



FACULTAD DE GASTRONOMÍA

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y DISTRIBUCION DE UNA LINEA DE INSUMOS PARA PASTELERÍA.

Trabajo de Titulación en conformidad con los requisitos establecidos para optar
por el título de Licenciada en Gastronomía.

Profesor guía

Chef. Gabriel Mena

Autor (es)

María José Cañizares

Año

2015

DECLARACIÓN DEL PROFESOR

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

Gabriel David Mena Salgado

Chef

C.I 1716376940

DECLARACION DE AUTORIA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”

María José Cañizares Peña

C.I 1717540379

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres y amigos, que me han sabido dar su apoyo y cariño en esta etapa de mi vida, gracias a ellos hoy estoy culminando mis estudios, han sido un pilar fundamental en mi vida y a Dios por darme sabiduría para lograr todas mis metas.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios y a mis padres, por confiar en mí, ser mi fortaleza y nunca dejarme caer a pesar de los obstáculos.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo el desarrollo de un plan de negocios para la elaboración de una empresa productora y distribuidora de una línea de insumos para pastelería en el valle de los Chillos y Quito, como primer punto tomamos en cuenta la falta de tiempo de las personas que dedican para elaborar sus productos de decoración y el dinero que invierten en adquirir los insumos para elaborarlos, se realiza una investigación de mercados para determinar la viabilidad del proyecto a desarrollar. Una vez los estudios de mercado, marketing, operativos, financieros y legales han sido realizados, indican resultados positivos, los cuales demuestran que tan viable es la creación de una empresa productora de insumos de pastelería.

ABSTRACT

The following research has as purpose to create a business plan for the development of a production and distribution company of a line of pastry supplies in “ El Valle de los Chillos and the north of Quito, as a first point we consider the short time that people who are dedicated to make its products and the money they invest in acquiring supplies for making them, market research is conducted to determine the feasibility of the project developed. After market research, marketing, operational, financial and legal have been made, indicate positive results, which show how viable is the creation of a company that produce pastry supplies.

Índice

Capítulo I Marco Teórico	2
1.1 Historia de la pastelería.....	2
1.2 Pastillaje.....	3
2.1 Azúcar.....	4
2.1.1 Tipos de azúcar.....	5
3.1 Glucosa.....	6
4.1 CMC.....	6
5.1 Gelatina.....	7
6.1 Glicerina.....	7
7.1 Colorantes.....	7
8.1 Productos para decoración.....	8
8.1.1 Fondant.....	8
8.1.2 Fondant Líquido.....	10
8.1.3 Fondant Mashmallows.....	10
8.1.4 Fondant Chocolate.....	11
8.1.5 Pasta de Goma.....	11
8.1.6 Glase real.....	11
9.1 Pastillaje en la actualidad.....	12
10.1 Repostería en Quito.....	12

Capítulo II Plan Estratégico.....	12
2.1 Descripción del negocio.....	12
2.1.1 Visión.....	12
2.1.2 Misión.....	13
2.1.3 Características del negocio.....	13
2.1.3.1 Naturaleza del negocio.....	13
2.1.3.2 Localización.....	14
2.2 Análisis del entorno.....	15
2.2.1 Factores económicos.....	15
2.2.2 Factores culturales.....	16
2.2.3 Factores normativos.....	18
2.2.4 Factores tecnológicos.....	19
2.3 Análisis de competitividad.....	20
2.3.1 Matriz FODA.....	21
Capitulo III Plan Operativo.....	22
3.1 Fases de planificación.....	22
3.1.1 Plan técnico.....	22
3.1.1.1 Definir la capacidad instalada.....	22
3.1.1.2 Menú.....	24
3.1.1.3 Receta Estándar.....	24
3.1.1.4 Cuadro de insumos y materia prima.....	25

3.1.1.5 Cuadro de tecnología y equipamiento.....	25
3.1.1.6 Infraestructura Física.....	26
3.1.1.6.1 Tamaño de construcción.....	26
3.1.1.6.2 Planos arquitectónicos.....	27
3.1.1.7 Diagrama del Macro-Proceso actual.....	28
3.2 Plan de organización y Recursos Humanos.....	29
3.2.1 Departamentos Funcionales.....	29
3.2.2 Inventario de recursos humanos.....	30
3.2.3 Organigrama.....	30
3.2.4 Descripción de funciones.....	31
Capitulo IV Plan de Negocio.....	31
4.1 Investigación de mercado.....	31
4.1.1 Objetivos.....	32
4.1.2 Análisis de mercado.....	32
4.1.2.1 Población.....	32
4.1.2.2 Muestra.....	35
4.2 Análisis de resultados.....	35
4.3 Identificación y caracterización de la demanda.....	41
4.4 Identificación y caracterización de la oferta.....	42
Capítulo V Plan de Marketing.....	42
5.1 Segmentación.....	42

5.2 Producto.....	43
5.3 Marca.....	43
5.3.1 Logo.....	44
5.3.2 Semáforo.....	44
5.4 Estrategias de marketing.....	45
5.4.1 Estrategias de precio.....	45
5.4.2 Estrategias de distribución.....	45
5.4.3 Estrategias de producto.....	46
5.4.4 Estrategias de comunicación.....	46
Capítulo VI Plan Financiero.....	47
Capítulo VII Plan Legal.....	52
7.1 Persona jurídica.....	52
7.2 Permisos de funcionamiento.....	53
7.2.1 Requisitos del SRI.....	53
7.2.2 Permisos de funcionamiento para establecimientos sujetos a vigilancia sanitaria.....	53
7.2.3 Permisos LUAE.....	53
7.2.4 Requisitos para obtención de licencia metropolitana única del ejercicio del actividades económicas.....	54
7.2.5 Requisitos cuerpo de bomberos.....	54
7.2.6 Requisitos ministerio salud pública.....	55

Capítulo VIII Conclusiones.....	55
8.1 Conclusiones.....	55
8.2 Recomendaciones y viabilidad del negocio.....	56
8.3 Referencias.....	57
8.4 Anexos.....	60

Resumen

El proyecto se basa en la elaboración de una línea de insumos para pastelería con el fin, de crear una marca rentable, conocida y confiable. El negocio estará ubicado en el sector centro-norte de Quito, destinado para personas de toda índole social que se dediquen a la pastelería y repostería, brindando así un producto de calidad.

Introducción

El proyecto se basa en la elaboración de una línea de insumos para pastelería, listo para su uso, destinado especialmente para la decoración y conservación de todo tipo de productos de pastelería, en este se encuentra toda una gran variedad a lo que se refiere en pastillaje.

Planteamiento del problema

La dificultad de adquirir los ingredientes y elaborar productos de pastillaje, además de una pérdida de tiempo, ha hecho que se cree una necesidad en el sector de la pastelería, y más aún cuando se refiere a personas no capacitadas profesionalmente, de conseguir un producto ya elaborado, y fácil de manipular.

Justificación

Se ha realizado este proyecto con el fin de ayudar a las personas con el ahorro de dinero y tiempo, en un producto de buena calidad, de fácil uso y característico sabor menos dulce que el tradicional, además de una larga duración del mismo.

Objetivos

General:

- Crear una línea de productos, de calidad, con el fin de que este incremente en su consumo en el sector del Valle de los Chillos, ayudando a todo el sector pastelero en la optimización de su tiempo.

Específico

- Conocer la disposición del mercado objetivo para la compra de este producto.
- Conocer que productos de pastillaje son los que más usa en el sector del Valle de los Chillos.
- Crear un negocio rentable en el cual este producto sea el primero a elegir entre las personas dedicadas a la repostería.

Capítulo I: Marco Teórico

1.1 Historia de la Pastelería

La real academia española define “Pastelería” como el arte de trabajar pasteles o pastas. (23.Edición.2012).

La pastelería surge en la edad media, en Francia, en el gremio de los obloiers, o productores de obleas, era conocidos por elaborar las hostias para las misas, que poco a poco se extendieron hasta postres dulces y salados, en la edad media, los europeos, al tener contacto con otras culturas usaban ingredientes como el azúcar y el hojaldre, en 1440 se utilizó por primera vez la denominación pastelero, bajo el reinado de Carlos IX, se crea un grupo de pasteleros, de aquí se obtienen los primeros helados, los petisus, que se hicieron muy famosos en las mesas de Francia, el consumo de cacao en 1556 incremento el uso del azúcar por su increíble combinación, lo cual solo se servía específicamente en las cortes europeas, en el siglo XVII se descubre la levadura, lo cual aportó un realce a la bollería y a la pastelería, pero el descubrimiento del mismo logro diferenciar por un lado lo que era la pastelería y por otro la panadería. (Gobierno de Canarias, 2009)

En el siglo XVII y XIX los pasteles era muy elaborados, ya sea por su estructura, la creatividad o el ingenio en ellos invertidos, eran considerados como verdaderas obras de arte, sobre todo si estos se dirigían a la realeza. A inicios del siglo XIX Antoine de Careme publica un libro llamado “El Pastelero Real”, este trata de cómo ha evolucionado la repostería moderna, sus utensilios, ingredientes, técnicas, etc.

En los siglos XIX y XX, los equipos y los métodos de producción mejoraron, además de la selección de ingredientes que en ese tiempo estaban de moda, muchas de las tiendas de pastelería reconocidas a nivel mundial, fueron creadas en el siglo XIX.

En el siglo XX con el avance de la tecnología se empezó a utilizar cuartos fríos, de fermentación, y de conservación lo que significó un gran avance en la

pastelería, pues ayudo a incrementar la productividad y la calidad del producto. (Gobierno de Canarias, 2009)

1.1 Pastillaje

El pastillaje aparece durante el siglo XVI, fue desarrollado por un hábil confitero italiano llamado Jean Pastilla, quien pertenecía al séquito de Catalina de Médecis el cual acompañó a la reina en su boda con el rey de Francia, Enrique II. En esta época este confitero elaboraba pastillas de todos los olores, estas pastillas a lo largo del tiempo fueron muy aceptadas entre la corte y los nobles, se dice que a finales del siglo XIX se empezó a usar esta pasta para la decoración en pastelería. (Pérez, Mayor, Navarro, 2003, p. 167)

El pastillaje es una masa especial que se usa para la elaboración de estructuras, y figuras cortadas con molde.

El pastillaje es una pasta que se elabora mezclando azúcar glase, agua y gelatina, como una masa básica, a esta se le puede añadir unas gotas de algún ácido como limón, vinagre entre otros y una muy pequeña cantidad de almidón de maíz esta para que ayude su textura, esta pasta no ofrece ningún tipo de problemas al momento de utilizarla, pero hay que tener cierto dominio, al momento de su preparación, una de las virtudes de esta masa que se puede colorear con facilidad. (Pérez et al., 2003, pp.156, 167-169)

2.1 Azúcar

Es también conocida como sacarosa, está compuesta por dos moléculas de glucosa y fructuosa y su composición química es $C_{12}H_{22}O_{11}$, esta sustancia es extraída de la savia de la caña de azúcar, del jugo de remolacha o a su vez de otros vegetales sacarinos. (Pérez et al., 2003, p.42)

Tabla 1: Valor nutricional del azúcar por cada 100gr

Energía (Kcal)	399,00
Proteína (g)	0,00
Hidratos carbono (g)	99,80
Fibra (g)	0,00
Colesterol (mg)	0,00
Alcohol (g)	0,00
Agua (g)	0,20
MINERALES	
Calcio (mg)	0,60
Hierro (mg)	0,29
Yodo (mg)	0,00
Magnesio (mg)	0,20
Zinc (mg)	0,10
Selenio (ug)	0,60
Sodio (mg)	0,30
Potasio (mg)	2,20
Fosforo (mg)	0,00

Tomado de: (Dietas. Net, 2015)

Para la elaboración del azúcar, se tritura la caña pasándola por unos rodillos para extraer el jugo, este se purifica formando unos cristales de color pardusco, se utiliza una centrifuga para separar el líquido de los cristales, este proceso da como resultado una parte granulada conocido como azúcar en bruto y otra parte líquida denominada melaza, se lava y se centrifuga para eliminar las impurezas, quedando así unos cristales más claros, llamados azúcar moreno, se realiza un nuevo lavado y filtrado, y como resultado se obtiene cristales blancos, estos cristales pueden variar en tamaño y en este punto se realiza un refinamiento, en el que se trituran los cristales hasta obtener el azúcar tal y como lo conocemos, durante algunos siglos el azúcar se lo usaba en estado líquido y los árabes inventaron el proceso de cristalización. (Pérez et al., 2003, p.42)

2.1.1 Tipos de Azúcar

- Azúcar cristalizado: Es el azúcar más utilizado, y no es refinado en su totalidad
- Azúcar glace: Se lo conoce como azúcar lustre o en polvo, es un azúcar extremadamente molido, este se usa más en la pastelería.
- Azúcar granulado: Azúcar cristalizado en diferentes tamaños, es una azúcar apto para todo uso, como en la mesa o en cocina
- Azúcar morena: Es el azúcar que se obtiene del primer lavado y refinado, esta azúcar no es refinada, contiene pequeñas porciones de melaza (por el cual el color más oscuro)
- Azúcar vainillado: Es la mezcla de azúcar cristalizada o azúcar glace con mínimo 10% de vainilla seca molida o una vaina de vainilla, este se usa solo para aromatizar.
- Azúcar avainillado: Es la mezcla de azúcar cristalizada o glace usando un mínimo de 2% y máximo 10% de vainilla seca o vaina de vainilla, este se usa solo para aromatizar.
- Azúcar invertido: Es la mezcla de partes iguales de glucosa y levulosa, ácidos o enzimas a una cierta temperatura, este se usa para evitar la cristalización de pastas y masas, también para bombonería y miel artificial, el principal punto de esta azúcar, es mantener la humedad de los productos en los que va a ser usado. (Pérez et al., 2003, p.43)

3.1 Glucosa

La glucosa en estado natural se lo encuentra en grandes proporciones en uvas, miel y demás frutas, además se lo extrae de algunos vegetales pero su mayor fuente es el maíz ya que este tiene una mayor absorción, se lo puede encontrar de forma ya elaborada en polvo, pepitas y como jarabe de glucosa,

este es utilizado para frenar y evitar una cristalización del azúcar en elaboraciones de almibares, confituras, caramelos y del fondant.

