual per cápita de pasteles en esta población es de **25 pasteles por familia**. Este valor representa el promedio de pasteles consumidos por cada familia en un año.

5. ¿Cuánto paga usualmente por un pastel?

En tabla 7 se encuentra el valor que paga usualmente una persona por un pastel.

**Tabla 7.** Cuánto paga usualmente por un pastel

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Una porción		
a) 0,50-1,50	290	92%
b) 1,55-2,50	24	8%
Total	314	100%
Para 10 personas		
a) 10-15	274	87%
b) 16-20	40	13%
Total	314	100%
Para 15 personas		
a) 21-25	259	82%
b) 26-30	55	18%
Total	314	100%
Para 20 personas		
a) 31-35	298	95%
b) 36-40	16	5%
Total	314	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a demandantes del Cantón Centinela del Córdoor.

Según la encuesta realizada las familias del Cantón Centinela del Córdoor tienen una disposición a pagar un precio moderado para porciones individuales, igualmente para 10 personas, como para 15 personas. su porcentaje es alto en todos los casos.

6. ¿Qué consideras importante cuando vas a una pastelería?

En tabla 8 se detalla los aspectos importantes que se consideran en una pastelería.

Tabla 8. Qué se considera importante cuando vas a una pastelería

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ubicación	7	2%
Seguridad de la zona	0	0%
Variedad en sus productos	158	50%
Reputación	6	2%
Todas	143	46%
TOTAL	314	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a demandantes del Cantón Centinela del Cóndor.

De acuerdo a las familias del Cantón Centinela del Cóndor los aspectos importantes al visitar una pastelería es la variedad en sus productos es el factor más valorado.

7. ¿Qué aspecto es más importante cuando compras un producto?

En tabla 9 se especifica qué aspecto es más importante en una pastelería cuando se compra un producto.

Tabla 9. Qué aspecto es más importante cuando compras un producto

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad	30	10%
Precio	8	3%
Sabor	131	42%
Servicio	6	2%
Todas	139	44%
TOTAL	314	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a demandantes del Cantón Centinela del Cóndor.

En el análisis de la tabla 9 se determina que los aspectos que consideran importantes las familias cuando compran un producto de pastelería en el cantón centinela del Cóndor es todas las variables (calidad, precio, sabor, y servicio).



8. ¿Recibe alguna promoción por la compra de pasteles?

En tabla 10 se detalla si el consumidor recibe alguna promoción por la compra de pasteles.

Tabla 10. Recibe alguna promoción por la compra de pasteles

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	31	10%
No	283	90%
TOTAL	314	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a demandantes del Cantón Centinela del Córdo.

En tabla 10 se encuentra la baja recepción de promociones, Solo el 10% de los encuestados afirma recibir alguna promoción al comprar pasteles, mientras que el 90% no recibe ninguna promoción.

9. ¿En caso de implementar una pastelería en el cantón Centinela del Córdo usted adquiriría nuestros productos?

En tabla 11 se analiza si en caso de implementar una pastelería en el Cantón Centinela del Córdo se adquiriría los productos.

Tabla 11. En caso de implementar una pastelería en el cantón Centinela del Córdo usted adquiriría nuestros productos.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	305	97%
NO	9	3%
TOTAL	314	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a demandantes del Cantón Centinela del Córdo.

La demanda efectiva constituye el 97% de familias que están dispuestos a adquirir productos de pastelería.



ENCUESTA PARA DETERMINAR LA OFERTA

Se aplicó la encuesta a los oferentes del Cantón Centinela del Cóndor, para lo cual se basó en los datos obtenidos del Departamento de Emprendimientos y Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Centinela del Cóndor, donde constan pudimos seis (6) negocios que se dedican a la producción y comercialización de productos de panadería y pastelería, por consiguiente, para determinar la oferta se aplicará la entrevista a los propietarios.

1. ¿Vende usted productos de pastelería?

En tabla 12 se encontrará los negocios del Cantón Centinela del Cóndor que venden productos de pastelería.

Tabla 12. Vende usted productos de pastelería

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	6	100%
NO	0	0%
TOTAL	6	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a oferentes del Cantón Centinela del Cóndor.

Todos los negocios del Cantón Centinela del Cóndor (100%) venden productos de pastelería.

2. ¿Qué cantidad de productos de pastelería vende semanalmente?

En tabla 13 se encontrará la cantidad de productos de pastelería que vende semanalmente el oferente.

Tabla 13. Qué cantidad de productos de pastelería vende semanalmente.

VARIABLE	FRECUENCIA	Md	PROMEDIO
a) De 1 a 5	2	3	6
b) De 6 a 10	2	8	16
c) De 11 a 15	2	13	26
d) De 16 a 20	0	18	0
TOTAL	6		48

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a oferentes del Cantón Centinela del Córdoor.

Promedio semanal = 48

Promedio anual = Promedio semanal * 52 semanas = 48 * 52 = 2496

El promedio anual de ventas de pasteles es de 2392 pasteles.

3. ¿Qué promociones Ud. ¿Aplica a sus clientes por la compra de productos de pastelería?

En tabla 14 se determina que promociones ofrece el oferente a sus clientes por la compra de productos de pastelería.

Tabla 14. Que promociones Ud. Aplica a sus clientes por la compra de productos de pastelería.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Descuentos	0	0%
b) Producto adicional	3	50%
c) Tikets de rifas	0	0%
d) Nada	3	50%
TOTAL	6	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a oferentes del Cantón Centinela del Córdoor.

Esta situación representa una oportunidad significativa para implementar diversas promociones que pueden atraer y retener clientes, diferenciando a las pastelerías en un mercado competitivo.



4. ¿Qué tipo de producto además de pasteles ofrece Ud.?

En tabla 15 se determina el tipo de producto además de pasteles ofrece el oferente.

Tabla 15. Qué tipo de producto además de pasteles ofrece Ud.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Tartas	1	17%
b) Galletas	2	33%
c) Pan dulce	3	50%
TOTAL	6	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a oferentes del Cantón Centinela del Cóndor.

5. ¿En caso de implementar una pastelería en el cantón centinela del cóndor usted adquiriría nuestros productos para venderlos en su panadería?

En tabla 16. Se determina si en caso de implementar una pastelería en el Cantón Centinela del Cóndor el oferente adquiriría nuestros productos para venderlos en su panadería o negocio.

Tabla 16. En caso de implementar una pastelería en el cantón centinela del cóndor usted adquiriría nuestros productos para venderlos en su panadería.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	6	100%
NO	0	0%
TOTAL	6	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a oferentes del Cantón Centinela del Cóndor.

6. DISCUSIÓN

6.2. ESTUDIO DE MERCADO

6.2.1. Demanda Potencial

En Tabla 17 se proyecta a 5 años la demanda potencial del proyecto con base a 2038 familias del Cantón Centinela del Cóndor y tasa 1.7% anual INEC.

Tabla 17. Demanda Potencial

AÑOS	POBLACIÓN DE CENTINELA DEL CONDOR	94% UTILIZAN	DEMANDA POTENCIAL
0	2038	94%	1916
2025	2073	94%	1948
2026	2108	94%	1981
2027	2144	94%	2015
2028	2180	94%	2049
2029	2217	94%	2084

La demanda potencial (2038*94% - tabla 2) para el año base 1916 (familias)

6.2.1.1. Demanda Real

En tabla 18 se determina la Demanda Real en productos de pastelería se obtiene los siguientes resultados.

Tabla 18. Demanda Real

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	% UTILIZAN PRODUCTOS DE PASTELERÍA	DEMANDA REAL EN FAMILIAS
0	1916	72%	1379
2025	1948	72%	1403
2026	1981	72%	1427
2027	2015	72%	1451
2028	2049	72%	1476
2029	2084	72%	1501

La demanda real (1916*72% - tabla 3) para el año base es de 1379 familias.



6.2.1.1.1. Demanda Real En Productos

En tabla 19 se determina la Demanda Real en productos de pastelería compra mensualmente obteniéndose los siguientes resultados:

Tabla 19. Demanda real en productos

AÑOS	DEMANDA REAL 70%	CONSUMO PER CÁPITA	DEMANDA EFECTIVA EN PRODUCTOS
0	1379	25	34483
2025	1403	25	35069
2026	1427	25	35665
2027	1451	25	36272
2028	1476	25	36888
2029	1501	25	37515

La demanda efectiva para el año base (1379*25 -tabla 6) para el año base es de 34483 productos de pastelería.

6.2.1.1.2. Demanda Efectiva

En tabla 20 se proyecta para 5 años la demanda efectiva de las familias que utilizarían productos de pastelería en el Cantón Centinela del Cóndor.

Tabla 20. Demanda efectiva

AÑOS	DEMANDA REAL DE PRODUCTOS	% UTILIZAN	DEMANDA EFECTIVA
0	34483	97%	33448
2025	35069	97%	34017
2026	35665	97%	34595
2027	36272	97%	35184
2028	36888	97%	35782
2029	37515	97%	36390

La demanda real (97% - tabla 11) en producto para el año base es 34483 productos de pastelería.



6.2.1.1.3. *Análisis De La Oferta*

Con la finalidad de recabar información sobre los oferentes existentes en el Cantón Centinela del Cónдор, se aplicó una encuesta a 6 productores que venden productos de pastelería.

6.2.1.1.4. *Determinación De La Oferta*

6.2.1.1.5. *Oferta Promedio*

En tabla 21 se determina el total de venta anual de productos de pastelería, se aplicó mediante una encuesta a los 6 oferentes de pastelerías y panaderías del Cantón Centinela del Cónдор.

Tabla 21. Determinación del promedio de venta semanal de productos de pastelería

VARIABLE	FRECUENCIA	Md	PROMEDIO
a) De 1 a 5	1	3	3
b) De 6 a 10	4	8	32
c) De 11 a 15	1	13	13
d) De 16 a 20	0	18	0
TOTAL	6		48

Para establecer el total de venta anual de productos de pastelería se ha multiplicado 48 por 52 semanas que tiene 2496 pasteles de venta total al año.

6.2.1.1.6. *Oferta De Productos De Pastelería*

En tabla 22 se realiza la proyección a 5 años de oferta de productos de pastelería del Cantón Centinela del Cónдор.



Tabla 22. Proyección anual de la oferta de productos de pastelería.

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO	OFERTA TOTAL
0		2496
2025	1,60%	2536
2026	1,60%	2577
2027	1,60%	2618
2028	1,60%	2660
2029	1,60%	2702

La oferta total de pasteles para el año base es de 2496 productos de pastelería.

En tabla 22. Se determina la demanda insatisfecha de productos de pastelería del Cantón Centinela del Cóndor.

6.2.1.1.7. *Demanda Insatisfecha*

Tabla 23. Demanda insatisfecha

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA TOTAL	DEMANDA INSATISFECHA
0	33448	2496	30952
2025	34017	2536	31481
2026	34595	2577	32019
2027	35184	2618	32566
2028	35782	2660	33122
2029	36390	2702	33688

La demanda insatisfecha o mercado para el proyecto de factibilidad de creación de una empresa productora de productos de pastelería para el Cantón Centinela del Cóndor para el primer año es de 30952 productos de pastelería.



6.3. ESTUDIO TÉCNICO

El objetivo del estudio técnico es verificar si el Producto a ofrecer se puede llevar a cabo; si se cuenta con la materia prima adecuada, los equipos y herramientas necesarias e instalaciones óptimas para la generación del producto terminado.

El Estudio Técnico se divide en las siguientes áreas:

- Determinación del tamaño de la planta
- Estudios de ingeniería

6.3.1. *Tamaño De La Planta*

6.3.1.1. *Determinación Del Tamaño Óptimo Del Proyecto*

El tamaño del presente proyecto se determina en función a la demanda insatisfecha proyectada para los cinco años de vida útil del proyecto, sin dejar de lado el espacio físico.

6.3.1.1.1. *Capacidad Instalada*

La capacidad instalada es la capacidad máxima de productos que una planta de producción puede fabricar en un periodo de tiempo determinado, es decir, es la capacidad utilizada de los equipos y recursos, considerando que el horno tiene una capacidad de producción de 10 pasteles, y la batidora tiene una capacidad de 8 litros lo que da 6 pasteles por ciclos de 4 horas.

- Capacidad instalada anual del horno, considerando que el horno produce 10 pasteles por día, multiplicado por los 312 días que se laborara, da un resultado de 3120 pasteles al año.



- Capacidad instalada anual de la batidora, teniendo en cuenta que una batidora de 8 litros produce 6 tortas por ciclos de 4 horas, y una jornada laboral es de 8 horas (números de ciclos por día = 2). Considerando que la batidora produce 12 pasteles diarios, multiplicado por los 312 días laborables da un resultado de 3744 pasteles al año.

La capacidad instalada efectiva será la del equipo con mayor capacidad, que en este caso de la batidora. Es decir, la capacidad instalada total de la operación estará determinada por la batidora, que es el equipo con mayor capacidad en la cadena de producción.

La muestra de capacidad instalada será de 3744 pasteles por año; y si consideramos que la demanda insatisfecha para el primer año de vida útil es de 30952 productos de pastelería, tendremos que la capacidad instalada representa el 12% de la demanda insatisfecha del Cantón Centinela del Cóndor, provincia de Zamora Chinchipe.

6.3.1.1.2. Capacidad Utilizada

Por las condiciones de nuevo ingreso al mercado se ha considerado conveniente participar en el primer año con un 40% de la capacidad instalada, y por año será incrementando un 20% hasta alcanzar el 100% de la capacidad, que es un porcentaje aceptable para no forzar los recursos y equipos, esto lo expresamos en el siguiente cuadro:



Tabla 24. Capacidad utilizada

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	40%	CAPACIDAD UTILIZADA
1	3744	40	1498
2	3744	60	2246
3	3744	80	2995
4	3744	100	3744
5	3744	100	3744

6.3.1.1.3. Localización de la planta

La elección de la localización del proyecto se concretó bajo dos etapas: Macro localización, se eligió la zona más atractiva para el proyecto considerando factores como accesibilidad, infraestructura, disponibilidad de mano de obra y proximidad de proveedores. Micro localización, una vez determinada la región general, se seleccionó el lugar específico dentro de la zona donde se instalará el proyecto.

6.3.1.1.4. Factores de localización

Son aquellos que permitirán el normal desempeño de la empresa además de orientar la producción en el espacio, el lugar donde se programara la instalación de la planta producción de pasteles, cuenta con los siguientes factores:

- **Insumos:** Para la adquisición de los recursos (materia prima), el proyecto contara con el apoyo de distribuidores locales.
- **Mano de Obra:** Para la partida del proyecto es necesario la mano de obra calificada, que se encuentra disponible en nuestra provincia.



- **Servicios Básicos:** Es necesario que la empresa disponga de todos los servicios básicos que contribuyan al funcionamiento eficiente de la misma, estos servicios necesarios son: agua potable, luz eléctrica, teléfono y alcantarillado.
- **Vías de comunicación:** Es muy importante la disponibilidad de vías de comunicación adecuadas que facilite la transportación tanto para el abastecimiento de materia prima, así como para la distribución del producto, características que reúne el sector donde funcionará la empresa.
- **Mercado Potencial:** Lo constituyen las familias del Cantón Centinela del Cóndor.

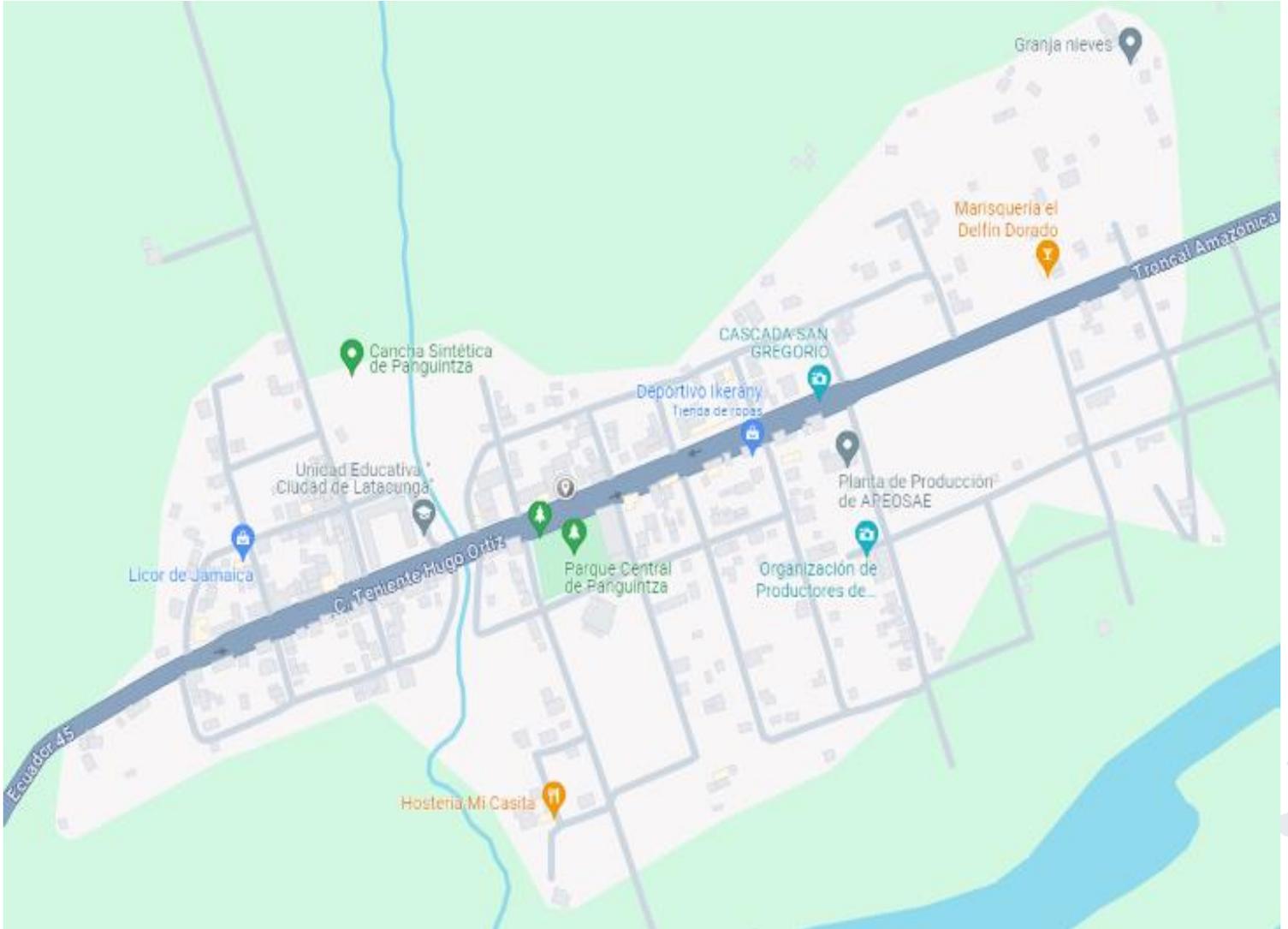
6.3.1.1.5. *Macro localización*

La ubicación del proyecto está relacionada dentro de un mercado a nivel local, es decir, se encontrará en el centro de la parroquia Panguintza, frente al parque central, un mercado de posible incidencia tanto a nivel regional como nacional. La misma que para nuestro proyecto se ha determinado que será en la parroquia “Panguintza” del Cantón Centinela del Cóndor de la Provincia de Zamora Chinchipe.

