

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO



PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA PANADERÍA - PASTELERÍA EN LA VIÑA ANEXO DEL DISTRITO DE CAYALTÍ.

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS,

AUTORES

BACH: Magali Susana, CRUZ GUERRERO,
BACH: María del Pilar, ODAR SOTO

Chiclayo 11 de Octubre del 2013

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE
UNA PANADERIA - PASTELERIA EN LA VIÑA
ANEXO DEL DISTRITO DE CAYALTI.**

POR:

**BACH: Magali Susana, CRUZ GUERRERO,
BACH: María del Pilar, ODAR SOTO**

Presentada a la Facultad de Ciencias Empresariales de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, para optar el
Título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBADO POR:

Ing: Jorge Augusto Mundaca Guerra
Presidente de Jurado

Mgtr: Diógenes Jesús Díaz Ríos
Secretario de Jurado

Lic: Jorge Alberto Garcés Angulo
Vocal/Asesor de Jurado

CHICLAYO, 2013

DEDICATORIA

Con amor y voluntad dedicamos esta tesis a DIOS por habernos dado la oportunidad de vivir y disfrutar de una espectacular familia, de seguir una carrera profesional y habernos iluminado a lo largo de nuestra vida universitaria.

A nuestros padres, por ser nuestra fuerza y motor para salir adelante que con su amor y apoyo incondicional nos cuidaron, nos guiaron y confiaron en nosotras, que a pesar de las dificultades siempre estuvieron brindándonos todo su amor y confianza.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a nuestro asesor Lic. Jorge Alberto Garcés Angulo por su apoyo, tiempo e interés en el desarrollo de esta tesis. Así mismo a los docentes que nos instruyeron a lo largo de nuestra carrera profesional, por toda la enseñanza académica y humana.

RESUMEN

Se presenta esta tesis para la creación de una Panadería – Pastelería en el Anexo La Viña, que pertenece al Distrito de Cayaltí, el cual consta de un estudio de mercado, su correspondiente evaluación económica y un estudio de evaluación de riesgos.

Es conveniente determinar la demanda, según las edades, que oscilan entre 18 a 65 años, los cuales representa un total de 2,876 habitantes, las mismas que nos han demostrado mediante una encuesta, tener poder adquisitivo para acceder a comprar nuestros producto. De acuerdo a los resultados obtenidos es favorable para establecer este tipo de negocio, pues se ha comprobado que el proyecto tiene plena aceptación y urge para la población contar con una panadería – pastelería, por el mismo motivo que no existe en el lugar antes mencionado.

Y del mismo modo contamos con un público objetivo de 2,876 personas, a las cuales apuntamos a vender nuestros productos alimenticios.

De tal forma cabe mencionar que el promedio en ventas esperado es de 139,500 panes al mes, dentro de los que se consideran todas sus variedades y bizcochos, en tortas y/o pasteles se ofrecerán aproximadamente 90 productos.

La inversión estimada para poner en marcha el negocio es de **S/ 64,986.33**, lo cual comprende la construcción de la panadería – pastelería, la compra de maquinaria y equipos, tramites, contratos, etc., que se requiere para el funcionamiento de dicho negocio.

Por tanto, mediante la evaluación económica del proyecto, se obtuvo resultados positivos, con un VAN de S/. 213,477.02 y una TIR de 216%, quedando demostrado así, la viabilidad del proyecto.

Palabras claves: Plan de negocio, empresa de servicio, calidad de servicio, cinco fuerzas de Porter, panaderías.

ABSTRACT

This thesis is presented for the creation of a Bakery - Pastry in Annex La Viña, who belongs to Cayaltí District, which includes market research, its corresponding economic evaluation and risk assessment study.

Therefore it is desirable to determine the demand, according to age, ranging from 18-65 years, which represents a total of 2,876 inhabitants, the same as we have shown through a survey, have purchasing power to afford to buy our product. According to the results obtained is favorable to establish this kind of business, as it has found that the project has full acceptance and urges people to have a bakery - pastry, for the same reason that there is in place above.

And just as we have a target audience of 2,876 people, which aim to sell our food products.

As such it is noteworthy that the average 139,500 expected sales is loaves a month, within which all varieties are considered and biscuits.

And cakes and / or pastries 90 products.

The estimated investment to start the business is of **S / 64,986.33**, which includes the construction of the bakery - pastry, the purchase of machinery and equipment, paperwork, contracts, etc., Which is required for the operation of such business.

Thus, by the economic evaluation of the project, positive results, with an NPV of S /. 213,477.02 and an IRR of 216%, being demonstrated and the feasibility of the project.

KEY WORDS: Business plan, Service Company, quality of service, Porter's Five Forces, Bakeries.

ÍNDICE

Dedicatoria	3
Agradecimiento	4
Resumen	5
Abstract	6
Índice	7
Índice de tablas	10
Índice de Gráficos	12
Introducción	13

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

1.1 Descripción de la oportunidad (Necesidad insatisfecha)	14
1.2 Formulación del Problema	15
1.3 Objetivos	16
1.3.1 Objetivo General	16
1.3.2 Objetivos específicos	16
1.4 Justificación	16

CAPÍTULO II: SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

2.1 Condiciones del entorno	17
2.2 Económicas	17
2.2.1 .Sociales y demográficas.	18
2.2.2 Políticas.	20
2.2.3 Competidores	22
2.2.4 Clientes	23
2.2.5 Proveedores.	23

CAPÍTULO III: DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 Tipo y diseño de investigación	24
3.2 Población	24
3.3 Muestra y Muestreo	26
3.4 Método	27
3.5 Recolección de datos	28
3.6 Procesamiento y análisis de datos	28

CAPÍTULO IV: PLAN DE NEGOCIOS

4.1 PROPUESTA Y DESARROLLO DEL MODELO DE NEGOCIO.	29
4.1.1 Modelo CANVAS	29
4.1.2 Aplicación del modelo CANVAS	31
4.2 VIABILIDAD DE MERCADO	
4.2.1 Mercado y clientes meta	32
4.2.2 Tendencias de crecimiento del negocio	33
4.2.3 Dominio sobre el precio de venta.	34
4.2.4 Estrategias de Branding y Posicionamiento	34
4.2.5 Marketing Mix	36
4.2.6 Estudio de Localización	38
4.2.7 Discusión de Resultados	38
4.3 VIABILIDAD TÉCNICO-OPERATIVA	
4.3.1 Descripción de las funciones del panadero, en la producción del pan	40
4.3.2 Procesos de producción del Pan y Pasteles	40
4.3.3 Lay – Out de almacén	45
4.3.4 Distribución en la tienda principal	45
4.3.5 Proceso Operativo	46
4.3.6 Diagrama de distribución y comercialización de los productos	47

4.4 VIABILIDAD ORGANIZACIONAL.	
4.4.1 Descripción de la Empresa	48
4.4.2 Tipo Societario	48
4.4.3 Capital	49
4.4.4 Constitución de la empresa	49
4.4.5 Organigrama	50
4.4.6 Descripción de las Funciones de cada empleado	50
4.4.7 Visión , Misión, Objetivos y Políticas y Valores de la Empresa	52
4.4.8 Memoria Descriptiva y Arquitectura del negocio	53
4.5 VIABILIDAD ECONÓMICO – FINANCIERA.	
4.5.1 Costos y Gastos para la Inversión Inicial del Proyecto	58
4.5.1.1 Gastos administrativos y otros gastos.	61
4.5.1.2 Resumen del proyecto.	63
4.5.2 Depreciación del Activo Fijo.	63
4.5.3 Mano de obra	65
4.5.4 Costos directos de fabricación	69
4.5.5 Financiamiento y flujo de caja	72
4.5.6 Estado de ganancias y pérdidas.	75
4.5.7 Análisis beneficio/costo.	76
4.5.8 Análisis de sensibilidad	77
4.5.9 Periodo de Recuperación de Capital.	82
<u>CAPÍTULO V:</u> Conclusiones	83
Bibliografía	85
Anexos	86

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1: Activo Fijo	59
Tabla N°2: Costos operativos	60
Tabla N°3: Gastos administrativos y otros gastos	62
Tabla N°4: Inversión Inicial	63
Tabla N°5: Depreciación anual	64
Tabla N°6: Mano de obra directa	65
Tabla N°7: Mano de obra indirecta	65
Tabla N°8: Distribución de horas para la elaboración del pan	66
Tabla N°9: Distribución de costos para la elaboración de pan	67
Tabla N°10: Costo mensual para la elaboración de tortas	67
Tabla N°11: Distribución de horas y costos de elaboración tortas	68
Tabla N°12: Días de trabajo	68
Tabla N°13: Costos directos de elaboración para el pan	69
Tabla N°14: Costos directos para la elaboración de tortas	70
Tabla N°15: Producción y mensual de panes y tortas	70
Tabla N°16: Costo unitario del pan	71
Tabla N°17: Costo unitario de tortas	71
Tabla N°18: Inversión	72
Tabla N°19: Préstamo	72
Tabla N°20: Financiamiento	73
Tabla N°21: Fuljo de caja	74
Tabla N°22: Estado de Ganancias y pérdidas	75
Tabla N°23: Escenario Probable según Beneficio/Costo	76
Tabla N°24: Escenario Optimista según Beneficio/Costo	76
Tabla N°25: Escenario Pesimista según Beneficio/Costo	76
Tabla N°26: Escenario Probable, según análisis de sensibilidad	78
Tabla N°27: Escenario Probable VANE y TIRE	78
Tabla N°28: Escenario Probable VANF y TIRF	78
Tabla N°29: Escenario Optimista, según análisis de sensibilidad	79
Tabla N°30: Escenario Optimista, VANE Y TIRE	79

Tabla N°31: Escenario Optimista, VANF Y TIRF	79
Tabla N°32: Escenario Pesimista, según análisis de sensibilidad	81
Tabla N°33: Escenario Pesimista VANE Y TIRE	81
Tabla N°34: Escenario Pesimista, VANF Y TIRF	81
Tabla N°35: Periodo de recuperación de capital	82

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 4.1 Procesos de producción para el pan	41
Gráfico N° 4.2 Flujograma del proceso de producción del pan	42
Gráfico N° 4.3 Flujograma de proceso de producción de pasteles	44
Gráfico N° 4.4 Lay – Out de almacén	45
Gráfico N° 4.5 Distribución en la tienda principal	45
Gráfico N° 4.6 Proceso operativo	46
Gráfico N° 4.7 Diagrama de distribución y comercialización	47

INTRODUCCION

La presente tesis, está orientada al desarrollo del plan de negocio para la creación de una panadería – pastelería en la viña anexo del distrito Cayaltí, la misma que producirá y comercializará pan, pasteles y productos complementarios a éste. Teniendo como domicilio fiscal el negocio en la Viña, calle Real s/n. Lugar dónde hay una mayor población, de la cual se pretende abastecer los anexos vecinos a ésta.

Para lograr los objetivos propuestos para este negocio, es merecedor realizar una investigación con la finalidad de contar con la información precisa y necesaria para saber si es factible la creación de dicho negocio, al cual denominaremos Panadería – Pastelería **Don Max S.R.L.**

Por medio de la información que se obtenga de los datos estadísticos nos ayudará para poder planificar de manera más acertada la cantidad de producción que se requiere según el mercado.

Todos los productos se producirán en horno artesanal, y al gusto y/o preferencias de los consumidores.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

1.1 Descripción de la oportunidad (Necesidad insatisfecha)

Debido a que el pan es considerado un producto de primera necesidad e indispensable en la mesa de los hogares, aquí y en todo el mundo es el producto más consumido. Es así que el progreso mostrado en los últimos años por las panaderías del Perú es importante, al haber ampliado su oferta, así como modernizado sus puntos de ventas, lo que ha dado lugar a la creación de negocios rentables y con alto impacto social.

Por tanto cabe mencionar a la importancia que tiene el pan, no sólo por ser un producto de tradición sino porque es un alimento que posee nutrientes como ácido fólico, vitamina A, hierro, niacina, riboflavina B e incluso fibra siendo un aporte muy importante para la nutrición de las personas.

Por ello, considerando también, el número de familias, según datos estadísticos del INEI, nos favorece, considerar y desarrollar un proyecto de este tipo, porque de las 713 familias, nosotros apuntamos a 480 familias, las cuales, tomadas como punto de muestra resultaron ser grandes consumidores de pan y sus productos agregados. Lo que nos muestra que cubriríamos un 67.32 % de la población rural a la que apuntamos.

Y por otro lado tomamos en cuenta el costo de oportunidad que presenta el sector, el cual, es del 50%, lo cual, nos induce a seguir por este tipo de negocio.

Así tenemos que en el ámbito local existen muchas empresas dedicadas a este rubro de la panificación, pues la aceptación que tiene en el mercado ha hecho que éstas vayan en crecimiento, pero este crecimiento no se ha dado del todo en muchos centros poblados del departamento de Lambayeque pues hay lugares como los anexos de la Curva, Guayaquil, la Viña y Culpón que no se abastecen de este alimento como es debido.

Pues en los lugares mencionados, no hay una panadería en la cual ellos puedan adquirir este alimento. En el distrito de Cayaltí, existen panaderías, las cuales envían a sus vendedores a repartir su pan en moto lineal, pero sólo lo hacen dos panaderías, las mismas que no satisfacen toda la demanda existente, pues muchas veces sólo abastece a la Curva y Guayaquil, como otras veces se llega hasta La Viña, pero no cubre toda la demanda del lugar. Además el pan que llevan es un pan hecho en horno industrial, lo cual no es del agrado de los consumidores ya que ellos piden y quieren un pan hecho a labranza en horno artesanal, que tiene mayor consistencia y consideran que es más “rico”.

Por tanto la población que comúnmente no se abastece del pan recurre a otros alimentos como son: la yuca, el camote, la papa, el mote, humitas, etc. Con los cuales sustituye al pan, tanto en el desayuno como en el lonche.

Por otro lado, la forma de distribución de aquellas panaderías no es saludable para el consumo, pues llevan el pan en canastas grandes cubiertas con tela de saco de harina, exponiendo así el pan a la contaminación que hay en el ambiente y al humo de los carros.

Es por eso que es conveniente realizar este proyecto de inversión, buscando así la manera de satisfacer a la población con nuestra producción de panes y pasteles.

1.2 Formulación del Problema

¿Será viable la creación de una panadería – pastelería en la viña anexo del distrito Cayaltí?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General:

Determinar la viabilidad de la creación de una panadería – pastelería en la viña anexo del distrito Cayaltí.

1.3.2 Objetivos específicos:

- Proponer y desarrollar el modelo de negocio.
- Demostrar la viabilidad de mercado
- Demostrar la viabilidad técnico-operativa.
- Demostrar la viabilidad organizacional
- Demostrar la viabilidad económico-financiera.

1.4 Justificación

El presente proyecto consiste en la creación de una panadería y pastelería, donde se incluirá la venta de productos complementarios al pan.

Este proyecto surge por la necesidad que tienen las personas de los anexos de La Curva, Guayaquil, La Viña y Culpón, los cuales pertenecen al Distrito de Cayaltí y Nueva Arica respectivamente.

Pues estas zonas sólo se abastecen del pan que producen en el distrito de Cayaltí. Es por ello que vemos la necesidad de hacer este proyecto, para beneficio no sólo económico sino también de toda la población de los anexos ya mencionados.

Por tanto se propone el proyecto por no existir estudios vinculados al sector en la zona de influencia.

CAPÍTULO II: SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

2.1 Condiciones del entorno.

2.1.1 Económicas

Con respecto a la inflación en el Perú, el BCRP, en el reporte de Inflación – Marzo 2011 analiza, que “desde Marzo de 2010 la tasa de inflación se ubica en el rango meta con una tasa de 2,08% a Diciembre de 2010 y 2,2% a Febrero de 2011”. Según la empresa consultora Latin Focus Consensus Forecasta (2010) analizó, que “Perú sería la economía con menor inflación en el 2010 y se mantendría todo el 2011, además de proyectarse como uno de los líderes en el crecimiento económico de la región de América Latina. En cuanto a la inflación subyacente, que es la que más nos importa, por incluir al sector de servicios (incluidos al sector: Panaderías, restaurantes, etc.), el BCRP explica, que “la inflación subyacente anual pasó de 1,9% en setiembre 2010 a 2,1% en diciembre, tasa que se mantuvo en enero y febrero de 2011 con expectativas ancladas dentro del rango meta”.

Según INEI (2011), el sector de panificación experimentó un crecimiento de 8,78%, explicado por la mayor actividad del sector panadero con 8,44. Con este crecimiento se observa que la inversión en este sector va en aumento, cada vez son más las empresas de este sector, pues quién no necesita un lugar donde adquirir un pan y pasteles para degustar.

Es por esto que el presente proyecto surge por la necesidad que tienen las personas de los anexos de La Curva, Guayaquil, La Viña y Culpón, los cuales pertenecen al Distrito de Cayaltí. Estos centros poblados sólo se abastecen del pan que producen en el distrito de

Cayaltí. Es por ello que se considera necesario la realización de este proyecto, para beneficio no sólo económico de los inversionistas; sino también para la población objetivo de los anexos antes mencionados.

En el ámbito económico, este proyecto requiere de una inversión de **S/. 64,986.33**, cuyo retorno se espera que sea en un periodo de 4 años.