Su principal función en la elaboración del fondant y pastillaje es la elasticidad que aporta a la misma. (Larousse, 2004, p. 540)

4.1 Cmc

El “Carboximetil celulosa” es un hidrato de carbono que se lo obtiene como un polvo de color blanco, este es usado en las masas para modelar figuras, este ingrediente aporta a la masa, firmeza y elasticidad la cual ayudara a mantener una forma uniforme al momento de secar piezas modeladas. El cmc es un producto comercial el cual se puede adquirir en tiendas de repostería. (Glessmann, 2008, p. 31).

5.1 Gelatina

La gelatina especialmente sin sabor es el glucógeno extraído de los huesos y cartílagos de los animales, es una sustancia incolora, este se lo puede encontrar de forma comercial en forma de polvo o laminas transparentes, su funcionamiento empieza hidratando una parte de gelatina con 5 de agua fría, la cual debe tener una temperatura para fusionarse y ser usada, este ingrediente es muy usado en la repostería por la firmeza que aporta a postres y ciertos líquidos. (Larousse, 2004, p. 532)

6.1 Glicerina

La glicerina es un jarabe dulce incoloro, en muchas ocasiones se lo usa como sustituto del azúcar, este se lo puede encontrar en materias grasas tanto animales como vegetales, la glicerina ayuda a las masas de fondant y pastillaje a que no se endurezcan y ayudar con su conservación.

7.1 Colorantes

Son aditivos alimentarios que brindan color a los alimentos especialmente a bebidas, si estos ya se encuentran en los alimentos se los considera naturales,

de otra forma estos son añadidos durante las preparaciones se denominan artificiales, las empresas en la actualidad emplean cierto tipo de colorantes a sus alimentos para brindar una mejor presencia de los mismos a los consumidores, ya que el color es uno de los principales atributos que llaman la atención del consumidor ya que estos asocian los colores con los sabores, existen colorantes naturales como los siguientes:

- Licopeno: colorante rojo
- Betanina: colorante color rojo-morado
- Curcumina
- Clorofila

(Consumoteca, 2009)

Al igual se puede encontrar colorantes artificiales en diferentes texturas como:

- En polvo
- En pasta
- En gel
- Líquido

La elaboración de los colorantes, se realizan dependiendo la rueda de color:

- Colores primarios: Son aquellos ubicados en el centro de la rueda, de estos tres colores, los demás colores pueden ser creados.
- Colores Secundarios: Están ubicados en el segundo anillo, estos son creados a partir de la unión de dos colores primarios.
- Colores terciarios: Están ubicados en el anillo exterior, estos se crean a partir de la mezcla de dos colores secundarios.

(Patisserie&BakingFoundation, 2012, p.167)

8.1 Productos para decoración

Son una línea de productos para la elaboración y decoración de tortas, magdalenas, cupcakes, galletas, cakepops entre otros, estos ayudan a que un producto elaborado sea más vistoso a los ojos del consumidor y le dé un valor agregado al mismo, además de su ayuda para conservar la frescura de los productos en su interior por mucho más tiempo.

8.1.1 Fondant

Fondant palabra francesa que significa “Se funde”. Y es una masa blanca elástica la cual sirve para forrar tortas, su nombre puede variar dependiendo el país en donde se encuentre, se lo puede encontrar por pasta laminada, fondant extendido, pasta americana entre otros.

La historia del fondant empieza en la época renacentista, en un periodo en el que los pasteleros más humildes no tenían un presupuesto para la adquisición de grandes cantidades de azúcar, por lo tanto optaron por elaborar una mezcla de azúcar y almendras, muy parecida al mazapán para la decoración de torta, pero los primeros países en iniciar esta tendencia fueron Australia y el Reino Unido ellos fueron los primeros en usar esta famosa pasta de azúcar, luego de esto se expandió por toda Europa y América.

En los siglos XX y XXI es donde realmente empieza el “boom” de las tortas de fondant, galletas, cupcakes y muchos dulces más que usaron esta técnica, el termino francés fondant significa “derretirse o fundir” y es una de las principales características de esta masa, básicamente compuesta por agua y azúcar. (Fondant.es, 2013)

Tabla 2: Cantidad de Fondant dependiendo el tamaño de la torta

Tamaño de la torta Cuadrada	13cm por lado	15.5cm por lado	17.5cm por lado	20 cm por lado	22.5cm por lado	25cm por lado	27.5cm por lado
Tamaño de la torta redonda	15.5cm de diámetro	17.5cm de diámetro	20cm de diámetro	22.5cm de diámetro	25cm de diámetro	27.5cm de diámetro	30cm de diámetro
Fondant necesario	500gr	750gt	875gr	1kg	1.25kg	1.5kg	1.75kg

Tomado de: Lodge, p. 165

En la siguiente tabla se observa la cantidad en gramos y kilos de fondant que se debería usar para forrar una torta de las dimensiones de un molde cuadrado y redondo.

8.1.2 Fondant Líquido

Este es un tipo de fondant en estado líquido el cual no sirve para la cobertura de tortas como el fondant normal. Este tiene diversos usos tanto en chocolatería y pastelería como para petitfours, de este se puede encontrar dos tipos:

Fondant líquido para relleno de chocolates: el cual es un líquido transparente al cual se le puede dar sabor, color sin problemas con colorantes y saborizantes comestibles. Su elaboración empieza desde un almíbar de agua, azúcar y glucosa, este se coloca en una placa de mármol para bajar la temperatura y obtener una mezcla más compacta y blanquecina, la cual pasa a

una batidora añadiendo el color y el saborizante deseado, el movimiento de la batidora hace que rompa su estructura logrando una masa más fluida la cual sirve de relleno para bombones.

Fondant líquido para cobertura: Este es un líquido blanquecino que se obtiene a partir de la mezcla de agua, azúcar y glucosa a 100°C hasta obtener una mezcla brillante y blanca, la cual se debe dejar reposar por minutos antes de ser usada. Al igual que el fondant líquido para chocolate este puede ser coloreado sin problema alguno. El proceso para su uso, es sumergir el elemento a decorar en este fondant cubriéndolo en su totalidad formando una capa muy fina.

8.1.3 Fondant de Marshmallows

Este tipo de fondant es más fácil de elaborar y tiene un sabor un poco más agradable, ya que no es tan dulce y empalagoso como el original. Ésta es una variante más fácil y económica, para su elaboración se derriten los marshmallows en un bol engrasado, si se necesita se colocan unas gotas de agua, una vez derretidos se mezcla con el doble de azúcar en polvo hasta obtener una masa compacta y lisa, fácil de manejar. Este tipo de fondant es usado en tortas, cupcakes, galletas y diversos productos de pastelería.

8.1.4 Fondant de Chocolate

Este tipo de fondant es una variación del tradicional ya que se le añade chocolate para dar un sabor y color diferente, para su elaboración se necesita fondant ya elaborado y chocolate de cobertura ya sea blanco o negro, se debe derretir el chocolate a baño maría, se añade el fondant en el chocolate caliente para que ambos se fundan de forma uniforme, se debe mezclar y amasar hasta conseguir una masa homogénea.

8.1.5 Pasta de Goma

La pasta de goma no se usa para cubrir tortas, se usa especialmente para la elaboración de pequeñas piezas decorativas, para modelados, realización piezas artísticas o para cubrir piezas que no necesiten un acabado perfecto. El

elemento clave para la elaboración de esta pasta es la goma tagacanto, es un elemento que ayuda a la masa a tener una consistencia firme y de azúcar, el cual por si mismo hace unas piezas muy finas y delicadas. Para su elaboración, se debe fundir el agua, glucosa, ácido cítrico y manteca, se hace un volcán con el azúcar y el cmc, y se incorporan los elementos líquidos en el centro; luego poco a poco mezclar hasta obtener una masa blanca y firme. Al igual que el fondant, ésta pasta puede ser coloreada, siempre y cuando los colorantes comestibles sean en gel, ya que este no altera la formulación y brinda mejor color a la pasta.

Una pasta de goma recién elaborada o usada dentro de las primeras 12 horas, sirve para modelar figuras, especialmente caras y cuerpos de muñecos u objetos.

8.1.6 Glase Real

El glase real es un líquido blanco que parte de batir claras de huevo e incorporar azúcar pulverizada, al cual se le puede añadir zumo de limón para potencializar su sabor y color. Se usa para la decoración de tortas, en panaderías, y para galletería, se usa como una cobertura suave, además de cobertura se lo considera como elemento decorativo, ya que se usa para crear efectos como flores y figuras. El glase real se utiliza con la ayuda de una manga pastelera.

9.1 Pastillaje en la actualidad

En los tiempos actuales el tema del pastillaje se ha convertido en una tendencia, ya que se observa todo tipo de dulces, tortas y demás bañados y cubiertos con fondant y pastillaje. Estos se usan para decorar mesas ya sean de matrimonios, bautizos, primeras comuniones, cumpleaños y demás eventos, ya que en ellos se puede plasmar todo tipo de creaciones, y detalles delicados que de una u otra forma a los clientes tiene encantados. Las tortas que más llaman la atención a los clientes son aquellas que vienen personalizadas con figuras y que tienen colores llamativos.

10.1 Repostería en Quito

Si bien sabemos que la repostería en Quito empezó en la época de la colonia, en los conventos. Ya que en estos lugares realizaban sus productos los cuales se vendían y el dinero obtenido servía para su manutención. Con el pasar de los años los Quiteños se han puesto al tanto de las modas en lo que corresponde a la pastelería, en la ciudad se encuentran un sin número de establecimientos que se dedican a la producción y venta de tortas y otros bocadillos dulces, en los que se aplica la técnica del pastillaje. Además de estos establecimientos hay otros que se encargan de ofrecer cursos para personas que sienten atracción al mundo de la pastelería creativa como tal.

Capítulo II - Plan Estratégico

2.1 Descripción del Negocio

2.1.1 Visión

La empresa Mundo de caramelo, quiere, en cinco años, posicionarse como la empresa líder en venta de productos de pastillaje, contando con tres puntos de venta para la mayor comodidad de nuestros clientes

2.1.2 Misión

Mundo de caramelo, es una empresa unipersonal constituida para la producción de insumos de pastelería, satisfaciendo la necesidad de los clientes por adquirir productos difíciles de elaborar, ofertando todos los derivados del pastillaje, nos dirigimos a todas las personas dedicadas a la pastelería y repostería que desean ahorrar tiempo en su producción.

2.1.3 Características del negocio

2.1.3.1 Naturaleza del negocio

Empresa dedicada a la elaboración de productos, derivados del azúcar, para la decoración en pastelería, estos se pueden clasificar como productos de pastillaje, destinados a personas que desean ahorrar tiempo en sus preparaciones.

2.1.3.2 Localización

Tabla 3: Análisis de la localidad.

Ponderación	Factores	Valle de los Chillos		Shyris	
50%	Clientes	5	2.5	5	2.5

5%	Infraestructura	4	0.2	5	0.25
5%	Servicios	5	0.2	5	0.25
5%	Mano de Obra	4	0.2	4	0.2
15%	Competidores	4	0.6	3	0.45
10%	Materia Prima	5	0.5	5	0.5
5%	Inversión	4	0.2	4	0.2
100%			4.4		4.35

Calificación: 5 excelente, 4 Muy bueno, 3 Bueno, 2 Regular, 1 Malo

Nota: Se analiza en el siguiente cuadro los principales factores que afectan o benefician a uno los puntos estratégicos donde estará el negocio, según la ponderación asignada a cada uno.

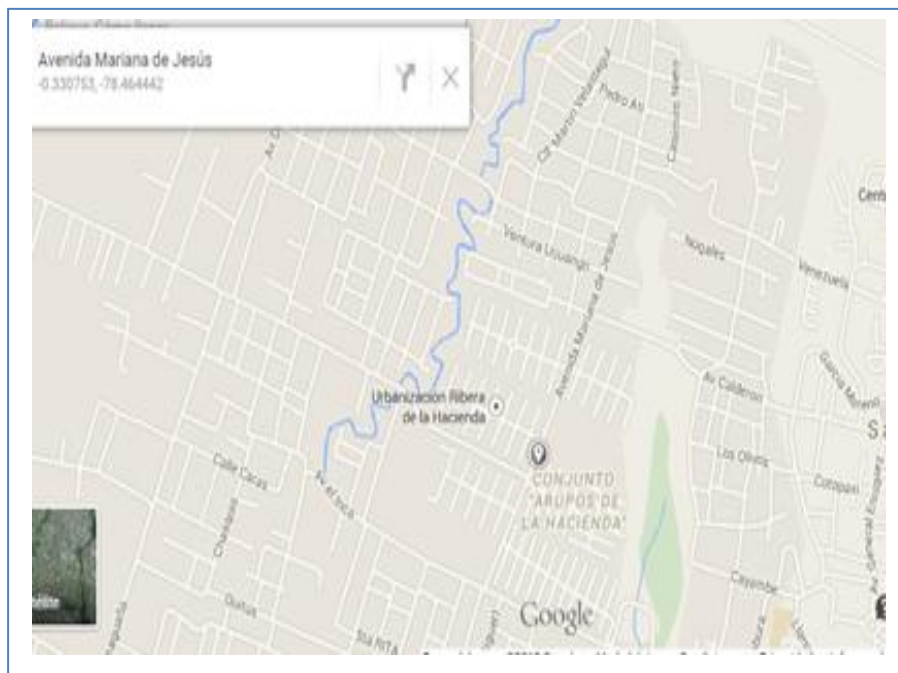


Figura 1: Mapa de la Zona de Ubicación Valle de los Chillos

2.2 Análisis del entorno

2.2.1 Factores económicos

- Con las leyes actualmente planteadas de las salvaguardas todo lo que es maquinaria, tiene un incremento en los intereses, los cuales afectan a la empresa en un 21- 40 %
- Al momento de realizar un préstamo este tiene un alza en los intereses, lo cual afectaría a la empresa en un 41-61%

Tabla 4. Matriz de Impacto Económico

MATRIZ DE IMPACTO						
Empresa dedicada a la elaboración de una línea de insumos para pastelería						
Análisis del macro entorno						
Aspecto Económico		Probabilidad de que ocurra				
		0-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
Magnitud de impacto negativo	Alto			2		
	Medio					
	Bajo		1			
Aspectos Económicos	Salvaguardas	1	Tasa de intereses para prestamos	2		

2.2.2 Factores culturales

- Las modas de consumo afectan positivamente a la empresa en un 81 y 100%, tomando en cuenta que las modas tienen un periodo de corto tiempo y hay que estar en un constante cambio.

- Las personas actualmente están más involucradas en lo que es la repostería y tiene un muy buen consumo con este tipo de productos.