Para lo cual se debe determinar unos factores que permitan el normal funcionamiento de la empresa:

Considerando que la producción de pasteles en el Cantón Centinela del Cóndor es baja, y que el consumo de productos de pastelería en el Cantón Centinela del Cóndor es habitual por las tradiciones culturales; y, satisfacción del gusto; y, celebraciones y eventos, se justifica la implantación del proyecto de producción de pasteles en la parroquia “Panguintza” Cantón del Centinela del Cóndor de la provincia Zamora Chinchipe.

Grafico 1. Panguintza - Cantón Centinela del Cóndor – Macro localización



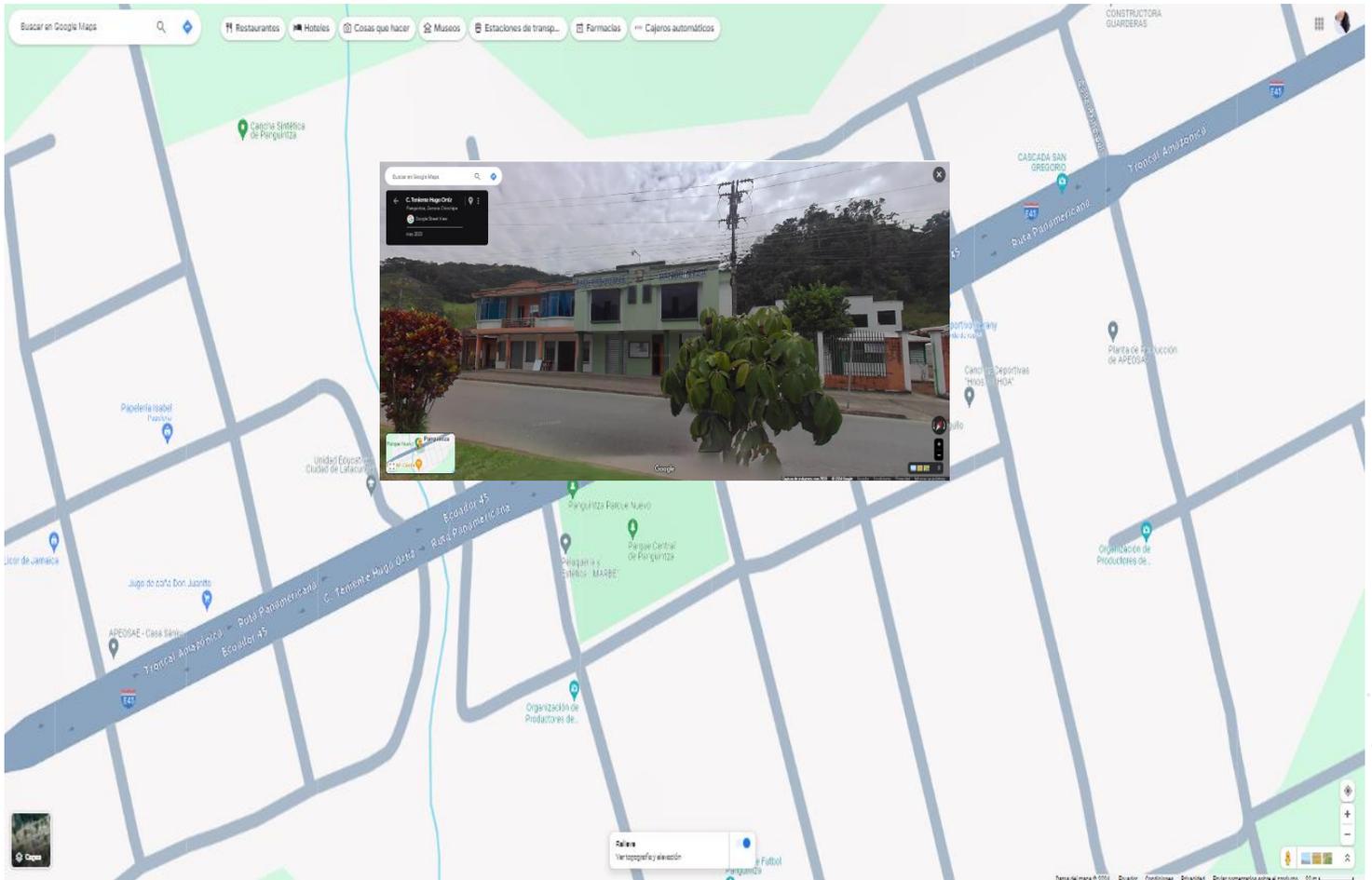
6.3.1.1.6. Micro Localización

Para la ubicación de la pastelería se ha creído conveniente identificar áreas con alta densidad poblacional, considerando la proximidad a escuelas, oficinas, y zonas residenciales, elegir un lugar de buena visibilidad, también se tomará en cuenta el entorno comercial, ubicarse



1859 cerca de otros negocios como cafés o restaurantes, en los cuales se podrá captar clientes potenciales. El proyecto de factibilidad se encontrará ubicado en el centro de la parroquia Panguintza, que es el lugar donde se encontró la necesidad.

Grafico 2. Panguintza - Cantón Centinela del Cóndor – Micro localización



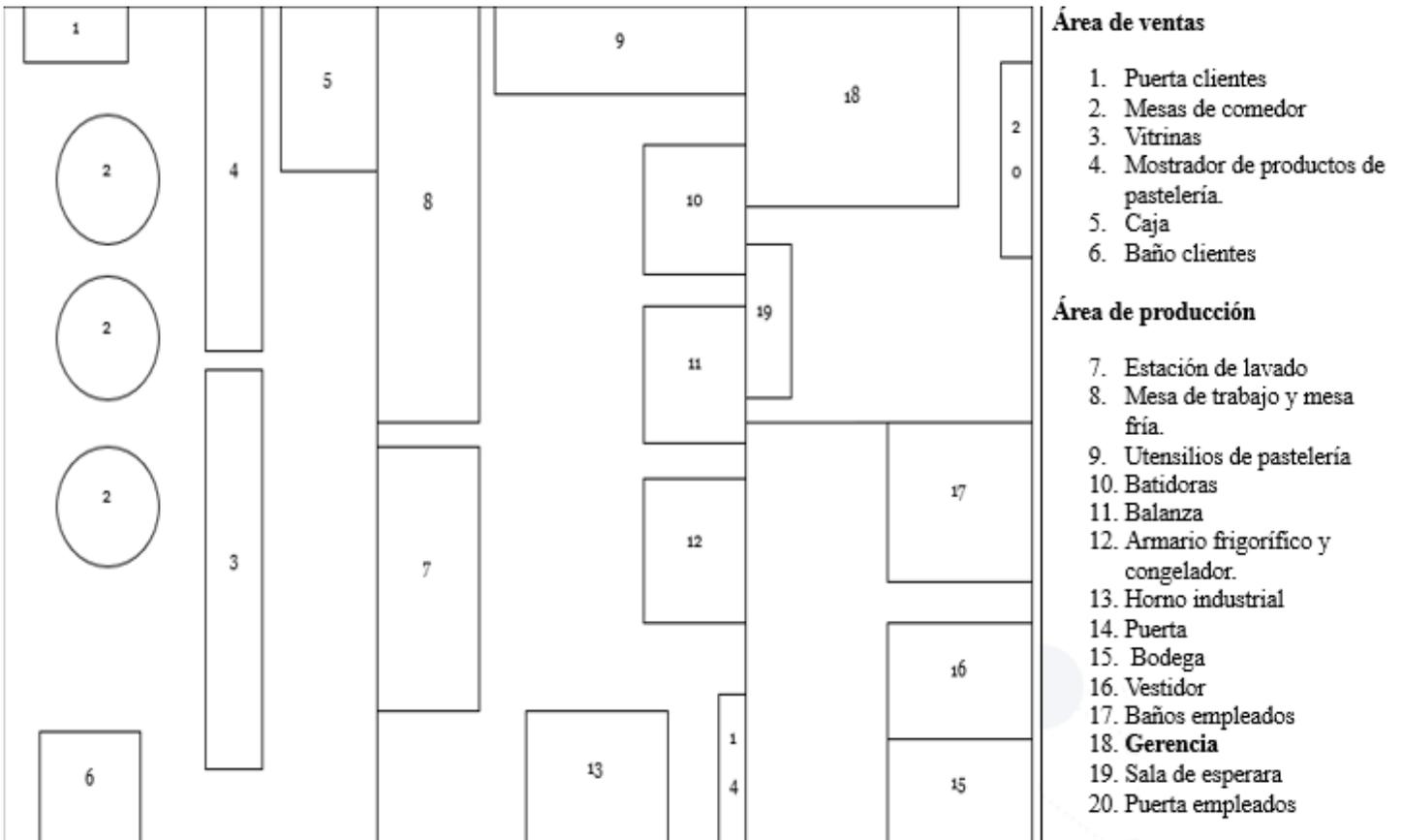
Como parte de la Micro localización se debe indicar que para la puesta en marcha del negocio se ha establecido alquilar las instalaciones de un local, mismas que deben ser acondicionadas de acuerdo al concepto y necesidades de la misma.



6.3.1.1.7. Distribución de la plata

La distribución en planta se refiere a la óptima o mejor disposición de las máquinas, los equipos y los departamentos de servicio, con el fin de lograr la mayor coordinación y eficiencia posible en una determinada planta. (Layout, 2020)

Grafico 3. Distribución de la planta





6.4. *Proceso productivo*

6.4.1. *Descripción del proceso de producción*

A continuación, se muestra detalladamente el proceso de producción en una pastelería para su mayor aprovechamiento, desde la preparación de los ingredientes hasta la venta final de los productos.

Recepción de ingredientes (Materia Prima)

- Recepción y almacenamiento: Los ingredientes, como harina, azúcar, mantequilla, huevos y otros, son recibidos y almacenados en áreas específicas. Se deben seguir normas de almacenamiento adecuadas para garantizar la frescura y calidad.

Preparación de Ingredientes

- Medición y pesaje: Se miden y pesan los ingredientes según las recetas.
- Preparación preliminar: Algunos ingredientes pueden requerir preparación previa, como tamizar la harina o derretir la mantequilla.

Mezcla

- Mezclado: Los ingredientes se combinan en mezcladoras industriales para formar la masa o batido.
- Amasado: En el caso de productos de panadería, la masa puede necesitar ser amasada para desarrollar gluten.



Fermentación (si aplica)

- Leudado: Algunos productos, como el pan o las masas con levadura, requieren un tiempo de fermentación para que la masa suba.

Formado y Moldeado

- División y moldeado: La masa se divide en porciones y se moldea en la forma deseada, como pasteles, galletas o panes.
- Decoración preliminar: Se pueden añadir ingredientes adicionales como frutas, nueces o chips de chocolate.

Horneado

- Horneado: Los productos se hornean en hornos industriales a temperaturas específicas.
- Monitoreo: Se controla el tiempo y la temperatura de horneado para asegurar una cocción uniforme.

Enfriamiento

- Enfriamiento: Los productos horneados se dejan enfriar a temperatura ambiente o en enfriadores para evitar condensación y asegurar la calidad.



Decoración y Acabado

- Decoración: Los productos como pasteles se decoran con glaseado, fondant, frutas, y otros adornos.
- Empaque: Los productos se empaquetan en envases adecuados para su protección y presentación.

Almacenamiento

- Almacenamiento: Los productos terminados se almacenan en condiciones controladas hasta su venta.
- Inventario: Se lleva un control del inventario para gestionar la producción y las ventas.

Venta

- Exhibición: Los productos se exhiben en vitrinas atractivas para los clientes.
- Venta: Los productos se venden a los clientes en la tienda o a través de pedidos especiales.

Limpieza y Mantenimiento

- Limpieza: Se realiza una limpieza exhaustiva de todas las áreas de producción y almacenamiento para mantener la higiene
- Mantenimiento: Se lleva a cabo el mantenimiento de equipos y utensilios para asegurar su buen funcionamiento.



Retroalimentación y Mejora

- Retroalimentación del cliente: Se recopila la opinión de los clientes para mejorar la calidad y el servicio.
- Ajuste de procesos: Se realizan ajustes en el proceso productivo según sea necesario para mejorar la eficiencia y la calidad del producto.

6.4.1.1. *Materiales para la implementación*

La implementación de una pastelería requiere una serie de materiales esenciales para asegurar su funcionamiento eficiente y la producción de productos de alta calidad. A continuación, se presentan los materiales necesarios divididos por categorías:

Equipos de Cocina

- Hornos: Convencionales y de convección para hornear pasteles, panes y otros productos.
- Batidoras Industriales: Para mezclar grandes cantidades de masa y batido.
- Refrigeradores y Congeladores: Para almacenar ingredientes perecederos y productos terminados.
- Mesas de trabajo: Superficies de acero inoxidable para la preparación de ingredientes y productos.
- Cortadoras y Moldes: Para dar forma a los productos de pastelería.
- Tinas y Cubetas: Para la mezcla y fermentación de masas.
- Laminadoras: Para estirar masas de hojaldre y otras masas laminadas.



- Hervidores y Microondas: Para derretir ingredientes y preparaciones rápidas.

Utensilios de Cocina

- Espátulas y Raspadores: Para mezclar y limpiar.
- Rodillos: Para estirar masas.
- Tamices y Coladores: Para preparar ingredientes secos.
- Mangas y Boquillas de Decoración: Para decorar pasteles y otros productos.
- Termómetros de Cocina: Para asegurar temperaturas adecuadas en el horneado y almacenamiento.
- Cucharas Medidoras y Jarras: Para medir ingredientes con precisión.

Materiales de Almacenamiento

- Estanterías y Racks: Para organizar ingredientes y utensilios.
- Contenedores de Almacenamiento: Herméticos para mantener la frescura de los ingredientes.
- Etiquetas y Marcadores: Para identificar y fechar ingredientes y productos almacenados.

Materiales de Embalaje

- Cajas y Envases para Pasteles: Para la venta y transporte de productos terminados.
- Papel Pergamino y Film Transparente: Para envolver productos y mantener su frescura.
- Bolsas para Galletas y Dulces: Para empaques individuales o pequeñas cantidades.



Materiales de Limpieza

- Jabones y desinfectantes: Para mantener la higiene de la cocina.
- Escobas, Trapeadores y Paños: Para la limpieza diaria del área de trabajo.
- Cepillos y Esponjas: Para limpiar equipos y utensilios.

Mobiliario y Equipamiento para el Área de Clientes

- Mesas y Sillas: Para que los clientes puedan sentarse a disfrutar de los productos.
- Vitrinas Exhibidoras: Para mostrar los productos de manera atractiva.
- Cajas Registradoras y Sistemas de Punto de Venta (POS): Para gestionar ventas y pagos.

Equipos de Seguridad

- Extintores y Detectores de Humo: Para la seguridad contra incendios.
- Botiquines de Primeros Auxilios: Para emergencias médicas.
- Equipos de Protección Personal (EPP): Como guantes y gorros para el personal de cocina.

Implementación

- Licencias y Permisos: Obtener todos los permisos necesarios para operar una pastelería.
- Sistemas de Gestión: Software para la gestión de inventarios, ventas y contabilidad.



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

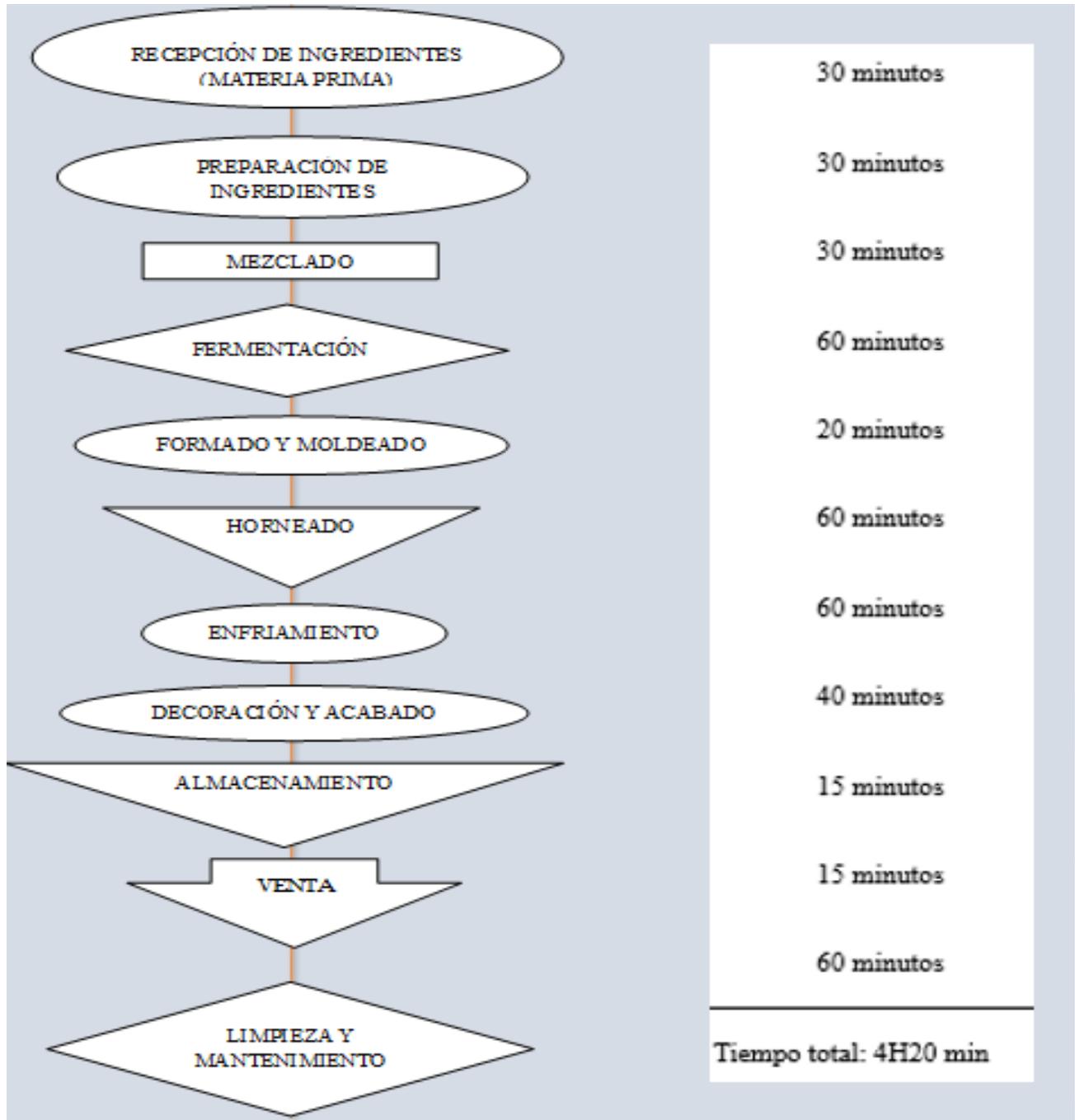
Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

- Decoración y Diseño de Interiores: Para crear un ambiente atractivo y acogedor para los clientes.