2.1.2 Sociales y demográficas.

De acuerdo con el INEI, según los resultados de los Censos Nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda, se ha determinado que la población de la Región Lambayeque ascendió a 1'112,868 habitantes. Comparando con los Censos Nacional anteriores, contando con una población de 1'090,450 habitantes, aumentando en 2 años 22 418 habitantes, es decir aumento en un 2,01%. De los cuales el 48,7% son hombres y un 51,3% son mujeres y que el 79,5% pertenecen a la zona urbana y el 20,5% a la zona rural.

Considerando las proyecciones según el INEI, tenemos datos a nivel departamental y/o distrital, más no por anexos como los ya considerados. Así que hemos tomado, las proyecciones de población estimada al 30 de junio, por años calendario y sexo, según departamento, provincia y distrito, 2012-2015. Teniendo así los siguientes datos:

Tabla N°: 2.1 Crecimiento poblacional 2012-2015

DEPARTAMENTO, PROVINCIA Y DISTRITO	2012			2013			2014			2015		
	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer
LAMBAYEQUE	1.229.260	597.871	631.389	1.239.882	602.759	637.123	1.250.349	607.572	642.777	1.260.650	612.304	648.346
CHICLAYO	836.299	402.952	433.347	843.445	406.196	437.249	850.484	409.389	441.095	857.405	412.524	444.881
CAYALTÍ	16.588	8.204	8.384	16.383	8.096	8.287	16.176	7.987	8.189	15.967	7.878	8.089

Fuente: INEI

Teniendo proyecciones de decrecimiento en los años del 2012 al 2014 casi constantes y para el 2015 se muestra una cifra menor que los 3 años anteriores, esto es debido a las migraciones a las zonas urbanas.

Según información del INEI, de acuerdo a la extensión y población del distrito de Cayaltí se tiene:

Su extensión es de 7,246.69 hectáreas adjudicadas comprendiendo los siguientes:

Cayaltí y sus anexos pequeños: 5, 171.42 has

La Curva : 420.32 has

Guayaquil : 510.24 has

Viña de Zárrapo : 827.41 has

Culpón : 534.22 has

Tabla N°: 2.2 Promedio de personas por vivienda según Anexos

Nombre	Área	Viviendas	Promedio de Personas en cada Vivienda.
CAYALTÍ	Rural		
La Curva	Rural	100	6 personas por vivienda
Guayaquil	Rural	112	6 personas por vivienda
La Viña	Rural	160	6 personas por vivienda
Culpón	Rural	108	6 personas por vivienda

Elaboración Propia, en Base a los datos proporcionados por INEI

Según el Ministerio de Trabajo (2007), dentro de la región, la Población Económicamente Activa (PEA) es 593 755 con un crecimiento de 4.34%, con respecto al 2005 y la PEA Ocupada (PEAO) es de 558 343 con un crecimiento de 3.19%, con respecto al 2005.

Según el Ministerio de Trabajo (2007), de la PEA Ocupada, el porcentaje acumulado de trabajadores que ganan por encima de S/. 1 000.00 alcanza al 9.7%.

Según el último censo manufacturero del 2007 realizado por el Ministerio de la Producción, A nivel nacional existen unas 20,000 panaderías y 10,000 pastelerías, ubicadas en Lima y las demás en el resto del país. Teniendo el 43% que se ubican en Lima. Pues la concentración de panaderías después de Lima se ubica en Arequipa (7%), la Libertad y Piura (5% cada una), así como el Callao (4.5%), Lambayeque (4.4%), Junín (4%) y Cuzco (3.2%).

En el país, el sector de panificación ha incrementado su participación en nuestra economía en estos últimos años.

2.1.3 Políticas.

El Gobierno está impulsando a la creación de nuevos proyectos de inversión (nuevas empresas), donde se da las mayores facilidades para invertir en estas nuevas opciones.

Lo primero que se tiene que hacer es registrarlo como empresa en SUNARP, luego ir a INDECOPI para registrar la marca y no ser víctima de plagio, luego conseguir la licencia de funcionamiento, requisito básico, y cumplir con todas las condiciones de seguridad y sanidad. Después se obtiene la categoría, para luego presentar una Declaración Jurada. Pero

antes de obtener la licencia, el local donde se instalará el negocio, debe pasar por una inspección de Defensa Civil.

En el caso de una Panadería – Pastelería, se debe contar como mínimo, con puertas de evacuación, extintores contra incendios y una buena distribución de equipos y anaqueles para evitar accidentes en caso de sismo, además, todos los empleados deben contar con carnet de salud. Asimismo, tanto el horno como el proceso de producción del pan deben cumplir con todas las normas dispuestas por DIGESA.

Así tenemos que en el Perú, como en la región Lambayeque existen leyes referidas a las micro y pequeñas empresas para generar una idea de negocio.

Existen Regulaciones gubernamentales que toda empresa debe tomar en cuenta para implantar la idea de negocio, estas regulaciones deben ser previstas con tiempo y deben manejarse con mucha responsabilidad, entre estas tenemos a: licencias comerciales, certificación de ocupación, organización comercial, nombre comercial del negocio, patentar la idea, registrar el nombre del negocio.

• **Según el artículo 6º.-** Se debe encontrar inscritos en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), de acuerdo a la Ley N° 26935, Ley sobre Simplificación de Procedimiento para Obtener los Registros Administrativos y las Autorizaciones Sectoriales para el inicio de las Actividades de la Empresas, normas complementarias y modificatorias. Asimismo, contar con la Licencia Municipal de Funcionamiento.

• **Según el artículo 7º.-** Los titulares deben informar al Órgano Regional Competente, dentro de un plazo de treinta (30) días de

iniciada su actividad y con carácter de Declaración Jurada, que se cuenta con la respectiva licencia y que se cumple todas las normas relativas de las condiciones del servicio y la calidad de preparación de las comidas y bebidas.

Por tanto la empresa cuenta con tres aspectos a considerar:

Seguridad: La empresa brindará a sus clientes seguridad cuando se encuentren en el establecimiento.

Compromiso de servicio: el cliente siempre recibirá un trato cordial y respetuoso de cada uno de los integrantes de la empresa.

Responsabilidad Social: Nuestra empresa, se encontrará comprometida con la conservación de nuestro entorno medio-ambiental.

2.1.4 Competidores

Aquellos que ofrecen el producto (pan), de las panaderías de Cayaltí.

Las existentes en el distrito de Cayaltí, son las siguientes:

- Panadería “TONY PAN”
- Panadería “GUADALUPE”
- Panadería “ESQUIVEZ”

Y aquellos que prestan el servicio independiente, para vender el producto, como son:

- Servicios independientes (las personas que reparten pan en motos).

Ⓢ Competidores potenciales:

Dado a que por el momento no existen competidores, consideramos que los posibles competidores serán algunas personas de la misma zona.

- Guerras de precios con posibles competidores potenciales.

2.1.5 Clientes

Nuestro mercado potencial son todas las familias y personas en general que deseen adquirir productos de calidad, agradables y a precios cómodos.

Como Clientes objetivo, tenemos a los siguientes:

- El Anexo de la Curva. (con sus respectivas familias)
- El Anexo de Guayaquil. (con sus respectivas familias)
- El Anexo de la Viña. (con sus respectivas familias)
- El Anexo de Culpón. (con sus respectivas familias)

Se puede encontrar como referencia en la tabla 2.2

2.1.6 Proveedores.

El negocio tendrá como proveedores a los siguientes:

- Molinos. (quienes nos proveerán de harina para la producción de los panes y/o pasteles.
- Distribuidora Santa Ana – Moshoqueque. (la misma que nos proveerá de los demás insumos para la producción de panes y/o pasteles).
- Mercado Mayorista Moshoqueque. (el mismo, del cual, compraremos, todos los productos agregados a vender con el pan.

CAPÍTULO III: DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 Tipo y diseño de investigación

Por ser la investigación de carácter aplicativo la metodología a emplear en esta investigación será la obtención primaria de datos a través de encuestas e investigación in situ.

3.2 Población

La población estuvo conformada por 2876 personas, de los anexos que pertenecen al Distrito de Cayaltí, las mismas que se encuentran registradas en INEI, según censo de población y vivienda del 2007.

Seguidamente se procederá a especificar la población de los centros poblados de la Curva, Guayaquil, La Viña y Culpón que pertenecen al Distrito de Cayaltí y Nueva Arica respectivamente.

El siguiente cuadro N° 3.1 se ha elaborado tomando las variables de población presentados por INEI en el año 2007.

CUADRO N° 3.1: POBLACIÓN TOTAL EN VIVIENDAS, POR GRANDES GRUPOS DE EDAD, SEGÚN DEPARTAMENTO, PROVINCIA, DISTRITO, ÁREA URBANA Y RURAL.

DEPARTAMENTO, PROVINCIA, DISTRITO, ÁREA URBANA Y RURAL, SEXO Y GRANDES GRUPOS DE EDAD		GRANDES GRUPOS DE EDAD					
SEXO	TOTAL	MENOS DE	1 A 14	15 A 29	30 A 44	45 A 64	65 A MÁS
		1 AÑO	AÑOS	AÑOS	AÑOS	AÑOS	AÑOS
Distrito de Cayalti	16,549						
Zona Urbana	13,676	213	3,329	3,115	2,676	2,715	1,625
Zona Rural	2,876	41	768	686	597	498	286

FUENTE: INEI

De esta población se ha creído conveniente seleccionarla según edad de 18 hasta 65 años y más.

Porque son las personas adultas que cuentan con poder adquisitivo, para tomar o no decisiones de compra.

En el cuadro, se muestra la población según edades, desde 01 año, porque desde que los niños aprenden a comer consumen pan. Y los que toman la decisión de compra son los adultos y/o padres.

CUADRO N° 3.2: POBLACIÓN DE 18 HASTA 65 Y MÁS AÑOS DE EDAD SEGÚN DEPARTAMENTO, PROVINCIA, DISTRITO, ÁREA URBANA Y RURAL, SEXO Y GRANDES GRUPOS DE EDAD.

FUENTE: INEI

POBLACIÓN DE 18 Y MÁS AÑOS DE EDAD, SEGÚN DEPARTAMENTO, PROVINCIA, DISTRITO, ÁREA URBANA Y RURAL, SEXO.	TOTAL	GRANDES GRUPOS DE EDAD			
		De 18 A 29 AÑOS	De 30 A 44 AÑOS	DE 45 A 64 AÑOS	DE 65 A MÁS AÑOS
Distrito Cayaltí	11,146	2741	3275	3218	1912
Hombres	5,452	1,339	1,522	1,555	1,036
Mujeres	5,694	1,402	1,753	1,663	876
Zona Urbana	9,284	2,260	2,678	2,720	1,626
Hombres	4,489	1,098	1,216	1,293	882
Mujeres	4,795	1,162	1,462	1,427	744
Zona Rural	2,876	794	831	835	416
Hombres	1402	393	406	399	204
Mujeres	1474	401	425	436	212

Por tanto se tiene la población total objetivo para el proyecto de inversión, la cual está conformada por un total de 2,876 personas entre hombres y mujeres.

Edades consideradas de 18 hasta más de 65 años de edad.

3.3 Muestra y Muestreo

Para la muestra de estudio, se aplicó un estudio aleatorio simple, a un 95% de nivel de confianza y un margen de error de 5%.

La muestra para la presente investigación quedó conformada por 339 personas a encuestar, cuyas edades fluctúan entre los 18 a 65 años de edad.

Por tanto se obtendrá la muestra de acuerdo a fórmula, conociendo la población, reemplazando los siguientes datos:

La muestra se va hacer determinada mediante la siguiente fórmula:

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

N= Población total (2876)

e= 5%=0.05 (Margen de error)

Z= 1.96 nivel de confianza

P= 0.5 costo de oportunidad del sector

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5 * 0.5) * 2876}{(2876 - 1) * (0.05)^2 + ((1.96)^2 * 0.5 * 0.5)}$$

$$n = \frac{2762.1104}{8.1479}$$

$$n = 339$$

Por tanto son 339 personas en total para encuestar, considerando los 4 lugares.

- En la Curva se aplicaron 85 encuestas
- En Guayaquil se aplicaron 85 encuestas
- En la Viña se aplicaron 85 encuestas
- Y en Culpón se aplicaron 84 encuestas

3.4 Método

De acuerdo a los métodos propuestos por (Alvites Castillo, 2000) tenemos los siguientes:

- Analítico.- Se investiga el nivel socioeconómico de las personas, en los anexos de la Curva, Guayaquil, La Viña y Culpón.

- Inductivo.- existen en los lugares mencionados, la necesidad de una panadería.
- Deductivo.- si se diera la Creación de una Panadería – Pastelería, favorecería a mejorar su calidad de vida, porque se daría trabajo a personas del lugar.

Por tanto de acuerdo a los objetivos planteados:

- ✓ Para demostrar la aceptación del mercado, se realizará un estudio de mercado a la muestra, logrando la obtención verídica de las características que necesita el consumidor.
- ✓ Para identificar y evaluar las posibles competencias en panaderías se requerirá encuestar y/o entrevistar a las existentes en el distrito de Cayaltí. De tal modo que verificaremos la calidad de servicio que éstas ofrecen.
- ✓ Para realizar un plan organizacional del futuro negocio, se tomará en cuenta el planteamiento de la misión y visión del negocio, además del diseño del proceso operativo que se manejará en la distribución del producto.

3.5 Recolección de datos

La información para la investigación se obtendrá a través de la aplicación del cuestionario a la muestra de estudio, analizándose con el empleo de estadística descriptiva: para variables cualitativas y cuantitativas, usándose indistintamente las frecuencias absolutas y porcentuales simples.

3.6 Procesamiento y análisis de datos

La información será procesada, presentándose en tablas resumen y gráficos de barras. Para el tratamiento de la información se utilizará un aplicativo office profesional 2010.

CAPÍTULO IV: PLAN DE NEGOCIOS

4.1 PROPUESTA Y DESARROLLO DEL MODELO DE NEGOCIO.

4.1.1 Modelo CANVAS

Un modelo de negocio es una herramienta conceptual que, mediante un conjunto de elementos y sus relaciones, permite expresar la lógica mediante la cual una compañía intenta ganar dinero generando y ofreciendo valor a uno o varios segmentos de clientes, la arquitectura de la firma, su red de aliados para crear, mercadear y entregar este valor, y el capital relacional para generar fuentes de ingresos rentables y sostenible.

El modelo de negocio CANVAS propuesto por Alexander Osterwalder, es una herramienta estupenda para crear y diseñar modelos de negocio de una forma simple, sencilla, organizada y dinámica. El modelo CANVAS, se muestra centrado en la propuesta de valor, es decir ¿Qué valor estamos ofreciendo a los clientes? ¿Qué problemas solucionamos? ¿Qué necesidad satisfacemos? ¿Qué beneficios aporta? Por tanto es ideal para cualquier giro de negocio. Sea que se quiera emprender y/o mejorar el negocio que se tiene actualmente, mediante un formato innovador, creativo y estratégico.

Aplicando el modelo CANVAS a nuestro plan de negocio, consideramos que lo más resaltante en todo modelo de negocio es la propuesta de valor a la cual hacemos mención de la manera en ¿cómo diferenciarnos de la competencia? y ¿cómo mantener a un cliente en el tiempo?, dándole algo que satisfaga su necesidad.

Considerando las siguientes:

- Productos de calidad y saludables al consumo humano.
- Sanidad, inocuidad y creatividad en la presentación de los productos.
- Trato personalizado con los Clientes.