Tabla 5. Matriz de Impacto Cultural

MATRIZ DE IMPACTO						
Empresa dedicada a la elaboración de una línea de insumos para pastelería						
Análisis del macro entorno						
Aspecto Cultural		Probabilidad de que ocurra				
		0-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
Magnitud de impacto negativo	Alto					
	Medio					
	Bajo				1	2
Aspectos Cultural	Tradición de consumo	1	Modas De consumo	2		

2.2.3 Factores normativos

- Permisos de funcionamiento
- Registros Sanitarios

Tabla 6. Matriz de Impacto Normativo

MATRIZ DE IMPACTO						
Empresa dedicada a la elaboración de una línea de insumos para pastelería						
Análisis del macro entorno						
Aspecto Normativo		Probabilidad de que ocurra				
		0-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
Magnitud de impacto negativo	Alto					
	Medio					
	Bajo	1	2			
Aspectos Normativos	Permisos de Funcionamiento	1	Permiso Sanitario	2		

2.2.4 Factores tecnológicos

- Con las leyes de salvaguarda, todo lo que es maquinaria para nuestra producción, tiene un incremento lo cual nos afecta en un 10%

Tabla 7. Matriz de Impacto Tecnológico

MATRIZ DE IMPACTO						
Empresa dedicada a la elaboración de una línea de insumos para pastelería						
Análisis del macro entorno						
Aspecto Tecnológico		Probabilidad de que ocurra				
		0-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
Magnitud de impacto negativo	Alto	1				
	Medio					
	Bajo				2	
Aspectos Tecnológicos	Salvaguardas 45%	1		2		
			Maquinaria			

2.3 Análisis de la Competitividad

Tabla 8. Análisis de la Competitividad

ANALISIS DE COMPETITIVIDAD					
	Bella Azúcar	Serví Disfraz	Dulce Aroma	Mundo Caramelo	Conclusiones
ATRIBUTOS DE PRODUCTO					
Variedad	D	D	D	F	Factor crítico de éxito
Presentación	D	D	D	F	Factor crítico de éxito
Producto fresco	D	D	F	F	Característica común +
ATRIBUTOS DE PRECIO					
Precio justo	F	F	D	F	Característica común +
Opciones de pago	F	F	F	F	Característica común +
ATRIBUTOS DE PLAZA					
Cercanía	F	F	F	D	Amenaza
Fácil de Encontrar	F	F	F	D	Amenaza
ATRIBUTOS DE PROMOCIÓN					
Descuentos	D	D	D	D	Oportunidad
Promociones	D	D	D	D	Oportunidad
ATRIBUTOS DE PERSONALIZACIÓN					
Sabor excelente	D	D	F	F	Característica común +
No uso de aditivos	D	D	D	F	Factor crítico de éxito
Comparto una F	Característica común +				
Todos tienen F	Característica común +				
Solo nosotros tenemos F	Factor crítico de éxito/ Ventaja competitiva				
Comparto una D	Debilidad				

Todos tienen D	Oportunidad	
Solo nosotros tenemos D	Amenaza	

Nota: Se analizan todos los factores: Fortaleza, Oportunidades, Debilidades y Amenazas con respecto a la competencia

2.3.1 Matriz FODA

FORTALEZAS Variedad de Producto. Excelente Sabor, sin aditivos. Llamativa presentación.	OPORTUNIDADES Descuentos y promociones en nuestros productos. Modas y tendencias de la pastelería en la capital.
DEBILIDADES Nueva empresa. Precio de la competencia.	AMENAZAS El sitio donde estamos ubicados, queda un poco apartado de la ciudad. Competencia.

Figura2. La empresa Mundo de Caramelo tiene como fortalezas una línea extensa de productos terminados para pastelería en comparación a la competencia, como oportunidad tiene el implementar formas de pagos y descuentos, a pesar de ser una nueva empresa las tendencias en la pastelería cada vez avanzan más.

Capítulo III – Plan Operativo

3.1 Fases de Planificación

3.1.1 Plan Técnico

“El estudio técnico del plan de negocios contempla la forma en que se va a llevar a cabo todo el proceso destinado a generar los productos o servicios que una empresa va a ofrecer” (Palacio, 2012)

3.1.1.1 Definir la capacidad instalada

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

La capacidad instalada de la producción de insumos para pastelería se ha calculado en base a una jornada de trabajo diaria de 8 horas en la cual una hora se usa para fines varios en la cual solo se trabajan 7 horas teniendo como resultado un 90% de capacidad diaria.

Fondant: Se analizó que para la producción de fondant el cuello de botella es el proceso de amasado ya que este lleva en promedio 15 minutos de la producción siendo esta la de mayor tiempo requerido.

Capacidad Instalada: 420min /30min

1Kl fondant se realiza en 30 minutos

Diarios: 14 Kg

Semanal: 70Kg

Mensual: 280 Kg

Anual: 3360 Kg

Fondant Líquido: Se analizó que para la producción de fondant líquido el cuello de botella es al realizar el almíbar, ya que este lleva en promedio de 10 a 15 minutos de la producción.

1Lt fondant líquido se realiza en 40 minutos

Diarios: 10.5 Lt

Semanal: 52.5 Lt

Mensual: 210 Lt

Anual: 2520 Lt

Pasta de Goma: Al igual que en el fondant el cuello de botella es el amasado ya que este ocupa el 50% de la producción

1Kl de Pasta de Goma se realiza en 30 min

Diarios: 14 Kg

Semanal: 70 Kg

Mensual: 280 Kg

Anual: 3360 Kg

Glase Real: Se analizó que para esta elaboración el cuello de botella se encuentra en realizar el merengue ya que este puede llevar de 5 a 10 min tomando en cuenta que la capacidad de la batidora son de 4 lt

1000 gr de Glase Real se realiza en 15 minutos

Diarios: 28 Kg

Semanal: 140 Kg


Mensual: 520 Kg

Anual: 6240 Kg

3.1.1.2 Menú

- Fondant
- Fondant Líquido
- Pasta de Goma
- Glase Real

3.1.1.3 Receta Estándar

				
FACULTAD DE GASTRONOMÍA ALIMENTOS Y BEBIDAS				
NOMBRE DE LA RECETA		Fondant		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO TOTAL	OBSERVACIONES
1000	G	Azúcar impalpable	\$ 2,11	
Disolver				
20	G	Gelatina sin sabor	\$ 0,49	
80	G	Agua		
Calentar				
80	G	Glucosa	\$ 0,32	
60	G	Glicerina	\$ 0,15	
40	G	Manteca Vegetal	\$ 0,06	
200	G	Azúcar impalpable	0,42	
200	G	Maicena	0,33	
				3,88
Enviado Por:				
Entregado Por:				
Autorizado Por:				

3.1.1.4 Cuadro de insumo y materias primas

Tabla 9. Insumo y materia prima

Materia Prima	Insumos
Azúcar Impalpable	Fundas
Glucosa	Etiquetas
Glicerina	Fuentes plásticas
Gelatina sin sabor	Papel Film
Manteca Vegetal	Fundas Empaque al vacio
Maicena	
Azúcar	
Ácido Cítrico	
CMC	
Huevos	
Colorantes	

Nota: En este cuadro se detalla la materia prima y los insumos a ocupar en la producción de insumos para la decoración de pastelería.

3.1.1.5 Cuadro de tecnología y equipamiento

Tabla 10: Equipamiento para la elaboración de insumos de pastelería

Equipamiento	Tecnología
Computadora	Software contable
Datafast	Software para facturación
Impresora	
Empacadora al vacío	
Estanterías	
Balanzas Digitales	
Cocinas	
Refrigerador	
Batidores	
Espátulas de Goma	
Espátulas de codo	
Espátulas	
Termómetro	
Microondas	

Nota: En el siguiente cuadro se detalla los equipos y tecnología a usar en la planta de producción.

3.1.1.6 Infraestructura Física

3.1.1.6.1 Tamaño de construcción

- Construcción 7m x 6m y de alto 2.5m
- Cuenta con una bodega y parqueadero

- Pisos antideslizantes
- Construcción de cemento
- Malla en cada ventana
- Paredes pintadas con pintura especial (Lavable)
- Dos puertas (Bodega y Principal)

3.1.1.6.2 Planos Arquitectónicos

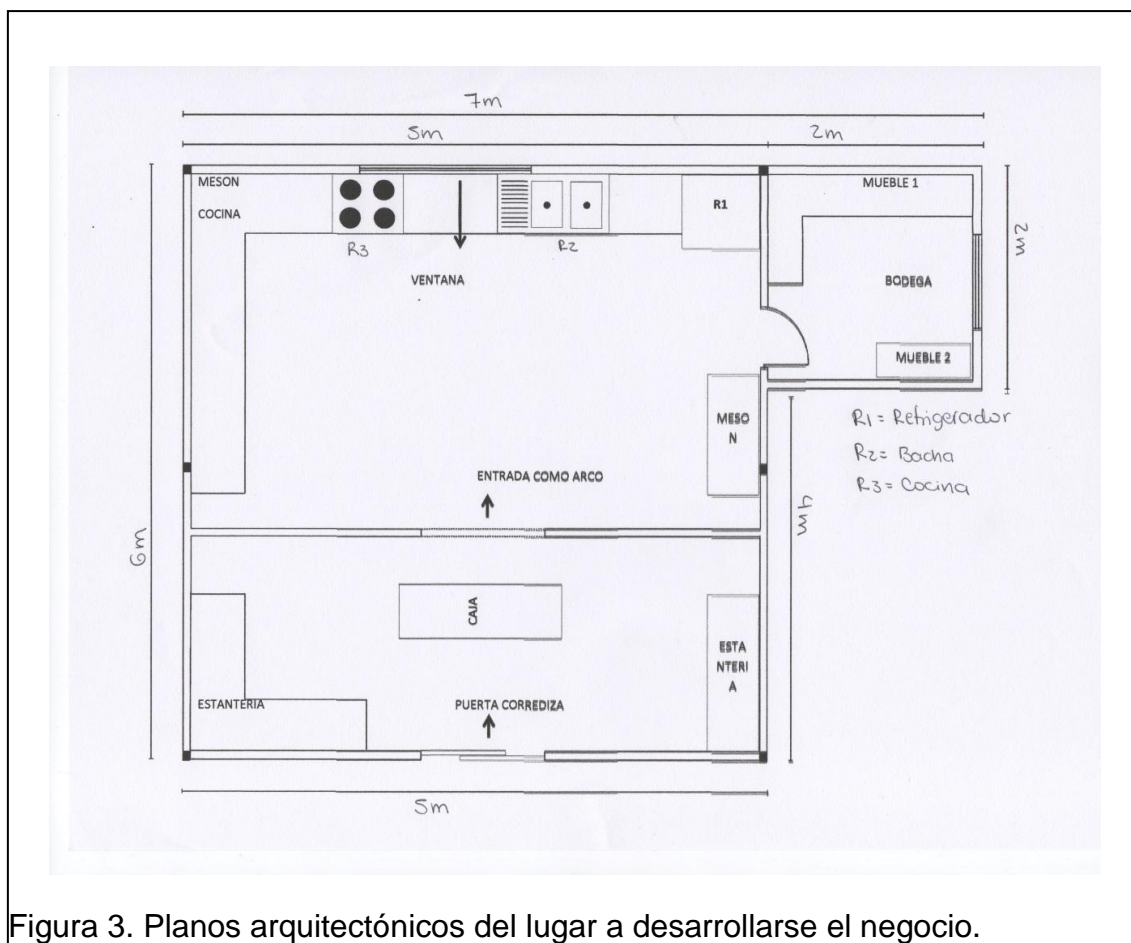


Figura 3. Planos arquitectónicos del lugar a desarrollarse el negocio.