6.4.1.1.1. Flujograma del proceso de producción de pastelería

Grafico 4. Flujograma del proceso de producción.





6.4.1.1.2. Diagrama del proceso de producción de pastelería

Grafico 5. Diagrama del proceso de producción de pastelería

Descripción del proceso de producción de pastelería						Tiempo
Recepción de ingredientes	X					30 minutos
Preparación de ingredientes	X					30 minutos
Mezclado y/o amasado		X				30 minutos
Fermentación			X			60 minutos
Formado y moldeado	X					20 minutos
Horneado				X		60 minutos
Enfriamiento	X					60 minutos
Decoración y acabado	X					40 minutos
Almacenamiento				X		15 minutos
Venta					X	15 minutos
Limpieza y mantenimiento			X			60 minutos
Tiempo total						4h20 min

6.5. Ingeniería del proyecto

El propósito de este estudio es abordar todos los aspectos relacionados con la instalación y operación de la planta, detallando el proceso de producción y especificando la maquinaria y el equipo necesarios.

Maquinaria y equipos de cocina

- 1 horno de convección
- 2 batidoras planetarias de 8 litros
- 1 congelador industrial
- 1 laminadora de masa



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

- 1 microondas
- 1 procesador de alimentos
- 1 Mesa de trabajo
- 1 balanza gramera
- 5 moldes de 15 cm
- 5 moldes de 20 cm
- 5 moldes de 25 cm
- 5 moldes de 30 cm
- 5 bowls en acero
- 5 bowls de vidrio

Utensilios de Cocina

- 5 piezas de espátulas de diferentes tamaños
- 3 piezas de raspadores para fondant y crema
- 1 rodillo
- 3 tamizadores de acero
- 3 coladores de acero
- 100 unidades mangas pasteleras
- 13 boquillas de Decoración
- 1 termómetro
- 5 cucharas medidoras
- 2 jarras medidoras
- 5 tazas medidoras



Muebles y enseres

- 1 escritorio
- 1 caja registradora
- 5 sillas
- 1 archivador

Equipo de oficina

- 2 calculadoras
- 1 celular inteligente
- 1 grapadora
- 1 perforadora
- 2 computadoras
- 1 impresora

Materiales de oficina

- 2 resmas de papel Bond
- 1 caja de esferos
- 1 caja de clips
- 1 caja de grapas
- 5 carpetas

Materiales de Almacenamiento

- 1 estanterías



Materiales de Embalaje

- 1 caja de envases de pastico para Pasteles
- 2 papel pergamino
- 2 film Transparente
- 10 paquetes de Toallas absorbentes

Materiales de Limpieza

- 10 jabón líquido
- 8 basureros
- 4 recogedores de basura
- 4 toallas pequeñas
- 6 pinoklin
- 2 dispensador de papel
- 1 paca de papel higiénico
- 5 escobas
- 4 trapeadores
- 3 cepillos
- 5 esponjas
- 2 lavavajilla líquido

Mobiliario y Equipamiento para el Área de Clientes

- 3 mesas



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

- 12 sillas
- 1 vitrina refrigeradora
- 1 vitrina expositora

Equipos de Seguridad

- 3 extintores
- 3 detectores de Humo
- 3 botiquines de Primeros Auxilio



6.6. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

6.6.1. Organización de la empresa

6.6.1.1. Organización legal

Para el correcto funcionamiento de cualquier empresa es fundamental la administración. El objetivo es gestionar de manera efectiva y eficiente los recursos humanos, materiales y financieros de una organización para alcanzar sus metas con la máxima productividad.

La empresa compra materia prima y, a través de un proceso de transformación, produce productos finales. Este proceso se realiza teniendo en cuenta la oferta y la demanda del mercado.

Concluyendo que la forma jurídico – administrativa más conveniente dada la naturaleza de la empresa a formarse y tomando en consideración las ventajas que presenta en relación con otro tipo de organizaciones, es el de conformar una COMPAÑÍA EN COMANDITA SIMPLE.

Art. 59.- La compañía en comandita simple existe bajo una razón social y se contrae entre uno o varios socios solidaria e ilimitadamente responsables y otro u otros, simples suministradores de fondos, llamados socios comanditarios, cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes.

Art. 63.- El socio comanditario no podrá ceder ni traspasar a otras personas sus derechos en la compañía ni sus aportaciones, sin el consentimiento de los demás, en cuyo caso se procederá a la suscripción de una nueva escritura social.

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA: La Ley de Compañías no determina un patrón para la estructura administrativa de la compañía; por tanto, tendrá valor lo que conste, al respecto, en el estatuto.



DOCUMENTO HABILITANTE: Como documento habilitante, se agregará a la escritura, el comprobante o certificado de depósito del capital pagado, en la cuenta «Integración de Capital» de una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones sean en dinero.

APROBACIÓN DE LA INTENDENCIA DE COMPAÑÍAS: Esta clase de compañía está sujeta al control, vigilancia y fiscalización de la Superintendencia de Compañías, a través de sus Intendencias;

LA MINUTA: Antes de elevar a escritura pública la minuta que contiene el contrato de constitución de la compañía, es conveniente, enviarla a la Intendencia de Compañías, para su revisión y visto bueno. Con ello, estamos asegurando, en cierta forma, la conformidad de la Intendencia para la aprobación de la escritura pública; incluida la que se refiere a la razón social de la compañía a constituirse.

MODELO DE MINUTA

Señor Notario:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase Insertar una de constitución de compañía de responsabilidad limitada, al tenor de las cláusulas siguientes:

PRIMERA. - COMPARECIENTES Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD. - Intervienen en la celebración de este contrato, la señora: Angela Nataly Álvarez Jiménez; la compareciente manifiesta ser ecuatoriana, mayores de edad, solteros, domiciliados en esta ciudad; y, declara su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la compañía en comandita simple “La receta



de don Juan”. La misma que se registrará por las leyes ecuatorianas; de manera especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y los siguientes estatutos.

SEGUNDA. – ESTATUTOS DE “LA RECETA DE DON JUAN”

CAPÍTULO PRIMERO

DENOMINACIÓN. NACIONAL, DOMICIO, FINALIDADES Y PLAZO DE DURACIÓN

ARTÍCULO UNO. - Constituirse en el Cantón Centinela del Cóndor, con domicilio en la parroquia Panguintza, provincia de Zamora Chinchipe. República del Ecuador, de nacionalidad ecuatoriana, la compañía en comandita simple “LA RECETA DE DON JUAN”.

ARTÍCULO DOS. - La compañía tiene por objeto y finalidad, la producción de productos de pastelería. La compañía podrá por sí o por otra persona natural o jurídica intervenir en la producción de pastelería, si ello es conveniente a sus Intereses; y tiene facultades para abrir dentro o fuera del país, agencias o sucursales, y para celebrar contratos con otras empresas que persigan finalidades similares sean nacionales o extranjeras.

ARTÍCULO TRES. - La compañía podrá solicitar préstamos internos o externos para el mejor cumplimiento de su finalidad.

ARTÍCULO CUATRO. - El plazo de duración del contrato social de la compañía es de cinco años, a contar de la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse por resolución de la junta general de socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular. La compañía podrá disolverse antes, si así lo



¹⁸⁵⁹ resolvió la Junta general de socios en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañía.

CAPÍTULO SEGUNDO

DEL CAPITAL SOCIAL, DE LAS PARTICIPACIONES Y DE LA RESERVA LEGAL

ARTÍCULO CINCO. - El capital social de la compañía es \$ \$13.415,91 que estarán representadas por el certificado de aportación correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos, certificado que será firmado por el presidente de la compañía. El capital está íntegramente suscrito y pagado en numerario en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

ARTÍCULO SEIS. - La compañía puede aumentar el capital social, por resolución de la Junta general de socios, con el consentimiento de las dos terceras partes del capital social, en la forma prevista en la Ley y, en tal caso los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios.

ARTÍCULO SIETE. - El aumento de capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se efectuará: en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas y/o proveniente de la revalorización pertinente y por los demás medios previstos en la ley.

ARTÍCULO OCHO.- La compañía entregará a cada socio el certificado de aportaciones que le corresponde; dicho certificado de aportación se extenderá en libretines acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor del certificado, nombres y apellidos del socio propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de constitución, notaría en la que se otorgó, fecha y número de



¹⁸⁵⁹ inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rúbrica del presidente y gerente de la compañía. Los certificados serán registrados e inscritos en el libro de socios y participaciones; y para constancia de su recepción se suscribirán los talonarios.

ARTÍCULO NUEVE. - Todas las participaciones son de Igual calidad, los socios fundadores no se reservan beneficio especial alguno.

ARTÍCULO DIEZ. - Las participaciones de esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, refiriéndose para ello: el consentimiento unánime del capital social, que la cesión se celebre por escritura pública y que se observen las pertinentes disposiciones de la ley. Los socios tienen derecho preferente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios. En caso de cesión de participaciones, se anulará el certificado original y se extenderá uno nuevo. La compañía formará forzosamente un fondo de reserva por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, segregando anualmente el cinco por ciento de las utilidades líquidas y realizadas.

ARTÍCULO ONCE. - En las Juntas generales para efectos de votación cada participación dará al socio el derecho a un voto.

CAPÍTULO TERCERO

DE LOS SOCIOS. DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES

ARTÍCULO DOCE. - Son obligaciones de los socios:



¹⁸⁵⁹Las que señala la Ley de Compañías: Cumplir con las funciones, actividades y deberes que les asigne la Junta general de socios, el presidente y el gerente;

Cumplir con las aportaciones suplementarias en proporción a las participaciones que tuviere en la compañía cuando y en la forma que decida la Junta general de socios; y,

Las demás que señalen estos estatutos.

ARTÍCULO TRECE. - Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones:

Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta general de socios, personalmente o mediante mandato a otro socio o extraño, con poder notarial o carta poder. Se requiere de carta poder para cada sesión y, el poder a un extraño será necesariamente notarial. Por cada participación el socio tendrá derecho a un voto;

Elegir y ser elegido para los órganos de administración;

A percibir las utilidades y beneficios a prorrata de las participaciones, lo mismo respecto del acervo social de producirse la liquidación de la compañía:

Los demás previstos en la ley y en estos estatutos.

ARTÍCULO CATORCE. - La responsabilidad de los socios de la compañía, por las obligaciones sociales, se limita únicamente al monto de sus aportaciones Individuales a la compañía, salvo las excepciones de ley.

CAPÍTULO CUARTO



¹⁸⁵⁹ DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN

ARTÍCULO QUINCE. - El gobierno y la administración de la compañía se ejerce por medio de los siguientes órganos:

La Junta general de socios, el presidente y el gerente.

ARTÍCULO DIECISÉIS. - DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS. - La junta general de socios es el órgano supremo de la compañía y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en el número suficiente para formar quórum.

ARTÍCULO DIECISIETE. - Las sesiones de junta general de socios son ordinarias y extraordinarias, y se reunirán en el domicilio principal de la compañía para su validez. Podrá la compañía celebrar sesiones de Junta general de socios en la modalidad de junta universal, esto es, que la junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital, y los asistentes quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad acepten por unanimidad la celebración de la junta y los asuntos a tratarse, entendiéndose así, legalmente convocada y válidamente constituida.

ARTÍCULO DIECIOCHO. - Las Juntas generales se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico, y las extraordinarias en cualquier tiempo que fueren convocadas. En las sesiones de Junta general, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria, en caso contrario las resoluciones serán nulas.



ARTÍCULO DIECINUEVE. - Las juntas ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el presidente de la compañía, por escrito y personalmente a cada uno de los socios, con ocho días de anticipación por lo menos al señalado para la sesión de Junta general. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, el orden del día y objeto de la sesión.

ARTÍCULO VEINTE. - El quórum para las sesiones de Junta general de socios, en la primera convocatoria será de más de la mitad del capital social y en la segunda se podrá sesionar con el número de socios presentes, lo que se indicará en la convocatoria. La sesión no podrá instalarse, ni continuar válidamente sin el quórum establecido.

ARTÍCULO VEINTIUNO. - Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la sesión, con las excepciones que señalan estos estatutos y la Ley de Compañías. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

ARTÍCULO VEINTIDÓS. - Las resoluciones de la Junta general de socios tomadas con arreglo a la ley y a estos estatutos y sus reglamentos, obligarán a todos los socios, hayan o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto y estuvieren o no de acuerdo con dichas resoluciones.

ARTÍCULO VEINTITRÉS. - Las sesiones de junta general de socios, serán presididas por el presidente de la compañía y. a su falta, por la persona designada en cada caso, de entre los socios: actuará de secretario el gerente o el socio que en su falta la Junta elija en cada caso.

ARTÍCULO VEINTICUATRO. - Las actas de las sesiones de junta general de socios se llevarán a máquina, en hojas debidamente foliadas y escritas en el anverso y reverso, las que llevarán la



1859. Firma del presidente y secretario. De cada sesión de junta se formará un expediente que contendrá la copia del acta, los documentos que justifiquen que la convocatoria ha sido hecha legalmente, así como todos los documentos que hubieren sido conocidos por la Junta.

ARTÍCULO VEINTICINCO. - Son atribuciones privativas de la junta general de socios: Resolver sobre el aumento o disminución de capital, fusión o transformación de la compañía, sobre la disolución anticipada, la prórroga del plazo de duración: y, en general resolver cualquier reforma al contrato constitutivo y a estos estatutos:

Nombrar al presidente y al gerente de la compañía, señalarles su remuneración y, removerlos por causas Justificadas o a la culminación del periodo para el cual fueron elegidos;

Conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarios e Informes que presenten los administradores;

Resolver sobre la forma de reparto de utilidades; Resolver sobre la formación de fondos de reserva especiales o extraordinarios:

Acordar la exclusión de socios de acuerdo con las causas establecidas en la ley:

Resolver cualquier asunto que no sea competencia privativa del presidente o del gerente y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la compañía;

Interpretar con el carácter de obligatorio los casos de duda que se presenten sobre las disposiciones del estatuto:

Acordar la venta o gravamen de los bienes Inmuebles de la compañía;



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

1859 Aprobar los reglamentos de la compañía:

Aprobar el presupuesto de la compañía;

Resolver la creación o supresión de sucursales, agencias, representaciones, establecimientos y oficinas de la compañía: Las demás que señalen la Ley de Compañías y estos estatutos.

ARTÍCULO VEINTISÉIS. - Las resoluciones de la Junta general de socios son obligatorias desde el momento en que son tomadas válidamente.

ARTÍCULO VEINTISIETE. - DEL PRESIDENTE. - El presidente será nombrado por la junta general de socios y durará dos años en el ejercicio de su cargo, pudiendo ser indefinidamente reelegido. Puede ser socio o no.

ARTÍCULO VEINTIOCHO. - Son deberes y atribuciones del presidente de la compañía:

Supervisar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma e
Informar de estos particulares a la junta general de socios:

Convocar y presidir las sesiones de junta general de socios y suscribir las actas;

Velar por el cumplimiento de los objetivos de la compañía y por la aplicación de sus políticas;

Reemplazar al gerente, por falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones, conservando las propias mientras dure su ausencia o hasta que la Junta general de socios designe un reemplazo y se haya inscrito su nombramiento y, aunque no se le hubiere encargado la función por escrito;



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

Firmar el nombramiento del gerente y conferir certificaciones sobre el mismo;

Las demás que le señalan la Ley de Compañías, estos estatutos, reglamentos de la compañía y la junta general de socios.

ARTÍCULO VEINTINUEVE. - Son deberes y atribuciones del gerente de la compañía:

Representar legalmente a la compañía en forma Judicial y extrajudicial;

Conducir la gestión de los negocios y la marcha administrativa de la compañía;

Dirigir la gestión económica financiera de la compañía;

Gestionar, planificar, coordinar y ejecutar las actividades de la compañía;

Realizar pagos por conceptos de gastos administrativos;

Realizar Inversiones y adquisiciones hasta por la suma de veinte salarios mínimos vitales, sin necesidad de firma conjunta con el presidente. Las adquisiciones que pasen de veinte salarios mínimos vitales, las hará conjuntamente con el presidente, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías;

Suscribir el nombramiento del presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo;

Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil;

Llevar los libros de actas y expedientes de cada sesión de junta general;

Manejar las cuentas bancarias según sus atribuciones;



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

1859 Presentar a la Junta general de socios un informe sobre la marcha de la compañía, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficios según la ley, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico:

Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la junta general de socios;

Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, estos estatutos, los reglamentos de la compañía y las que señale la Junta general de socios.

CAPÍTULO QUINTO

DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA

ARTÍCULO TREINTA. - La disolución y liquidación de la compañía se regula por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección once; así como por el Reglamento pertinente y lo previsto en estos estatutos.

ARTÍCULO TREINTA Y UNO. - No se disolverá la compañía por muerte, interdicción o quiebra de uno o más de sus socios.

DECLARACIONES. - El capital con el que se constituye la compañía “LA RECETA DE DON JUAN” ha sido suscrito y pagado en su totalidad en la siguiente forma: capital propio de 45% y además, se pide un préstamo que representa un 55% de su capital total a una entidad bancaria de la Localidad.