4.1.2 Aplicación del modelo CANVAS

Segmento de clientes	Propuesta de valor	Canales de distribución y comunicación	Tipo de relaciones con los clientes	Fuentes de ingresos	Recursos clave	Actividades clave	Red de aliados	Estructura de costos
<p>-Anexo la curva. (Con sus respectivas familias)</p> <p>-Anexo Guayaquil. (Con sus respectivas familias)</p> <p>-Anexo la Viña. (Con sus respectivas familias)</p> <p>-Anexo Culpón. (Con sus respectivas familias)</p>	<p>-Productos de Calidad y saludables al consumo humano.</p> <p>-Sanidad, inocuidad y creatividad en la presentación de los productos.</p> <p>-Trato personalizado con los Clientes.</p>	<p>-Canales directos: Tienda principal, Repartidores.</p> <p>-Canales indirectos: Bodegas.</p> <p>-Publicidad y Promoción.</p>	<p>-Relaciones personales.</p> <p>-Atender las sugerencias, para ver sus necesidades y mejorar nosotros si es necesario.</p>	<p>-Nuestra estructura de costos se basará en aporte propio de los inversionistas y Financiamiento obtenido de una entidad financiera.</p> <p>-Se ganará dinero por las ventas obtenidas de los productos y/o servicios ofrecidos.</p>	<p>-Gerente administrador</p> <p>-Cajera</p> <p>-Maestro panadero</p> <p>-Maestro pastelero</p> <p>-02 ayudantes panaderos.</p> <p>-Vendedores</p> <p>-Planta de producción equipada</p>	<p>-Desarrollo del flujograma del proceso de producción del pan.</p> <p>-Desarrollo del flujograma del proceso de producción de tortas y/o pasteles.</p> <p>-Distribución y venta de los productos en los lugares antes mencionados.</p>	<p>-Molinos.</p> <p>-Distribuidoras de insumos para panaderías.</p> <p>-Mercado Mayorista Moshoqueque.</p> <p>-Bodegas.</p>	<p>-Costos de Activos Fijos.</p> <p>-Costos de Operación.</p> <p>-Gastos Administrativos.</p>

4.2 VIABILIDAD DE MERCADO

El estudio de viabilidad de mercado se utiliza para cuantificar la demanda y la oferta, para conocer si existe mercado relevante para un producto o servicio determinado. Dentro de ello se tiene lo siguiente:

4.2.1 Mercado y clientes meta

- El mercado está constituido por los pobladores de los anexos de La Curva, Guayaquil, La Viña y Culpón. Los mismos que no sólo cuentan con la necesidad de este alimento, sino también con la capacidad para adquirir nuestros productos más de una vez al día.
- Nuestros clientes metas son las familias de los lugares antes mencionados, así como todas aquellas personas que muestran un especial gusto por nuestros productos. De tal modo hemos considerado según datos estadísticos del INEI, que contamos con 480 familias, las mismas que sumado su consumo mensual nos favorece, debido a que gracias a ello nuestras ventas son muy significativas teniendo como resultado en venta de pan y sus variedades una producción total al mes de 139,500 unidades lo que equivale en soles a S/. 19,200.00. y en tortas una producción mensual de 90 unidades que equivale en soles S/.1,470.00. (Tal como se muestra en las siguientes tablas)

Tabla N° 4.1 **Presupuesto de ventas Mensuales del pan**

PAN	UNIDADES VENDIDAS	INGRESOS X VENTAS AL MES
BAGUETTE	9.000,00	S/. 4.500,00
FRANCES	12000	S/. 2.400,00
PAN MARRAQUETA	30.000	S/. 3.000,00
PAN DE MANTECA	30.000	S/. 3.000,00
PITI PAN	30.000	S/. 3.000,00
PAN DE ANIS	15.000	S/. 1.500,00
PAN DE MAÍZ	9.000	S/. 900,00
BIZCOCHOS	4.500	S/. 900,00
	139.500,00	S/. 19.200,00

Tabla N° 4.2 Presupuesto de Ventas mensuales de Tortas

TORTAS	UNIDADES VENDIDAS	INGRESOS X VENTAS AL MES
TORTAS COMERCIALES	30	S/. 750,00
QUEQUES	60	S/. 720,00
	90	S/. 1.470,00

4.2.2 Tendencias de crecimiento del negocio

Según la investigación realizada podemos asegurar que el crecimiento del negocio se dará en un porcentaje mayor tal vez al 10% cada año debido a la demanda del producto que se tiene en estos lugares. Motivos suficientes para impulsar su desarrollo dado su efecto multiplicador en la economía.

Considerando los análisis realizados se muestra los siguientes:

El escenario probable nos muestra los resultados más cercanos a la realidad debido a que los costos, gastos e ingresos son estimados en base a datos obtenidos en nuestro estudio de mercado. Los cuales según las proyecciones realizadas nos arrojan saldos positivos y un margen de ganancia aceptable al finalizar cada uno de los 4 años proyectados, teniendo de esta manera un Valor Actual Neto Económico de S/. 4,586.08 y una Tasa Interna de Retorno Económica de 57% superior al costo de oportunidad del negocio.

4.2.3 Dominio sobre el precio de venta

- El precio de venta se verá diferenciado por la competencia, porque serán precios cómodos que están acorde al mercado. Ofreciéndoles en la tienda principal dos panes más por un sol, que nos vendría a diferenciar del resto de panaderías que venden 8 panes por un sol. Nuestras tortas las diferenciaremos en vender por porciones y al gusto del cliente.
- Los productos que se ofrecen, cumplen con las estrictas normas de calidad, dadas por los organismos correspondientes.
- Se considera entonces, hacer una buena negociación con los proveedores, los cuales nos venderán los productos a precios de costo, los mismos de los cuales se obtendrá una considerable rentabilidad.

4.2.4 Estrategias de Branding y Posicionamiento

- Se usará las radios locales, las mismas que nos facilitará llegar a nuestro público objetivo. y como se está enfocando a un segmento C y D, se tendrá en cuenta que el mensaje a transmitir sea emocional, directo y sorprendente. Para lo cual el fidelizar a un Cliente no conste sólo de responder y atender a sus

consultas, sino, será una constante que se tendrá siempre en cuenta para que cada cliente que adquiera un producto de Panadería – Pastelería Don Max S.R.L, quede a gusto y con ganas de regresar.

- Por tanto la, publicidad será la adecuada para dar a conocer nuestros productos, los mismos que se apreciarán en las publicidades y en los medios que se publique, puesto que lo se muestre por estos medios será lo que es el producto sin engañar a las personas.
- Dentro de las estrategias de Branding y Posicionamiento, también hemos considerado lo siguiente:

- **Fidelización con la marca:**

- La lograremos de la siguiente manera: que al adquirir un producto de Panadería – Pastelería Don Max S.R.L, Sientan que no sólo están llevando un producto rico y sano, sino también un producto de la marca Don Max S.R.L, la misma que se va a lograr posicionar en la mente de los consumidores como la marca que no sólo sabe de gustos, sino también de calidad y buen precio.
- Panadería – Pastelería Don Max S.R.L, es una marca que no sólo produce panes y pasteles, sino también vende productos complementarios a éste. Para así lograr que los clientes se sientan satisfechos con el producto y se identifiquen con la marca.

- **Fidelización con la Calidad:**

- La calidad será lo que más prime en los productos, puesto que se producen panes, pasteles y tortas con el peso y volumen exacto.

- **Fidelización con el servicio:**

- Se ofrece un buen servicio; es decir en la “tienda” las personas encargadas de la venta, serán muy corteses y amables, estarán pendientes de lo que busca el cliente para poder ofrecer lo que ellos requieren.

4.2.5 Marketing Mix

- **Producto y/o Servicio**

Producto:

Se ofrecerán la siguiente variedad de panes, pasteles y postres:

PANES: - Francés, Mica, Marraqueta, Piti pan, Tortuguitas, etc.

PASTELES: - Tortas, Queques, alfajores, etc.

POSTRES: - Budín, Piononos, Flan, Hojaldre, etc.

PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS AL PAN: (Leche, huevos, mantequilla, aceitunas, jamón, salchicha, mermeladas, queso, etc.)

Servicio:

El servicio que se ofrecerá, por lo general es la preparación de tortas y bocaditos para todo tipo de eventos como: Bautizos,

Matrimonios, Cumpleaños, etc., con la calidad que ofrece Panadería – Pastelería Don Max S.R.L. Se contará con el servicio de transporte para entregar los pedidos si el cliente lo requiere.

- **Precio**

Los precios de los pasteles y postres sí variarán de acuerdo al tamaño del producto. Pero el precio de los panes de labranza son estándar los cuales oscilan entre 10 panes por un S/. 1.00 hasta 5 panes por un S/. 1.00 que mayormente los que salen a este precio, son los panes franceses.

En lo referente a la preparación de tortas y/o bocaditos para eventos sociales, estos sí tendrán un precio especial, porque serán productos hechos a pedido.

- **Plaza**

La venta de nuestros productos se realizará en el mismo local y en aquellas tiendas a donde se le pueda distribuir nuestros productos con la misma eficiencia y calidad de Panadería – Pastelería Don Max S.R.L.

Por tanto el canal a utilizar es DIRECTO, puesto que seremos los productores directos y los mismos que venderemos los productos al consumidor final.

- **Promoción**

Al adquirir S/. 1.00 de pan de labranza en la propia Panadería – Pastelería Don Max S.R.L. Se les dará dos panes más. Pero si lo adquieren en alguna tienda a la cual le distribuimos, ésta los venderá a sólo 10 panes por un S/. 1.00. Y como parte de la

promoción y merchandising, se dará todo los productos en sus propias bolsitas, así tenemos por ejemplo:



4.2.6 Estudio de Localización:

Se tuvo en cuenta el anexo de la Viña, que pertenece al Distrito de Cayaltí, por las siguientes razones:

1. Los consumidores se hallan cercanos al lugar donde funcionará la Panadería – Pastelería **Don Max S.R.L**
2. Es céntrica y dista a escasos a 10 min de los demás anexos en mención.
3. El lugar cuenta con más población en comparación a los otros lugares.

4.2.7 Discusión de Resultados

- ✓ Los resultados de las encuestas aplicadas a las familias, de los anexos de la Curva, Guayaquil, La Viña y Culpón, nos muestran que de acuerdo a las preguntas que se efectuaron, tenemos por resultado que el 100% de los encuestados están de acuerdo, que haya una panadería – pastelería, en el Anexo La Viña.

Lo que nos demuestra que ésta decisión fue recibida de personas adultas que sus edades oscilan entre 18 a 65 años de edad, muchos de ellos jefes de familia.

- ✓ Por otro lado tenemos al 100% de los encuestados con la misma aceptación que de existir una panadería – pastelería en dicho lugar sí, acudirían a comprar su pan y los productos agregados a éste. E igualmente tenemos el 100% de aceptación en lo que respecta a la variedad de panes y/o pasteles que se les va a ofrecer.

- ✓ Finalmente tenemos, ya una variación porcentual en los resultados, según la encuesta, debido a que el 57.07% de los encuestados contestaron que compran pan 2 veces al día, lo cual demuestra que la mayoría de la población consume más pan. Luego tenemos que el 40.22% de la población contestaron que sólo consumen pan 1 vez al día, puesto que el resto de sus alimentos lo sustituyen con yuca, camote, etc. Y sólo el 2.72% de población contestó que consumen pan más veces, resaltando que consumen pan 2 veces al día; pero también a la semana gastan una suma considerable entre bizcochos, empanadas, queques y/o pastelitos, etc.

4.3 VIABILIDAD TÉCNICO-OPERATIVA

Se refiere a todos aquellos recursos donde interviene algún tipo de actividad (Procesos), depende de los recursos humanos que participen durante la operación del proyecto. Durante esta etapa se identifican todas aquellas actividades que son necesarias para lograr el objetivo y se evalúa y determina todo lo necesario para llevarla a cabo.

4.3.1 Descripción de las funciones del panadero, en la producción del pan:

- ✓ El maestro panadero ejecutará las normas ya establecidas para la producción de los panes y pasteles, basándose en la demanda requerida previamente estudiada la cual requiere un aproximado de producción de 3000 panes diarios.
- ✓ La producción de pan será en horno artesanal debido a las características de éste que es preferido por la población del lugar y es el que siempre han consumido, e igualmente los equipos a utilizar son:
 - Batea de madera para amasar
 - Paleta para el horno de pan
 - Latas para hornear el pan
 - Pinzas para coger el pan
 - Cuchillos.

4.3.2 Procesos de producción del Pan y Pasteles:

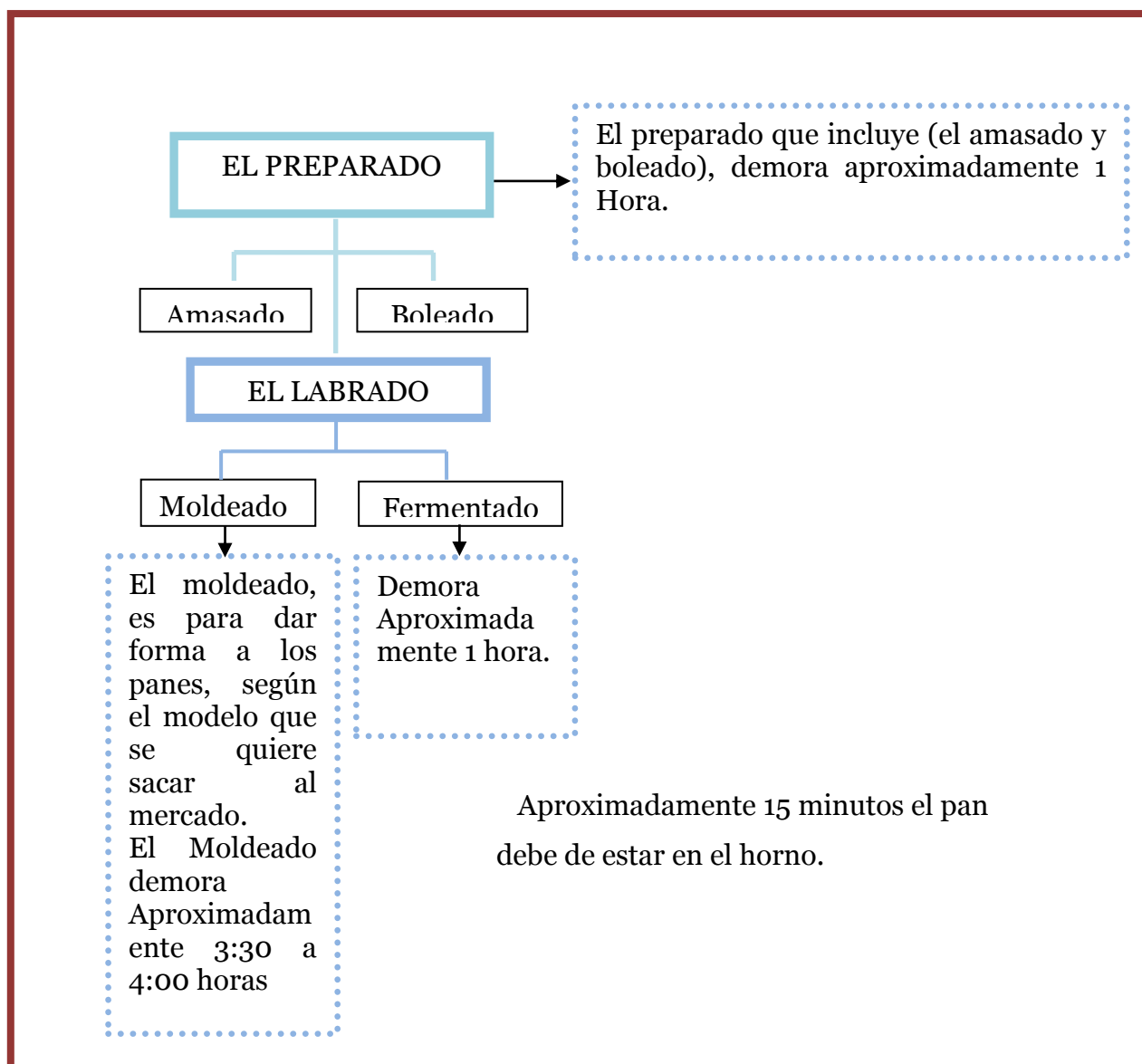
El negocio inicia sus actividades con la producción de panes, pasteles (queques, tortas y alfajores) y de postres como (budín,

pionono, hojaldre, etc.), cuyos ingredientes principales son: harina, huevos, azúcar y mantequilla.

Así tenemos un flujograma con la descripción de tiempos y procesos de producción:

A) PAN: Procesos y Tiempos en los que incurre la preparación del pan.

Gráfico N° 4.1

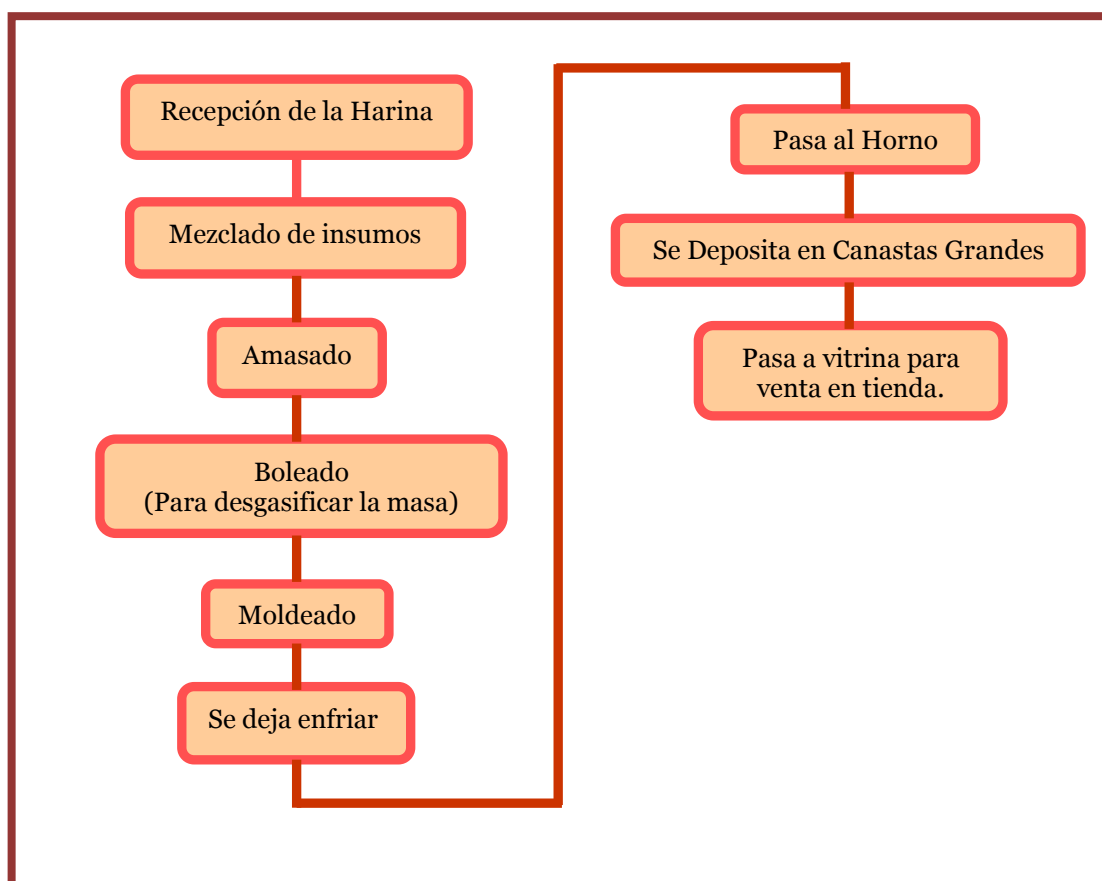


No todos los tipos de pan se cocen a la misma temperatura:

- Los panes con sal: (francés, baguette, marraqueta y pan de manteca), se cocen a temperatura alta de 200°C.
- Los panes “semidulces y dulces”: (piti pan, anís, maíz, y bizcochos, etc), se cocen a temperatura fría: a 180 °C por lo menos.

FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL PAN

Gráfico: N° 4.2



B) PASTELES:

Los productos de pastelería son aquellos elaborados con harinas, azúcares, grasas comestibles y sustancias complementarias, sometidos o no a fermentación y/o cocción cuyo sabor, olor, textura y forma resultan agradables a la vista y paladar de los consumidores.

El producto seleccionado son las tortas, bien decoradas y surtidas con frutas, son las de mayor consumo y demanda en nuestro país, debido a la aceptación que tienen por las familias.

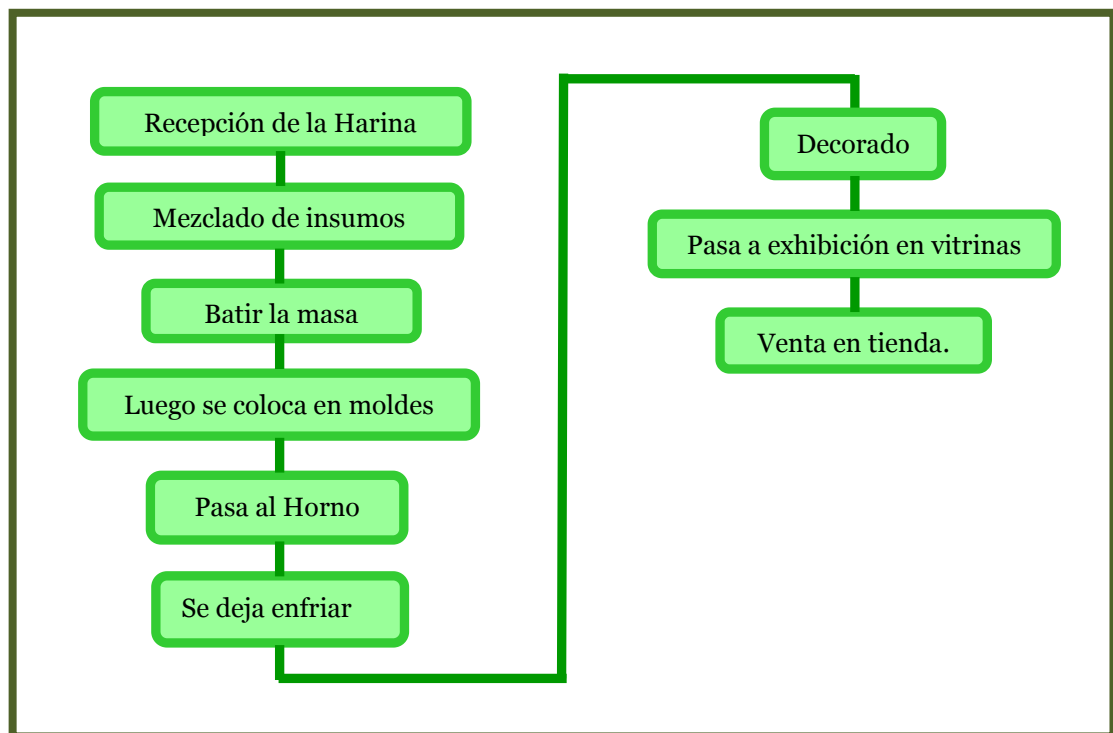
Así tenemos:

- **Queques:** Productos cuyos ingredientes principales son: harina, huevos, leche, azúcar, mantequilla y vainilla. Estos productos serán ofrecidos en la presentación de $\frac{1}{4}$, $\frac{1}{2}$ y de 1 kilo.
- **Tortas Comerciales:** Hechas a base del queque con otros agregados que le dan la forma y presentación que el cliente requiere: estos serán ofrecidos en tamaños de $\frac{1}{2}$, de 1kg y de 2 kg.
- **Tortas especiales:** Su preparación es la misma de las tortas comerciales, con unos ingredientes adicionales que lo diferencian y hacen que su precio sea mayor; estas tortas, son más demandadas para ocasiones especiales como: cumpleaños, matrimonios, bautizos, entre otros.

Por tanto, el proceso de producción para la de pastelería y repostería es de tipo homogénea, ya que existen etapas similares para los diferentes tipos de productos y postres.

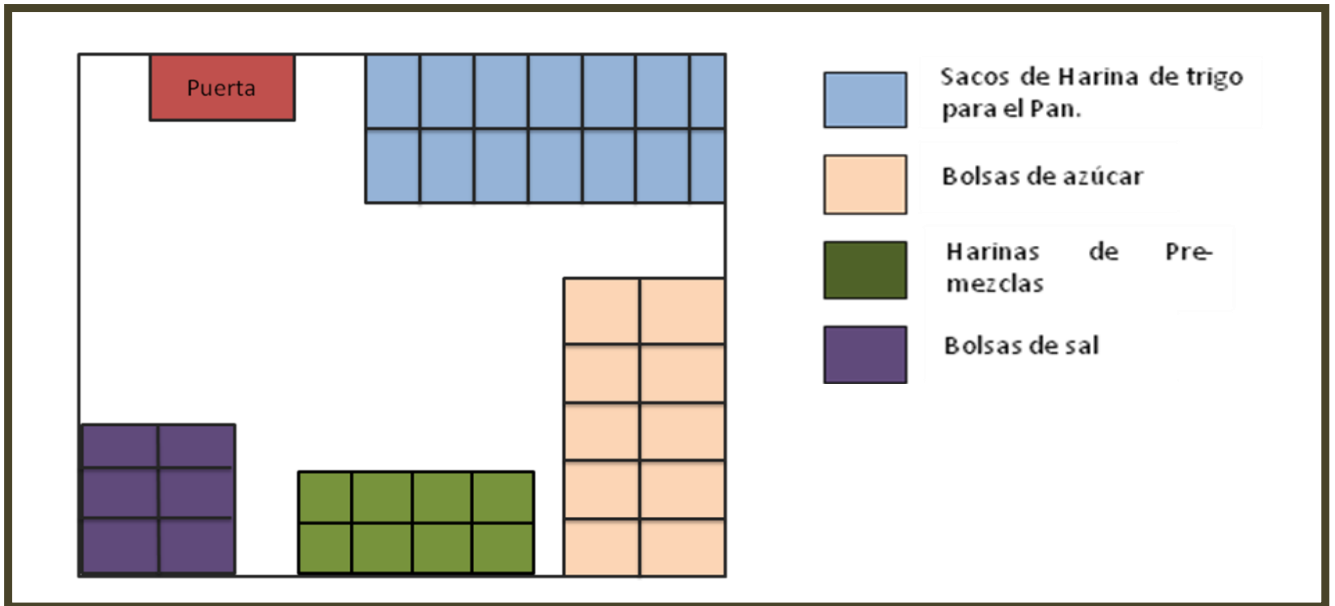
FLUJOGRAMA DE PROCESO DE PRODUCCIÓN DE PASTELES

Gráfico: 4.3



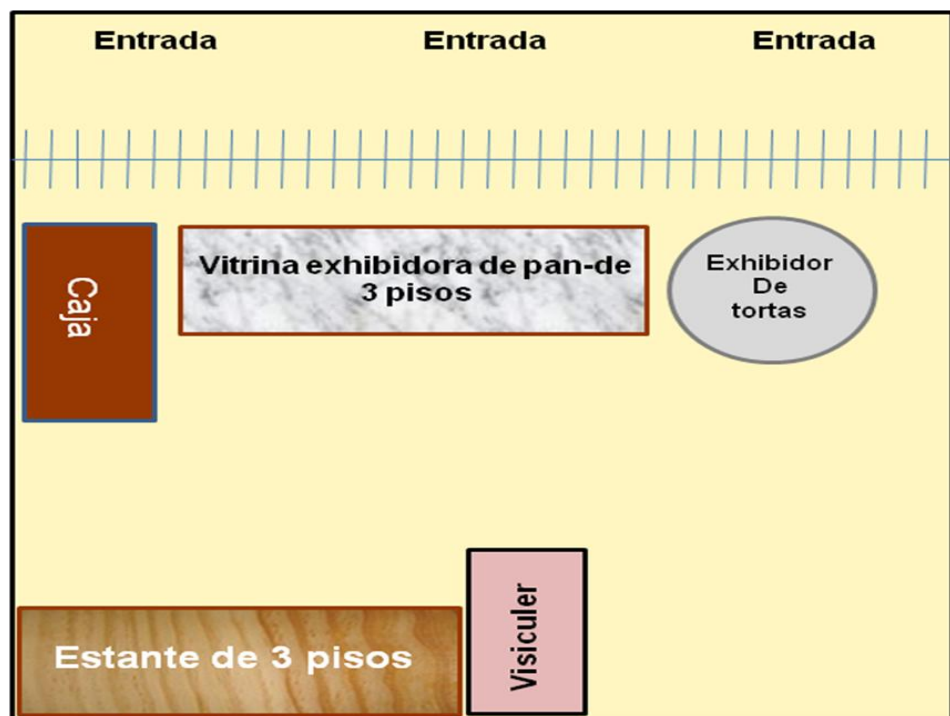
4.3.3 Lay – Out de almacén

Gráfico: N° 4.4



4.3.4 Distribución en la tienda principal

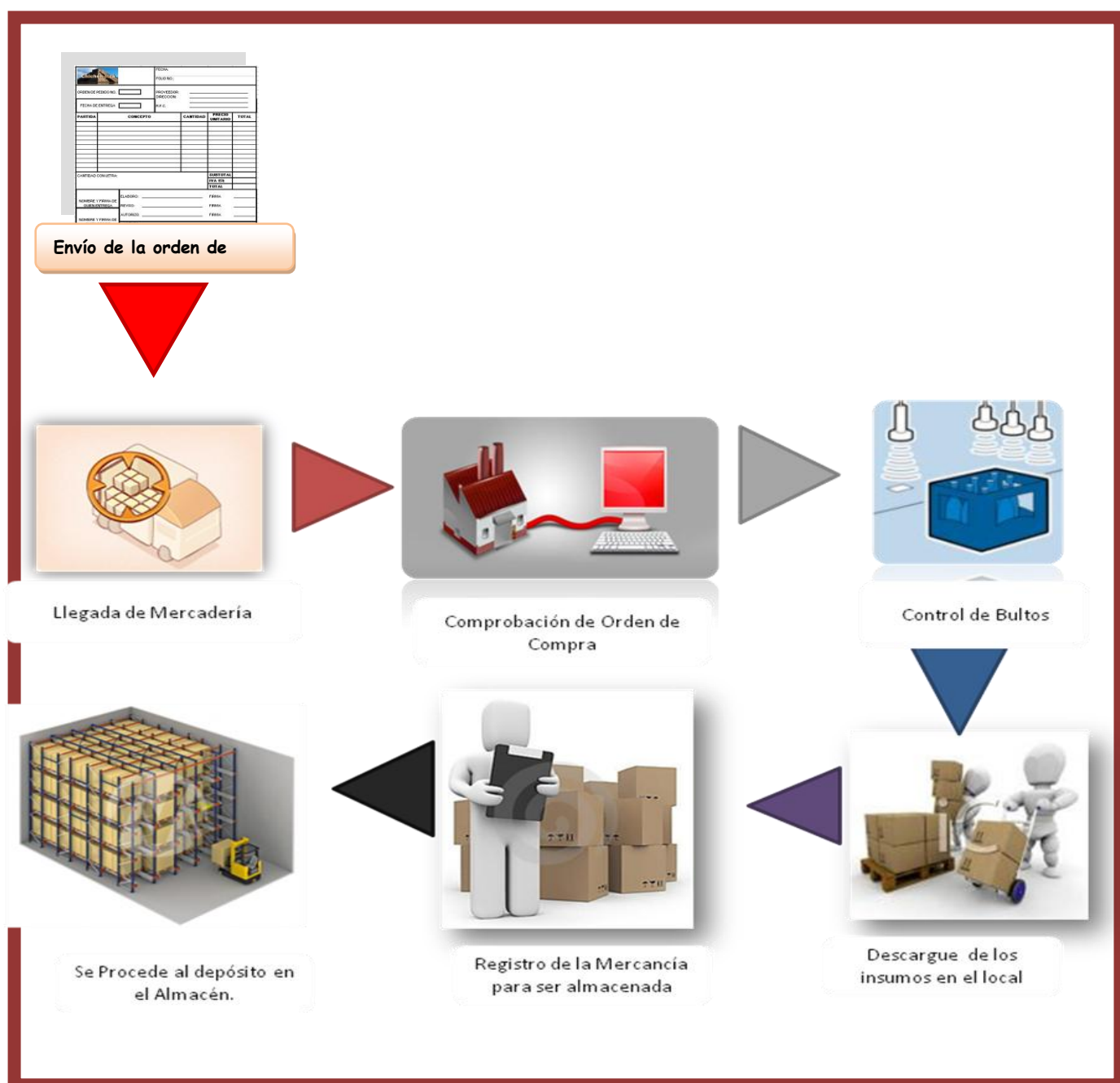
Gráfico: N° 4.5



4.3.5 Proceso Operativo

El proceso operativo del negocio, cuenta con siete pasos, empezando por el envío de la orden de pedido, la llegada de la mercadería, comprobación de la misma, control, descargue, registro y almacenamiento de los productos. Tal como se muestra en el siguiente gráfico.

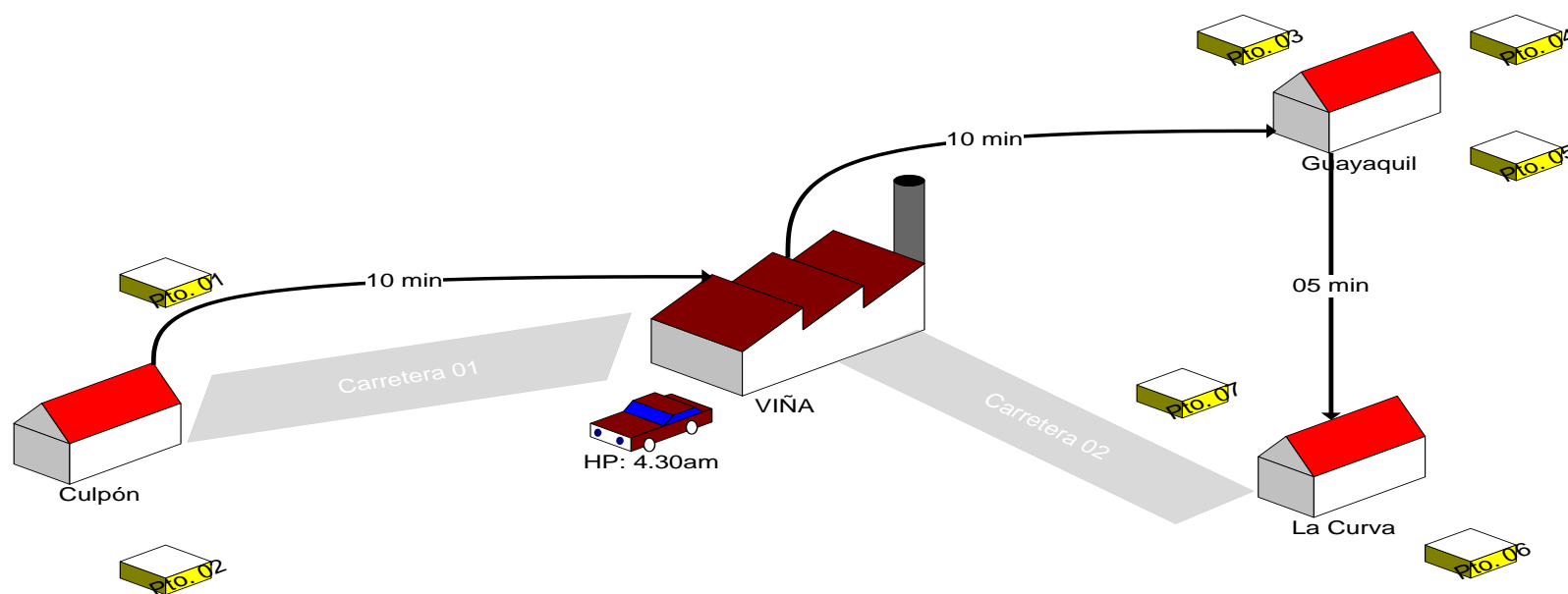
Gráfico: N° 4.6



4.3.6 Diagrama de distribución y comercialización de los productos a los diferentes Destinos.

El canal a trabajar para la distribución y comercialización de nuestros productos, es el canal directo, el mismo que se muestra con el siguiente recorrido: Parte de la tienda principal a las 4:30 am con dirección al anexo de Guayaquil que está a 10 min del anexo la Viña, luego sigue a la Curva que está a 5 min del Guayaquil y finalmente del anexo la Curva marcha directo hasta Culpón que dista a 25 min desde la Curva y 10 min desde la Viña.