3.1.1.7 Diagrama del Macro-Proceso Actual

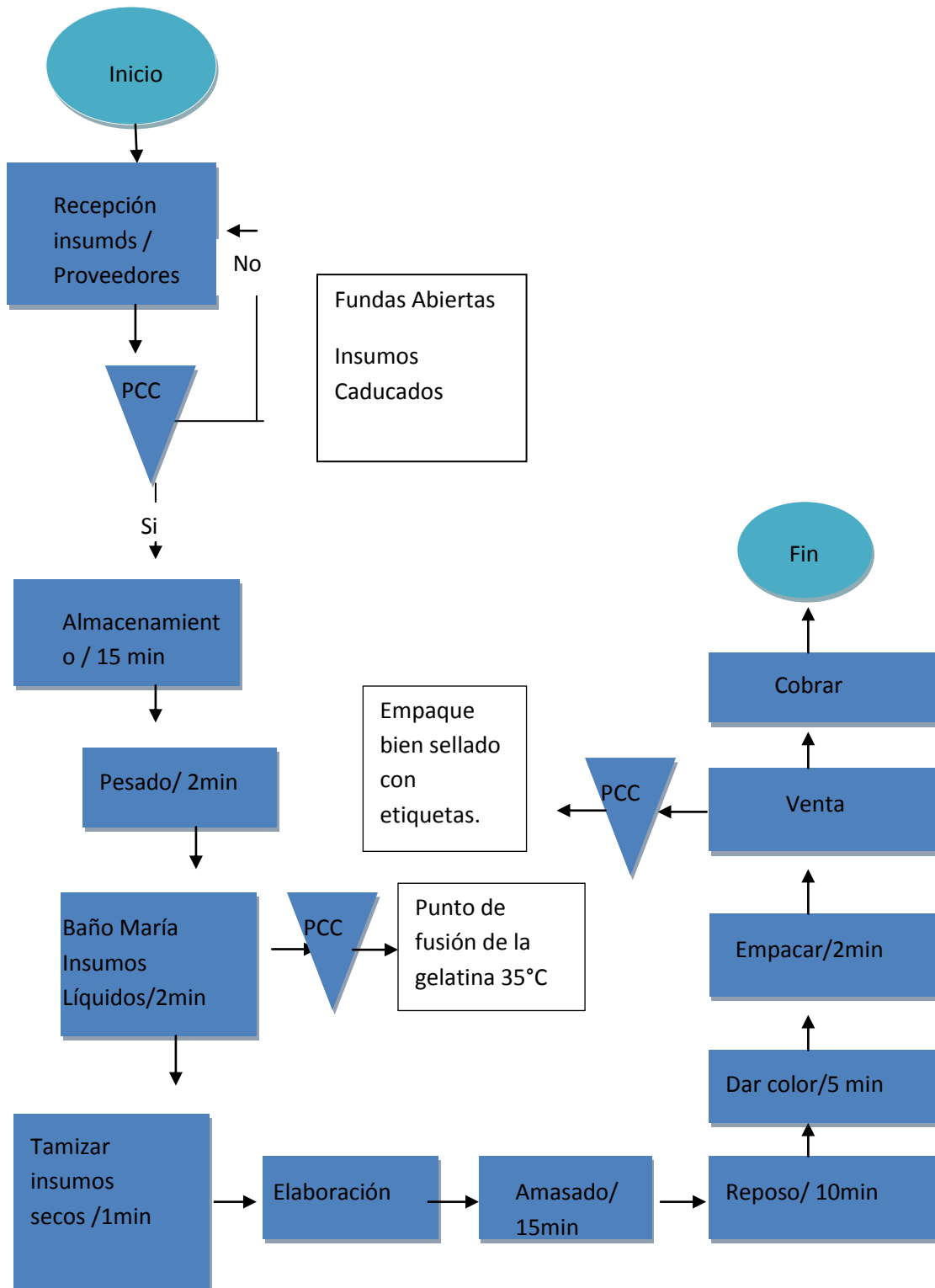
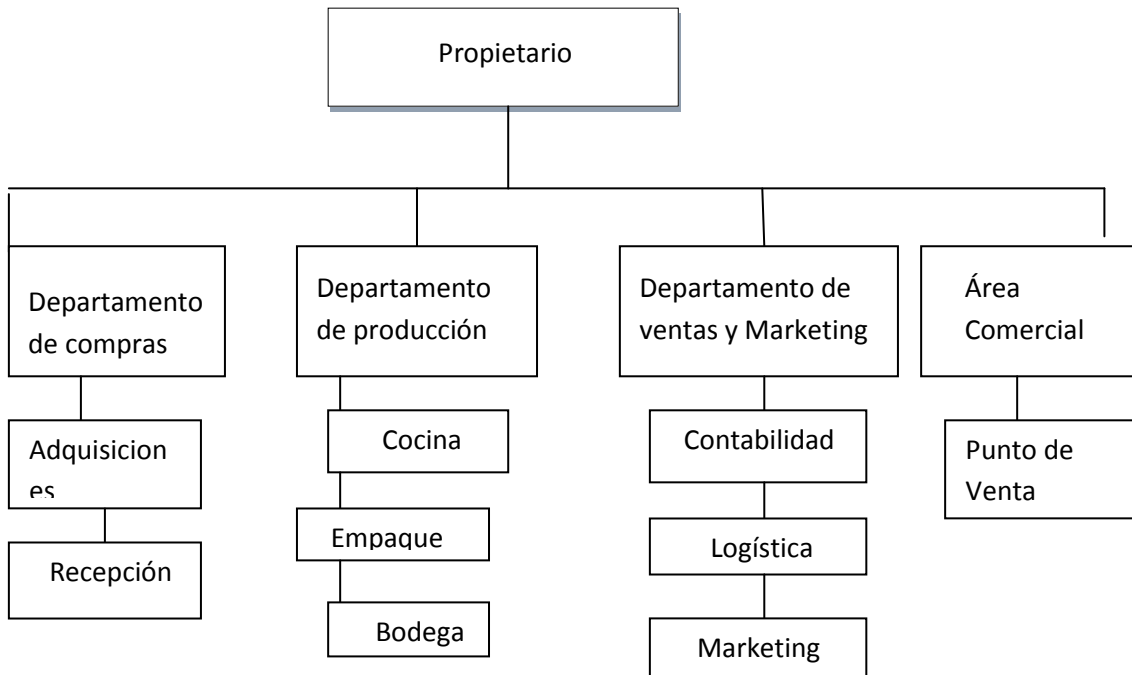


Figura 4. En este diagrama se analiza el desarrollo de la producción desde la adquisición de insumos hasta su venta.

3.2 Plan de Organización y Recursos Humanos

3.2.1 Departamentos Funcionales



Departamento de compras: Se encarga de contactar a los proveedores de materia prima, y de recibir en buenas condiciones el mismo.

Departamento de producción: Se encarga de la elaboración, empaque de los insumos de pastelería.

Departamento de ventas y marketing: Se encarga de la presentación e imagen de los productos además de llevar las cuentas del negocio, analizando la competencia y creando planes estratégicos para el crecimiento del negocio.

Área comercial: Se encarga de la distribución del producto en diferentes puntos de la ciudad y del punto de venta.

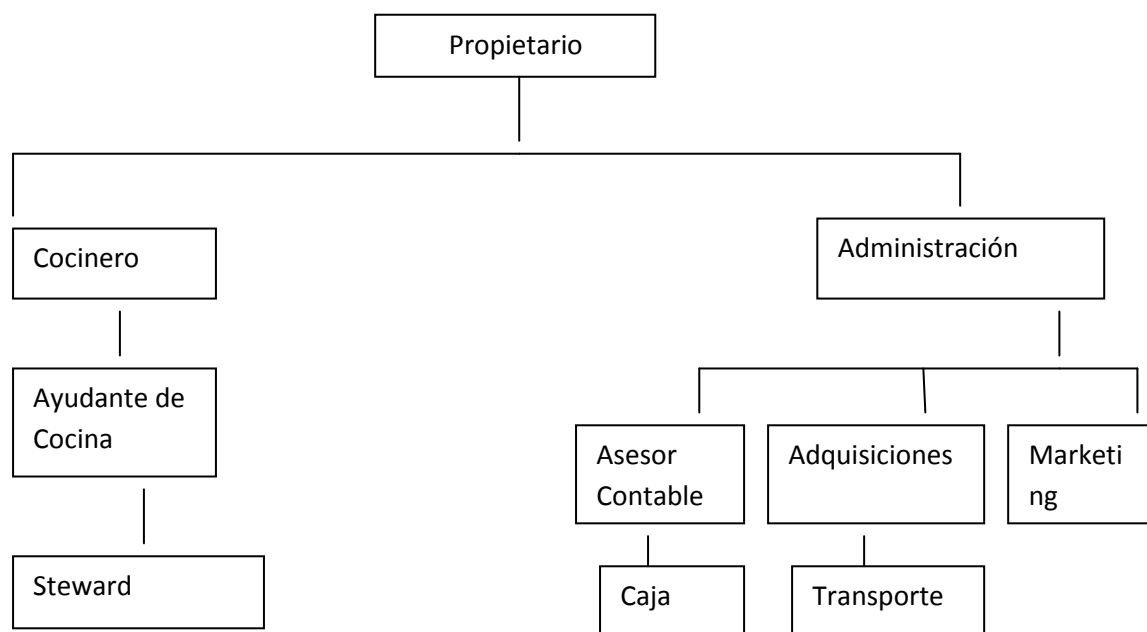
3.2.2 Inventario de recursos humanos

Tabla 11. Inventario de Recursos Humanos

Propietario	1
Cocineros	2
Steward	1
Asesor Contable	1
Transporte	1
Ing. Marketing	1
Adquisiciones	1
Cajero	1
Total	9

Nota: En el siguiente cuadro se detalla los puestos de trabajo y la cantidad de personas que ocuparan cada uno de ellos.

3.2.3 Organigrama



3.2.4 Descripción de funciones

Propietario: Tiene la función del buen funcionamiento de la planta de producción, y al mismo tiempo cumple funciones en el área de cocina, controlando y supervisando la calidad y manipulación del producto.

Cocinero: Elaboración del producto, manteniendo los estándares de calidad, aplicando todos sus conocimientos.

Ayudante de cocina: Ayuda con la elaboración del producto, además de ser el encargado de empacar, y organizar los productos terminados.

Steward: Ayuda al empacar y organizar, además de la limpieza de la cocina.

Asesor contable: Es una persona capacitada y autorizada para llevar la contabilidad del negocio, debe tener un conocimiento y un buen control de ingresos y egresos, además de la declaración de impuestos.

Marketing y ventas: Profesionales dedicados a la investigación de mercado, capaces de crear estrategias para mantener las ventas, analizar la competencia directa e indirecta y proporcionar nuevas oportunidades al negocio.

Caja: Persona capacitada en el manejo de caja y con conocimientos básicos de software de cobro manual, es la persona encargada de la venta directa con el cliente, cobro y cierres de ventas.

Transporte: Persona encargada de la distribución del producto en diferentes establecimientos de la ciudad.

Capítulo IV – Plan de Negocio

4.1 Investigación de Mercado

“*Es la identificación, recopilación, análisis y uso sistemático y objetivo de la información con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de marketing*” (Malhotra, 2008).

4.1.1 Objetivos

Identificar con qué frecuencia el consumidor adquiere insumos para decorar productos de pastelería.

Identificar los principales puntos de venta encargados de elaborar los insumos de pastelería.

Establecer un precio que sea equitativo con la competencia.

Identificar con qué frecuencia la competencia la competencia incorpora nuevos productos.

Siempre innovar los productos, ofrecer más variedad y calidad, para de esta forma hacer una rotación de insumos.

Investigar cuales son las tendencias de la pastelería.

Brindar calidad y confianza al cliente además de una buena presentación.

4.1.2 Análisis de Mercado

4.1.2.1 Población

Para analizar el mercado se debe estudiar la población en la cual el producto se va a desarrollar.

Tabla 12. Población Hombre y Mujeres en Quito

Edad	Hombre	Mujer	Total
25	16,761	17,464	34,225
26	16,154	17,16	33,314
27	16,392	17,499	33,891
28	16,489	17,132	33,621
29	15,819	16,88	32,699
30	15,945	16,607	32,552
31	14,036	15,316	29,352
32	13,873	14,785	28,658
33	13,603	14,693	28,296
34	12,713	13,694	26,407
35	12,301	13,571	25,872
36	12,102	13,393	25,495
37	11,684	13,029	24,713
38	11,576	13,036	24,612
39	11,125	12,543	23,668
40	11,062	12,098	23,160

Tomado de: Población de hombres y mujeres en Pichincha en un rango de edad de 25 a 40 años, según el último censo registrado. (INEC, 2010)

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), indica que hay en un total de 16. 246.269 ecuatorianos vivos de los cuales en Quito se concentran 2.239.191, y de ellos un total de 3.831 se dedican a negocios de Panadería y Pastelería (INEC, 2013)

Tabla 13. Posibles Competidores

Competidores actuales	1603	Total del mercado	Promedio por negocio
\$ para invertir		15.469.938,99	9.650,62
Total de ventas de los competidores		72.087.464,71	44.970,35
Total de gastos de los competidores		41.732.154,57	26.033,78
N. de personas que trabajan		3831	2
Mujeres		1.823	1
Hombre		2.008	1
Potencial Clientes			
Grupo Objetivo	300.947		
		Total	Porcentaje
Hombres		141.659	47
Mujeres		159.288	53
Usó computadora		280.695	93
Usó Internet		269.535	90
Usó Celular		292.132	97

Tomado de: Fuente INEC. (2013). Ecuador en cifras. Recuperado el 16 de mayo de 2015 de <http://www.ecuadrencifras.gob.ec/si-emprende/>

En la siguiente tabla podemos observar los posibles competidores y clientes en el sector de panadería y pastelería en el sector de Quito en un rango de 19 a 49 años de edad hombres y mujeres.

4.1.2.2 Muestra

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

n= Número de muestra

N= Población (3831)

E= Margen de error (3-5%)

Desarrollo:

$$n = 3831 / (0.05)^2 (3831 - 1) + 1$$

$$n = 3831 / (0.0025) (3831)$$

$$n = 3831 / 10.5775$$

$$n = 362$$

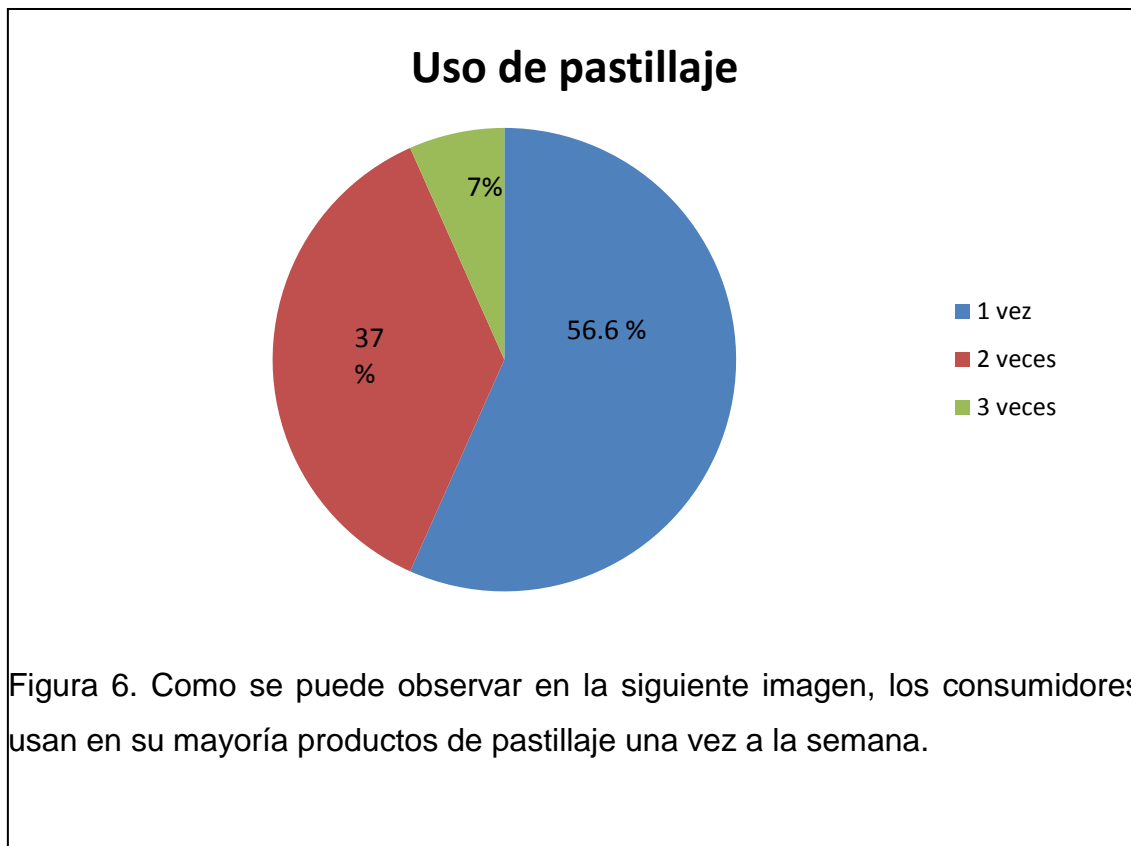
Según los datos utilizados en la fórmula para saber cuál es nuestra muestra, debemos desarrollar la encuesta a 400 personas, para de este modo saber si nuestro producto es factible y rentable.