TOTAL: \$13415.91 valor que ha sido depositado en dinero en efectivo en la cuenta «Integración de Capital», en el Banco Pichincha de la provincia de Zamora Chinchipe, cuyo certificado se



¹⁸⁵⁹ agrega a la presente escritura como documento habilitante. Los socios de la compañía por unanimidad nombran a la Señora Angela Nataly Álvarez Jiménez para que se encargue de los trámites pertinentes, encaminados a la aprobación de la escritura constitutiva de la compañía, su inscripción en el Registro Mercantil y convocatoria a la primera junta general de socios, en la que se designarán presidente y gerente de la compañía.

Hasta aquí la minuta. Usted señor Notario se sírvase agregar las cláusulas de estilo para su validez.

Atentamente,

(f) El Abogado

ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

Niveles Administrativos

Los niveles administrativos, cumplen con la función y responsabilidad a ellos originados por la ley, por necesidad o por costumbre, con la finalidad de lograr las metas y objetivos propuestos.

Existen en la presente los siguientes niveles administrativos.

- NIVEL LEGISLATIVO

Su función básica es legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar los reglamentos, resoluciones, etc. y decidir sobre los aspectos de mayor importancia. Este órgano representa el primer nivel jerárquico y generalmente está integrado por un grupo de personas.



- NIVEL DIRECTIVO

Planea, orienta y dirige la vida administrativa e interpreta planes, programas y más directivas técnicas y administrativas de alto nivel y los trámites a los órganos operativos y auxiliares para su ejecución.

Tiene el segundo grado de autoridad y es responsable del cumplimiento de las actividades encomendadas a la unidad bajo su mando puede delegar autoridad mas no responsabilidad. El nivel ejecutivo o directivo es unipersonal, cuando exista un presidente, director o gerente.

- NIVEL ASESOR

Este nivel no tiene autoridad de mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable, industrial y más áreas que tenga que ver con la empresa. Está integrado por expertos que tienen amplio dominio de determinada técnica.

- NIVEL AUXILIAR O DE APOYO

Este nivel ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia.

- NIVEL OPERATIVO

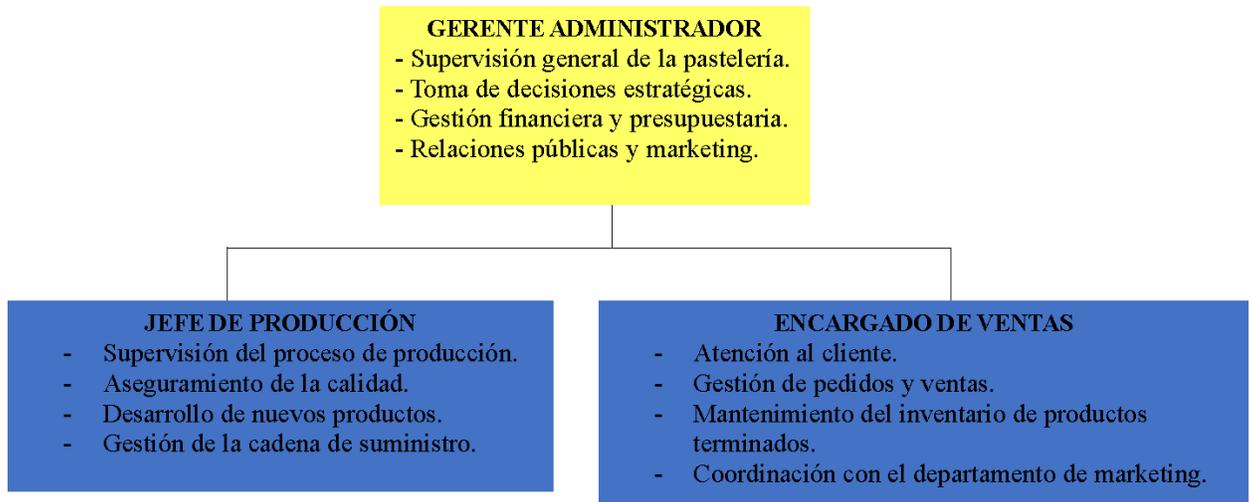
El nivel operativo es responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de una empresa. Es quien ejecuta materialmente las órdenes emanadas por los órganos legislativo y directivo.

6.6.1.1.1. Organigrama estructural

Los organigramas son la representación gráfica de la estructura de una empresa, con sus servicios, órganos y puestos de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad.

Grafico 6. Organigrama estructural “LA RECETA DE DON JUAN CIA. LTDA.”



6.6.1.1.2. Organigrama funcional**Grafico 7.** Organigrama funcional “LA RECETA DE DON JUAN CIA. LTDA.”**6.6.1.1.3. Manual de funciones**

Un manual de funciones es un documento que se prepara en una empresa con el fin de determinar las responsabilidades y las funciones de los empleados de una compañía.

- Comprende las funciones o responsabilidades de cada área de la empresa.
- El manual contiene la visión, misión, los objetivos, metas y la descripción de cada área y sus responsabilidades
- El objetivo primordial del manual es describir con claridad todas las actividades de una empresa y distribuir las responsabilidades en cada uno de los cargos de la organización
- El manual consiste en la definición de la estructura organizativa de una empresa.



- Engloba el diseño y descripción de los diferentes puestos de trabajo estableciendo normas de coordinación entre ellos.
 - Es un documento que especifica requisitos para el cargo, interacción con otros procesos, responsabilidades y funciones.
- Toda empresa tiene que tener un manual de funciones, sobre todo aquellas que son de grandes dimensiones, ya que así se lleva un control sobre las funciones que tiene el personal que conforma la compañía.
- Es un instrumento eficaz de ayuda para el desarrollo de la estrategia de una empresa, ya que determina y delimita los campos de actuación de cada área de trabajo, así como de cada puesto de trabajo.

Esta información permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo. A continuación, se presenta la descripción y especificación de los puestos creados para el funcionamiento adecuado de la empresa.

Título del Puesto: GERENTE ADMINISTRADOR

Nivel Jerárquico: LEGISLATIVO

Inmediato Superior: JUNTA GENERAL DE SOCIOS

Código: 01

NATURALEZA DEL TRABAJO



- Responsable de dirigir y coordinar todas las actividades de la empresa así como los objetivos estratégicos y operativos, manteniendo altos estándares de calidad en productos y servicio. Además, responsable de planificar, implementar y supervisar las estrategias de marketing.

FUNCIONES

- Crear estrategias de mercado, producción y finanzas para alcanzar los objetivos establecidos. Como el crecimiento en ventas, expansión del menú y mejora de la calidad.
- Distribuir tareas y responsabilidades entre el personal de manera eficiente. Además, Seleccionar a los empleados, asegurando que tengan las habilidades necesarias para sus roles.
- Asegurar una comunicación clara y abierta entre todos los niveles del personal.
- Realizar evaluaciones periódicas y proporcionar retroalimentación constructiva al personal, asegurando que se cumplan los estándares.
- Identificar y resolver problemas operativos que puedan surgir en la producción o en la gestión de la tienda.
- Elaborar y gestionar el presupuesto de la pastelería, controlando costos y gastos.
- Desarrollar y probar nuevas recetas y productos para mantener el interés de los clientes.
- Diseñar e implementar campañas de marketing que promuevan productos nuevos y existentes.



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

- El cargo exige alta eficiencia, responsabilidad y discreción en la ejecución de las tareas.
- Además, es importante mantener buenas relaciones interpersonales con todo el personal de la empresa y con el público en general.

REQUISITOS MÍNIMOS

- **Educación:** Licenciatura en Administración de Empresas
- **Experiencia:** Experiencia mínima de un año en puestos similares.
- **Habilidades:** Excelentes habilidades de liderazgo, comunicación, organización y resolución de problemas.

Título del Puesto: JEFE DE PRODUCCIÓN

Nivel Jerárquico: EJECUTIVO

Inmediato Superior: JUNTA GENERAL DE SOCIOS

Código: 02

NATURALEZA DEL TRABAJO

- Supervisar y coordinar todas las actividades relacionadas con la fabricación de productos de pastelería. Este puesto asegura que los procesos de producción sean eficientes, de alta calidad y cumplan con las normativas de seguridad alimentaria.



El puesto de pastelero requiere precisión y creatividad para asegurar que cada producto no solo cumpla con los estándares de calidad de la pastelería, sino que también sea atractivo para los clientes.

FUNCIONES

- Planificar, organizar y supervisar las actividades diarias de producción.
- Reclutar, capacitar y supervisar al personal de producción.
- Asignar tareas y responsabilidades, evaluando el desempeño del equipo.
- Implementar y mantener procedimientos de control de calidad en todos los procesos de producción.
- Asegurar el mantenimiento preventivo y correctivo de todos los equipos de producción.
- Mantenerse al día con las tendencias de la industria de la pastelería y aplicar nuevas técnicas según sea necesario.
- Además, es importante mantener buenas relaciones interpersonales con todo el personal de la empresa y con el público en general.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

- Liderazgo, Organización, Atención al Detalle y Comunicación.
- Además, es importante mantener buenas relaciones interpersonales con todo el personal de la empresa y con el público en general.

REQUISITOS MÍNIMOS



- **Educación:** Chef Pastelero
- **Experiencia:** Experiencia mínima de un año en puestos similares
- **Habilidades:** Excelentes habilidades de liderazgo, comunicación, organización y resolución de problemas.

Título del Puesto: ENCARGADO DE VENTAS

Nivel Jerárquico: EJECUTIVO

Inmediato Superior: JUNTA GENERAL DE SOCIOS

Código: 03

NATURALEZA DEL TRABAJO

- Gestionar todas las actividades relacionadas con la venta de productos de pastelería, asegurando una excelente atención al cliente y alcanzando los objetivos de ventas establecidos.

FUNCIONES

- Desarrollar y ejecutar estrategias de ventas para alcanzar los objetivos establecidos.
- Gestionar las ventas diarias y mantener registros precisos de las transacciones.
- Brindar un excelente servicio al cliente, atendiendo consultas y resolviendo quejas de manera efectiva.
- Monitorear el inventario de productos y coordinar con el equipo de producción para asegurar el stock adecuado.



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

- Analizar los datos de ventas y preparar informes para la gerencia.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

- Habilidades de Comunicación, Orientación al Cliente, Liderazgo, Organización, y Creatividad.

REQUISITOS MÍNIMOS

- **Educación:** Licenciatura en Ventas o áreas afines.
- **Experiencia:** Experiencia mínima de un año en puestos similares
- **Habilidades:** Excelentes habilidades de liderazgo, comunicación, organización y resolución de problemas.



6.7. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero determina cual será el monto total de la inversión y el financiamiento que se puede realizar, esto se hace en función a los requerimientos de recursos humanos, materiales y físicos, necesarios para poder cubrir la capacidad instalada de producción durante un ejercicio económico y a lo largo de la vida útil de la empresa.

Las inversiones que el proyecto tendrá serán de tres tipos de activos:

- Activos Fijos o tangibles.
- Activos Diferidos o Intangibles y,
- Capital de Trabajo.

6.7.1. ACTIVOS FIJOS

Maquinaria de cocina

Permitirán cumplir la misión de transformar cada una de las materias primas en productos terminados.

Tabla 25. Maquinaria de cocina

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Horno de convección	1	\$ 1.674,99	\$ 1.674,99
Batidora planetaria 8 litros	2	\$ 650,00	\$ 1.300,00
Congelador industrial	1	\$ 2.468,39	\$ 2.468,39
Laminadora de masa	1	\$ 95,00	\$ 95,00
Microondas	1	\$ 158,90	\$ 158,90
Mesa de trabajo	1	\$ 119,00	\$ 119,00
Balanza gramera	1	\$ 20,99	\$ 20,99
Procesador de alimentos	1	\$ 113,18	\$ 113,18
SUBTOTAL	9		\$ 5.950,45



¹⁸⁵⁹Nota: La información se e recabó de las casas comerciales Inoxformi.

Equipos de cocina

Estos equipos permitirán un funcionamiento eficiente sin ocupar mucho espacio, ideal para un concepto de cocina pequeño.

Tabla 26. Equipos de cocina

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Moldes de 15 cm	5	\$ 9,32	\$ 46,60
Moldes de 20 cm	5	\$ 9,32	\$ 46,60
Moldes de 25 cm	5	\$ 9,32	\$ 46,60
Moldes de 30 cm	5	\$ 9,32	\$ 46,60
Bowls en acero	5	\$ 4,99	\$ 24,95
Bowls de vidrio	5	\$ 8,64	\$ 43,20
SUBTOTAL			\$ 254,55

Nota: La información se e recabó de las casas comerciales Pycca.

Utensilios de Producción

Son herramientas necesarias para la elaboración de los productos.

Tabla 27. Utensilios de producción

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Espátulas	5	\$ 6,60	\$ 33,00
Raspadores para fondant	3	\$ 5,22	\$ 15,66
Rodillo	1	\$ 16,50	\$ 16,50
Tamizadores de acero	3	\$ 5,25	\$ 15,75
Coladores de acero	3	\$ 10,77	\$ 32,31
Mangas pasteleras	100	\$ 0,31	\$ 31,30
Boquillas	13	\$ 0,99	\$ 12,87
Termómetro	1	\$ 6,99	\$ 6,99
Cucharas medidoras	5	\$ 1,45	\$ 7,25
Jarras medidoras	2	\$ 4,00	\$ 8,00
Tazas medidoras	5	\$ 1,82	\$ 9,10
SUBTOTAL			\$ 188,73

Nota: La información se e recabó de las casas comerciales Pycca.

**Muebles y enseres**

Se relaciona con muebles asignados a las diferentes dependencias con que cuenta la empresa.

Tabla 28. Muebles y enseres

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Caja registradora	1	\$ 62,99	\$ 62,99
Escritorio	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Sillas	5	\$ 57,50	\$ 287,50
SUBTOTAL			\$ 500,49

Nota: Investigación directa

Equipos de oficina

Constituyen los equipos de oficina utilizados en trámites administrativos.

Tabla 29. Equipos de oficina

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Calculadoras	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Celular inteligente	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Computadora	2	\$ 775,00	\$ 1.550,00
Impresora	1	\$ 159,00	\$ 159,00
SUBTOTAL			\$ 1.999,00

Nota: Investigación directa

Materiales de oficina

Son suministros y equipos esenciales que facilitan el trabajo diario en un entorno de oficina.

**Tabla 30.** Materiales de oficina

CONCEPTO	CANTIDAD AD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Esferos	1	\$ 4,50	\$ 4,50
Agenda	1	\$ 10,00	\$ 10,00
SUBTOTAL			\$ 14,50

Materiales de almacenamiento

Los materiales de almacenamiento son fundamentales para mantener el espacio organizado y para asegurar que todos los documentos y suministros estén fácilmente accesibles.

Tabla 31. Materiales de almacenamiento

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Esferos	1	\$ 4,50	\$ 4,50
Agenda	1	\$ 10,00	\$ 10,00
SUBTOTAL			\$ 14,50

Nota: Investigación directa

Mobiliario y Equipamiento para el área de clientes

Estos elementos están diseñados para ofrecer comodidad, funcionalidad y una experiencia agradable para los clientes.

Tabla 32. Mobiliario y Equipamiento para el área de clientes

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Mesas	3	\$75,00	\$ 225,00
Sillas	12	\$22,00	\$ 264,00
Vitrina Refrigeradora	1	\$280,00	\$ 280,00
Vitrina Expositora	1	\$115,88	\$ 115,88
SUBTOTAL			\$ 884,88



Equipos de seguridad

Los equipos de seguridad son cruciales para proteger tanto a las personas como a los activos en cualquier entorno, ya sea una oficina, un almacén, un restaurante, o cualquier otro tipo de instalación.

Tabla 33. Equipos de seguridad

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Extintor	3	\$ 45,00	\$ 135,00
Detector de Humo	3	\$ 30,00	\$ 90,00
Botiquines	3	\$ 32,00	\$ 96,00
SUBTOTAL			\$ 321,00

Nota: Investigación directa

Depreciación de activos fijos

La depreciación de activos fijos es un concepto contable que se utiliza para distribuir el costo de un activo fijo a lo largo de su vida útil. La idea es reflejar el desgaste, obsolescencia o disminución del valor del activo a medida que se usa en el tiempo

Tabla 34. Depreciación de activos fijos

Detalle/ activos fijos	Valor activo	Vida útil	% Depreciación anual	Depreciación Anual	Valor en libro
Maquinaria de cocina	\$ 5.950,45	5	5%	\$ 1.190,09	\$ -
Equipos de cocina	\$ 254,55	3	3%	\$ 84,85	\$ -169,70
Utensilios de Cocina	\$ 188,73	2	2%	\$ 94,37	\$ -283,10
Muebles y Enseres	\$ 500,49	5	5%	\$ 100,10	\$ -
Equipo de Oficina	\$ 1.999,00	5	5%	\$ 399,80	\$ -
Materiales de Oficina	\$ 14,50	2	2%	\$ 7,25	\$ -21,75
Materiales de Almacenamiento	\$ 99,99	5	5%	\$ 20,00	\$ 0,00
Mobiliario y Equipamiento para área de Clientes	\$ 884,88	5	5%	\$ 176,98	\$ -
Equipos de seguridad	\$ 321,00	5	5%	\$ 64,20	\$ -
Total	\$ 10.213,59			\$ 2.137,63	\$ -474,55

Resumen de activos fijos

Tabla 35. Resumen de activos fijos

Detalle/ activos fijos	Valor activo
Maquinaria de cocina	\$ 5.950,45
Equipos de cocina	\$ 254,55
Utensilios de Cocina	\$ 188,73
Computadora	\$ 500,49
Equipo de Oficina	\$ 1.999,00
Materiales de Oficina	\$ 14,50
Materiales de Almacenamiento	\$ 99,99
Mobiliario y Equipamiento para área de Clientes	\$ 884,88
Equipos de seguridad	\$ 321,00
Total	\$ 10.213,59

6.7.1.1. ACTIVOS DIFERIDOS

Estas inversiones se las realiza sobre activos constituidos para los servicios o derechos adquiridos necesarios para la marcha del proyecto y son susceptibles de amortización, afectando al flujo de caja indirectamente, incluyen los siguientes gastos:

**Tabla 36.** Activos diferidos

Cantidad	Detalle	Valor unitario	
1	Instalación de cámaras de seguridad	\$	320,00
1	Colocación de señalética para seguridad	\$	200,00
1	Instalación de internet	\$	50,00
TOTAL		\$	570,00

Resumen del activo diferido**Tabla 37.** Resumen del activo diferido

Detalle/ activos fijos	Valor activo	
Instalación de cámaras de seguridad	\$	320,00
Colocación de señalética para seguridad y salud ocupacional	\$	200,00
Instalación de internet	\$	50,00
TOTAL	\$	570,00

6.7.1.1.1. ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO

Con esta denominación se designa a los valores en que se debe incurrir para dotar a la empresa de todos los componentes que hagan posible laborar durante un periodo de tiempo establecido, permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas. Para este proyecto se establece el capital de operación para 1 mes. A continuación, describiremos los gastos que representará el capital de trabajo:

6.7.1.1.2. COSTO PRIMO

Constituyen los costos de los elementos que intervienen directamente en el proceso de producción.