Gráfico: N° 4.7



4.4 VIABILIDAD ORGANIZACIONAL.

Ésta determina si existe una estructura funcional y/o divisional de tipo formal o informal, que apoyen y faciliten las relaciones entre personal, sean empleados o gerentes, de tal manera que procuren un mejor aprovechamiento de los recursos especializados y una mayor eficiencia y coordinación entre los que diseñan, procesan, producen y comercializan los productos o servicios.



4.4.1 Descripción de la Empresa:

Panadería – Pastelería **Don Max S.R.L**, es una pequeña empresa panificadora. Ubicada en la calle Real S/N, en el Anexo La Viña.

Ésta, ofrece panes, pasteles (queques, tortas y alfajores) y de postres como (budín, pionono, hojaldre, etc.).

El horario de atención es de lunes a domingos de 5:00 am hasta las 11:00 am por las mañanas y por las tardes de 4:30 a 8:30 pm.

4.4.2 Tipo Societario:

Panadería – Pastelería **Don Max**, se constituirá bajo la denominación de Sociedad de Responsabilidad Limitada **S.R.L**.

4.4.3 Capital:

El total de la inversión equivale a la suma de: **S/. 64,986.33**

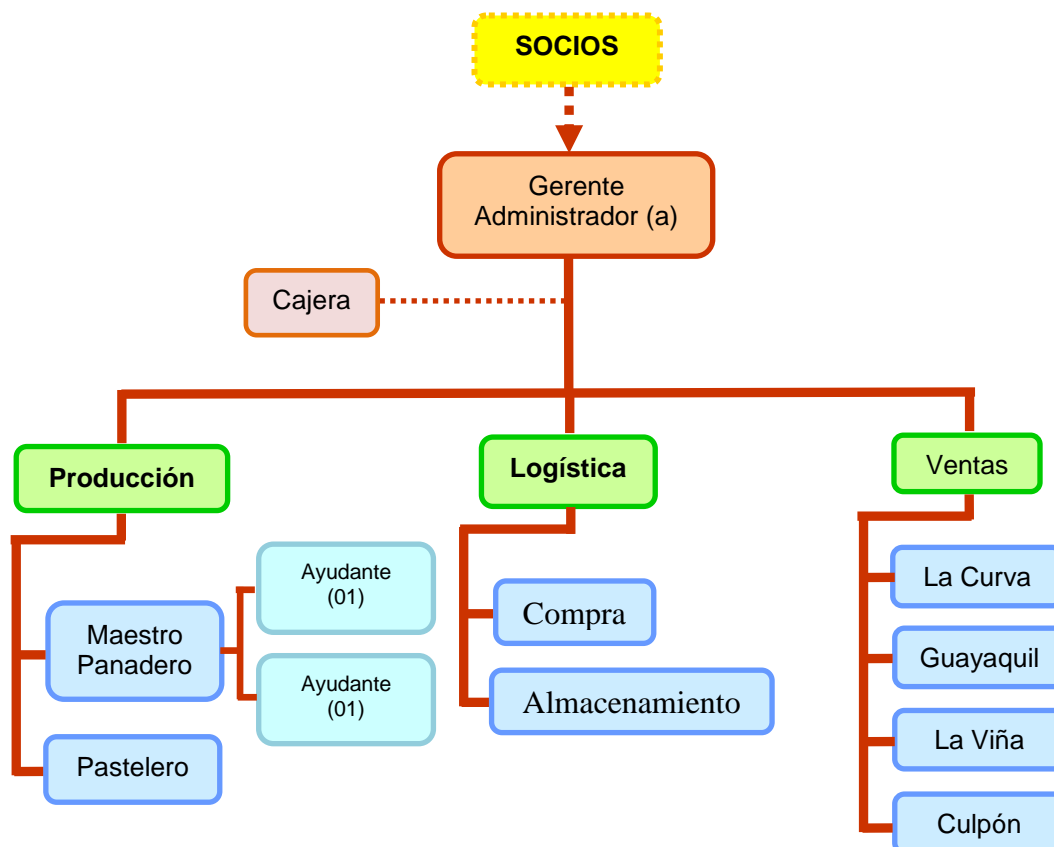
El financiamiento del proyecto, se hará a través de aportes de los socios con el 70% y el 30% se obtendrá mediante un préstamo bancario de **S/. 19,495.90** a una entidad local a un plazo de 4 años, con una TEA del 7%.

4.4.4 Constitución de la empresa:

Para el desarrollo de sus actividades la Panadería – Pastelería, contará con el siguiente personal (10 empleados):

- Una Gerente / Administrador
- Una Cajera.
- Un maestro panadero
 - 02 ayudantes de panadería
 - 01 Pastelero
- Vendedores (as)
 - 01 vendedor (a) en tienda.
 - 02 vendedores (as) en el reparto del Pan.
- Personal de Limpieza
 - 01 Persona.

4.4.5 Organigrama:



4.4.6 Descripción de las Funciones de cada empleado:

- ⊕ En el puesto de **Gerente General**, quien se encargará también de la administración del negocio, debe administrar también los insumos y controlar la rotación del inventario, y debe supervisar a los vendedores. Contratar a nuevo personal. Controlar los ingresos y egresos y rendir cuentas a los socios.
- ⊕ En el puesto de **Cajera**, la misma que se encargará de la recaudación del dinero por la venta diaria de los panes y pasteles y demás productos complementarios al pan. Rendirá cuentas diarias al administrador.

- ⊕ **El maestro panadero, con 02 ayudantes**, los que se encargarán de la producción de los diversos tipos de panes. Será responsable directo del área de producción.

- ⊕ **El ayudante Pastelero** quien se encargará de la producción de pasteles, bocaditos y postres.

- ⊕ **Vendedora (01)**, estará encargada de la venta en la propia panadería y pastelería, la cual también deberá hacer un reporte de ventas cada día. Dará una buena atención al cliente, brindándole así un mejor servicio. Y a la vez mantendrá la tienda limpia y ordenada.

- ⊕ **Vendedor (02)**, se encargan de repartir el pan, a los anexos ya mencionados **cercanos** a la Viña.

- ⊕ **Personal de Limpieza (01)**, es quien se encargará de la limpieza del área de producción y mantener toda el área en orden.

4.4.7 Visión , Misión, Objetivos y Políticas y Valores de la Empresa:

a) Visión:

Ser la empresa líder en el mercado local, reconocida por su calidad, buen servicio y precio justo en la producción de panes y pasteles.

b) Misión:

Somos una empresa dedicada a ofrecer pan y pasteles de calidad con variadas presentaciones y productos complementarios al mismo y con precios accesibles a la economía de las familias.

c) Objetivos del Negocio:

- Conocer al cliente y sus necesidades.
- Orientar nuestros productos pensando siempre en nuestros clientes.
- Atender con esmero a los clientes propios y ajenos del lugar.

d) Políticas de Seguridad Alimentaria:

En la Panadería – Pastelería **Don Max S.R.L**, estamos comprometidos a tomar acciones de prevención que se requieren para evitar la posible contaminación física, química, biológica de los panes que elaboramos. Y así cumplir con los requisitos sanitarios legales aplicables, con la finalidad de ofrecer productos saludables y seguros para el consumo humano.

e) Políticas Ambientales:

En la Panadería – Pastelería Don Max S.R.L, estamos comprometidos a mejorar continuamente nuestras operaciones para así prevenir la contaminación y utilizar adecuadamente la energía, con la finalidad de minimizar los impactos ambientales de nuestras actividades, productos y servicios, dentro del marco legal y requisitos voluntarios.

f) Valores

Los valores del Negocio son los siguientes:

Honestidad

Trabajo en equipo

Solidaridad.

Responsabilidad.

Respeto.

4.4.8 Memoria Descriptiva y Arquitectura del negocio.

▪ Nombre del Proyecto

- Panadería – Pastelería DON MAX S.R.L

- Ubicación: La Viña

▪ Datos del Terreno

- Área Total:	132.00m ²
- Frente:	6.00 m
- Fondo:	22.00 m
- Área construída:	97.20 m ²
- Área Libre:	34.80 m ²

- Ambientes Específicos del Proyecto

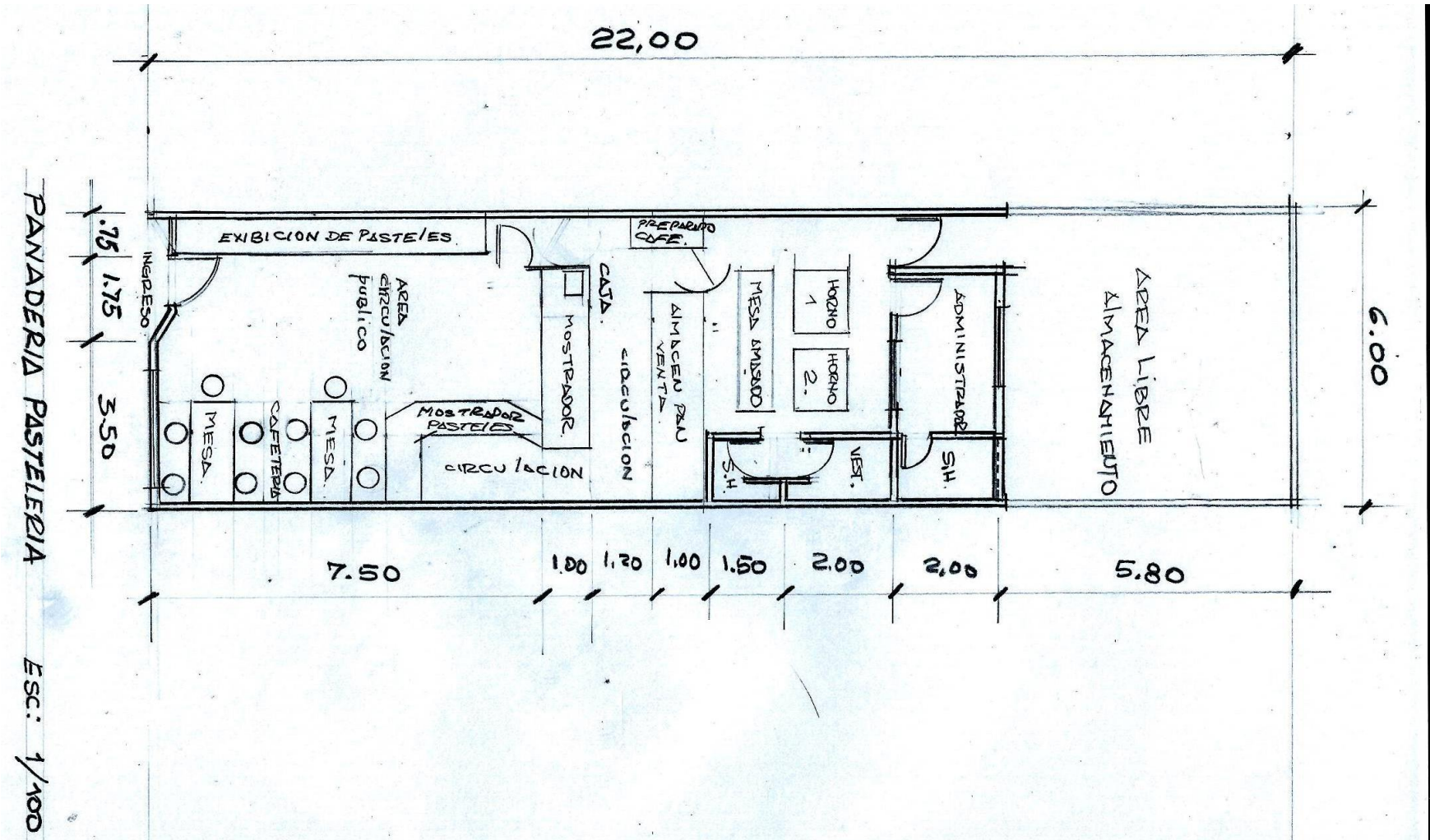
- Área de circulación público:	18.75 m ²
- Área de Cafetería-público:	26.85 m ²
- Área de exhibición de productos:	12.00 m ²
- Área de mostrador-Atención al público:	3.00 m ²
- Área de Almacén de productos:	4.00 m ²
- Área de Caja:	1.00 m ²
- Área de Preparado de Café para venta al público	1.50 m ²
- Área de circulación de vendedores (as):	8.00 m ²
- Área de Preparado de productos:	16.00 m ²
- Área de Administración:	6.00m ²
- Área de SH más Vestuarios:	6.50 m ²
- Área de Depósito más área libre:	34.80 m ²

- Descripción de Ambientes

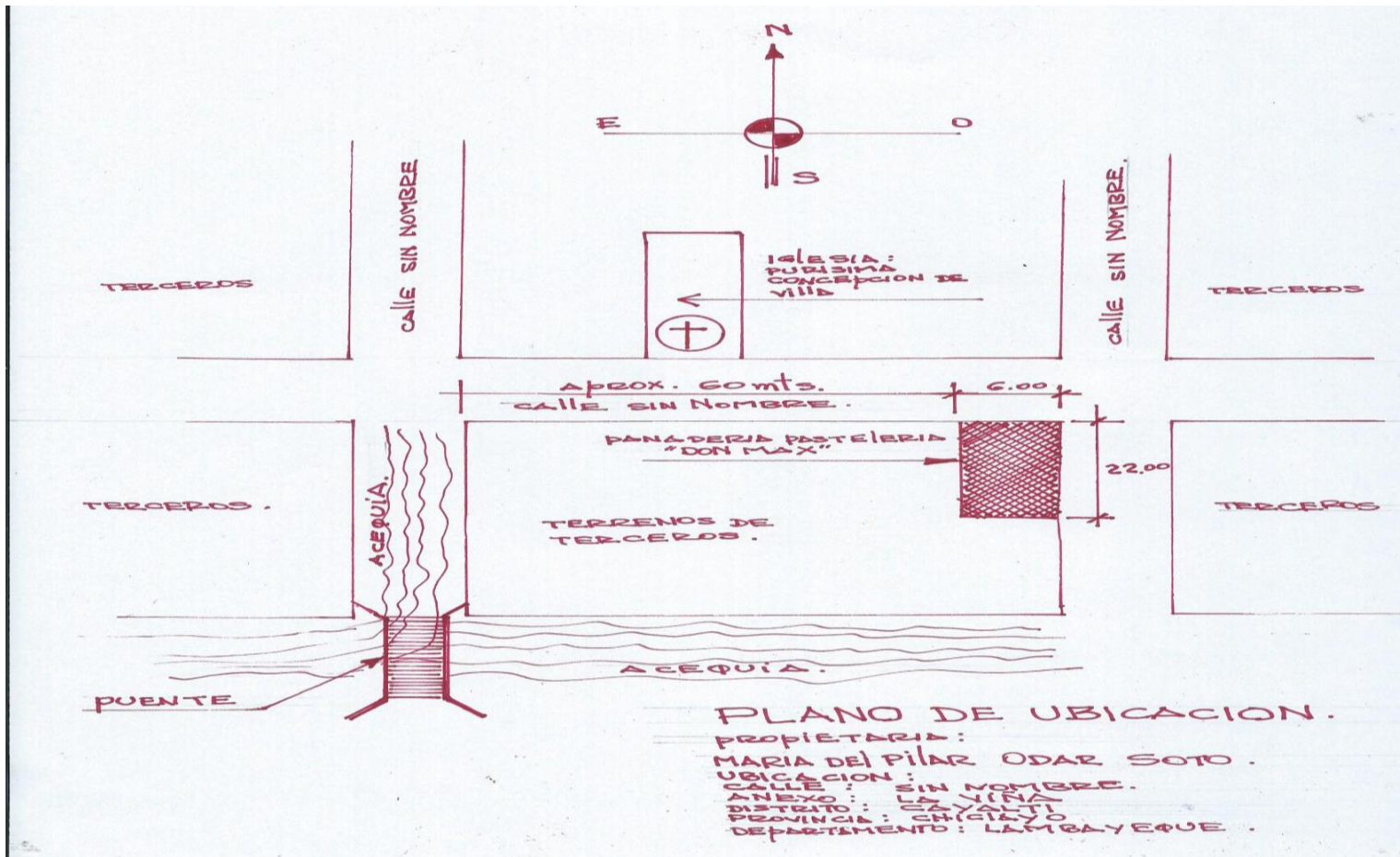
- El proyecto cuenta inicialmente con un ingreso de público y personal de trabajo, dándole un tratamiento de un área sin utilizar interrupciones a la vía pública.
- El área de circulación pública, tanto para compra del producto, como para el servicio de la cafetería es totalmente pronunciada, sin ninguna interrupción.
- En el mostrador, cuenta con una atención al Cliente en la compra del producto, dándole amplia circulación a los empleados que atienden al cliente.
- La panadería – pastelería, cuenta con mostradores, vitrinas exhibidoras y almacenadoras del producto, para ser atendido al Cliente. en las vitrinas, tiene la facilidad de mostrar (pasteles, tortas y productos agregados a la venta de éste), los mismos que requiere el Cliente.