4.2 Análisis de resultados

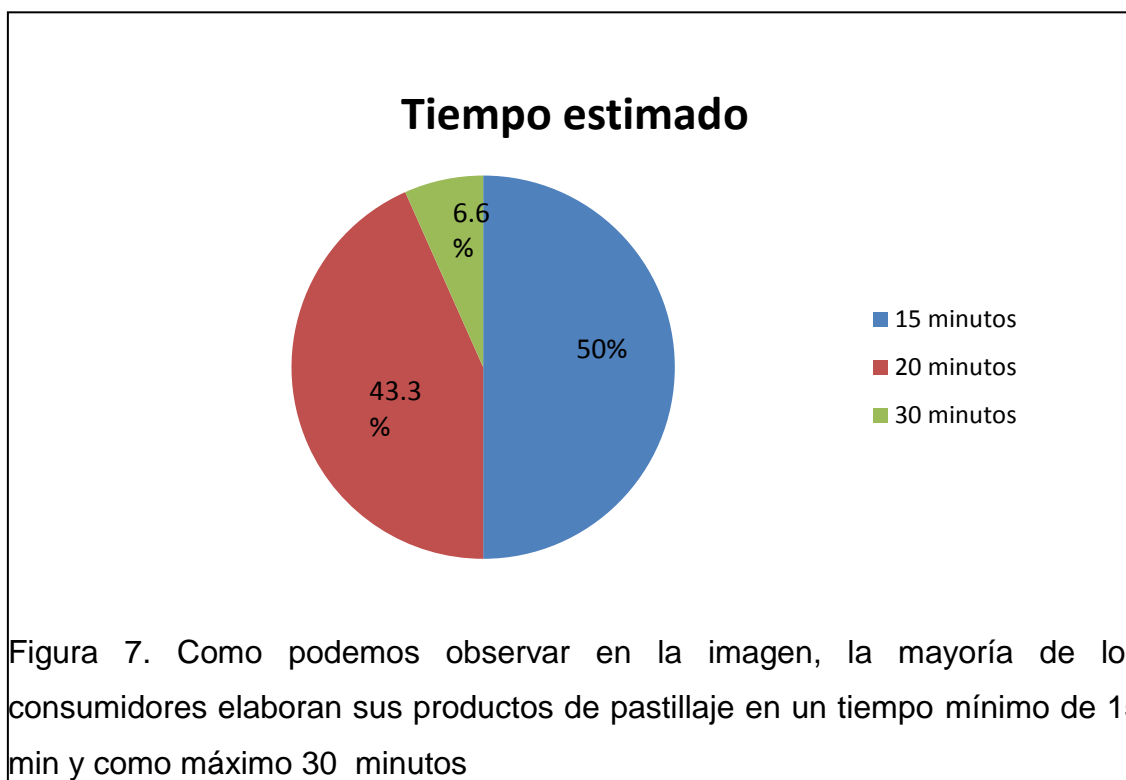
Desarrollo:



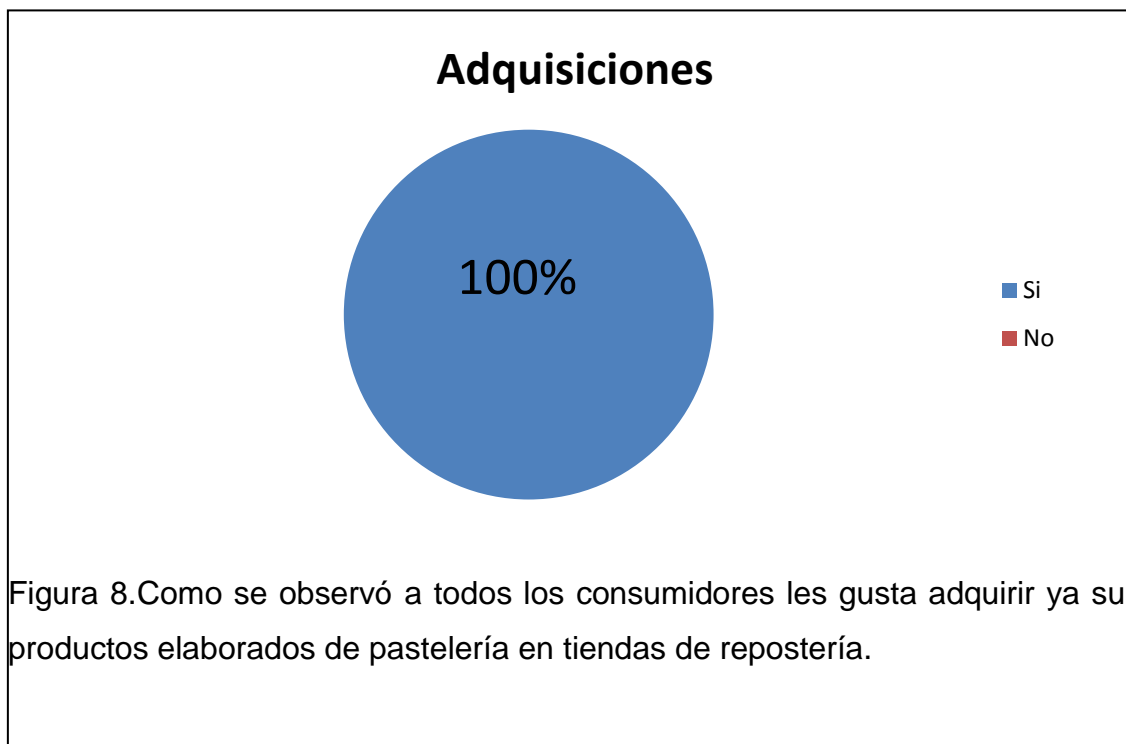
2. ¿Cuántas veces a la semana usa productos de pastelería?



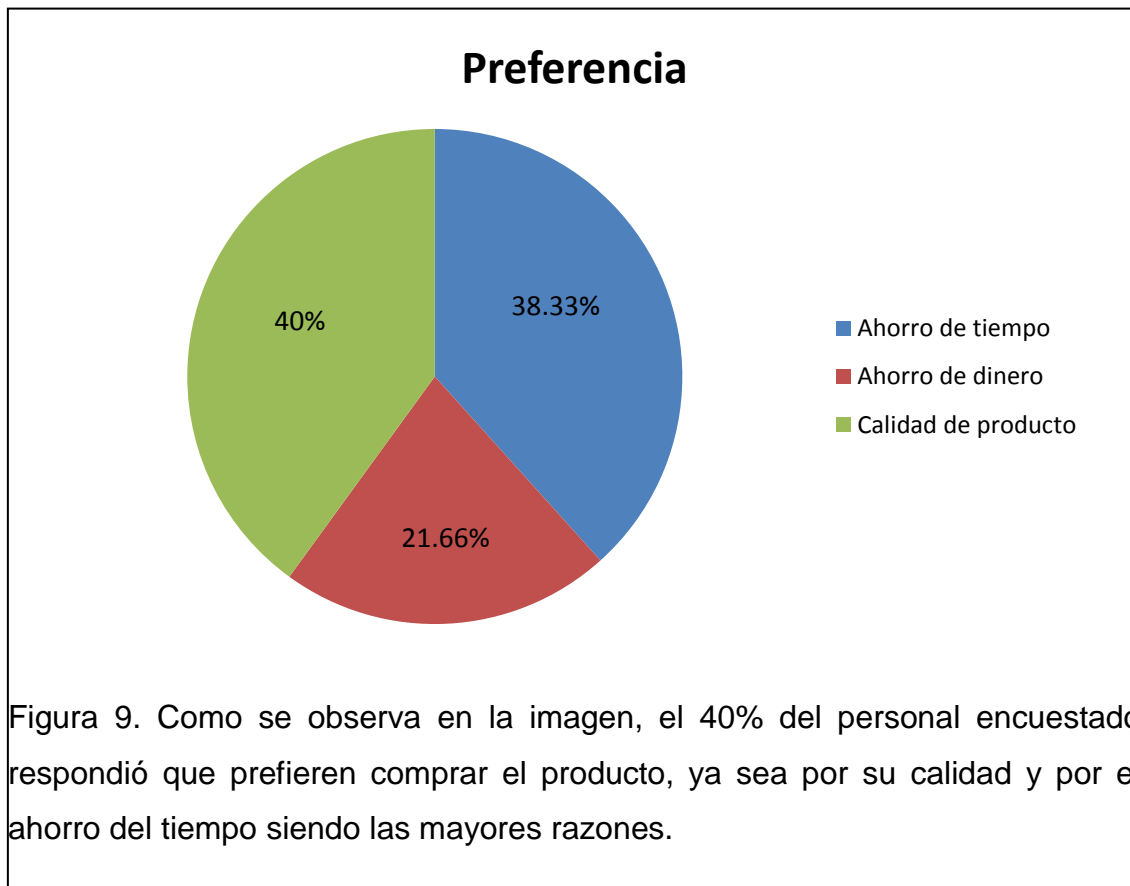
4. ¿Cuánto tiempo se demora elaborando sus productos de pastillaje en casa?



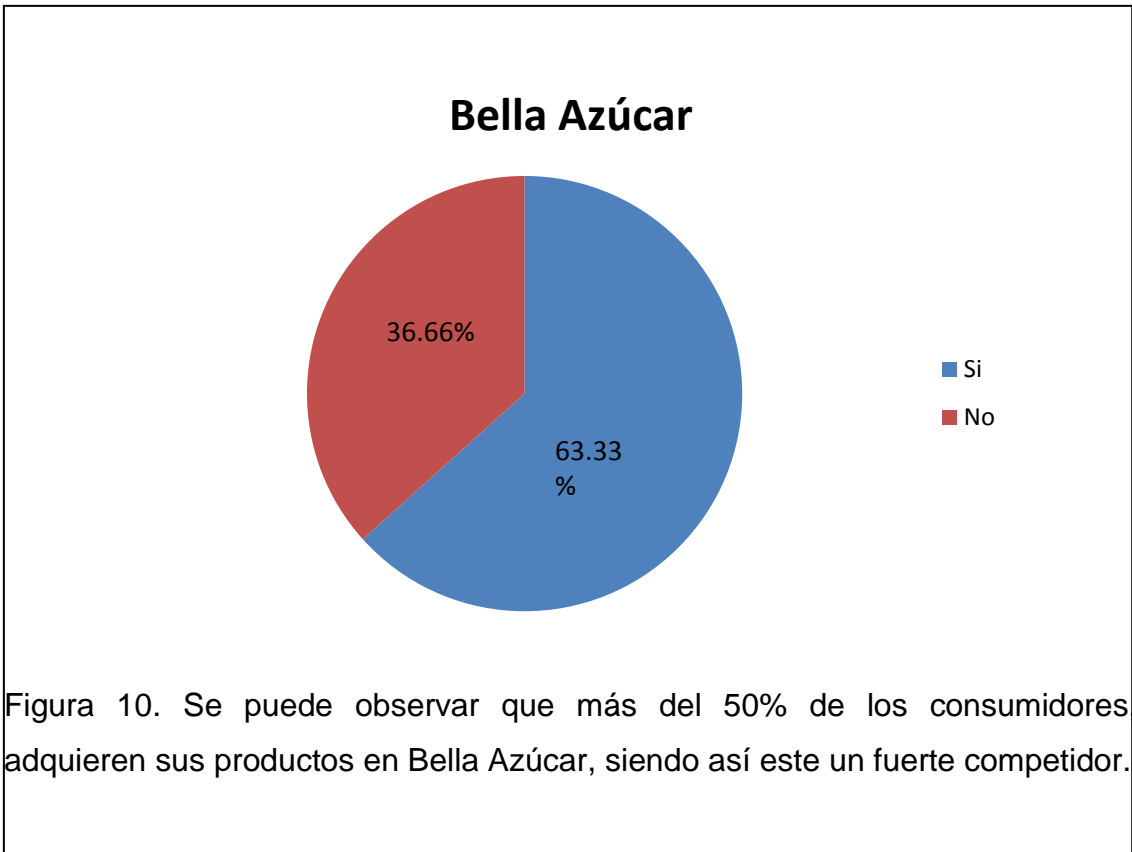
5. Adquiere sus productos para la decoración en tiendas de repostería.



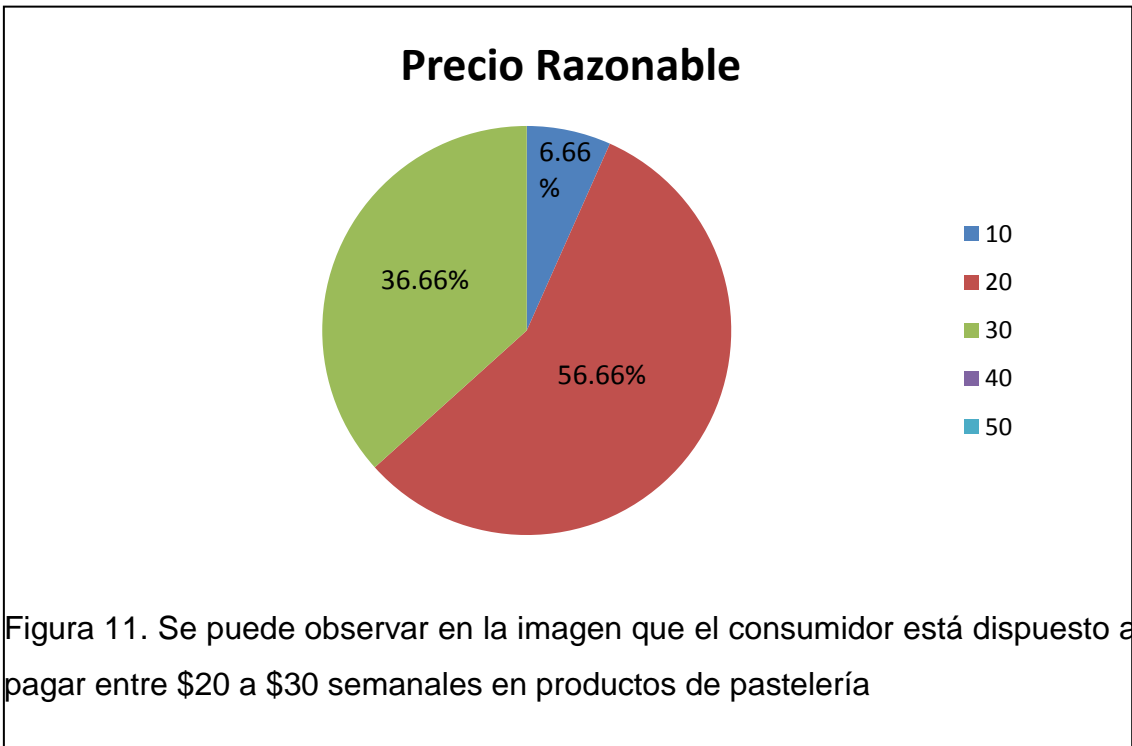
7. De las siguientes razones por las que le motivan a comprar ya productos elaborados de pastelería marque de 1 a 3 siendo 1 la mayor razón y 3 la menor por la que adquiere este tipo de productos.