**Materia prima directa**

Son los materiales y suministros que intervienen directamente en el proceso de producción, así tenemos:

Tabla 38. Materia prima directa

ARTICULO	UNIDAD	V/U	V/T	V/MENSUAL
Harina	\$ 20,00	\$ 1,20	\$ 24,00	\$ 2,00
Azúcar	\$ 40,00	\$ 1,00	\$ 40,00	\$ 3,33
Huevos	\$ 200,00	\$ 0,15	\$ 30,00	\$ 2,50
Leche	\$ 30,00	\$ 1,20	\$ 36,00	\$ 3,00
Mantequilla	\$ 30,00	\$ 1,25	\$ 37,50	\$ 3,13
Aceites	\$ 8,00	\$ 3,40	\$ 27,20	\$ 2,27
Levadura	\$ 50,00	\$ 0,40	\$ 20,00	\$ 1,67
Polvo de hornear	\$ 100,00	\$ 0,35	\$ 35,00	\$ 2,92
Cacao en polvo	\$ 10,00	\$ 1,50	\$ 15,00	\$ 1,25
Esencias	\$ 5,00	\$ 1,25	\$ 6,25	\$ 0,52
Extractos	\$ 5,00	\$ 2,00	\$ 10,00	\$ 0,83
Crema de leche	\$ 10,00	\$ 3,00	\$ 30,00	\$ 2,50
Queso crema	\$ 10,00	\$ 3,50	\$ 35,00	\$ 2,92
Gelatina	\$ 10,00	\$ 1,00	\$ 10,00	\$ 0,83
Colorantes	\$ 10,00	\$ 1,00	\$ 10,00	\$ 0,83
TOTAL	\$ 538,00	\$ 22,20	\$ 365,95	\$ 30,50

Nota: Información recabada como referencia de una Panadería

Mano de obra directa

Son los gastos empleados en la contratación del personal que interviene directamente en el proceso de producción. La mano de obra directa estará integrada por un panadero.



Tabla 39. Mano de obra directa

CARGO	PASTELERO
NUMERO DE EMPLEADOS	1
SUELDO BÁSICO	\$ 460,00
APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%	\$ 51,29
APORTE PERSONAL AL 9,45%	\$ 43,47
FONDOS DE RESERVA 8,33%	\$ 38,32
DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	\$ 38,32
DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	\$ 38,32
TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS	\$ 467,82
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA MENSUAL	\$ 467,82
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL	\$ 5.613,84
TOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL DESPUÉS DEL PRIMER AÑO	\$ 5.728,79

6.7.1.1.3. COSTOS INDIRECTOS POR FABRICACIÓN

Constituyen los costos de los elementos que intervienen indirectamente en el proceso de producción

Materia prima indirecta

Se refiere a los materiales que se utilizan en el proceso de producción pero que no se incorporan directamente en el producto terminado.

Tabla 40. Materia prima indirecta

ARTICULO	UNIDAD	V/U	V/T	V/MENSUAL
Envases	\$ 200,00	\$ 0,99	\$ 198,00	\$ 16,50
TOTAL			\$ 198,00	\$ 16,50

**Mantenimiento de maquinaria y equipo****Tabla 41.** Mantenimiento de maquinaria y equipo

ARTICULO	UNIDAD	CANTIDAD	V/U	V/T	VALOR ANUAL
Maquinaria y equipo	Unidad	5	\$ 50,00	\$ 250,00	\$ 3.000,00
TOTAL			\$ 50,00	\$ 250,00	\$ 3.000,00

6.7.1.1.4. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Constituyen los costos de los elementos que intervienen en las operaciones administrativas de la organización.

Sueldos administrativos

Son los pagos por el cumplimiento de las funciones del RRHH de operaciones.

Tabla 42. Sueldos administrativos

CARGO	
	Gerente administrador
Número De Empleados	1
Sueldo Básico	\$ 460,00
Aporte Patronal Al IESS 11,15%	\$ 51,29
Aporte Personal Al 9,45%	\$ 43,47
Fondos De Reserva 8,33%	\$ 38,32
Decimo 3er Sueldo Mensual	\$ 38,32
Decimo 4to Sueldo Mensual	\$ 38,32
Total Pagos Mensuales Por Sueldos	\$ 467,82
Total Mano De Obra Directa Mensual	\$ 467,82
Total Mano De Obra Directa Anual	\$ 5.613,84
TOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL DESPUÉS DEL PRIMER AÑO	\$ 5.728,80

**Servicios básicos**

Constituyen los costos por pago de los servicios de agua, luz y teléfono, así:

Tabla 43. Servicios básicos

ARTICULO	UNIDAD	CANTIDAD	V/U	V/T	VALOR ANUAL
Energía Eléctrica	KW/DIA	84	\$ 0,50	\$ 42,00	\$ 504,00
Agua	M3	7,5	\$ 1,50	\$ 11,25	\$ 135,00
Internet	PLAN	1	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00
TOTAL				\$ 83,25	\$ 999,00

Materiales de oficina

Son los costos incurridos en la adquisición de materiales para las operaciones de oficina.

Tabla 44. Materiales de oficina

ARTICULO	UNIDAD	CANTIDAD	V/U	V/T	VALOR ANUAL
Esferos	UNIDAD	1	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 54,00
Libreta	UNIDAD	1	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 120,00
SUBTOTAL			\$ 14,50	\$ 14,50	\$ 174,00

Materiales de limpieza

Son los costos incurridos en la adquisición de materiales para el aseo de la oficina.



Tabla 45. Materiales de limpieza

ARTICULO	UNIDAD	CANTIDAD	V/U	V/T	VALOR ANUAL
Jabón Líquido	UNIDAD	2	\$ 4,46	\$ 8,92	\$ 107,04
Basureros	UNIDAD	4	\$ 36,00	\$ 144,00	
Recogedores	UNIDAD	2	\$ 5,50	\$ 11,00	\$ 132,00
Toallas Pequeñas	UNIDAD	2	\$ 6,99	\$ 13,98	\$ 27,96
Pinoklin	UNIDAD	2	\$ 7,50	\$ 15,00	\$ 180,00
Dispensador de Papel	UNIDAD	2	\$ 40,00	\$ 80,00	
Papel Higiénico	DOCENA	1	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 72,00
Escobas	UNIDAD	3	\$ 3,00	\$ 9,00	\$ 108,00
Trapeadores	UNIDAD	3	\$ 5,00	\$ 15,00	\$ 180,00
Esponjas	UNIDAD	5	\$ 0,75	\$ 3,75	\$ 45,00
Lavavajilla Líquido	UNIDAD	2	\$ 10,13	\$ 20,26	\$ 243,12
SUBTOTAL			\$ 125,33	\$ 326,91	\$ 1.095,12

Arriendo

El arriendo (o arrendamiento) es un contrato en el cual una persona o entidad (arrendador) cede el uso de un bien a otra persona o entidad (arrendatario) a cambio de un pago periódico (renta o alquiler).

Tabla 46. Arriendo

CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
1	Arriendo del local 180 m2	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 2.880,00
SUBTOTAL			\$ 240,00	\$ 2.880,00

6.7.1.1.5. GASTOS DE VENTAS

Constituyen los costos de los elementos que intervienen en el proceso de venta del producto



Sueldos de ventas

Son los pagos por el cumplimiento de las funciones del RRHH de ventas, así tenemos:

Tabla 47. Sueldos de ventas

CARGO	VENDEDOR
NUMERO DE EMPLEADOS	1
SUELDO BÁSICO	\$ 400,00
APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%	\$ 44,60
APORTE PERSONAL AL 9,45%	\$ 37,80
FONDOS DE RESERVA 8,33%	\$ 33,32
DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	\$ 38,32
DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	\$ 38,32
TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS	\$ 406,80
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA MENSUAL	\$ 406,80
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL	\$ 4.881,60
TOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL DESPUÉS DEL PRIMER AÑO	\$ 4.991,56



Tabla 48. Resumen de activo circulante para el primer mes

COSTO DE PRODUCCIÓN	VALOR ACTIVO	
<i>Costo primo</i>		
Materia prima directa	\$	365,95
Mano de obra directa	\$	467,82
Subtotal de costo primo		\$ 833,77
Costos Indirectos de Fabricación		
Materia prima indirecta	\$	198,00
Mantenimiento de la maquinaria	\$	250,00
Subtotal Costos Indirectos de Fabricación		\$ 448,00
Gastos Administrativos		
Sueldos Administrativos	\$	467,82
Servicios Basicos	\$	83,25
Materiales de Oficina	\$	14,50
Materiales de Limpieza	\$	326,91
Arriendos	\$	240,00
Subtotal Gastos Administración		\$ 1.132,48
Gastos de Ventas		
Sueldos Ventas	\$	406,80
Subtotal Gastos de Ventas		\$ 406,80
Total activos circulantes		2821,05

Nota:

6.7.1.1.6. INVERSIONES

Las inversiones dentro del proyecto constituyen el tipo de recursos financieros que se requieren para la instalación y puesta en marcha del proyecto. Las inversiones del proyecto fueron estimadas a través de presupuestos elaborados con las diferentes cotizaciones del mercado y en las diferentes casas comerciales nacionales importadoras de maquinaria

Resumen de las inversiones fijas

**UNL**Universidad
Nacional
de LojaUnidad de Educación
a Distancia y en Línea**Tabla 49.** Inversiones totales

Detalle	TOTAL			
ACTIVOS FIJOS				
Maquinaria de cocina	\$	5.950,45		
Equipo de cocina	\$	254,55		
Muebles y Enseres	\$	500,49		
Equipo de oficina	\$	1.999,00		
Materiales de oficina	\$	14,50		
Materiales de Almacenamiento	\$	99,99		
Mobiliario y Equipamiento para área de Clientes	\$	884,88		
Equipos de Seguridad	\$	321,00		
Total, activos fijos	\$	10.024,86		
ACTIVOS DIFERIDOS				
Instalación de cámaras de seguridad	\$	320,00		
Colocación de señalética para seguridad y salud ocupacional	\$	200,00		
Instalación de internet	\$	50,00		
Total, activos diferidos	\$	570,00		
ACTIVO CIRCULANTE				
COSTO DE PRODUCCIÓN				
<i>Costo primo</i>				
Materia prima directa	\$	365,95		
Mano de obra directa	\$	467,82		
Subtotal de costo primo	\$	833,77		
Costos Indirectos de Fabricación				
Materia prima indirecta	\$	198,00		
Mantenimiento de la maquinaria	\$	250,00		
Subtotal Costos Indirectos de Fabricación	\$	448,00		
Gastos Administrativos				
Sueldos Administrativos	\$	467,82		
Servicios Básicos	\$	83,25		
Materiales de Oficina	\$	14,50		
Materiales de Limpieza	\$	326,91		
Arriendos	\$	240,00		
Subtotal Gastos Administración	\$	1.132,48		
Gastos de Ventas				
Sueldos Ventas	\$	406,80		
Subtotal Gastos de Ventas	\$	406,80		
Total, activos circulantes		2821,05		
TOTAL, DE LA INVERSIÓN	\$	13.415,91	\$	13.415,91



6.7.1.1.7. FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

El proyecto hará uso de las fuentes internas y externas de financiamiento bajo los siguientes aspectos

Fuentes Internas

El 45% del total de la inversión que corresponde a 6000.00 dólares será financiado con aportaciones de los socios.

Fuentes Externas

Después de buscar la alternativa más conveniente, se decidió solicitar un préstamo a la Cooperativa de Ahorro y Crédito Vicentina” Manuel Esteban Godoy Ortega” LTDA., ya que es el organismo que otorga créditos a largo plazo y con intereses más bajos a través de sus líneas de crédito. El crédito que mantendrá el proyecto constituirá el 55 % que corresponde a 7.415.91 dólares a 5 años plazo al 12% de interés anual con el objeto de financiar la adquisición de: maquinaria y parte de las adecuaciones. Esto en el primer mes, en consecuencia, los rubros de financiamiento se presentan así:

Tabla 50. Financiamiento

Detalle	Porcentaje	Total
Capital propio	45%	\$ 6.000,00
Capital externo	55%	\$ 7.415,91
Total	100%	\$ 13.415,91



Tabla 51. Tabla de Amortización

AÑO	SEMESTRE	SALDO INICIAL	AMORTIZACIÓN SEMESTRAL	INTERESES	INTERESES ANUAL	SALDO FINAL
1	1	\$ 7.415,91	\$ 741,59	\$ 444,95	\$ 845,41	\$ 6.674,32
	2	\$ 6.674,32	\$ 741,59	\$ 400,46		\$ 5.932,73
2	1	\$ 5.932,73	\$ 741,59	\$ 355,96	\$ 667,43	\$ 5.191,14
	2	\$ 5.191,14	\$ 741,59	\$ 311,47		\$ 4.449,55
3	1	\$ 4.449,55	\$ 741,59	\$ 266,97	\$ 489,45	\$ 3.707,96
	2	\$ 3.707,96	\$ 741,59	\$ 222,48		\$ 2.966,36
4	1	\$ 2.966,36	\$ 741,59	\$ 177,98	\$ 311,47	\$ 2.224,77
	2	\$ 2.224,77	\$ 741,59	\$ 133,49		\$ 1.483,18
5	1	\$ 1.483,18	\$ 741,59	\$ 88,99	\$ 133,49	\$ 741,59
	2	\$ 741,59	\$ 741,59	\$ 44,50		\$ 0,00

PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

PRESUPUESTO DE COSTOS

Los costos son todas las erogaciones o desembolsos realizados durante un año o ejercicio económico, estos costos constituyen uno de los aspectos importantes para la determinación de la rentabilidad del proyecto y los elementos indispensables para el correspondiente análisis o evaluación del mismo, proyectando la situación contable.

Lo presupuestario de estos costos requiere ser proyectados para la vida útil estimada del proyecto, por lo que se debe considerar dicha proyección tomando en cuenta la tasa de inflación anual, de acuerdo a la situación económica y perspectivas del periodo en el cual se va a realizar este presupuesto.

Tabla 52. Presupuestos de costos y gastos

**UNL**Universidad
Nacional
de LojaUnidad de Educación
a Distancia y en Línea

COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO					
COSTO PRIMO					
Materia prima directa	\$ 365,95	\$ 379,64	\$ 393,83	\$ 408,56	\$ 423,84
Mano de obra directa	\$ 5.613,84	\$ 5.828,10	\$ 6.046,07	\$ 6.272,19	\$ 6.506,77
TOTAL, DE COSTO DE PRIMO	\$ 5.979,79	\$ 6.207,73	\$ 6.439,90	\$ 6.680,76	\$ 6.930,62
COSTO DE PRODUCCIÓN					
Materia prima Indirecta	\$ 198,00	\$ 205,41	\$ 213,09	\$ 221,06	\$ 229,32
Mantenimiento	\$ 250,00	\$ 259,35	\$ 269,05	\$ 279,11	\$ 289,55
TOTAL, DE COSTO INDIRECTO DE PRODUCCIÓN	\$ 448,00	\$ 464,76	\$ 482,14	\$ 500,17	\$ 518,88
TOTAL, COSTO DE PRODUCCIÓN DEL PRODUCTO	\$ 6.427,79	\$ 6.672,49	\$ 6.922,04	\$ 7.180,92	\$ 7.449,49
COSTOS DE OPERACIÓN					
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos Administrativos	\$ 5.613,84	\$ 5.828,10	\$ 5.828,10	\$ 5.828,10	\$ 5.828,10
Servicios básicos	\$ 999,00	\$ 1.036,36	\$ 1.075,12	\$ 1.115,33	\$ 1.157,05
Materiales de Oficina	\$ 174,00	\$ 180,51	\$ 187,26	\$ 194,26	\$ 201,53
Útiles de Aseo	\$ 1.095,12	\$ 1.136,08	\$ 1.178,57	\$ 1.222,65	\$ 1.268,37
TOTAL, DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 7.881,96	\$ 8.181,04	\$ 8.269,04	\$ 8.360,34	\$ 8.455,04
GASTOS DE VENTAS					
Sueldos de Ventas	\$ 4.881,60	\$ 5.064,17	\$ 5.253,57	\$ 5.450,06	\$ 5.653,89
TOTAL, DE GASTOS DE VENTAS	\$ 4.881,60	\$ 5.064,17	\$ 5.253,57	\$ 5.450,06	\$ 5.653,89
DEPRECIACIONES					
Maquinaria cocina	\$ 1.190,09	\$ 1.190,09	\$ 1.190,09	\$ 1.190,09	\$ 1.190,09
Equipos de cocina	\$ 84,85	\$ 84,85	\$ 84,85	\$ 84,85	\$ 84,85
Utensilios de Cocina	\$ 94,37	\$ 94,37	\$ 94,37	\$ 94,37	\$ 94,37
Muebles y Enseres	\$ 100,10	\$ 100,10	\$ 100,10	\$ 100,10	\$ 100,10
Equipo de oficina	\$ 399,80	\$ 399,80	\$ 399,80	\$ 399,80	\$ 399,80
Materiales de Oficina	\$ 7,25	\$ 7,25	\$ 34,08	\$ 34,08	\$ 160,15
Materiales de Almacenamiento	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
Mobiliario y Equipamiento para área de Clientes	\$ 176,98	\$ 176,98	\$ 176,98	\$ 176,98	\$ 176,98
Equipos de Seguridad	\$ 64,20	\$ 64,20	\$ 64,20	\$ 64,20	\$ 64,20
TOTAL, DE DEPRECIACIONES	\$ 2.137,63	\$ 2.137,63	\$ 2.164,45	\$ 2.164,45	\$ 2.290,53
GASTOS FINANCIEROS					
Interés de Préstamo	\$ 845,41	\$ 667,43	\$ 489,45	\$ 311,47	\$ 133,49
TOTAL, DE GASTOS FINANCIEROS	\$ 845,41	\$ 667,43	\$ 489,45	\$ 311,47	\$ 133,49
TOTAL, COSTOS DE OPERACIÓN	\$ 15.746,60	\$ 16.050,28	\$ 16.176,52	\$ 16.286,31	\$ 16.532,95
COSTO TOTAL DEL SERVICIO	\$ 22.174,39	\$ 22.722,76	\$ 23.098,56	\$ 23.467,24	\$ 23.982,44



6.7.1.1.8. INGRESOS TOTALES

Los ingresos son producto de la venta que produce el proyecto, en el presente caso por la venta de unidades de productos de pastelería es de \$1.85.