- En el Almacén, se acumulan los insumos, necesarios, que rotativamente, van saliendo a la producción.
- El ambiente de preparado del producto cuenta con las respectivas máquinas y/o herramientas, para la elaboración del producto a ofrecer a los clientes.
- Se ha considerado también contar con un área de Administración, la misma que planeará, organizará, dirigirá y controlará el funcionamiento del negocio.
- El circuito de servicio higiénico íntimo con los servicios higiénicos del administrador y personal se ha integrado en el vestuario del personal, logrando así, nuclearizarlo para lograr un solo ramal sanitario.
- Se ha considerado un área libre en la parte posterior, con la finalidad de evitar la contaminación con dichos ambientes mencionados, ya que se requiere de mucho cuidado en el aseo por ser un producto comestible al ser humano. Pues en esta área libre, es para almacenar cosas desechables y que sirva de ventilación natural, para el negocio, por ser un ambiente descubierto.

- Plano del Negocio.



▪ Plano de Ubicación del Negocio.



4.5 VIABILIDAD ECONÓMICO – FINANCIERA.

Se refiere al capital necesario con el que se dispone en efectivo o en créditos para invertir y así poder financiar el desarrollo del proyecto. El mismo que deberá haber probado que sus beneficios a obtener son superiores a sus costos en que incurrirá al desarrollar e implementar el proyecto o sistema.

4.5.1 Costos y Gastos para la Inversión Inicial del Proyecto

La ejecución del proyecto de inversión propuesto, demanda de muchas acciones por realizar, desde la constitución hasta la implementación de un local apto y amplio para la elaboración de los productos a ofrecer, cada una de estas acciones demanda de una suma de dinero muy importantes, por ello en este cuadro se detalla cada uno de los costos y gastos que se generan solo para la construcción e implementación del local de producción y venta de pan y pasteles que son los productos principales que se ofrecerán a nuestro público objetivo. Sumando ambos costos de inversión suman un total de S/. 46,242.00 solo para activos fijos e inmueble. Tal como se muestra en la tabla N° 1.

Seguidamente contamos con los imprescindibles costos de operación, los mismos que son generados a consecuencia de la utilización de todos los recursos humanos para la elaboración de panes y pasteles, tomando sólo en cuenta los obreros o ayudantes que están directamente relacionados con la elaboración del producto final. Así mismo se considera también la compra de insumos necesarios para la elaboración de panes y pasteles, por lo que según las proyecciones realizadas generan un costo aproximado de S/. 9,844.33 soles mensuales y S/. 118,132.0 soles anuales. Costos que son calculados en base a un estudio de

mercado y costos referenciales de negocio del mismo rubro que actualmente se encuentran en funcionamiento. Tal como se muestra en la tabla N° 2.

Tabla N°1: Costos y Gastos

I . ACTIVO FIJO			
INVERSIÓN	VALOR (S/.)		
Construcción de la Panadería - Pastelería en general	S/. 23.500,00		
Instalaciones eléctricas y materiales	S/. 1.500,00		
Construcción del Horno	S/. 3.500,00		
Construcción de un Baño	S/. 2.000,00		
Total de Activos Fijos	S/. 30.500,00		
MAQUINARIA Y EQUIPOS	VALOR UNIT (S/.)	Unidades Requeridas	Costo Total Fijo (S/.)
Mostrador de vidrio grande para el Pan	S/. 4.800,00	1	S/. 4.800,00
Exhibidor de Tortas	S/. 1.800,00	1	S/. 1.800,00
Visiculer	S/. 1.150,00	1	S/. 1.150,00
Balanza Electrónica	S/. 400,00	1	S/. 400,00
Amasadora	S/. 5.000,00	1	S/. 5.000,00
Caja Registradora	S/. 1.000,00	1	S/. 1.000,00
Total Maquinaria y Equipos	S/. 14.150,00		S/. 14.150,00
HERRAMIENTAS			
Mesas	S/. 50,00	2	S/. 100,00
Batea de madera para amasar	S/. 250,00	1	S/. 250,00
Paleta para el horno de pan	S/. 120,00	1	S/. 120,00
Latas para hornear el pan	S/. 5,00	42	S/. 210,00
Pinzas para coger el pan	S/. 7,00	2	S/. 14,00
Cuchillos	S/. 6,00	3	S/. 18,00
Fuentes grandes	S/. 60,00	3	S/. 180,00
Total Herramientas	S/. 498,00		S/. 892,00
MUEBLES Y ENSERES			
Mueble para caja	S/. 450,00	1	S/. 450,00
Andamio grande	S/. 250,00	1	S/. 250,00
Total Muebles y Enseres	S/. 700,00		S/. 700,00
TOTAL DE ACTIVOS			S/. 46.242,00

Tabla N°2: Costos operativos

II. COSTOS OPERATIVOS							
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. DIARIOS	S/ Diarios por N° de personal	Días de trabajo	Días de trabajo al mes	Costo mensual (S/)	Días de trabajo al año	Costo al año (S/)
Maestro Panadero (01)	S/. 40,00	S/. 40,00	30	30	S/. 1.360,00	360	S/. 16.320,00
Ayudante (02)	S/. 22,50	S/. 45,00	30	30	S/. 1.350,00	360	S/. 16.200,00
Ayudante Pastelero (01)	S/. 22,50	S/. 22,50	30	30	S/. 675,00	360	S/. 8.100,00
Total Mano de Obra Directa	S/. 85,00	S/. 107,50			S/. 3.385,00		S/. 40.620,00
MATERIA PRIMA E INSUMOS	VALOR UNIT (S/.)	Unidades Requeridas al Mes	Costo Total Fijo al Mes (S/.)	Costo Total Fijo al Año (S/.)			
Harina Especial (sacos *50 kg)	S/. 102,00	54	S/. 5.508,00	S/. 66.096,00			
Manteca "La famosa" (caja de 10 Kilos)	S/. 56,00	3	S/. 168,00	S/. 2.016,00			
Levadura Freshman (caja * 20 paquetes de 1/2 kg)	S/. 72,00	2	S/. 144,00	S/. 1.728,00			
Sal (paquetes)	S/. 1,00	3	S/. 3,00	S/. 36,00			
Azúcar Rubia (Bolsas)	S/. 115,00	1	S/. 115,00	S/. 1.380,00			
Polvo de Hornear (caja de 30 sobres)	S/. 16,00	2	S/. 32,00	S/. 384,00			
Leches (Tarros)	S/. 2,50	32	S/. 80,00	S/. 960,00			
Huevos (unidades)	S/. 0,31	384	S/. 117,33	S/. 1.408,00			
Naranjas (unidades)	S/. 0,25	256	S/. 64,00	S/. 768,00			
Vainilla (botella de 750ml)	S/. 6,00	4	S/. 24,00	S/. 288,00			
Colorantes-eleazan (frascos)	S/. 4,00	5	S/. 20,00	S/. 240,00			
Azúcar Impalpable (cada bolsa de 5 Kilos)	S/. 16,00	7	S/. 112,00	S/. 1.344,00			
Mantequilla (Kilos)	S/. 9,00	8	S/. 72,00	S/. 864,00			
Total Materia Prima e insumos	S/. 400,06		S/. 6.459,33	S/. 77.512,00			
TOTAL COSTOS OPERATIVOS			S/. 9.844,33	S/. 118.132,00			

4.5.1.1 Gastos administrativos y otros gastos

Los gastos administrativos resultan también importantes e infaltables en un negocio como el que se propone en este plan de negocios, por ello también se considera los costos que generan en la parte de administración y distribución al público en general, y para el control de ingresos a una persona en cargada de las cobranzas en este caso una cajera. Todo este personal cuenta con un sueldo fijo a ser cancelado cada 30 días. También cabe mencionar que para poner en funcionamiento la panadería se hace muy necesario contar con permisos y documentos legales, municipales y sanitarios los cuales también generan gastos para el trámite de los mismos. Así mismo cabe mencionar también a los gastos por servicios que también son considerados y junto con los gastos administrativos y los pre operativos suman un aproximado de **S/. 8,900.00**. Como se muestra a continuación.

Tabla N°3: Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/. DIARIOS	S/ Diarios por N° de personal	Dias de trabajo	Dias de trabajo al mes	Costo mensual (S/)	Dias de trabajo al año	Costo al año (S/)
Gerente - Administradora (01)	S/. 60,00	S/. 60,00	30	30	S/. 1.800,00	360	S/. 21.600,00
Cajera (01)	S/. 20,00	S/. 20,00	30	30	S/. 600,00	360	S/. 7.200,00
Vendedores (03)	S/. 16,67	S/. 50,00	30	30	S/. 1.500,00	360	S/. 18.000,00
Limpieza (01)	S/. 16,00	S/. 16,00	30	30	S/. 480,00	360	S/. 5.760,00
Alquiler de Movilidad	S/. 25,00	S/. 25,00	30	30	S/. 750,00	360	S/. 9.000,00
Total Gastos Administrativos	S/. 137,67	S/. 171,00			S/. 5.130,00		S/. 61.560,00
GASTOS PRE-OPERATIVOS	Costo por única vez (S/)	Costo al año (S/)					
Constitución de la Empresa	S/. 1.000,00						
Registro de Marca	S/. 1.000,00						
Licencia de construcción de la Empresa	S/. 25,00						
Licencia de Funcionamiento	S/. 570,00						
Registro Sanitario		S/. 370,00					
Total GASTOS PRE-OPERATIVOS	S/. 2.595,00						
OTROS GASTOS	MENSUAL						
Luz	S/. 80,00	S/. 960,00					
Teléfono	S/. 20,00	S/. 240,00					
Leña para el Horno	S/. 450,00	S/. 5.400,00					
Publicidad y Propaganda	S/. 600,00	S/. 7.200,00					
Escubiones (02)	S/. 10,00	S/. 30,00					
Recogedores (02)	S/. 8,00	S/. 16,00					
Desinfectante (01)	S/. 7,00	S/. 84,00					
Total OTROS GASTOS GENERALES	S/. 1.175,00	S/. 14.300,00					
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS Y OTROS GASTOS	S/. 8.900,00	S/. 75.860,00					

INVERSIÓN TOTAL:
S/. 64,986.33

4.5.1.2 Resumen del proyecto.

A continuación se muestra, una tabla resumen de los Costos a los que incurrimos en la inversión inicial, considerando desde la construcción del local comercial, activos fijos y capital de trabajo.

Veamos a continuación tabla N° 4.

Tabla N°4: INVERSIÓN INICIAL

INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO	
Construcción de la Empresa	S/. 30.500,00
Maquinarias y Equipos	S/. 15.042,00
Muebles y Enseres	S/. 700,00
Materia Prima	S/. 6.459,33
Capital de Trabajo	S/. 12.285,00
TOTAL	S/. 64.986,33

4.5.2 Depreciación del Activo Fijo.

Como se mencionó anteriormente se tiene que implementar el local para la producción y venta de productos, lo cual demanda la compra de activos fijos muebles entre ellos maquinarias como las balanzas, hornos; mobiliario como mesas mostradores, exhibidores, entre otros los cuales permitirán tener más rapidez y calidad en cuanto a la producción y venta de productos.

Estos activos también por ser de uso diario tiene un ciclo de vida útil por lo que se cree conveniente realizar la depreciación de acuerdo al activo y el uso que se le da, teniendo una depreciación de S/. 1 898.25 anuales y un valor de rescate de S/. 7 817 al final del proyecto.

Tal como se muestra en la tabla N° 5 de depreciación anual.

Tabla N° 5: Depreciación

DEPRECIACION									VALOR DE RESCATE
MAQUINARIA	PRECIO UNITARIO	UNIDADES	TOTAL	VIDA UTIL EN AÑOS	%	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	4 AÑOS	
Mostrador grande de vidrio	S/. 4.800,00	1	S/. 4.800,00	10	10,00%	S/. 40,00	S/. 480,00	S/. 1.920,00	S/. 2.880,00
Exhibidor de Tortas	S/. 1.800,00	1	S/. 1.800,00	10	10,00%	S/. 15,00	S/. 180,00	S/. 720,00	S/. 1.080,00
Visiculer	S/. 1.150,00	1	S/. 1.150,00	10	10,00%	S/. 9,58	S/. 115,00	S/. 460,00	S/. 690,00
Amasadora	S/. 5.000,00	1	S/. 5.000,00	8	12,50%	S/. 52,08	S/. 625,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00
Caja registradora	S/. 1.000,00	1	S/. 1.000,00	5	20,00%	S/. 16,67	S/. 200,00	S/. 800,00	S/. 200,00
Balanza electrónica	S/. 400,00	1	S/. 400,00	5	20,00%	S/. 6,67	S/. 80,00	S/. 320,00	S/. 80,00
Latas	S/. 5,00	42	S/. 210,00	5	20,00%	S/. 3,50	S/. 42,00	S/. 168,00	S/. 42,00
Andamio grande	S/. 250,00	1	S/. 250,00	5	20,00%	S/. 4,17	S/. 50,00	S/. 200,00	S/. 50,00
Batea de Madera para Amasar	S/. 250,00	1	S/. 250,00	5	20,00%	S/. 4,17	S/. 50,00	S/. 200,00	S/. 50,00
Mesas	S/. 50,00	2	S/. 100,00	5	20,00%	S/. 1,67	S/. 20,00	S/. 80,00	S/. 20,00
Mueble para Caja	S/. 450,00	1	S/. 450,00	8	12,50%	S/. 4,69	S/. 56,25	S/. 225,00	S/. 225,00
	S/. 15.155,00		S/. 15.410,00				S/. 1.898,25	S/. 7.593,00	S/. 7.817,00

4.5.3 Mano de Obra

Se ha considerado mostrar aquí, los sueldos, solamente de aquellos que tienen vínculo directo con la producción del producto final, que viene hacer la mano de obra directa y de aquellos que de manera indirecta colaboran para incrementar nuestras ventas como son los vendedores, (mano de obra indirecta).

Veamos las siguientes tablas. (Tabla N° 6 y tabla N° 7), que a continuación se muestran:

Tabla N°6: Mano de obra

RESUMEN	CANTIDAD	SUELDO	TOTAL
MAESTRO	1	S/. 1.360,00	S/. 1.360,00
AYUDANTES	2	S/. 675,00	S/. 1.350,00
PASTELERO	1	S/. 675,00	S/. 675,00
TOTAL	3		S/. 3.385,00

Tabla N°7: Mano de obra indirecta

MANO DE OBRA INDIRECTA			
DESCRIPCION	N° EMPLEADOS	S/ DIARIOS POR N° DE PERSONAL	SUELDO MENSUAL
VENDEDOR	3	500	S/. 1.500,00

A continuación se muestra también, los cuadros de distribución de horas hombre y distribución de costos según estas horas hombre en la producción de panes como de pasteles, lo cual especifica, cómo es que un maestro panadero y/o ayudante o maestro pastelero, se gana así su sueldo, mediante la distribución de horas que empela para elaborar dichos productos, teniendo como resultado, en horas hombre, las 8 horas de trabajo y en costos, lo que le cuesta producir un determinado tipo de pan, contando así con un monto acumulado al mes, lo que vendría hacer su sueldo del mismo.