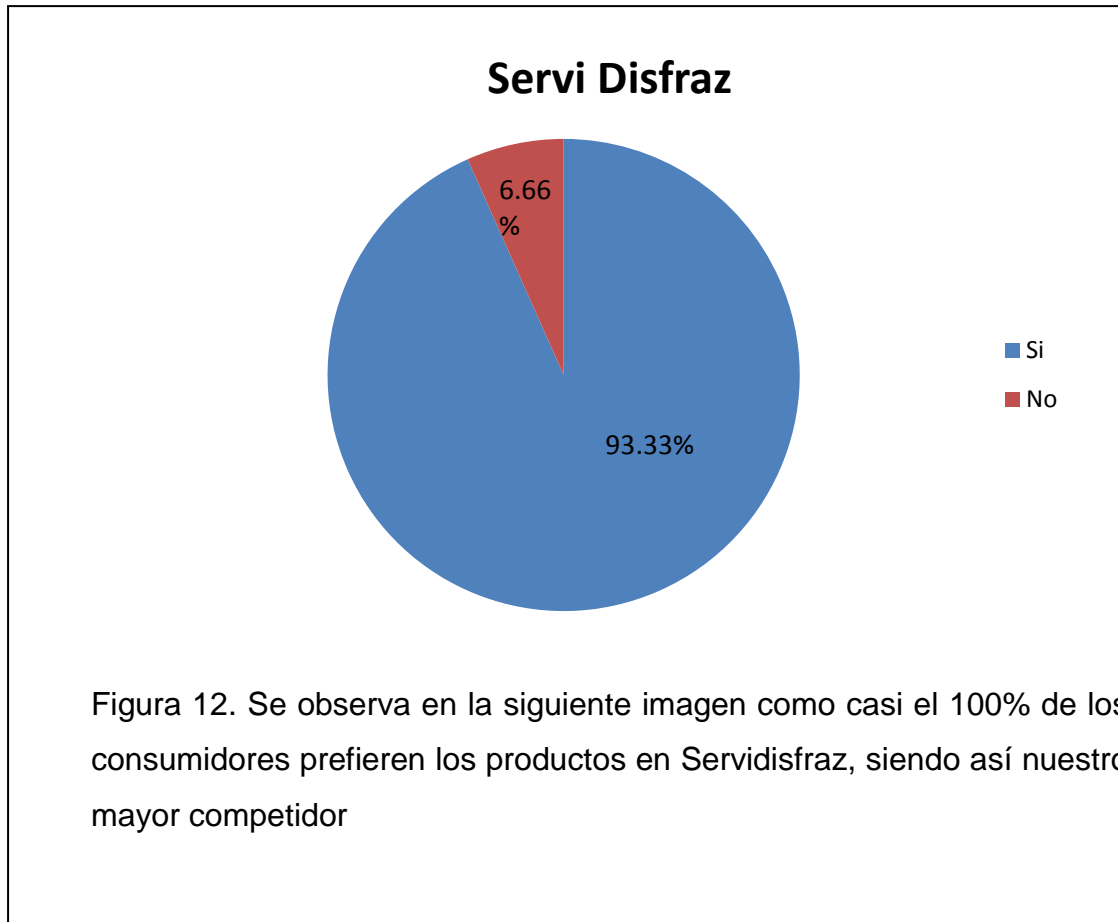
8. ¿Ha consumido usted productos de Bella azúcar?



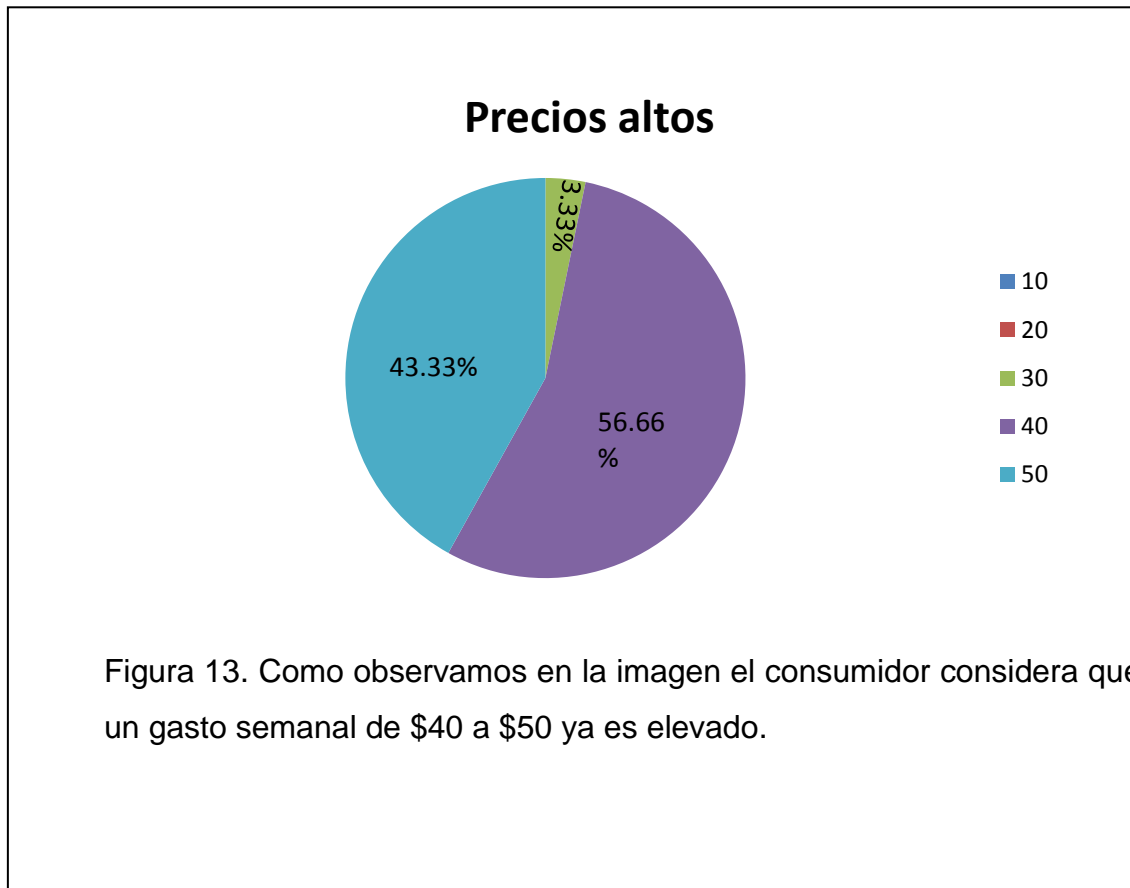
10. ¿De los siguientes presupuestos semanales de compra que encuentra a continuación, señale aquel donde considere que el gasto semanal en productos elaborados de pastelería es RAZONABLE?



12 ¿Ha consumido usted productos de Servidisfraz?



13 De los siguientes presupuestos semanales de compra que se encuentra a continuación, señale aquel donde considere que el gasto semanal en productos elaborados de pastelería es Caro



4.3 Identificación y caracterización de la demanda

Según la encuesta de ingresos y gastos el 24,4% de los ingresos de la población está destinado a alimentos y bebidas no alcohólicas. (Enighur, 2012)

Según las entrevistas realizadas a personas al azar, pudimos identificar, que los consumidores prefieren utilizar los productos que posee Bella azúcar, ya que es un establecimiento que lleva más tiempo el mercado y las características del producto hacen que el cliente lo prefiera.

4.4 Identificación y caracterización de la oferta

Tabla 14. Oferta y Demanda

	Bella Azúcar	Servi Disfraz	Dulce Aroma
Plaza	Directo al público	Directo al público	Directo al público
Precio	\$7	\$6	\$8,50
Promoción	Servicio a domicilio	Sin promoción	Sin promoción
Producto	Fondant Pasta de Goma	Fondant	Fondant Pasta de Goma

Nota: En el siguiente cuadro podemos observar la competencia frente a nuestro producto, mediante la plaza, producto, promoción y precio que nos ayudara a nuestro producto a mejorar y de esta manera poder darle un valor agregado a nuestro nombre.

Capítulo V- Plan de Marketing

“Plan de marketing es la herramienta básica de gestión que debe utilizar toda empresa orientada al mercado que quiero ser competitiva, que deben realizarse en el área del marketing, para alcanzar los objetivos marcados”.
(Muñiz, 2015)

5.1 Segmentación

“La segmentación de mercados consiste en la división en grupos internamente homogéneos y heterogéneos respecto a los demás grupos”. (Moraño, 2010)

Geográfico: La empresa Mundo Caramelo tiene como objetivo vender y distribuir su línea de insumos en el sector Quito Norte y el Valle de los Chillos.

Demográfica: Según las encuestas realizadas, las personas que más consumen este producto son mujeres, entonces nuestro producto está destinado a mujeres aficionadas y profesionales de la pastelería en un rango de 20 a 50 años de edad, que consumen de \$10 a \$50 semanales en productos de pastelería.

Psicográficas: Dedicado para personas que desean reducir sus gastos y tiempo en la elaboración de insumos para pastelería.

Conductual: Según las encuestas realizadas, el 90% de personas, adquieren este tipo de productos ya elaborados, por razones como el dinero, el tiempo y la facilidad de manipular el producto, son personas que usan este tipo de productos en un lapso de 1 a 3 veces por semana.

5.2 Producto

“Un producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca”. (Staton, Etzel y Walker, s.f.)

Según el estudio de mercado realizado, se analizó que el consumidores, prefiere su insumo de pastelería en envases con tapa y no en funda, ya que en este es más fácil su almacenamiento y la conservación del mismo, y que para mayor acceso que sean de 500gr y 1kg, para lo cual en contacto con empresas especializadas en la fabricación de dichos envases, se elaborara un atractivo envase para su mejor comercialización, el producto cuenta con su respectiva etiqueta en la que indica el tamaño por porción, números de contacto y semaforización, que son normas establecidas para la venta del mismo, en la cual estará indicado su contenido en azúcar, grasa y sal.

5.3 Marca

“La marca es la imagen corporativa de una empresa”.

Nuestra marca es “Mundo Caramelo”, el cual representa, que para la decoración de pastelería hay un sin número de opciones con las que uno puede plasmar su imaginación y no necesariamente puede elegir un solo producto.

5.3.1 Logo



Figura 14. Logo del producto.

El logo es un diseño muy sencillo, de un color rosa pastel con letras gris, con el diseño de un de los productos de pastelería.

5.3.2 Semáforo



Figura 12. Según la receta estándar, pudimos calcular, la cantidad de azúcar, grasa y sal que encontramos en el producto.

5.3.3 Información Nutricional

	Cantidad Por Porción	
Información Nutricional	Energía (Kcal)	450cal
Tamaño por porción: 100gr	Grasas totales (g)	0,00 g
Porciones por envase: 1kg	Grasa saturada (g)	0,00g
*Los porcentajes de valores diarios (VD) están basados en una dieta de 2000 kcal	Sodio (mg)	0,41 mg
	Proteína (g)	50g

Figura15. En el siguiente recuadro podemos observar la información nutricional del fondant tomando en cuenta porciones de 100gr y un total del envase de 1kg.

5.4 Estrategias de Marketing

“Las estrategias de marketing, consisten en acciones que se llevan a cabo para alcanzar determinados objetivos relacionados con el conocer un nuevo producto, aumentar las ventas o lograr una mayor participación en el mercado”.

(Arturo, 2014)

5.4.1 Estrategia de Precio

“El precio es el valor monetario que se le asigna al producto al momento de ofrecerlo o venderlo a los consumidores” (Arturo, 2014)

Según la encuesta realizada pudimos darnos cuenta que los consumidores están dispuestos a gastar en un promedio de \$25 por semana en productos de insumos de pastelería, y que estarían dispuestos a pagar por un producto de 1KI hasta \$5, lo cual nos hace tomar en cuenta nuestros precios basados en la competencia, ya que el cliente no está dispuesto a pagar más de lo que ya está establecido en el mercado.

Se venderán los productos a un precio casi similar de la competencia, tomando en cuenta que tenemos que cubrir los gastos de producción y a la vez tener una ganancia de cada venta.

Se brindará crédito a las empresas que adquieran nuestro producto en cantidades muy grandes.

A demás se ofrecerá descuentos y promociones dependiendo el inventario en bodega.

5.4.2 Estrategia de Distribución

“La plaza o distribución hace referencia a las plazas o puntos de venta en donde el producto es ofrecido o vendido a los consumidores”. (Arturo, 2014)

Nuestro producto estará a la venta en la planta principal Ubicado en el Valle de los Chillos.

También este será distribuido en los diferentes establecimientos de repostería en la ciudad de Quito, para lo cual está establecido un vehículo para la distribución del producto por toda la ciudad.

Se hará uso del internet y se venderá nuestro producto vía internet, en nuestra página oficial.

Se puede también adquirir el producto vía telefónica y a domicilio en caso de que el lugar de domicilio sea muy lejano a nuestros lugares de venta, para lo cual en un futuro se incrementarían las unidades vehiculares para facilitar la distribución.

5.4.3 Estrategia de Producto

“El producto es un bien o un servicio que se ofrece o se vende a los consumidores”. (Arturo, 2014)

Nuestro producto, tendrá un empaque muy llamativo y muy útil para la conservación del mismo, en la cual se encontrara la etiqueta, la lista de ingredientes utilizados y la semaforización correspondiente, nuestra empresa además ofrece una amplia opciones para el decorado de tortas de diferentes ingredientes y colores.

5.4.4 Estrategia de Comunicación

“La promoción o comunicación consiste en dar a conocer, informar o recordar la existencia del producto a los consumidores, así como persuadir, estimular o motivar su compra, consumo o uso”. (Arturo, 2014)

Se imprimirán folletos y volantes para hacer conocer nuestra empresa, sus productos y promociones.