Los ingresos a establecerse en la vida útil de la empresa como se indica a continuación, se han determinado principalmente el precio unitario de venta.

Se considera un margen de utilidad bruta por unidad de producto del 70% en función a la competencia. Para la determinación del precio para su comercialización aplicaremos la siguiente fórmula matemática:

P V = Costo Unitario + MU

Costo Unitario = Costo Total/Nro. de Productos

Tabla 53. Costo unitario

C.U. = C.T. / Nro. P.	
COSTO TOTAL	\$ 22.174,39
NRO DE PRODUCTOS	1498
COSTO UNITARIO	\$ 14,81

P.U.V.EX/F. = C.U. + M.U.

Tabla 54. Precio unitario del producto sin incluir el margen de utilidad bruta

P.U.V.EX/F. = C.U. + M.U	
COSTO UNITARIO	\$ 14,81
MARGEN DE UTILIDAD	\$ 0,40
MARGEN DE UTILIDAD AL 40%	\$ 5,92
P.U.V.EX/F	\$ 20,73

Una vez determinado el precio de venta de la unidad de cada pastel por los 5 años, luego se determina el presupuesto anual de ingresos, el cual detallamos en el siguiente cuadro:

**Tabla 55.** Costo unitario del producto

Años	Costo del producto	Unidades producidas	Costo unitario del producto
1	\$22.174,39	1498	\$14,81
2	\$22.722,76	1498	\$15,17
3	\$23.098,56	1498	\$15,42
4	\$23.467,24	1498	\$15,67
5	\$23.982,44	1498	\$16,01

Tabla 56. Precio de venta

Años	Costo unitario	Margen de utilidad	Precio de venta
1	\$14,81	40%	\$20,73
2	\$15,17	40%	\$21,24
3	\$15,42	40%	\$21,59
4	\$15,67	40%	\$21,94
5	\$16,01	40%	\$22,42

Tabla 57. Ingreso por venta

Años	Producto producido	Precio de venta	Ingreso por ventas
1	\$22.174,39	\$20,73	\$459.658,82
2	\$22.722,76	\$21,24	\$482.674,69
3	\$23.098,56	\$21,59	\$498.771,88
4	\$23.467,24	\$21,94	\$514.820,80
5	\$23.982,44	\$22,42	\$537.673,70



6.7.1.1.9. COSTOS FIJOS Y VARIABLES.

COSTOS FIJOS. - Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo completo de producción. Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen.

COSTOS VARIABLES. - Son aquellas que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción. En el presente trabajo se calculará el punto de equilibrio utilizando el método matemático en función de la capacidad instalada, en función de las ventas y de producción, utilizando además la forma gráfica para su representación.

**UNL**Universidad
Nacional
de LojaUnidad de Educación
a Distancia y en Línea**Tabla 58.** Costos fijos y variables

COSTOS	AÑO 1		AÑO 5	
	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
COSTO PRIMO				
Materia prima directa		\$365,95		\$423,84
Mano de obra directa		\$5.613,84		\$6.506,77
TOTAL, DE COSTO DE PRODUCCIÓN		\$5.979,79		\$6.930,62
COSTO DE PRODUCCIÓN				
Materia prima Indirecta		\$198,00		\$229,32
Mantenimiento		\$250,00		\$289,55
TOTAL, DE COSTO DE PRODUCCIÓN		\$448,00		\$518,88
GASTOS ADMINISTRATIVOS				
Sueldos Administrativos	\$5.613,84		\$5.828,10	
Servicios básicos	\$999,00		\$1.157,05	
Materiales de Oficina	\$174,00		\$201,53	
Útiles de Aseo	\$1.095,12		\$1.268,37	
TOTAL, DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$7.881,96		\$8.455,04	
GASTOS DE VENTAS				
Sueldos de Ventas	\$4.881,60		\$5.653,89	
TOTAL, DE GASTOS DE VENTAS	\$4.881,60		\$5.653,89	
DEPRECIACIONES				
Maquinaria cocina	\$1.190,09		\$1.190,09	
Equipos de cocina	\$84,85		\$84,85	
Utensilios de Cocina	\$94,37		\$94,37	
Muebles y Enseres		\$100,10		\$100,10
Equipo de oficina	\$399,80		\$399,80	
Materiales de Oficina	\$7,25		\$160,15	
Materiales de Almacenamiento	\$20,00		\$20,00	
Mobiliario y Equipamiento para área de Clientes	\$176,98		\$176,98	
Equipos de Seguridad	\$64,20		\$64,20	
TOTAL, DE DEPRECIACIONES	\$2.037,53		\$2.190,43	
GASTOS FINANCIEROS				
Interés de Préstamo	\$845,41		\$133,49	
TOTAL, DE COSTO DE PRODUCCIÓN	\$15.646,50	\$6.527,89	\$16.432,85	\$7.549,59
Total	\$22.174,39		23.982,44	



6.7.1.1.10. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

Documento Contable que presenta los resultados obtenidos en un período económico, sean estos pérdidas o ganancias para lo cual compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un período. También se lo denomina Estado de Resultados nos demuestra cual es la utilidad o pérdida que se ha obtenido durante un período económico y como se ha producido, cuyos resultados sirven para obtener mediante un análisis, conclusiones que permitan conocer cómo se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro.

Tabla 59. Reforma tributaria 2022

Límite inferior (USD)		Límite superior (USD)	Impuesto a la fracción básica	Tipo marginal %
-	\$371.861,76	\$20.000,00	\$60,00	0%
\$20.000,01		\$50.000,00	\$60,00	1%
\$50.000,01		\$75.000,00	\$360,00	1,25%
\$75.000,01		\$100.000,00	\$675,50	1,50%
\$100.000,01		\$200.000,00	\$1.047,50	1,75%
\$200.000,01		\$300.000,00	\$2.797,52	2%



Tabla 60. Estado de pérdidas y ganancias

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. INGRESOS					
Ingreso por ventas	\$ 459.658,82	\$ 482.674,69	\$ 498.771,88	\$ 514.820,80	\$ 537.673,70
TOTAL, INGRESOS	\$ 459.658,82	\$ 482.674,69	\$ 498.771,88	\$ 514.820,80	\$ 537.673,70
2. EGRESOS					
Costo de Producción	\$ 6.427,79	\$ 6.672,49	\$ 6.922,04	\$ 7.180,92	\$ 7.449,49
Costo de Operación	\$ 15.746,60	\$ 16.050,28	\$ 16.176,52	\$ 16.286,31	\$ 16.532,95
TOTAL, EGRESOS	\$ 22.174,39	\$ 22.722,76	\$ 23.098,56	\$ 23.467,24	\$ 23.982,44
(1-2) Utilidad antes impuesto trabajadores	\$ 437.484,43	\$ 459.951,92	\$ 475.673,33	\$ 491.353,57	\$ 513.691,27
(-)15% Trabajadores	\$ 65.622,66	\$ 68.992,79	\$ 71.351,00	\$ 73.703,04	\$ 77.053,69
(=) Utilidad antes impuesto a la renta	\$ 371.861,76	\$ 390.959,13	\$ 404.322,33	\$ 417.650,53	\$ 436.637,58
(-) Porcentaje tipo marginal 1%	\$ -3.518,62	\$ -3.718,62	\$ -3.218,62	\$ -3.718,02	\$ -3.718,62
(-) Impuesto a la fracción Básica	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
(=) Utilidad antes de Reserva Legal	\$ 375.320,38	\$ 394.617,75	\$ 407.480,94	\$ 421.308,55	\$ 440.296,20
(-) 10% de Reservas	\$ 37.532,04	\$ 39.461,78	\$ 40.748,09	\$ 42.130,86	\$ 44.029,62
(=) Utilidad Líquida	\$ 337.788,34	\$ 355.155,98	\$ 366.732,85	\$ 379.177,70	\$ 396.266,58

6.8. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es un punto de equilibrio entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como PUNTO MUERTO, porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias. Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado es que no existen utilidades ni pérdidas, es decir, si vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio obtendremos utilidades.

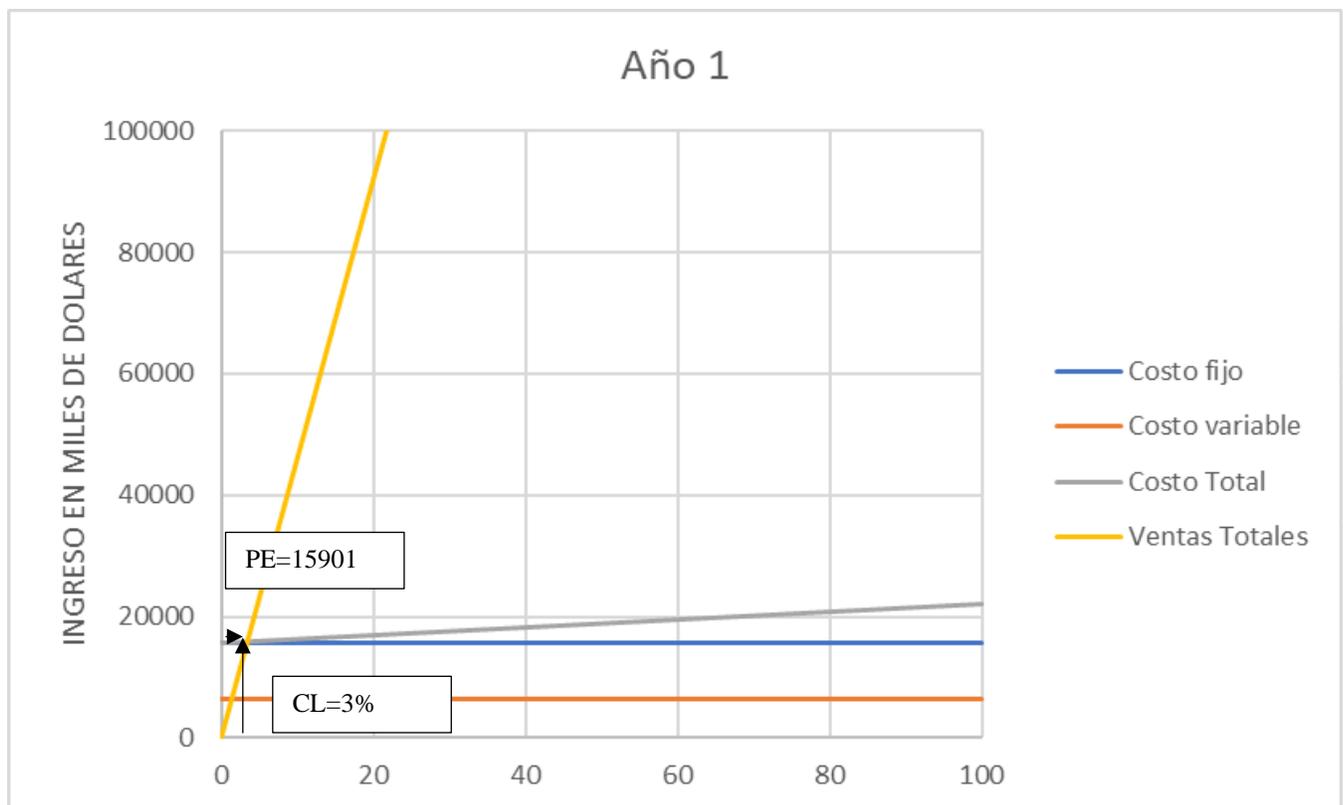
Análisis del Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel de ingresos o de operación en el cual la empresa no tiene utilidades ni pérdidas, es decir los ingresos son iguales a los costos. El punto de equilibrio se calcula mediante dos métodos: matemáticamente y gráficamente.

Tabla 61. Punto de equilibrio para el año 1

	Y	X
Eje de x	0	100
Costo fijo	15676	15676
Costo variable	6527	6527
Costo Total	15676	22174
Ventas Totales	0	459658

Gráfico 8. Punto de equilibrio para el año 1





Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada

PE= Costo fijo total

Ventas totales – Costo Variable Total

$$PE = \frac{15676}{459658 - 6527} \times 100$$

PE= 3%

En función de las ventas

$$PE = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Totales}}{\text{Ventas Totales}}}$$

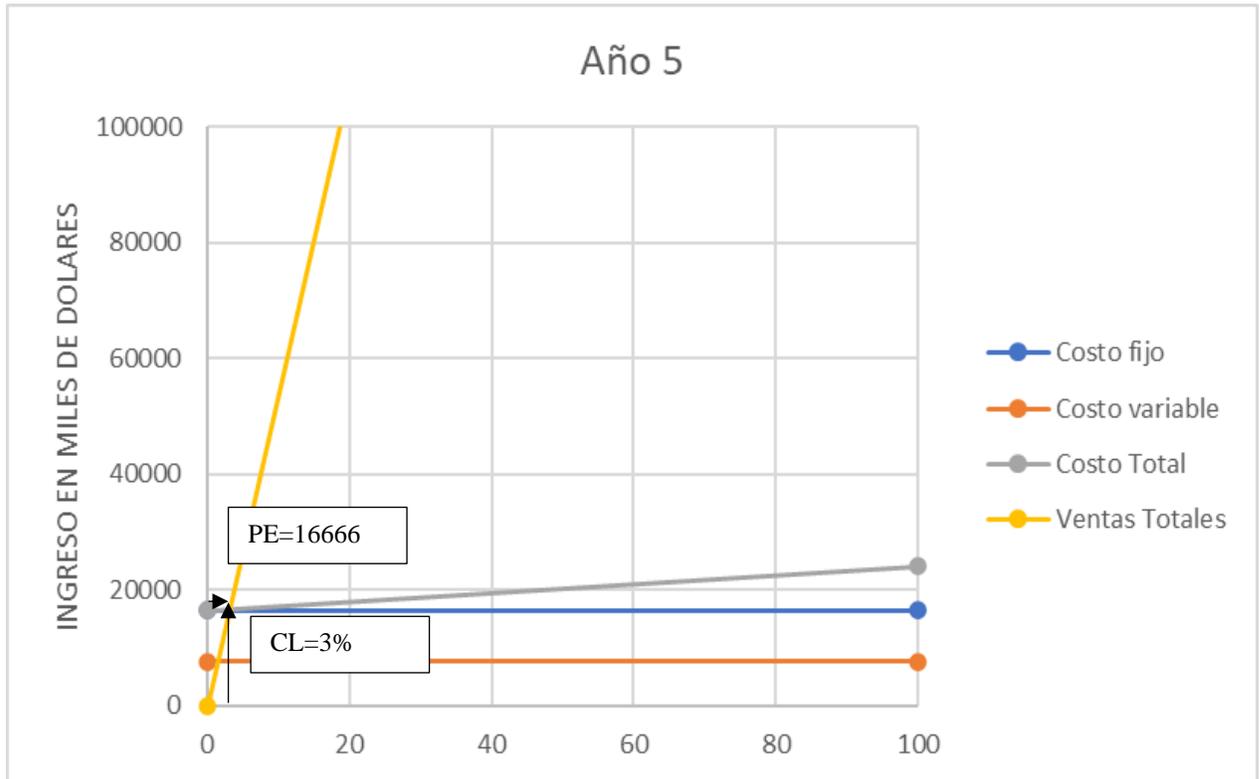
$$PE = \frac{15676}{1 - \frac{6527}{459658}}$$

PE= 15901.80

Tabla 62. Punto de equilibrio para el año 5

	Y	X
Eje x	0	100
Costo fijo	16433	16433
Costo variable	7550	7550
Costo Total	16433	23982
Ventas Totales	0	537674

Grafico 9. Punto de equilibrio para el año 5



Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{\text{Costo fijo total}}{\dots}$$

$$\text{Ventas totales} - \text{Costo Variable Total}$$

$$PE = \frac{16433}{537674 - 7550}$$

$$PE = 3\%$$



En función de las ventas

$$PE = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Totales}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{16433}{1 - \frac{7550}{537674}}$$

$$PE = 16666$$

6.8.1. FLUJO DE CAJA

Para realizar la aplicación de algunos criterios de evaluación, se hace necesario previamente estimar los flujos de caja. El Flujo de Caja permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto.



Tabla 63. Flujo de caja

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. INGRESOS					
Ventas	\$ 459.659	\$ 482.675	\$ 498.772	\$ 514.821	\$ 537.673,70
Valor residual					\$ 339,37
TOTAL, INGRESOS	\$ 459.659	\$ 482.675	\$ 498.772	\$ 514.821	\$ 538.013,07
2. EGRESOS					
Costo de Producción	\$ 6.428	\$ 6.672	\$ 6.922	\$ 7.181	\$ 7.449,49
Costo de Operación	\$ 15.747	\$ 16.050	\$ 16.177	\$ 16.286	\$ 16.532,95
Amortización del crédito	\$ 14.090	\$ 11.124	\$ 8.158	\$ 5.191	\$ 3,00
TOTAL, EGRESOS	\$ 36.265	\$ 33.847	\$ 31.256	\$ 28.658	\$ 23.985,44
(=) Utilidad antes impuesto trabajadores	\$ 423.394	\$ 448.828	\$ 467.516	\$ 486.162	\$ 514.027,64
(-) 15% Trabajadores	\$ 65.623	\$ 68.993	\$ 71.351	\$ 73.703	\$ 77.053,69
(=) Utilidad antes impuesto a la renta	\$ 357.772	\$ 379.835	\$ 396.165	\$ 412.459	\$ 436.973,95
(-) Porcentaje tipo marginal 0%	\$ 3.078	\$ 3.298	\$ 3.462	\$ 3.625	\$ 3.870
(-) Impuesto a la fracción Básica	\$ 60	\$ 60	\$ 60	\$ 60	\$ 60,00
(=) Utilidad antes de Reserva Legal	\$ 375.320	\$ 394.618	\$ 407.481	\$ 421.309	\$ 440.296,20
(-) 10% de Reservas	\$ 37.532	\$ 39.462	\$ 40.748	\$ 42.131	\$ 44.029,62
(=) Utilidad Líquida	\$ 337.788	\$ 355.156	\$ 366.733	\$ 379.178	\$ 396.266,58
(+) Depreciaciones	\$ 2.138	\$ 2.138	\$ 2.036	\$ 2.164	\$ 2.290,53
(+) Amortización de activos diferidos	\$ 114	\$ 114	\$ 114	\$ 114	\$ 114,00
FLUJO DE CAJA	\$ 340.040	\$ 357.408	\$ 368.883	\$ 381.456	\$ 398.671,11



1852 6.8.1.1. EVALUACIÓN FINANCIERA

Para definir finalmente si se opta ejecutar el proyecto e implementar la empresa es necesario contar además del estudio económico con una base sólida y técnica que permita con certeza tomar una u otra decisión; para ello se efectúa la evaluación financiera del proyecto con al menos cinco indicadores: valor actual neto, tasa interna de retorno, relación beneficio – costo, periodo de recuperación de capital y análisis de sensibilidad del proyecto.