Veamos a continuación las siguientes tablas: (tabla N° 8, tabla N° 9, tabla N° 10, tabla N° 11 y tabla N° 12)

Tabla N°8: Distribución de horas

DISTRIBUCIÓN DE HORAS PARA LA ELABORACIÓN DEL PAN										
PAN	DESCRIPCION	N° EMPLEADOS	PAN BAGUETTE	PAN FRANCES	PAN MARRAQUETA	PAN DE MANTECA	PITI PAN	PAN DE ANIS	PAN DE MAÍZ	BIZCOCHO
	MAESTRO	1	1,5	1,5	1,0	1,0	1,0	0,5	0,5	1,0
	AYUDANTE 1	1	1,5	1,5	1,0	1,0	1,0	0,5	0,5	1,0
	AYUDANTE 2	1	1,5	1,5	1,0	1,0	1,0	0,5	0,5	1,0

Tabla N°9: Costo Diario

COSTO UNITARIO POR HORA DE TRABAJO	COSTO DIARIO DE ELABORAR DEL PAN							
	PAN BAGUETTE	PAN FRANCES	MARRAQUETAS	MANTECA	PITI PAN	ANIS	MAÍZ	BIZCOCHO
S/. 5,67	S/. 8,50	S/. 8,50	S/. 5,67	S/. 5,67	S/. 5,67	S/. 2,83	S/. 2,83	S/. 5,67
S/. 2,81	S/. 4,22	S/. 4,22	S/. 2,81	S/. 2,81	S/. 2,81	S/. 1,41	S/. 1,41	S/. 2,81
S/. 2,81	S/. 4,22	S/. 4,22	S/. 2,81	S/. 2,81	S/. 2,81	S/. 1,41	S/. 1,41	S/. 2,81

Tabla N°10: Costo mensual

COSTO MENSUAL DE ELABORAR DEL PAN								COSTO MENSUAL
PAN BAGUETTE	PAN FRANCES	MARRAQUETAS	MANTECA	PITI PAN	ANIS	MAÍZ	BIZCOCHO	
S/. 255,00	S/. 255,00	S/. 170,00	S/. 170,00	S/. 170,00	S/. 85,00	S/. 85,00	S/. 170,00	S/. 1.360,00
S/. 126,56	S/. 126,56	S/. 84,38	S/. 84,38	S/. 84,38	S/. 42,19	S/. 42,19	S/. 84,38	S/. 675,00
S/. 126,56	S/. 126,56	S/. 84,38	S/. 84,38	S/. 84,38	S/. 42,19	S/. 42,19	S/. 84,38	S/. 675,00

Tabla N°11: Distribución de horas

DISTRIBUCIÓN DE HORAS PARA LA ELABORACIÓN DE TORTAS										
TORTAS	DESCRIPCION	N° EMPLEADOS	TORTAS	PASTELES	COSTO UNITARIO POR HORA DE TRABAJO	COSTO DIARIO DE ELABORAR QUEQUES		COSTO MENSUAL DE ELABORAR QUEQUES		COSTO MENSUAL
						TORTAS	PASTELES	TORTAS	PASTELES	
	PASTELERO	1	4,5	3,5	S/. 2,81	S/. 12,66	S/. 9,84	S/. 379,69	S/. 295,31	S/. 675,00

Tabla N°12: Días de Trabajo

	DIAS DE TRABAJO AL MES	COSTO DE LA HORA	TOTAL
Panadero	30	S/. 5,67	S/. 1.360,00
Ayudantes (2)	30	S/. 2,81	S/. 1.350,00
Pastelero	30	S/. 2,81	S/. 675,00
			S/. 3.385,00

4.5.4 Costos directos de fabricación.

Se muestran a continuación, los costos de los insumos que se necesitan para la elaboración panes como de pasteles y/o tortas.

Veamos las siguientes tablas: (tabla N° 13 y tabla N° 14)

Tabla N°13: Costos directos de fabricación para el pan

PAN						
INSUMOS	UNIDAD DE COSTEO	PRECIO POR UNIDAD ADQUIRIDA	PRECIO UNITARIO DE Kg / Unid	UNIDADES UTILIZADAS AL MES	UNIDADES EN KILOGRAMOS	TOTAL
Harina	Saco (50 kilos)	S/. 102,00	S/. 2,04	54	2700	S/. 5.508,00
Manteca	Caja (10 Kgs)	S/. 56,00	S/. 5,60	3	30	S/. 168,00
Levadura	Caja (20 paquetes)	S/. 72,00	S/. 3,60	2	40	S/. 144,00
Sal	Paquete	S/. 1,00	S/. 1,00	3	3	S/. 3,00
Azúcar	Saco (50 kilos)	S/. 115,00	S/. 2,30	1	50	S/. 115,00
Agua	Litros	Litros	Litros	Litros	Litros	S/. 30,00
						S/. 5.968,00

Tabla N°14: Costos directos de fabricación para tortas y/o pasteles

TORTAS						
INSUMOS	UNIDAD DE COSTEO	PRECIO POR UNIDAD ADQUIRIDA	PRECIO UNITARIO DE Kg / Unid	UNIDADES UTILIZADAS AL MES	UNIDADES EN KILOGRAMOS	TOTAL
Harina	Saco (50 kilos)	S/. 102,00	S/. 2,04	1	50	S/. 102,00
Polvo de Hornear	Caja (36 sobres)	S/. 16,00	S/. 0,44	2	72	S/. 32,00
Leches	Caja (24 Tarros)	S/. 60,00	S/. 2,50	1	32	S/. 80,00
Huevos	Caja (360 huevos)	S/. 110,00	S/. 0,31	1	384	S/. 117,33
Azúcar Rubia	Saco (50 kilos)	S/. 115,00	S/. 2,30	1	50	S/. 115,00
Azúcar Impalpable	Bolsa (5 Kilos)	S/. 16,00	S/. 3,20	7	35	S/. 112,00
Naranjas	unidades	S/. 64,00	S/. 0,25	256	256	S/. 64,00
Vainilla	(Botella 750 ml)	S/. 6,00	S/. 0,01	4	3000	S/. 24,00
Mantequilla	Kilos	S/. 9,00	S/. 0,01	8	8000	S/. 72,00
Colorantes	Frasco (150 ml)	S/. 4,00	S/. 0,03	5	750	S/. 20,00
Agua	Litros	Litros	Litros	Litros	Litros	S/. 30,00
						S/. 666,33

Cabe mencionar también, la producción diaria y mensual de panes y tortas, tal como se muestra en las siguientes tablas:(15,16 y17)

Tabla N° 15: Producción diaria y mensual de panes y tortas.

PAN	PRODUCCION DIARIA	DIAS	TOTAL DE PRODUCCIÓN AL MES	PORCENTAJE (%) DE CADA TIPO DE PAN SEGÚN VENTA AL MES	COSTO VARIABLE UNITARIO
PAN BAGUETTE	300	30	9.000	6,45	0,04
PAN FRANCES	400	30	12.000	8,60	0,04
PAN MARRAQUETA	1.000	30	30.000	21,51	0,04
PAN DE MANTECA	1.000	30	30.000	21,51	0,04
PITI PAN	1.000	30	30.000	21,51	0,04
PAN DE ANIS	500	30	15.000	10,75	0,04
PAN DE MAÍZ	300	30	9.000	6,45	0,04
BIZCOCHOS	150	30	4.500	3,23	0,04
TOTAL	4.650		139.500	100,00	

Tabla N° 16: Costo unitario del pan

PAN	UNIDADES VENDIDAS	INGRESOS X VENTAS AL MES	% PARTICIPACION VENTAS	COSTO UNITARIO	VALOR DE VENTA sin IGV	PRECIO DE VENTA
BAGUETTE	9.000,00	S/. 4.500,00	23%	S/. 0,043	S/. 0,42	S/. 0,50
FRANCES	12000	S/. 2.400,00	13%	S/. 0,043	S/. 0,17	S/. 0,20
PAN MARRAQUETA	30.000	S/. 3.000,00	16%	S/. 0,043	S/. 0,08	S/. 0,10
PAN DE MANTECA	30.000	S/. 3.000,00	16%	S/. 0,043	S/. 0,08	S/. 0,10
PITI PAN	30.000	S/. 3.000,00	16%	S/. 0,043	S/. 0,08	S/. 0,10
PAN DE ANIS	15.000	S/. 1.500,00	8%	S/. 0,043	S/. 0,08	S/. 0,10
PAN DE MAÍZ	9.000	S/. 900,00	5%	S/. 0,043	S/. 0,08	S/. 0,10
BIZCOCHOS	4.500	S/. 900,00	5%	S/. 0,043	S/. 0,17	S/. 0,20
	S/.139.500,00	S/. 19.200,00	100,00%			

Tabla N° 17: Costos unitario de tortas

TORTAS	UNIDADES VENDIDAS	INGRESOS X VENTAS AL MES	% PARTICIPACION VENTAS	COSTO UNITARIO	VALOR DE VENTA sin IGV	PRECIO DE VENTA
TORTAS COMERCIALES	30	S/. 750,00	51%	S/. 7,40	S/. 21,19	S/. 25,00
QUEQUES	60	S/. 720,00	49%	S/. 7,40	S/. 10,17	S/. 12,00
	90	S/. 1.470,00	100%			

4.5.5 Financiamiento y flujo de caja

Tenemos a continuación un resumen del total de la inversión inicial, un resumen del préstamo a adquirir con su respectivo interés y plazo de vencimiento, así como el total de años y financiamiento.

Tal como se muestra en las siguientes tablas:

Tabla N° 18: Inversión

CUADRO DE INVERSIÓN		
INVERSIÓN TOTAL	S/. 64.986,33	100%
APORTE PROPIO	S/. 45.490,43	70%
FINANCIAMIENTO	S/. 19.495,90	30%
TOTAL	S/. 64.986,33	100%

Tabla N° 19: Préstamo

PRÉSTAMO	
INTERÉS (TEA)	7%
PRÉSTAMO	S/. 19.495,90
PLAZO	4 AÑOS
AMORTIZACIÓN CONSTANTE	

Tabla N° 20: Financiamiento

CUADRO DE FINANCIAMIENTO					
Años	Saldo inicial	Interés	Amortización	Cuota	Saldo final
1	S/. 19.495,90	S/. 1.364,71	S/. 4.873,98	S/. 6.238,69	S/. 14.621,93
2	S/. 14.621,93	S/. 1.023,53	S/. 4.873,98	S/. 5.897,51	S/. 9.747,95
3	S/. 9.747,95	S/. 682,36	S/. 4.873,98	S/. 5.556,33	S/. 4.873,98
4	S/. 4.873,98	S/. 341,18	S/. 4.873,98	S/. 5.215,15	S/. 0,00
Total		S/. 3.411,78	S/. 19.495,90	S/. 22.907,68	

Seguidamente se muestra el flujo de caja, mediante el cual, podemos apreciar el flujo económico y financiero, los mismos que nos indican cuánto nos endeudaremos y cuánto ganaremos en un determinado tiempo. Veamos tabla N° 21 – Flujo de Caja.

Tabla N° 21: Flujo de caja

FLUJO DE CAJA					
PERIODOS	0	1	2	3	4
INGRESOS	S/. 0.00	S/. 248,040.00	S/. 272,844.00	S/. 300,128.40	S/. 307,945.40
VENTAS		S/. 248,040.00	S/. 272,844.00	S/. 300,128.40	S/. 300,128.40
VALOR RESIDUAL INTANGIBLE					S/. 0.00
VALOR RESCATE CAPITAL DE TRABAJO					S/. 7,817.00
EGRESOS	S/. 84,482.23	S/. 19,662.52	S/. 20,745.39	S/. 21,936.56	S/. 21,936.56
INVERSION:					
INTANGIBLES					
AMORTIZACION INTANGIBLE					
TANGIBLES	S/. 15,410.00				
DEPRECIACION TANGIBLES (4 años)		S/. 1,898.25	S/. 1,898.25	S/. 1,898.25	S/. 1,898.25
APORTE PROPIO	S/. 45,490.43				
COSTOS OPERATIVOS	S/. 9,844.33	S/. 10,828.77	S/. 11,911.64	S/. 13,102.81	S/. 13,102.81
OTROS GASTOS	S/. 13,737.46	S/. 6,935.50	S/. 6,935.50	S/. 6,935.50	S/. 6,935.50
FLUJO NETO ANTES DE IMPTO.	-S/. 84,482.23	S/. 228,377.48	S/. 252,098.61	S/. 278,191.84	S/. 286,008.84
IMPTO (30%)		S/. 68,513.25	S/. 75,629.58	S/. 83,457.55	S/. 85,802.65
FLUJO ECONOMICO		S/. 159,864.24	S/. 176,469.02	S/. 194,734.29	S/. 200,206.19
DEPRECIACION		S/. 1,898.25	S/. 1,898.25	S/. 1,898.25	S/. 1,898.25
AMORTIZACION		S/. 4,873.98	S/. 4,873.98	S/. 4,873.98	S/. 4,873.98
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-S/. 84,482.23	S/. 166,636.46	S/. 183,241.25	S/. 201,506.51	S/. 206,978.41
PRESTAMO	S/. 19,495.90				
AMORTIZACION PRESTAMO		S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00
INTERESES		S/. 1,364.71	S/. 1,023.53	S/. 682.36	S/. 341.18
ESCUDO FISCAL		S/. 409.41	S/. 307.06	S/. 204.71	S/. 102.35
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-S/. 64,986.33	S/. 173,410.59	S/. 189,571.84	S/. 207,393.58	S/. 212,421.95

COK	50%
VAN Económico	S/. 208,639.56
TIR	203%
COK	50%
VAN Financiero	S/. 238,284.73
TIR	274%

4.5.6 Estado de ganancias y pérdidas

Con la ejecución del proyecto de la panadería se obtendría un considerable nivel de ganancias debido a que el producto ofrecido es de necesidad diaria y altamente demandado, siendo esto el motivo del considerado nivel de ventas diarias, mensuales y anuales las cuales dan un margen de ganancias bastante importante ya que representa más del 45% de las ventas anuales en el primer año, las cuales van siendo cada vez más crecientes con el pasar del tiempo. En el caso, del segundo al cuarto año las ventas se incrementan en 10% debido a que a partir de aquí la panadería ya habrá logrado posicionarse en la mente del consumidor y en el segmento al cual está enfocado, provocando que las utilidades obtenidas sean positivas y cada vez mayores.

Como se puede observar todos los costos se mantienen siendo los únicos variable los ingresos por ventas a partir del segundo año como ya se explicó anteriormente.

Cabe mencionar que este rubro al cual nos estamos enfocando es bastante rentable lo que se puede demostrar a partir de las utilidades obtenidas en los 4 años proyectados de venta de productos. Tal como se muestra en la siguiente tabla N° 22 Estado de Resultados.

Tabla N° 22: Estado de ganancias y pérdidas

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
VENTAS	S/. 248,040.00	S/. 272,844.00	S/. 300,128.40	S/. 300,128.40
(-)COSTO DE VENTAS	S/. 79,612.27	S/. 79,612.27	S/. 79,612.27	S/. 79,612.27
UTILIDAD BRUTA	S/. 168,427.73	S/. 193,231.73	S/. 220,516.13	S/. 220,516.13
(-)GASTOS DE OPERACIÓN	S/. 79,612.27	S/. 79,612.27	S/. 79,612.27	S/. 79,612.27
UTILIDAD NETA	S/. 88,815.47	S/. 113,619.47	S/. 140,903.87	S/. 140,903.87

4.5.7 Análisis beneficio/costo

Se ha considerado un estimado del 8% siendo un porcentaje tope para poder determinar el valor presente de los ingresos. Veamos la tabla N° 23 (Escenario probable)

Tabla N°23 Escenario Probable

BENEFICIO COSTO	1,30
V. P. INGRESOS	423.788,44
V. P. EGRESOS	325.475,75

Se ha considerado un estimado del 8% siendo un porcentaje tope para afectar positivamente las ventas proyectadas. Veamos la tabla N° 24 (Escenario Optimista)

Tabla N°24 Escenario optimista

BENEFICIO COSTO	1,37
V. P. INGRESOS	423.788,44
V. P. EGRESOS	309.260,85

Se ha considerado un estimado del 8% siendo un porcentaje tope frente a las variaciones negativas de las ventas proyectadas. Veamos la tabla N° 25 (Escenario Pesimista)

Tabla N°25 Escenario Pesimista

BENEFICIO COSTO	1,20
V. P. INGRESOS	389.742,26
V. P. EGRESOS	325.475,75

4.5.8 Análisis de sensibilidad

El escenario probable nos muestra los resultados más cercanos a la realidad debido a que los costos, gastos e ingresos son estimados en base a datos obtenidos en nuestro estudio de mercado. Los cuales según las proyecciones realizadas nos arrojan saldos positivos y un margen de ganancia aceptable al finalizar cada uno de los 4 años proyectados, teniendo de esta manera un Valor Actual Neto Económico de S/. 4,586.08 y una Tasa Interna de Retorno Económica de 57% superior al costo de oportunidad del negocio.

Al considerar el financiamiento del 30% del total de la inversión se afectan los gastos especialmente los financieros debido a que se incurre a la cancelación de cuotas mensuales de capital e intereses, pero muy a pesar de eso mejora el Valor Actual Neto Financiero incrementándose a S/. 11,187.89 y la Tasa Interna de Retorno Financiera a 75%, siendo casi el doble del costo de oportunidad del negocio.

Frente a estos resultados cabe resaltar la viabilidad de la ejecución del presente plan de negocios debido a que según las proyecciones es un negocio que permitirá obtener un buen margen de ganancias después de haber cumplido con todas las obligaciones administrativas, operativas y financieras. Veamos la tabla N° 26 (Escenario Probable).