Como estrategias de comunicación anunciaremos nuestra tienda por el periódico y por redes sociales, además se informara a los clientes vía mail, todas las promociones y novedades sobre nuestro producto, manteniéndolo siempre informado.

Como estrategias de promoción tenemos ofertas cada mes en una fecha específica de si se adquiere un producto similar o del mismo valor, se lleva el segundo gratis.

También se realizara eventos para que los clientes puedan observar de qué manera se pueden usar nuestros productos, además de poder ver y observar la calidad del mismo.

Capítulo VI- Plan Financiero

Tabla 15: Tabla de supuestos del Plan financiero

PROYECTO " Mundo caramelo "			REGRESAR AL MENU PRINCIPAL						
ANALISIS DE SENSIBILIDAD									
SUPUESTOS PARA EL ANALISIS									
PRECIO COMPRA UNIDAD		3,13							
PRECIO DE VENTA POR UNIDAD		5,50							
			INDICADORES DE EVALUACION FINANCIERA						
			PUNTO DE EQUILIBRIO EN DOLARES	\$ 8.105					
			PERIODO DE RECUPERACION EN MESES	14					
			COSTO - BENEFICIO	4,93					
			TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERA	66,79%					
			VALOR ACTUAL NETO	\$ 59.979					
			RESULTADOS PROYECTADOS ANUALES		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
			VENTAS DEL AÑO	110.550	196.020	215.622	237.184	260.903	
			UTILIDAD ANUAL	3.798	23.919	27.359	31.545	35.008	
			UTILIDAD ANUAL ACUMULADA	3.798	27.717	55.076	86.621	121.629	
			FLUJO DE CAJA ANUAL	5.964	32.024	24.768	34.892	40.893	
			FLUJO DE CAJA ACUMULADO	5.964	37.987	62.756	97.648	138.540	
TOTAL INVERSION		\$ 28.100							
EN ACTIVOS FIJOS		\$ 24.006							
EN CAPITAL DE TRABAJO		\$ 4.094							
INVERSION PROPIA APROXIM		30,00%							
INVERSION PROPIA		\$ 9.130							
DEUDA BANCARIA		\$ 18.970							

Tabla 16.: Tabla de resumen de costos

PROYECTO Mundo Caramelo				IR A	ANALISIS	RESULTADOS			
RESUMEN DE COSTOS				REGRESAR	AL MENU	PRINCIPAL			
			PRODUCTO	PRODUCTO	PRODUCTO	PRODUCTO			TOTAL
			1	2	3	4			
Venta			4.125,00	300,00	350,00	100,00			4.875,00
COSTO DE PRODUCCION									
MATERIA PRIMA									
Materia Prima 1	VARIABLE		-	-	-	-			-
	VARIABLE		2,11	-	0,03	0,02			2,15
	VARIABLE		0,01	1,88	0,00	0,42			2,31
	VARIABLE		0,00	-	2,11	-			2,11
SUMA de MATERIA PRIMA			2,12	1,88	2,14	0,44			6,58
Indice de Materia Prima			0,05%	0,63%	0,61%	0,44%			0,13%
MANO DE OBRA DIRECTA									
Nómina de Obreros	VARIABLE		1.520,00	-	-	-			1.520,00
Beneficios Sociales	VARIABLE		371,33	-	-	-			371,33
Aporte Patronal 12.15% Producción	VARIABLE		184,68	-	-	-			184,68
Uniformes			-	-	-	-			-
Otros			-	-	-	-			-
Suman Mano de Obra Directa			2.076,01	-	-	-			2.076,01
GASTO INDIRECTO DE FABRICACION									
Nómina Gastos Indirectos	FIJO		360,00						360,00
Benef. Soc. MOI	FIJO		89,50						89,50
Aporte Patronal 12.15% MOI	FIJO		30,00						30,00
Mantenimiento	FIJO		100,00						100,00
Servicios Basicos:									
Energía Electrica	FIJO		30,00						30,00
Agua	FIJO		15,00						15,00
Telefono	FIJO		20,00						20,00
Gastos Movilización	FIJO		100,00						100,00
Gastos mantenimiento	FIJO		50,00						50,00
Gastos Varios	FIJO		100,00						100,00
Suman Indirectos			894,50	-	-	-			894,50
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION			2.972,64	-	2,14	0,44			
TOTAL FIJOS			894,50						894,50
TOTAL VARIABLES			2.078,14						2.082,59
PORCENTAJE VARIABLE			50,38%						42,72%

Tabla 17. Tabla de Balance General

PROYECTO Caramelo						
BALANCE GENERAL INICIAL Y PROYECTADOS				IR A	ANALISIS	RESULTADOS
				REGRESAR	AL MENU	PRINCIPAL
PASIVO CORRIENTE						
OBLIGACIONES LABORALES	-	919	5.695	6.514	7.511	8.335
IMPUESTOS POR PAGAR	-	1.409	8.353	9.554	11.016	12.225
PRESTAMO BANCARIO CORTO PLAZO	-	6.759	7.196	649	-	-
TOTAL PASIVO CORRIENTE	-	9.087	21.243	16.717	18.527	20.560
PRESTAMO A LARGO PLAZO	14.465	7.286	649	-	-	-
TOTAL PASIVO	14.465	16.372	21.893	16.717	18.527	20.560
PATRIMONIO						
CAPITAL	9.130	9.130	9.130	9.130	9.130	9.130
UTILIDADES RETENIDAS	-	-	3.798	27.717	55.076	86.621
UTILIDADES DEL EJERCICIO	-	3.798	23.919	27.359	31.545	35.008
TOTAL PATRIMONIO	9.130	12.928	36.847	64.206	95.751	130.759
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	23.595	29.301	58.739	80.923	114.277	151.319
DIFERENCIA	4.305	-2.400	-2.400	-2.400	-2.408	-2.408

Tabla 18. Tabla de Van y Tir

PROYECTO Caramelo									
CALCULO DE VAN Y TIR				REGRESAR AL	AL MENU	PRINCIPAL			
				IR A	ANALISIS	RESULTADOS			
TASA DE DESCUENTO ANUAL	12.00%								
VAN	TIR FINANCIERA ANUAL	INVERSION INICIAL	FLUJOS ANUALES					VALOR DE RESCATE	
			ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5		
59.979	66.79%	-28.100	5.964	32.024	24.768	34.892	40.893	-10.190	
59.979	-28.100	88.079	5.325	25.529	17.630	22.175	23.204	- 5.782	
PRINCIPALES INDICADORES									
VALOR ACTUAL NETO	59.979								
TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERA	66,79%								
COSTO - BENEFICIO	4,93								
							ANO 5		
							Cuentas por cobrar		-
							Activos fijos		10.370
							Cuentas por pagar		-20.560
							Valor Neto		-10.190

Tabla 19. Tabla de Punto de Equilibrio

PROYECTO Mundo Caramelo			
ANALISIS DE PUNTO DE EQUILIBRIO			
ANEXO DE COSTOS FIJOS			TOTAL
COSTOS Y GASTOS FIJOS			6.085
RELACION COSTOS Y GASTOS VARIABLES SOBRE VENTAS			24,92%
CALCULO DE PUNTO DE EQUILIBRIO			
PUNTO DE EQUILIBRIO EN DOLARES	=	$\frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - (\text{CV} / \text{PRECIO})}$	6.085
			75,08%
PUNTO DE EQUILIBRIO EN DOLARES			8.105
PUNTO DE EQUILIBRIO EN KILOS VENDIDOS			
PUNTO DE EQUILIBRIO EN KILOS			1.474

Tabla 20. Tabla de Pg Proyectado

EMPRESA Mundo Caramelo		IR A ANALISIS DE RESULTADOS												REGRESAR	AL MENU	PRINCIPAL
PRESUPUESTO INTERNO		AÑO 1												TOTAL		
Descripcion	Indices	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	AÑO 1		
Ingreso por Ventas		4.125	7.725	8.100	8.100	10.500	10.500	8.700	9.600	7.200	9.900	11.100	15.000	110.550		
Materia Prima/Inventaric	40,78%	1.682	1.898	2.419	2.419	2.627	2.627	2.519	2.523	2.412	2.920	3.223	3.738	31.009		
Mano de Obra		2.076	2.076	2.076	2.076	2.076	2.076	2.076	2.076	2.076	2.076	2.076	2.076	24.912		
Indirectos		895	895	895	895	895	895	895	895	895	895	895	895	10.734		
Costo de Ventas		4.653	4.869	5.390	5.390	5.597	5.597	5.490	5.494	5.383	5.890	6.194	6.709	66.655		
Utilidad Bruta		-528	2.856	2.710	2.710	4.903	4.903	3.210	4.106	1.817	4.010	4.906	8.291	43.895		
Gastos Operacionales	F/V															
Nómina	F	1.549	1.549	1.549	1.549	1.549	1.549	1.549	1.549	1.549	1.549	1.549	1.549	18.591		
Arrendos	F	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	5.400		
Servicios Básicos	F	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1.800		
Comisiones	V	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Publicidad	F	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600		
Seguros	F	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600		
Otros (detallar)		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.200		
0		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.200		
0		250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	3.000		
Depreciación	F	-	115	115	115	115	115	415	415	415	415	415	415	3.089		
Total de Gastos		2.699	2.815	2.815	2.815	2.815	2.815	3.115	3.115	3.115	3.115	3.115	3.115	35.460		
Utilidad Operacional		-3.227	42	-104	-105	2.088	2.088	95	982	-1.297	895	1.791	5.176	8.434		
FIJOS		5.670	5.785	5.785	5.785	5.785	5.785	6.085	6.085	6.085	6.085	6.085	6.085	6.085		
VARIABLES		1.682	1.898	2.419	2.419	2.627	2.627	2.519	2.523	2.412	2.920	3.223	3.738			
INDICE VARIABLES		40,78%	24,57%	29,87%	29,87%	25,02%	25,02%	28,96%	26,28%	33,50%	29,49%	29,04%	24,92%			

AÑO 4												
MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL AÑO 4
19.765	19.765	19.765	19.765	19.765	19.765	19.765	19.765	19.765	19.765	19.765	19.765	237.184
8.060	8.060	8.060	8.060	8.060	8.060	8.060	8.060	8.060	8.060	8.060	8.060	96.725
2.638	2.638	2.638	2.638	2.638	2.638	2.638	2.638	2.638	2.638	2.638	2.638	31.651
1.136	1.136	1.136	1.136	1.136	1.136	1.136	1.136	1.136	1.136	1.136	1.136	13.638
11.834	11.834	11.834	11.834	11.834	11.834	11.834	11.834	11.834	11.834	11.834	11.834	142.013
7.931	7.931	7.931	7.931	7.931	7.931	7.931	7.931	7.931	7.931	7.931	7.931	95.171
1.968	1.968	1.968	1.968	1.968	1.968	1.968	1.968	1.968	1.968	1.968	1.968	23.620
572	572	572	572	572	572	572	572	572	572	572	572	6.861
191	191	191	191	191	191	191	191	191	191	191	191	2.287
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	762
64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	762
127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	1.525
127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	1.525
318	318	318	318	318	318	318	318	318	318	318	318	3.812
415	321	321	321	321	321	321	321	321	321	321	321	3.946
3.845	3.750	3.750	3.750	3.750	3.750	3.750	3.750	3.750	3.750	3.750	3.750	45.099
4.086	4.181	4.181	4.181	4.181	4.181	4.181	4.181	4.181	4.181	4.181	4.181	50.072

AÑO 5												
MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL AÑO 5
21.742	21.742	21.742	21.742	21.742	21.742	21.742	21.742	21.742	21.742	21.742	21.742	260.903
8.866	8.866	8.866	8.866	8.866	8.866	8.866	8.866	8.866	8.866	8.866	8.866	106.397
2.901	2.901	2.901	2.901	2.901	2.901	2.901	2.901	2.901	2.901	2.901	2.901	34.816
1.250	1.250	1.250	1.250	1.250	1.250	1.250	1.250	1.250	1.250	1.250	1.250	15.001
13.018	13.018	13.018	13.018	13.018	13.018	13.018	13.018	13.018	13.018	13.018	13.018	156.215
8.724	8.724	8.724	8.724	8.724	8.724	8.724	8.724	8.724	8.724	8.724	8.724	104.688
2.165	2.165	2.165	2.165	2.165	2.165	2.165	2.165	2.165	2.165	2.165	2.165	25.982
629	629	629	629	629	629	629	629	629	629	629	629	7.547
210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	2.516
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	839
70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	839
140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	1.677
140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	1.677
349	349	349	349	349	349	349	349	349	349	349	349	4.193
321	321	321	321	321	321	321	321	321	321	321	321	3.851
4.093	4.093	4.093	4.093	4.093	4.093	4.093	4.093	4.093	4.093	4.093	4.093	49.120
4.631	4.631	4.631	4.631	4.631	4.631	4.631	4.631	4.631	4.631	4.631	4.631	55.568

Nota: En las siguientes tablas se observa todo el proceso financiero de la empresa, la cual indica que para llevar acabo el negocio se necesita una inversión de \$28.100 los cuales en activos fijos están destinados \$24.006 y en capital de trabajo \$4.094, como inversión propia se tiene el 30% y el 70% restante es por préstamo.

El tiempo estimado de recuperación del capital es de 14 meses.

Capítulo VII- Plan Legal

7.1 Persona Jurídica

Persona natural, la empresa Mundo Caramelo, es una sociedad de participación, lo que quiere decir que el capital de la empresa está dividido por igual con los inversionistas, una sociedad de participación puede tener varios accionistas y a la final todos reciben por igual las ganancias que produce la empresa.

7.2 Permisos de Funcionamiento

Son ciertos permisos que una empresa necesita para su correcto funcionamiento.

7.2.1 Requisitos para el SRI

- Cedula de identidad o Pasaporte y Visa
- Papeleta de votación
- Factura de servicios básicos del último mes

(Servicio de Rentas Internas, 2014)

7.2.2 Permisos de funcionamiento para establecimientos sujetos a Vigilancia Sanitaria

- Número de cédula, ciudadanía o identidad del representante legal
- Número de registro único de contribuyentes
- Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad
- Categorización otorgada por el Ministerio de Turismo

(Tramites Ecuador, 2014)

7.2.3 Permisos LUAE

- Permisos sanitarios
- Permiso funcionamiento de bomberos
- Rotulo
- Permiso ambiental
- Permiso anual de funcionamiento
- Actividades turísticas
- Permiso anual de funcionamiento de la intendencia
- General de policía

(Servicios Ciudadanos, 2014)

7.2.4 Requisitos para obtención de la licencia Metropolitana única del ejercicio de actividades económicas

- Formulario único de solicitud, complejo y registrado por el titular del RUC o representante legal
- Copia del RUC actualizado
- Copia de cédula de identidad o pasaporte y papeleta de votación
- Contrato y autorización del propietario en caso de que el local sea arrendado
- Para las empresas recién consolidadas el plano y las dimensiones determinadas para la publicidad.