En base a dichos resultados se podrá determinar además la rentabilidad y viabilidad financiera del proyecto. Esta es una de las fases más importantes al momento de decidir la puesta en marcha del negocio y el proyectista debe tener cautelosa determinación e interpretación ante cada uno de los indicadores.

Para poder efectuar dicha evaluación es necesario contar primeramente con el Flujo de Caja proyectado para todos los años de vida útil determinados para el proyecto, considerando los ingresos y egresos reales de dinero en la empresa si se pusiera en marcha.

VALOR ACTUAL NETO.

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizarán en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto.

En términos matemáticos el VAN es la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento o descontados a una tasa de interés pagada por beneficiarse el préstamo a obtener.



El VAN, representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto.

Si el VAN es igual o mayor que cero, el proyecto o inversión es conveniente, caso contrario no es conveniente.

Se tomó como base el 12% porque es el porcentaje del interés del costo del préstamo realizado.

Tabla 64. Valor actual neto

Años	Flujos netos	Factor de actualización	Flujos netos actualizados
0	\$ 13.415,910		
1	\$ 340.039,970	0,89	\$ 303.607,1
2	\$ 357.407,604	0,80	\$ 284.923,2
3	\$ 368.882,862	0,71	\$ 262.563,5
4	\$ 381.456,148	0,64	\$ 242.422,3
5	\$ 398.671,106	0,57	\$ 226.216,7
Sumatoria de flujos actualizados			\$ 1.319.732,8
(-) Inversión			\$ 13.415,9
Valor actual neto			\$ 1.306.316,9

Como se observa el VAN es mayor que uno, por lo tanto, el proyecto es conveniente de ejecutarse.

6.8.1.1.1. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de retorno (TIR) constituye un segundo criterio y muy importante de evaluación de los proyectos de inversión. Para calcular la tasa interna de retorno se debe realizar una interpolación de la tasa de descuento cuyo proceso consiste en hallar un valor deseado entre otros dos valores. La TIR es la tasa de descuento (de interés) con la que el valor presente de los



egresos (incluida la 112 inversión inicial) es igual al valor presente de los ingresos netos.

Representa la rentabilidad media del dinero invertido durante la vida útil de la empresa. Los criterios para la toma de decisión si aceptar el proyecto o no son los siguientes:

- Si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptarse del proyecto.
- Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.

Tabla 65. Tasa interna de retorno

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 36%	VAN MENOR	FACTORES DE ACTUALIZACIÓN 37%	VAN MAYOR
0	\$13.415,91				
1	\$340.039,97	0,735294	\$250.029,39	0,729927	\$248.204,36
2	\$357.407,60	0,540657	\$193.235,08	0,532793	\$190.424,43
3	\$368.882,86	0,397542	\$146.646,52	0,388900	\$143.458,66
4	\$381.456,15	0,292310	\$111.503,62	0,283869	\$108.283,52
5	\$398.671,11	0,214934	\$85.688,04	0,207204	\$82.606,06
TOTAL			\$787.102,65		\$772.977,02
			\$773.686,74		\$759.561,11

$$TIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN_{Tm}}{VAN_{Tm} - VAN_{TM}} \right)$$

$$TIR = 36 + 1 \left(\frac{773686}{773686 - 759561} \right)$$

$$TIR = 36 + 1 \left(\frac{773686}{14125} \right)$$

$$TIR = 36 + 54.77$$

$$TIR = 90.77\%$$

En el presente proyecto la TIR es de 90.77%, siendo esta mayor a la tasa de interés (12%), lo cual es conveniente la realización del proyecto.



6.8.1.1.2. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital.

Comúnmente los períodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas. El período de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial.

En el siguiente cuadro se demuestra el tiempo requerido para que nuestra empresa recupere la inversión inicial de capital.

Tabla 66. Periodo de recuperación de capital

AÑOS	FLUJOS NETOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS	FLUJO ACUMULADO
0	\$13.415,91			
1	\$340.039,97	0,89	\$303.607,12	
2	\$357.407,60	0,80	\$284.923,15	
3	\$368.882,86	0,71	\$262.563,53	\$ 851.093,8
4	\$381.456,15	0,64	\$242.422,28	
5	\$398.671,11	0,57	\$226.216,69	
Total			\$1.319.732,77	

$$PRI = \text{Año que supera a la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{primeros flujos}}{\text{Flujo neto del año que supera la inversión}}$$

$$PRC = 1 + \frac{13415 - 851.093,8}{303607}$$

$$PRC = -1,76$$



PRC= - 1 Año

PRC= 0,76 x 12 = 9,12 = 9 meses

PRC= 0.12 x 30 = 3,6 = 3 días

La inversión del proyecto se recuperará en menos de 1 año, 9 meses y 3 días.

6.8.1.1.3. RELACIÓN BENEFICIO/COSTO

Es otro indicador financiero que permite medir cuando se conseguiría en dólares por cada dólar invertido, se lo determina actualizando los ingresos por un lado y por otro lado los egresos por lo que se considera el valor de actualización. Se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Si la relación Beneficio-Costo es mayor a uno se acepta el proyecto.
- Si la relación Beneficio-Costo es menor a uno no se acepta el proyecto
- Si la relación Beneficio-Costo es igual a uno conviene o no conviene realizar el proyecto

Tabla 67. Relación Beneficio/Costo

Table with 6 columns: AÑOS, INGRESOS ORIGINALES, EGRESOS ORIGINALES, FACTOR DE ACTUALIZACIÓN, INGRESOS ACTUALIZADOS, EGRESOS ACTUALIZADOS. Rows include years 1-5 and a Total row.

RBC= INGRESOS ACTUALIZADOS / EGRESOS ACTUALIZADOS

RBC= 1782.671 / 113431

RBC= 15.72



El proyecto de factibilidad, tiene una relación de beneficio- costo de \$ 15.72 lo que significa que por cada dólar invertido en el proyecto se obtendrá un beneficio de \$ 14.72.

6.8.1.1.4. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

En el proyecto se ha estimado que las variaciones con mayor incertidumbre, son los costos y los ingresos, por lo tanto, se ha considerado determinar hasta qué punto la empresa soporta un incremento en los costos, lo cual se puede apreciar en el siguiente cuadro. En este caso el proyecto está en capacidad de resistir hasta un 16% de incremento en los costos y soporta una disminución en sus ventas hasta un 17% en los ingresos., por lo que se considera factible implementar la Empresa “La Receta de Don Juan”, en el cantón Centinela del Cóndor de la provincia de Zamora Chinchipe. En términos generales se debe considerar los siguientes aspectos:

- Cuando el coeficiente resultante es mayor que uno el proyecto es sensible a esos cambios.
- Cuando el coeficiente resultante es igual no se ve efecto alguno.
- Cuando el coeficiente resultante es menor a uno es proyecto no es sensible



UNL

Universidad Nacional de Loja

Unidad de Educación a Distancia y en Línea

Tabla 68. Análisis de sensibilidad con el incremento del 2,54% en los costos

AÑOS	COSTO ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESOS TOTALES	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 16%	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 17%	VAN MAYOR
0	\$ 13.415,9							
1	\$ 36.264,6	\$ 37.185,7	\$ 459.658,8	\$ 422.473,1	\$ 0,9	\$ 364.200,9	\$ 0,9	\$ 361.088,1
2	\$ 33.846,6	\$ 34.706,3	\$ 482.674,7	\$ 447.968,4	\$ 0,7	\$ 332.913,5	\$ 0,7	\$ 327.247,0
3	\$ 31.256,1	\$ 32.050,0	\$ 498.771,9	\$ 466.721,9	\$ 0,6	\$ 299.009,0	\$ 0,6	\$ 291.407,4
4	\$ 28.658,4	\$ 29.386,3	\$ 514.820,8	\$ 485.434,5	\$ 0,6	\$ 268.101,2	\$ 0,5	\$ 259.052,1
5	\$ 23.985,4	\$ 24.594,7	\$ 538.013,1	\$ 513.418,4	\$ 0,5	\$ 244.445,2	\$ 0,5	\$ 234.175,9
TOTAL						\$ 1.508.669,7		\$ 1.472.970,5
						\$ 1.495.253,8		\$ 1.459.554,6

NUEVA TIR

$$TIR = T_m + Dt \frac{VAN T_m}{VAN T_m - VAN T_M}$$

$$TIR = 26 + 1 \frac{1465.253}{1495.253 - 1459.554}$$

$$TIR = 26 + 1 \frac{129170}{35699.23}$$

$$TIR = 26 + 41.88$$

$$TIR = 67.88$$





UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

TIR RESULTANTE

$$TIR = TIR O - N TIR$$

$$TIR = 90.77 - 67.88$$

$$TIR = 22.89$$

PORCENTAJE DE VARIACIÓN

$$\% V = \frac{TIR R}{TIR O} \times 100$$

$$\% V = \frac{22.89}{90.77} \times 100$$

$$\% V = 25.21\%$$

VALOR DE SENSIBILIDAD

$$S = \frac{\% V}{N TIR}$$

$$S = \frac{25.21}{67.88}$$

$$S = 0.37$$

Este resultado nos indica que el proyecto no se verá afectado por un incremento de los costos de hasta un 2.54%



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

Tabla 69. Análisis de sensibilidad con la disminución del 2,18% en los ingresos

AÑOS	COSTO ORIGINAL	INGRESOS TOTALES	INGRESO TOTAL ORIGINAL	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
					15%		17%	
0	\$13.415,9							
1	\$36.264,6	\$459.658,8	\$449.638,3	\$413.373,6	\$0,86	\$356.356,6	\$0,85	\$353.310,8
2	\$33.846,6	\$482.674,7	\$472.152,4	\$438.305,7	\$0,74	\$325.732,6	\$0,73	\$320.188,3
3	\$31.256,1	\$498.771,9	\$487.898,7	\$456.642,6	\$0,64	\$292.551,6	\$0,62	\$285.114,2
4	\$28.658,4	\$514.820,8	\$503.597,7	\$474.939,3	\$0,55	\$262.304,8	\$0,53	\$253.451,4
5	\$23.985,4	\$538.013,1	\$526.284,4	\$502.299,0	\$0,48	\$239.151,1	\$0,46	\$229.104,2
Total						\$1.476.096,6		\$1.441.168,8
						\$1.462.680,7		\$1.427.752,9

NUEVA TIR

$$TIR = T_m + Dt \frac{VAN T_m}{VAN T_m - VAN TM}$$

$$TIR = 26 + 1 \frac{1462.680,7}{1462.980 - 1427.752}$$

$$TIR = 26 + 1 \frac{126384}{34927}$$

$$TIR = 26 + 41.87$$

$$TIR = 67.88$$



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

TIR RESULTANTE

$$TIR = TIR O - N TIR$$

$$TIR = 90.77 - 67.88$$

$$TIR = 22.89$$

PORCENTAJE DE VARIACIÓN

$$\% V = \frac{TIR R}{TIR O} \times 100$$

$$\% V = \frac{22.89}{90.77} \times 100$$

$$\% V = 25.22$$

VALOR DE SENSIBILIDAD

$$S = \frac{\% V}{N TIR}$$

$$S = \frac{25.22}{67.88}$$

$$S = 0.37$$

Este resultado nos indica que el proyecto no se verá afectado por una disminución de los ingresos de hasta de un 2.18%.



7. CONCLUSIONES

Con los resultados obtenidos en este proyecto se describen las siguientes conclusiones.

- Con el estudio de mercado se pudo determinar que 97% de un 100% de familias adquirirán los productos de pastelería. Que las familias cuando asisten a una pastelería consideran importante la variedad en los productos y el sabor, y en las ocasiones en las que consumen productos de pastelería son variados y usualmente la compra de estos es una vez al mes.
- El estudio técnico determinó que la planta se localizara en el eje vial de la parroquia Panguintza, este lugar es transitado por familias y estudiantes. Además, la capacidad instalada estimada es de 3744 unidades de productos de pastelería al año por ende la capacidad utilizada es de 1498 unidades anuales.
- El estudio administrativo legal determinó que la forma jurídica será “Compañía de Comandita simple” con el propósito de elaborar y vender productos de pastelería.
- La inversión necesaria suma; activos fijos \$10024.86, diferidos \$570.00 y circulante \$ 2821.05 con un total de \$13415.91 que podrá ser financiado por aporte personal del socio 45% y el 55% restante estará financiado por un crédito otorgado por una Cooperativa de Ahorro y Crédito Vicentina “Manuel Esteban Godoy Ortega” LTDA. a una tasa de interés del 12% para un plazo de 5 años.
- El costo unitario para cada unidad de producto de pastelería será \$ \$14,81. Además, el margen de utilidad será del 40%.
- El VAN es positivo con el valor de \$ \$1.306.316,9 por lo tanto es rentable, la TIR es de 90.77% lo cual es superior a la tasa de oportunidad que es de 12% lo que significa que será muy satisfactorio. Además, en RBC se obtendrá \$14.72 centavos por cada dólar invertido,



el PRC será de menos de 1 año 9 meses y 3 días, es decir que la inversión se recuperara favorablemente.

- El análisis de sensibilidad determina que el proyecto soporta un incremento en los costos de hasta el 2.54% y una disminución de los ingresos de 2.18%.

8. RECOMENDACIÓN

- Para que una persona natural o jurídica ponga en marcha un proyecto de creación de una pastelería debe, primeramente, realizar un estudio de prefactibilidad y conocer si existe rentabilidad o va ser un fracaso, para que en años siguientes no cierren sus negocios.
- Que al momento de incrementar un producto tomen en cuenta todos sus costos tanto directos como indirectos, para que de esa manera no haya pérdidas.
- Que en un futuro se incremente la producción de línea de diferentes tipos de pastelería, la diversificación de productos y servicios siempre incrementará clientes por ende rentabilidad con esto se ganará más clientes y por ende generar una mayor rentabilidad.
- Con la finalidad de llegar a más familias con los diferentes productos se podría ubicar una sucursal en la parroquia Zumbi, donde es un sector con bastante afluencia de familias, allí hacer un estudio de mercado para definir la demanda insatisfecha.
- Que los productos al ser elaborados cuenten con la debida higiene y cuidado en los procesos, para así ofrecer productos que sean aptos para el consumo humano.



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

- Que al personal que forme parte de la empresa se les pague conforme lo estipula la ley y otorgar los beneficios sociales que les corresponden. · Analizar la posibilidad de adquirir un carro con la finalidad de llegar a todas las parroquias y barrios aledaños del cantón, haciendo entregas al por mayor.



9. BIBLIOGRAFÍA

- Arias, A. S. (06 de 02 de 2024). Inversión: Qué es, cómo empezar y qué tipos hay. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/inversion.html>
- Avila, M. V. (2020). EVALUACION FINANCIERA DE PROYECTOS DE INVERSION METODOS Y APLICACIONES . SANTA CRUZ - BOLIVIA : Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra - UPSA.
- Baby. (22 de 04 de 2015). GUÍA PARA LA FORMULACIÓN DE PROYECTOS . Obtenido de GUÍA PARA LA FORMULACIÓN DE PROYECTOS : <https://www.upm uy/siteassets/documents/guia-para-la-formulacion-de-proyectos.pdf>
- Badilla, T. Z. (27 de 08 de 2021). TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN. Obtenido de ¿Qué es una técnica de investigación?: <https://cms.usanmarcos.ac.cr/sites/default/files/tecnicas-de-investigacion.pdf>
- Botey, P. (23 de 02 de 2022). Las 4 P del marketing: qué son, cuáles, para qué sirven y ejemplos. Obtenido de INBOUNDCYCLE: <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/las-4-p-del-marketing-que-debes-conocer>
- CAÑAS, C. A. (19 de 07 de 2013). EL CONCEPTO DE LA CAPACIDAD INSTALADA . Obtenido de Julio2013.pdf: https://planning.com.co/bd/valor_agregado/Julio2013.pdf
- Chain, R. e. (07 de 03 de 2023). ¿Cuáles son los tipos de demanda? Obtenido de Retos en Supply Chain: <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/2-tipos-de-demanda-y-la-tecnologia-que-apoya-cada->



estrategia/#:~:text=Demanda%20satisfecha%20e%20insatisfecha.,un%20caso%20de%20
demanda%20satisfecha.

Chavez, J. (18 de 08 de 2020). ¿Qué es el Financiamiento? Ejemplos, tipos e importancia.

Obtenido de Concepto de financiamiento:

<https://www.ceupe.com/blog/financiamiento.html>

Cigoña, J. R. (25 de 08 de 2023). Tasa interna de retorno (TIR): ¿Qué es y cómo se calcula?

Obtenido de <https://www.sage.com/es-es/blog/tasa-interna-de-retorno-tir-que-es-y-como-se-calcula/>

Clavijo, C. (25 de 01 de 2023). Cómo calcular el periodo de recuperación de tu inversión.

Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/periodo-recuperacion-inversion>

CN, R. (25 de 11 de 2008). Cómo hallar la demanda potencial. Obtenido de CreceNegocios :

<https://www.crecenegocios.com/como-hallar-la-demanda-potencial/>

CONTIFICO. (28 de 10 de 2023). ¿Por qué Contífico es el sistema contable más recomendado del Ecuador? Obtenido de <https://contifico.com/por-que-contifico-es-el-sistema-contable-mas-recomendado-del-ecuador/>

EDUCATION, E. I. (16 de 12 de 2021). ¿Qué es demanda actual? Obtenido de ¿Qué es demanda actual?: <https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-demanda-actual#:~:text=Refiere%20a%20la%20cantidad%20total,comprador%20para%20adquirir%20un%20bien.>

Elvita. (15 de 02 de 2023). Acta de la Junta General . Obtenido de

<https://ecuadorpapers.org/ocr/130513%20ZUKALO%20S.A./economica/Acta%20de%20la%20Junta%20General%20-%20SC.NIIF.130513.2012.1%202012-12-31%207366411.pdf>



Esan, C. (30 de 10 de 2019). Análisis de sensibilidad: ¿qué es y cuál es su importancia en un proyecto? Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/analisis-de-sensibilidad-que-es-y-cual-es-su-importancia-en-un-proyecto#:~:text=El%20an%C3%A1lisis%20de%20sensibilidad%20permite%20a%20las%20empresas%20pronosticar%20el,el%20negocio%20o%20las%20inversiones.>

ESPADA, B. (29 de 04 de 2021). Qué es el método descriptivo y ejemplos. Obtenido de <https://okdiario.com/curiosidades/que-metodo-descriptivo-2457888>

Esparza, J. L. (17 de 09 de 2013). Análisis y evaluación de proyectos de inversión. Obtenido de ESTUDIO DE MERCADO Y COMERCIALIZACION:
<http://web.uqroo.mx/archivos/jlesparza/UnidadII-ACPSC-137.pdf>

Fernández, A. (07 de 04 de 2023). ¿Qué es Bases legales? ¿Para qué sirve? Obtenido de ¿Qué es Bases legales? ¿Para qué sirve?: <https://albertofdez.com/blog/seo/que-es-bases-legales-para-que-sirve/#:~:text=Las%20bases%20legales%20son%20un%20conjunto%20de%20normas%20y%20regulaciones,se%20realice%20dentro%20del%20proyecto.>

Flores, J. (19 de 05 de 2023). Punto de equilibrio en una empresa: qué es y cómo se calcula.

Obtenido de Qué es el punto de equilibrio empresarial:
<https://blog.hubspot.es/sales/punto-equilibrio-empresa#que-es>

Gasbarrino, S. (28 de 07 de 2023). Depreciación: qué es, cómo calcularla y ejemplos . Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-depreciacion>

Gasbarrino, S. (28 de 11 de 2023). Valor presente neto. Obtenido de Valor presente neto: qué es, cómo se calcula y ejemplos: <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-valor-presente-neto#que-es>



¹⁸⁵⁹Hernandez, L. (21 de 09 de 2023). ¿Qué es un estado de pérdidas y ganancias? Obtenido de

[https://www.ccof.org/wp-content/uploads/sites/default/files/2023-](https://www.ccof.org/wp-content/uploads/sites/default/files/2023-09/Profit&Loss%20Instuctions%20SPA.pdf)

[09/Profit&Loss%20Instuctions%20SPA.pdf](https://www.ccof.org/wp-content/uploads/sites/default/files/2023-09/Profit&Loss%20Instuctions%20SPA.pdf)

HLCSISTEMAS. (06 de 01 de 2020). Qué es ingeniería de proyectos? Obtenido de

[https://www.hlcsac.com/noticias/que-es-ingenieria-de-](https://www.hlcsac.com/noticias/que-es-ingenieria-de-proyectos/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20ingenier%C3%ADa%20de,c)

[proyectos/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20ingenier%C3%ADa%20de,c](https://www.hlcsac.com/noticias/que-es-ingenieria-de-proyectos/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20ingenier%C3%ADa%20de,c)
[onoce%20como%20ingenier%C3%ADa%20de%20proyectos.](https://www.hlcsac.com/noticias/que-es-ingenieria-de-proyectos/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20ingenier%C3%ADa%20de,c)

Insights, I. S. (13 de 03 de 2023). Conceptos principales sobre capacidad. Obtenido de

Conceptos principales sobre capacidad: [https://www.ibm.com/docs/es/storage-](https://www.ibm.com/docs/es/storage-insights?topic=systems-key-capacity-concepts)

[insights?topic=systems-key-capacity-concepts](https://www.ibm.com/docs/es/storage-insights?topic=systems-key-capacity-concepts)

INTEGRITY, R. (12 de 06 de 2017). Módulo 4: Métodos de Recaudación de Información -

Sección 1. Obtenido de [https://ori.hhs.gov/m%C3%B3dulo-4-m%C3%A9todos-de-](https://ori.hhs.gov/m%C3%B3dulo-4-m%C3%A9todos-de-recaudaci%C3%B3n-de-informaci%C3%B3n-secci%C3%B3n-1)

[recaudaci%C3%B3n-de-informaci%C3%B3n-secci%C3%B3n-1](https://ori.hhs.gov/m%C3%B3dulo-4-m%C3%A9todos-de-recaudaci%C3%B3n-de-informaci%C3%B3n-secci%C3%B3n-1)

Juan. (08 de 06 de 2009). ESTUDIO TÉCNICO. Obtenido de Microsoft PowerPoint - Estudio

técnico - Tamaño.ppt: [https://proyectosinversion.wordpress.com/wp-](https://proyectosinversion.wordpress.com/wp-content/uploads/2009/06/estudio-tecnico-tamano.pdf)

[content/uploads/2009/06/estudio-tecnico-tamano.pdf](https://proyectosinversion.wordpress.com/wp-content/uploads/2009/06/estudio-tecnico-tamano.pdf)

Kiziryan, M. (01 de 03 de 2020). Reservas. Obtenido de Economipedia :

<https://economipedia.com/definiciones/reservas.html>

Kiziryan, M. (03 de 05 de 2024). ¿Qué es el flujo de caja? Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja.html>

Kruger, E. (01 de 06 de 2021). Fundador - CEO Kruger Corporation a partir de una maleta y un

beeper. Obtenido de Su Historia:



<https://ernestokruger.com/biografia/#:~:text=Con%20m%C3%A1s%20de%2030%20a%C3%B1os,quieren%20crecer%20de%20manera%20exponencial.>

Layout. (11 de 08 de 2020). Principios de la distribución en planta. Obtenido de

<https://grumeber.com/principios-de-la-distribucion-en-planta/#:~:text=La%20distribuci%C3%B3n%20en%20planta%20se, posible%20en%20una%20determinada%20planta.>

López, A. (22 de 02 de 2024). LA BARRA . Obtenido de LA BARRA:

<https://www.revistalabarra.com/es/noticias/tendencias-en-panaderia-y-pasteleria-para-el-2024>

Lucas. (09 de 03 de 2016). Pasteleria-Manual-3-Materias-Primas. Obtenido de Pasteleria-

Manual-3-Materias-Primas.: <https://www.azafran.com.ar/portal/wp-content/uploads/2015/07/Pasteleria-Manual-3-Materias-Primas.pdf>

MARTINEZ, H. (22 de 11 de 2016). ESTUDIOS DE MERCADO, MERCADOTECNIA.

Obtenido de ANÁLISIS DE LA OFERTA: <http://cedconsultoria.net/2016/11/22/analisis-de-la-oferta/>

MASTERSHOSTELERIA. (27 de 10 de 2023). MASTERSHOSTELERIA. Obtenido de ¿Cuáles

son los tipos de pastel?: <https://mastershosteleria.com/tipos-de-pasteles/>

MENDEZ, E. (26 de 07 de 2017). MANUAL DE FUNCIONES Y DESCRIPCION DE

CARGOS. Obtenido de Documento de la organización y estructura de funciones del personal de la Universidad Del Pacifico:

https://www.upacifico.edu.ec/website/sistema/gobernanza/adjuntos/file_1_23.pdf

Molés, C. M., & Chahuan, Y. C. (12 de 08 de 2013). Procesos básicos de pasteleria y reposteria.

Obtenido de Procesos básicos de pasteleria y reposteria:



https://www.cecycampeche.edu.mx/BibliotecaVirtual/Preparacion_2021/PREPARACION_M3_S2_2P_ANEXO.pdf

Monchón, & Becker. (18 de 11 de 2014). Ciencias Sociales. Obtenido de Microeconomía - FERNANDEZ: <https://cecspress.wixsite.com/m26julio/single-post/2014/11/18/cap%C3%ADtulo-2-monch%C3%B3n-y-becker-microeconom%C3%ADa-fernandez>

Montavo, G. (20 de 12 de 2023). La adopción tecnológica es una estrategia competitiva en empresas ecuatorianas. Obtenido de <https://itahora.com/2023/12/20/la-adopcion-tecnologica-es-una-estrategia-competitiva-en-empresas-ecuatorianas/>

Moreno, M. D. (04 de 08 de 2008). Obtenido de https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudio_financiero.pdf

Moreno, M. D. (31 de 07 de 2008). Estudio Técnico. Elemento indispensable en. Obtenido de ESTUDIO TÉCNICO:

<https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudiotecnico.pdf>

Moya, D. P. (22 de 07 de 2023). Tipos de proyectos y sus características. Obtenido de Tipos de proyectos y sus características: <https://www.gestionar-facil.com/proyectos/tipos-de-proyectos/>

Narvaez, M. (05 de 02 de 2023, b). ¿Qué es una población? Definición, tipos y métodos de estudio. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-una-poblacion/>

Nirian, P. O. (01 de 03 de 2020). PROYECTO DE INVERSION . Obtenido de ECONOMIPEDIA : <https://economipedia.com/definiciones/proyecto-de-inversion.html>

Palencia, E. L. (20 de 11 de 2020). MODELO DE GESTION DOCUMENTAL Y ADMINISTRACION DE ARCHIVOS MGDA. Obtenido de Modelo de Gestión



Documental y Administración de Archivos:

https://www.archivogeneral.gov.co/sites/default/files/Estructura_Web/5_Consulte/Recursos/Publicaciones/V3_MGDA-min.pdf

Parodi, V. A. (22 de 07 de 2021). CREHANA. Obtenido de Conoce qué es la pastelería y empieza a hacer masas de la más alta calidad: <https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/que-es-pasteleria/>

Portilla, O. L. (18 de 07 de 2006). Organigrama Empresarial. Obtenido de <http://www.conafor.gob.mx:8080/documentos/docs/21/1323Tema%202%20Organigrama%20Empresarial.pdf>

Retana, L. d. (02 de 09 de 2023). GESTION Y ADMINISTRACION . Obtenido de DIRECCION DE RECUERSOS HUMANOS : <https://drh.ugto.mx/capacidad-gestion-y-administracion.html>

Ricardo. (21 de 04 de 2023). Amortizaciones contables: qué son y cómo calcularlas. Obtenido de <https://www.mygestion.com/blog/amortizaciones-contables-que-son-como-calcular>

Rodriguez, N. (26 de 06 de 2023). ¿Qué es un organigrama funcional? Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/organigrama-funcional>

Rodriguez, N. (20 de 02 de 2023). Cómo realizar un análisis de costo-beneficio (con ejemplos). Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/analisis-costo-beneficio#:~:text=El%20an%C3%A1lisis%20de%20costo%2Dbeneficio%20es%20un%20proceso%20que%20se,como%20%C3%ADndice%20neto%20de%20rentabilidad.>

Rodriguez, N. (03 de 05 de 2024). Estructura de costos. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/estructura->



¹⁸⁵⁹Vázquez, J. (02 de 07 de 2014). Factores de localización de la empresa. Obtenido de Factores de localización: <http://www.deconomiablog.com/2014/07/factores-de-localizacion-de-la-empresa.html#:~:text=Los%20factores%20de%20localizaci%C3%B3n%20son,la%20instalaci%C3%B3n%20de%20la%20empresa.>

Velázquez, A. (07 de 03 de 2019). Estudio de factibilidad del mercado: Qué es, ventajas y cómo realizarlo. Obtenido de Questionpro: <https://www.questionpro.com/blog/es/factibilidad-del-mercado/>

Westreicher, G. (19 de 03 de 2019). Demanda efectiva. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/demanda-efectiva.html>

Westreicher, G. (19 de 02 de 2024). Método: Qué es, tipos y ejemplo. Obtenido de Economipedia : <https://economipedia.com/definiciones/metodo.html>

Zorrilla, A. (08 de 01 de 2021). ¿Cómo se realiza una investigación documental o bibliográfica? Obtenido de <https://campusidyd.com/investigacion-documental-o-bibliografica/#:~:text=Documentos%20electr%C3%B3nicos-,%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20investigaci%C3%B3n%20documental%20o%20bibliogr%C3%A1fica%3F,antes%20acerca%20un%20determinado%20tema.>



10. ANEXOS

Anexo 1. Encuesta para determinar la demanda

29/5/24, 17:11

ENCUESTA A DEMANDANTES "Proyecto de factibilidad para la Implementación de una pastelería en el Cantón Centinela del C...

ENCUESTA A DEMANDANTES "Proyecto de factibilidad para la Implementación de una pastelería en el Cantón Centinela del Cónдор, provincia de Zamora Chinchipe"

La presente encuesta es de exclusivo uso académico y esta propuesto con el objetivo de evaluar las preferencias y expectativas que tiene la sociedad sobre el consumo de productos de pastelería.

* Indica que la pregunta es obligatoria

1. **1. ¿En su familia consumen productos de pastelería como producto de alimentación? ***

Marca solo un óvalo.

- No
 Sí

2. **2. ¿Con que frecuencia consumen en su familia pastel? ***

Marca solo un óvalo.

- a) Diariamente
 b) Semanalmente
 c) Quincenalmente
 d) Mensualmente



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

29/5/24, 17:11

ENCUESTA A DEMANDANTES "Proyecto de factibilidad para la Implementación de una pastelería en el Cantón Centinela del C...

3. **3. ¿En qué ocasiones usualmente compra productos de pastelería? ***

Marca solo un óvalo.

- a) Cumpleaños
- b) Bautizos
- c) Matrimonios
- d) Graduaciones
- e) Otras fechas importantes
- f) Todas
- Otro: _____

4. **4. ¿Cuántos pasteles compre Ud. Mensualmente? ***

Marca solo un óvalo.

- a) 1
- b) 2
- c) 3
- d) 4
- e) 5



5. **¿Cuánto paga usualmente por un pastel? ***

Marca solo un óvalo por fila.

	a) 0.50 -1.50	b) 1.55- 2.50	a) 10- 15	b) 16- 20	a) 20- 25	b) 26- 30	a) 30- 35	b) 36- 40
Una porción	<input type="radio"/>							
Para 10 personas	<input type="radio"/>							
Para 15 personas	<input type="radio"/>							
Para 20 personas	<input type="radio"/>							

6. **¿Qué consideras importante cuando vas a una pastelería? ***

Marca solo un óvalo.

- a) Ubicación
- b) Seguridad de la zona
- c) Variedad en sus productos
- d) Reputación

7. **¿Qué aspecto es más importante cuando compras un producto? ***

Marca solo un óvalo.

- a) Calidad
- b) Precio
- c) Sabor
- d) Servicio



29/5/24, 17:11

ENCUESTA A DEMANDANTES "Proyecto de factibilidad para la Implementación de una pastelería en el Cantón Centinela del C...

8. **¿Recibe alguna promoción por la compra de pasteles?**

Marca solo un óvalo.

Sí

No

9. **¿En caso de implementar una pastelería en el cantón centinela del cóndor usted adquiriría nuestros productos?**

Marca solo un óvalo.

Sí

No

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

Anexo 2. Encuesta para determinar la oferta

29/5/24, 16:23

ENCUESTA PARA DETERMINAR LA OFERTA "Proyecto de factibilidad para la Implementación de una pastelería en el Cantón ...

ENCUESTA PARA DETERMINAR LA OFERTA "Proyecto de factibilidad para la Implementación de una pastelería en el Cantón Centinela del Cóndor, provincia de Zamora Chinchipe"

La presente encuesta es de exclusivo uso académico y esta propuesto con el objetivo de evaluar las preferencias y expectativas que tiene la sociedad sobre el consumo de productos de pastelería.

* Indica que la pregunta es obligatoria

1. 1. ¿Vende usted productos de pastelería? *

Marca solo un óvalo.

- No
- Sí
- En ocasiones



29/5/24, 16:23

ENCUESTA PARA DETERMINAR LA OFERTA "Proyecto de factibilidad para la Implementación de una pastelería en el Cantón ...

2. **¿Cuál es el precio que Ud. vende los pasteles? ***

Marca solo un óvalo por fila.

	a) 0.50 -1.50	b) 1.55- 2.50	a) 10- 15	b) 16- 20	a) 20- 25	b) 26- 30	a) 30- 35	b) 36- 40
Una porción	<input type="radio"/>							
Para 10 personas	<input type="radio"/>							
Para 15 personas	<input type="radio"/>							
Para 20 personas	<input type="radio"/>							

3. **¿Qué cantidad de productos de pastelería vende diariamente? ***

Marca solo un óvalo.

- a) De 1 a 5
- b) De 5 a 10
- c) De 10 a 15
- d) De 15 a 20
- e) De 20 a 25
- f) De 25 a 30



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

29/5/24, 16:23

ENCUESTA PARA DETERMINAR LA OFERTA "Proyecto de factibilidad para la Implementación de una pastelería en el Cantón ..."

4. **¿Qué promociones Ud. Aplica a sus clientes por la compra de productos de pastelería?** *

Marca solo un óvalo.

- a) Descuentos
- b) Producto adicional
- c) Tikets de rifas
- d) Nada

5. **¿Qué tipo de producto además de pasteles ofrece Ud.?**

Marca solo un óvalo.

- a) Tartas
- b) Galletas
- c) Pan dulce
- d) Otros (por favor especifique)

6. **¿Qué cree que es mas importante para Ud. al momento de vender un producto de pastelería?**

Marca solo un óvalo.

- a) Calidad
- b) Precio
- c) Sabor
- d) Servicio



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

29/5/24, 16:23

ENCUESTA PARA DETERMINAR LA OFERTA "Proyecto de factibilidad para la Implementación de una pastelería en el Cantón ...

7. **¿En caso de implementar una pastelería en el cantón centinela del cóndor usted adquiriría nuestros productos para venderlos en su panadería?**

Marca solo un óvalo.

Sí

No

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios



Anexo 3. Certificado de traducción de inglés.

Loja, 5 de noviembre del 2024

David Andrés Araujo Palacios

TRADUCTOR E INTÉRPRETE DE IDIOMAS (INGLÉS-ESPAÑOL-INGLÉS)

CERTIFICO:

Que se ha realizado la traducción de español a inglés del resumen derivado del trabajo de integración curricular denominado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PASTELERÍA EN EL CANTÓN CENTINELA DEL CÓNDOR, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”** de autoría de **Angela Nataly Alvarez Jimenez** portadora de la cédula de identidad número **1950010858**, estudiante de la Carrera de **Administración de Empresas** de la Universidad Nacional de Loja, bajo la dirección del **Econ. Rodrigo Camilo Torres Maldonado**.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando a la interesada hacer uso del presente como considere pertinente.



FIRMA DIGITALIZADA POR:
DAVID ANDRÉS ARAUJO
PALACIOS

David Andrés Araujo Palacios

Registro: MDT-3104-CCL-252098