Tabla N°26: Escenario probable según análisis de sensibilidad

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
INVERSION	64.986,33				
INGRESOS		248.040,00	272.844,00	272.844,00	285.129,00
PAN		230.400,00	253.440,00	253.440,00	253.440,00
TORTAS		17.640,00	19.404,00	19.404,00	19.404,00
CAPITAL DE TRABAJO					12.285,00
EGRESOS		195.890,25	207.703,45	207.703,45	207.703,45
GASTOS OPERATIVOS		118.132,00	129.945,20	129.945,20	129.945,20
GASTOS ADMINISTRATIVOS		61.560,00	61.560,00	61.560,00	61.560,00
OTROS GASTOS		14.300,00	14.300,00	14.300,00	14.300,00
DEPRECIACIÓN		1.898,25	1.898,25	1.898,25	1.898,25
Utilidad antes de Imp.		52.149,75	65.140,55	65.140,55	77.425,55
Impuesto 30%		15.644,93	19.542,17	19.542,17	23.227,67
Utilidad despues de Imp.		36.504,83	45.598,39	45.598,39	54.197,89
DEPRECIACIÓN		1.898,25	1.898,25	1.898,25	1.898,25
FLUJO ECONOMICO	-64.986,33	38.403,08	47.496,64	47.496,64	56.096,14
Interés		1.364,71	1.023,53	682,36	4.873,98
Amortización		4.873,98	4.873,98	4.873,98	4.873,98
Préstamo	19.495,90				
Escudo fiscal		409,41	307,06	204,71	1.462,19
FLUJO FINANCIERO	-45.490,43	32.573,80	41.906,19	42.145,01	47.810,38

Tabla N° 27: Escenario probable (VANE Y TIRE)

VANE (50%)	S/. 4.586,08
TIRE	57%

Tabla N° 28: Escenario probable (VANF Y TIRF)

VANF (50%)	S/. 11.187,89
TIRF	75%

Tabla N° 29: Escenario optimista

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
INVERSION	64.986,33				
INGRESOS		248.040,00	272.844,00	272.844,00	285.129,00
PAN		230.400,00	253.440,00	253.440,00	253.440,00
TORTAS		17.640,00	19.404,00	19.404,00	19.404,00
CAPITAL DE TRABAJO					12.285,00
EGRESOS		195.890,25	197.307,83	187.743,87	178.945,02
GASTOS OPERATIVOS		118.132,00	119.549,58	109.985,62	101.186,77
GASTOS ADMINISTRATIVOS		61.560,00	61.560,00	61.560,00	61.560,00
OTROS GASTOS		14.300,00	14.300,00	14.300,00	14.300,00
DEPRECIACIÓN		1.898,25	1.898,25	1.898,25	1.898,25
Utilidad antes de Imp.		52.149,75	75.536,17	85.100,13	106.183,98
Impuesto 30%		15.644,93	22.660,85	25.530,04	31.855,19
Utilidad después de Imp.		36.504,83	52.875,32	59.570,09	74.328,79
DEPRECIACIÓN		1.898,25	1.898,25	1.898,25	1.898,25
FLUJO ECONOMICO	-64.986,33	38.403,08	54.773,57	61.468,34	76.227,04
Interés		1.364,71	1.023,53	682,36	4.873,98
Amortización		4.873,98	4.873,98	4.873,98	4.873,98
Préstamo	19.495,90				
Escudo fiscal		409,41	307,06	204,71	1.462,19
FLUJO FINANCIERO	-45.490,43	32.573,80	49.183,12	56.116,72	67.941,28

Tabla N° 30: Escenario optimista (VANE Y TIRE)

VANE (50%)	S/. 12.153,04
TIRE	68%

Tabla N° 31: Escenario optimista (VANF Y TIRF)

VANF (50%)	S/. 18.754,85
TIRF	87%

Al afectar los ingresos a través del incremento de las ventas y la reducción de los costos operativos los saldos obtenidos son mucho mayores que el escenario probable permitiendo obtener un Valor Actual Neto y una Tasa Interna de Retorno más elevado. Siendo el Valor Actual Neto Financiero casi el doble del obtenido en el escenario probable conjuntamente con la Tasa Interna de Retorno Financiera que muestra también un considerable crecimiento con respecto al costo de oportunidad para este giro de negocios.

En el escenario pesimista nos encontramos frente a una reducción aproximada del 20% de la producción y venta de pan y tortas los ingresos por ventas tienden a disminuir con respecto al escenario probable, arrojando como resultados a fin de cada año márgenes de ganancia poco provechosos para los inversionistas debido a que son pequeños montos de ganancia. Por ello al llevar todos los saldos a valor presente tanto Económico como Financiero el monto resulta negativo siendo no rentable para los inversionistas, al igual que al encontrar la Tasa Interna de Retorno Económica y Financiera está por debajo del costo de oportunidad del sector.

Tabla N° 32 Escenario pesimista

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
INVERSION	64.986,33				
INGRESOS		248.040,00	251.016,48	230.935,16	224.745,35
PAN		230.400,00	233.164,80	214.511,62	197.350,69
TORTAS		17.640,00	17.851,68	16.423,55	15.109,66
CAPITAL DE TRABAJO					12.285,00
EGRESOS		195.890,25	207.703,45	207.703,45	207.703,45
GASTOS OPERATIVOS		118.132,00	129.945,20	129.945,20	129.945,20
GASTOS ADMINISTRATIVOS		61.560,00	61.560,00	61.560,00	61.560,00
OTROS GASTOS		14.300,00	14.300,00	14.300,00	14.300,00
DEPRECIACIÓN		1.898,25	1.898,25	1.898,25	1.898,25
Utilidad antes de Imp.		52.149,75	43.313,03	23.231,71	17.041,90
Impuesto 30%		15.644,93	12.993,91	6.969,51	5.112,57
Utilidad despues de Imp.		36.504,83	30.319,12	16.262,20	11.929,33
DEPRECIACIÓN		1.898,25	1.898,25	1.898,25	1.898,25
FLUJO ECONOMICO	-64.986,33	38.403,08	32.217,37	18.160,45	13.827,58
Interés		1.364,71	1.023,53	682,36	4.873,98
Amortización		4.873,98	4.873,98	4.873,98	4.873,98
Préstamo	0,00				
Escudo fiscal		409,41	307,06	204,71	1.462,19
FLUJO FINANCIERO	-64.986,33	32.573,80	26.626,92	12.808,82	5.541,82

Tabla N° 33: Escenario Pesimista (VANE Y TIRE)

VANE (50%)	S/. -11.302,14
TIRE	26%

Tabla N° 34: Escenario Pesimista (VANF Y TIRF)

VANF (50%)	S/. -17.697,59
TIRF	10%

4.5.9 Periodo de Recuperación de Capital.

Tabla N° 35: Periodo de recuperación de capital

INVERSIÓN	64.986,33
BENEFICIO PRIMER AÑO	32.573,80

PERIODO DE RECUPERACIÓN	728	DIAS
--------------------------------	-----	------

La inversión realizada en la ejecución del presente plan de negocios y la buena administración de la misma permitirán recuperar toda la inversión realizada al cabo de 728 días esto resulta muy amplio debido a que el monto de inversión es una cantidad muy importante siendo esta S/. 64,986.33

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES

El trabajo de investigación tiene como objetivo principal, realizar un Plan de Negocios para la introducción al mercado de una Panadería – Pastelería. El seguimiento de la investigación, el cual se aplicó en el marco teórico, fue bajo el siguiente modelo:

Plan de Mercado, Plan Organizacional, Plan Técnico – Operativo y Plan Económico – Financiero.

Considerando de tal modo que dentro de la viabilidad de Mercado tenemos, nuestros clientes meta, comprendidos en 480 familias, equivalente a 2876 personas. Así mismo los competidores, existentes y potenciales y todo lo concerniente al marketing mix. Del mismo modo también en la parte organizacional, tenemos resumido todo el modelo a trabajar y/o administrar en el negocio, al igual que en la parte técnico operativa, la misma en que se describe todos los procesos de producción como la distribución de almacén y tienda principal, así mismo, en la parte económico-financiera, detallamos, los costos y gastos de inversión y marcha del negocio.

El método que se empleó para esta investigación, fue la aplicación de encuestas a los miembros de los anexos de la Curva, Guayaquil, La Viña y Culpón, respectivamente, los mismos que son nuestro mercado meta. Lo cual mediante el estudio de mercado realizado y de la encuesta realizada con los lugares mencionados, se obtuvo como respuesta que el 100% de los encuestados, sí, necesitan una Panadería – Pastelería en el Anexo de la Viña.

De los resultados de la encuesta aplicada, se considera algunos puntos importantes para operar el negocio de la mejor manera. Dentro del Plan organizacional, se tiene el organigrama, el cual detalla las funciones, puestos requeridos y responsabilidades de cada empleado con la empresa.

En el Plan Técnico – Operativo, incluye los flujos de procesos de trabajo por cada producto a producir.

Y finalmente dentro del Plan Económico – Financiero, se detalló, la inversión inicial del proyecto, que es de: S/ 64,986.33

Por tanto el proyecto está focalizado en el Anexo La Viña, que pertenece al distrito de Cayaltí, el cual ha demostrado tener una buena aceptación y una considerable rentabilidad, ya que tiene un valor actual neto (VANE) de S/.14,586.08 y una (TIRE) de 57% y un (VANF) S/. 11,187.89 y una (TIRF) 75% lo cual me indica que es considerablemente rentable.

BIBLIOGRAFÍA

- ✚ Chiavenato, I. (2000). Introducción a la Teoría General de Administración. México, D. F: Mc Graw Hill Interamericana.
- ✚ Alvites Castillo, V. (2000). Método Científico: Planificación de la investigación. Chiclayo: Ciencia.
- ✚ Beltrán, Arlette. (2005). Evaluación Privada de Proyectos. Lima – Perú: Universidad del Pacífico.
- ✚ De la Peña, Alberto. (2009). Administración y Finanzas. España: Thomson y Paraninfo S.A.
- ✚ Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI (Encuestas, registros e investigaciones sobre indicadores económicos, sociales, demográficos, institucionales de todo el Perú). Encontrado en el sitio Web: [http:// www.inei.gob.pe/](http://www.inei.gob.pe/)(revisado el 15 de abril del 2011).
- ✚ El centro especializado en las tecnologías del pan nace con el propósito de mejorar la competitividad, modernización y profesionalización de todas las empresas dedicadas a fabricar y comercializar esta variedad de productos. Encontrado en el sitio web: <http://www.innopan.com/index.php/content/view/50/46/> (revisado el 23 de abril del 2011).
- ✚ Encontramos listas de diferentes recetas para elaboración de panes y pasteles. Encontrado en el sitio Web: <http://www.canainpa.com.mx>
- ✚ En la siguiente página encontramos ideas y soluciones en variedad de presentaciones de panes y pasteles para distintos eventos y ocasiones. Encontrado en el sitio Web: <http://revistapanaderiaypasteleriaperuana.com>

ANEXOS



ENCUESTA

Soy estudiante de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, la presente encuesta que se le presenta forma parte del trabajo de investigación que se viene realizando para la creación de panadería y pastelería.

INSTRUCCIONES:

Conteste las siguientes preguntas marcando con una X y/o escribiendo según se le indique.

1. Edad.....
2. ¿Estaría usted de acuerdo que haya una panadería y pastelería en la Viña?
SI..... NO.....
3. ¿De haber aquí una Panadería y Pastelería, acudiría a comprar su pan en dicho lugar?
SI..... NO.....
Porque.....
.....
4. ¿Le gustaría que haya variedad en los panes y pasteles y que además se ofrezcan productos complementarios a éste?
SI..... NO.....
Porque.....
.....
5. ¿Cuál es su ingreso promedio mensual familiar?
.....
6. ¿Cuánto de su dinero asigna mensualmente para comprar pan y/o algún pastel?
.....
7. ¿Cuántas veces al día compra pan?
a) 1 vez b) 2 veces c) más.....

Gracias por su colaboración...!!!

RESULTADOS

Tabla N° 1: Estaría usted de acuerdo que haya una Panadería – Pastelería en la Viña.

ESTARÍA USTED DE ACUERDO QUE HAYA UNA PANADERÍA - PASTERERÍA EN LA VIÑA?	Nº DE PERSONAS	PORCENTAJE %
SI	339	100%
NO	0	0%
TOTAL	339	100%

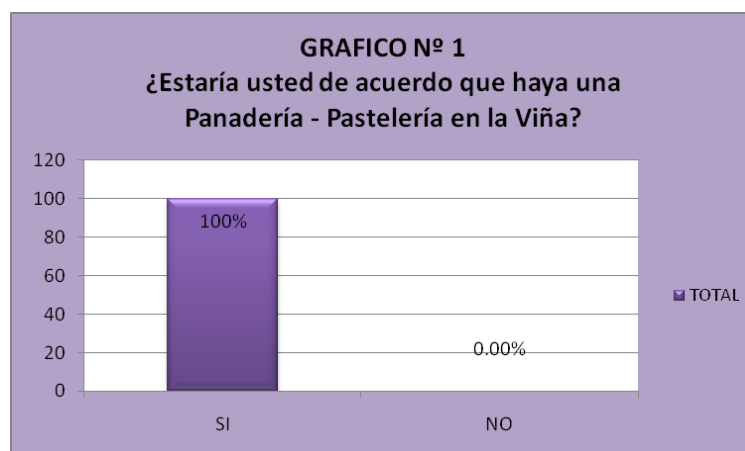


Tabla N° 2: De haber aquí una panadería – pastelería acudiría a comprar su pan en dicho lugar?

DE HABER AQUÍ UNA PANADERÍA – PASTERERÍA, ACUDIRÍA A COMPRAR SU PAN EN DICHO LUGAR?.	Nº DE PERSONAS	PORCENTAJE %
SI	339	100%
NO	0	0%
TOTAL	339	100%

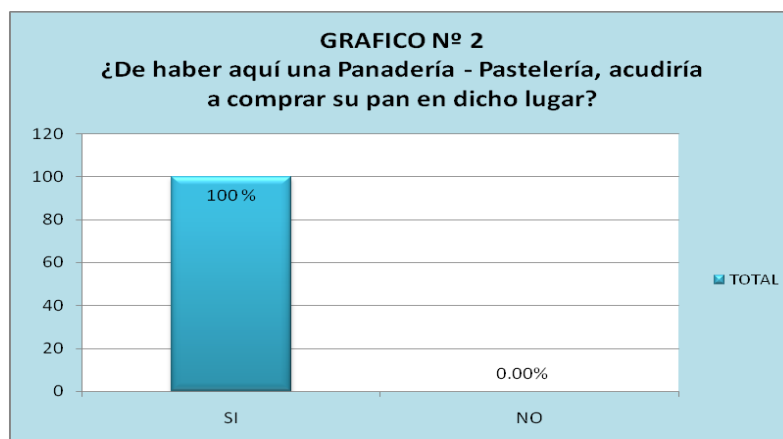


Tabla N° 3: Le gustaría que haya variedad en los panes y pasteles y que además se ofrezcan productos complementarios a éste?

LE GUSTARÍA QUE HAYA VARIEDAD EN LOS PANES Y PASTELES Y QUE ADEMÁS SE OFREZCAN PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS A ÉSTE?.	Nº DE PERSONAS	PORCENTAJE %
SI	339	100%
NO	0	0%
TOTAL	339	100%

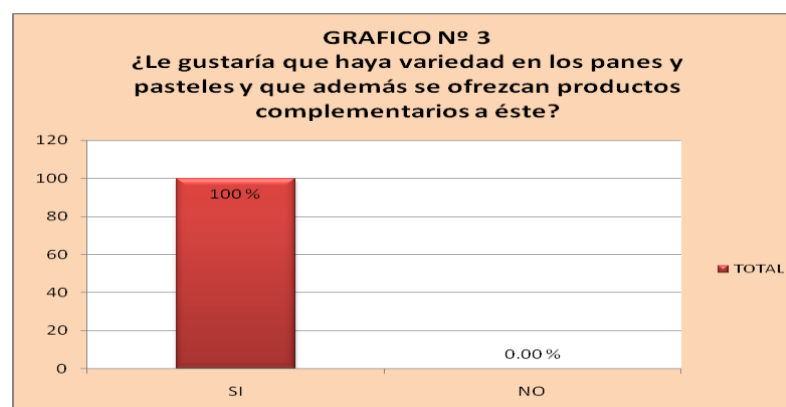
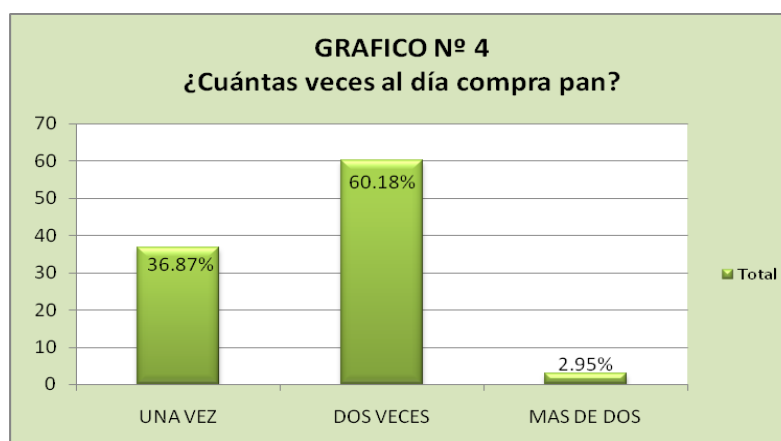


Tabla N° 4: ¿Cuántas veces al día compra pan?

¿CUÁNTAS VECES AL DÍA COMPRA PAN?	Nº DE PERSONAS	PORCENTAJE %
1 VEZ	125	36.87%
2 VECES	204	60.18%
MÁS	10	2.95%
TOTAL	339	100.00%



MAQUINARIA Y EQUIPOS DE PANADERÍA

Amasadoras:



Vitrinas:



PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL PAN

Amasado:



Boleado y fermentado:



Moldeado:**Horneado:**

PRODUCTOS TERMINADOS

Panes:





Queques



Tortas



Pasteles



Postres