(Servicios Ciudadanos, 2014)

7.2.5 Requisitos Cuerpo de bomberos

- Solicitar inspección del local
- Informe de la inspección
- Copia del RUC

(Bomberos Quito, 2014)

7.2.6 Requisitos Ministerio Salud Pública

- Formulario de solicitud
- Copia de RUC
- Copia de cedula de ciudadanía del propietario o del representante legal
- Copia de título de profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública
- Plano del establecimiento escala 1: 50
- Croquis de la ubicación del establecimiento
- Permiso otorgado por el cuerpo de bomberos
- Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un centro de salud del Ministerio de Salud Pública

(Ministerio de salud pública, 2014)

7.2.7 Permisos de Funcionamiento ARCSA

- Comprobante de pago cuando corresponda después de haber completado la solicitud y adjuntar requisitos solicitados.
- Número de cédula de ciudadanía o identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
- Número de cédula y datos del responsable técnico de los establecimientos que lo requieren.
- Número de cédula y datos del responsable técnico de los establecimientos que lo requiere.
- Número de Registro único de contribuyentes (RUC/RISE)
- Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad.
- Categorización otorgada por el Ministerio de Turismo

(Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2015)

Capítulo VIII

8.1 Conclusiones

Se puede concluir, que al ser un empresa pequeña y nueva para la creación de insumos para pastelería ubicada en el valle de los Chillos, la inversión a realizarse es de un monto pequeño, lo cual es beneficioso para la empresa ya que en este sector hay demasiada demanda del producto y en poco tiempo se recupera la inversión y se empieza a ver ganancia, se eligió este lugar ya que en la ciudad de Quito la competencia es muy fuerte y ya establecida, por lo cual optamos por ser una empresa dedicada solamente a producir una línea de insumos para pastelería de esta manera poder distribuir en diferentes puntos de la ciudad además del punto de venta principal.

Para concluir esto se realizó un plan de marketing, en el cual se analizó la plaza, producto, promoción y precio más adecuado para los clientes.

8.2 Recomendaciones y Viabilidad del negocio

Al ver que el negocio es viable por el sector en el que nos ubicamos, se recomienda siempre tener en constante análisis del mercado.

Analizar las tendencias y modas, para un mejoramiento y estudio del producto.

Hacer constantes encuestas para que el cliente califique nuestro producto, y saber que más desea consumir.

Cuando la empresa este posicionada, se puede abrir nuevos puntos de venta.

8.3 Referencias

Bomberos Quito. (2014). Permisos de funcionamiento cuerpo de bomberos. Recuperado el 13 de Junio del 2015 de http://www.bomberosquito.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=5:permisos-de-funcionamiento&catid=2&item=6

Contrato de trabajo. Recuperado de <http://formatode.com/para/formato-de-contrato-colectivo.php>

Nota: En la siguiente imagen, podemos ver un tipo de contrato para personal.

Consumoteca . (2009). Los colorantes alimentarios: qué son, para qué sirven y tipos. Recuperado el 02 de julio de 2015 de www.consumoteca.com./alimentacion/seguridad-alimentaria/los-colorantes-alimentarios-que-son-para-que-sirven-y-tipo/

Dietas.net. (2015). *Tu portal de salud y bienestar*. Recuperado el 19 de Marzo del 2015 de <http://www.dietas.net/tablas-y-calculadoras/tabla-de-composicion-nutricional-de-los-alimentos/azucares-dulces-y-pasteleria/azucares/azucar-blanco.html#>

Enighur. (2012). Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares urbanos y rurales. Recuperado el 15 de Mayo de 2015 de http://www.inec.gob.ec/Enighur_/Analisis_ENIGHUR%202011-2012_rev.pdf

Fondant.es. (2013). *Todo sobre el fondant y mucho más*. Recuperado el 13 de Marzo del 2015 de <http://www.fondant.es/origen-del-fondant/>

Formato de. (s.f.). Formato de contrato de trabajo. Recuperado el 13 de Junio de 2015 de <http://formatode.com/para/formato-de-contrato-colectivo.php>

Glessmann. M. (2008). *Decoracion de tortas y souvenirs*. Argentina. Lexus

Gobierno de Canarias. (2009). *Iniciación de la pastelería y repostería*. Recuperado el 13 de Marzo de 2015 de <http://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoblog/nuclmed/>

- Google Maps. (2015). *Maps*. Recuperado el 19 de Abril del 2015 de <https://www.google.com.ec/maps/@-0.3265259,-78.4636696,15z?hl=es>
- INEC. (2013). Ecuador en cifras. Recuperado el 16 de mayo de 2015 de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/si-emprende/>
- Larousse. (2004). *Larousse Gastronomique en español*. Barcelona, España :Editions Larousse
- Malhotra, K. (2008). *Investigación de Mercados Quinta Edición*. México. Pearson Educación
- Mejía, C. (2013). Concepto de la capacidad instalada. Recuperado el 02 de julio de 2015 de <http://www.planning.com.co/bd/archivos/Julio2013.pdf>
- Ministerio de Salud Pública. (2014). Permisos de funcionamiento Ministerio de Salud Pública. Recuperado el 13 de Junio del 2015 de <http://www.salud.gob.ec/tag/permisos-de-funcionamiento/>
- Moraño, X. (2010). *Segmentación de mercados*. Recuperado el 13 de Junio del 2015 de <http://marketingyconsumo.com/segmentacion-de-mercados.html>
- Muñis, R. (2015). *El plan de marketing de la empresa*. Recuperado el 13 de Junio del 2015 de <http://www.marketing-xxi.com/el-plan-de-marketing-en-la-empresa-132.htm>
- Palacio, E. (2012). Crear una empresa. Recuperado el 02 de julio de 2015 de <https://crearunaempresaya.wordpress.com/2012/07/25/conceptos-a-tener-en-cuenta-en-el-estudio-tecnico-del-plan-de-negocios/>
- Pérez, O., Mayor, G y Navarro, V. (2003). *Procesos de Pastelería y Panadería*. Madrid, España. Thomson
- Servicios Ciudadanos. (2014). Requisito para trámites. Recuperado el 13 de Junio del 2015 de <http://serviciosciudadanos.quito.gob.ec/index.php/es/>

Stalon, Etzel y Walker. (s.f.). *Pruebas de desempeño de productos*. Recuperado el 13 de Junio del 2015 de http://www.inti.gob.ar/productos/pdf/mat_producto.pdf

SRI. (2014). Requisitos para tramites. Recuperado el 13 de Junio del 2014 de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/requisitos-para-trámites>

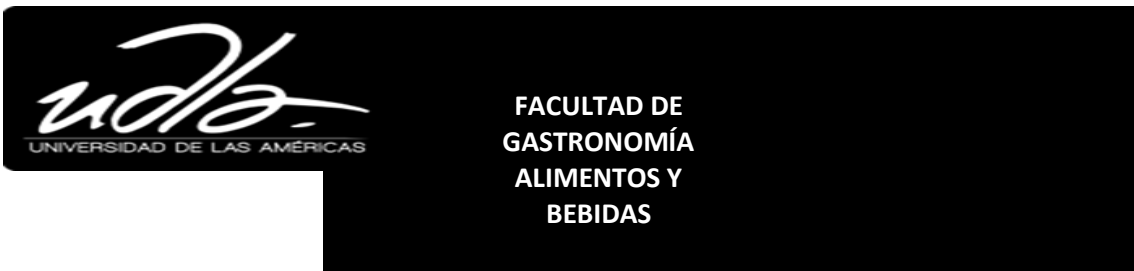
The chefs of the cordon blew. (2012). *Patisserie & Baking Foundation*. United States. Delmar

Tramites Ecuador. (2014). Recuperado el 13 de Junio del 2015 de <http://tramitesecuador.com/control-y-vigilancia-sanitaria/permiso-de-funcionamiento-para-establecimientos-sujetos-a-vigilancia-sanitaria/>

ANEXOS

Recetas:

		FACULTAD DE GASTRONOMÍA ALIMENTOS Y BEBIDAS		
NOMBRE DE LA RECETA		Fondant Líquido		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO TOTAL	OBSERVACIONES
1350	gr	Azúcar	\$ 1,39	
405	gr	Glucosa	\$ 1,83	
450	gr	Agua		
				3,22
Enviado Por:				
Entregado Por:				
Autorizado Por:				



NOMBRE DE LA RECETA		Pasta de Goma		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO TOTAL	OBSERVACIONES
Fundir				
120	gr	Agua		
80	gr	Glucosa	\$ 0,32	
2	gr	ÁcidoCítrico	\$ 0,00	
20	gr	Manteca	\$ 0,00	
Mezclar				
5	gr	Goma Tragacanto	\$ 0,26	
1000	gr	Azúcar Impalpable	\$ 2,11	
				2,694
Enviado Por:				
Entregado Por:				
Autorizado Por:				



FACULTAD DE
GASTRONOMÍA
ALIMENTOS Y
BEBIDAS

NOMBRE DE LA RECETA		Glase Real		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO TOTAL	OBSERVACIONES
Batir				
70	gr	Claros de huevo	\$ 0,25	
Incorporar				
350	gr	Azúcar Impalpable	\$ 1,21	
				1,46
Enviado Por:				
Entregado Por:				
Autorizado Por:				

Formato Entrevista:

Entrevista

1. Género

Masculino _____ Femenino _____

2. Edad _____

3. ¿Sabe usted lo que es el pastillaje?

4. Le interesa el uso del fondant

5. Aparte del fondant conoce otro tipo de insumos para la decoración de pastelería

6. Conoce los productos que pueden ser decorados con fondant

7. Usted elabora o compra fondant

8. Con que frecuencia compra fondant

9. En que establecimientos prefiere comprar el fondant

10. Cuánto gasta semanalmente en productos de pastelería

Formato Encuesta:

ENCUESTA

La siguiente encuesta tiene como objetivo conocer los gustos y preferencias del consumidor con el uso de productos elaborados para pastelería.

Mujer () Hombre ()

1. ¿Utiliza usted productos de pastillaje?

Si ()

No ()

2. ¿Cuántas veces a la semana usa productos de pastillaje?

1 vez () 2 veces () 3 veces ()

3. ¿Qué tipos de productos para la decoración de pastelería conoce usted?

1.....

2.....

3.....

4.....

4. ¿Cuánto tiempo se demora elaborando sus productos de pastillaje en casa?

15 min ()

20 min ()

30 min ()

5. Marque con una X si usted adquiere sus productos para la decoración en tiendas de repostería.

Si ()

No ()

6. ¿Ha consumido usted productos de pastelería ya elaborados como el fondant?

Si ()

No () De responder No pase a la

pregunta 8

7. De las siguientes razones por las que le motivan a comprar ya productos elaborados de pastelería masque de 1 a 3 siendo 1 la mayor razón y 3 la menor por la que adquiere este tipo de productos.

() Ahorro de tiempo

() Ahorro de dinero

() Calidad del producto

8. ¿Ha consumido usted productos de Bella azúcar?

Si ()

No () De responder No pase a la

pregunta 10

9. ¿Si respondió SI, califique los productos de Bella azúcar?

	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	
Buen sabor					Mal Sabor
Buena textura					Mala Textura
Fácil de manejar					Difícil de manejar
Buena presentación					Mala presentación
Producto fresco					No es producto fresco

10. ¿De los siguientes presupuestos semanales de compra que encuentra a continuación, señale aquel donde considere que el gasto semanal en productos elaborados de pastelería es RAZONABLE?

10 ()

20 ()

30()

40 ()

50 ()

11. ¿Ha consumido usted productos de Servidisfraz?

Si () No () De responder No, pasar a la pregunta 13

12. Si respondió SI, califique los productos de Servidisfraz

	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	
Buen sabor					Mal Sabor
Buena textura					Mala Textura
Fácil de manejar					Difícil de manejar
Buena presentación					Mala presentación
Producto fresco					No es producto fresco

13. De los siguientes presupuestos semanales de compra que encuentra a continuación, señale aquel donde considere que el gasto semanal en productos elaborados de pastelería es CARO.

10 () 20 () 30() 40 () 50 ()

Cotizaciones



GAMM@ COMPUTER

GAMM@ COMPUTER
LA NUEVA GENERACION EN TECNOLOGIA



Matriz 1: América N 27-88 y Selva Alegre • Telfs: 250 2445 / 511 3130
 Sucursal 2: Av. Alonso de Angulo Oe2 566 y Jipijapa • Telf: 264 8448
 Sucursal 3: Av. Alonso de Angulo Oe2 555 y Jipijapa • Telf: 603 9962
 Sucursal 4: Av. Geovanny Collas 2914 • Telf: 202 4213
 Sucursal 5: Av. General Enriquez s/n y Río Coca • Telf: 233 4095
 Sucursal 6: Av. Alonso de Angulo Oe2 477 y Laura Guerrero • Telf: 511 2546
 gammaventas@hotmail.com • Quito - Ecuador

RUC. 1792471869001

PROFORMA

Sucursal 6

000074

Fecha: 01-07-2015 Vendedor: Angelica
 Cliente: Maria Jose Cañizares R.U.C. o C.I.: 1717540379
 Dirección: San Rafael Telf.: 318609f

CANT.	DESCRIPCION	V. UNITARIO	V. TOTAL
1	CPU Procesador Intel Dual Core 3.20 BHZ	439	
	• Disco Duro 1000 GB		
	• Memoria Ram 4 GB		
	• Monitor 20" L5		
	• Teclado / Mouse / MP3		
	• Parlantes / Audifonos		
	• Camara / Kit limpieza		
	• Cobertores / Pad Mouse		
	• Regulador		
	• Impresora Epson L 210	295	
	Sistema tinta Continua Original		
OBSERVACIONES: 3 años Garantia Todos los Programas		SUBTOTAL	
ESTA PROFORMA ES VALIDA POR 6 DIAS		0% I.V.A.	
		12% I.V.A.	
		TOTAL \$	734,00

GAMM@ COMPUTER

VENTA AUTORIZADA

RECIBI CONFORME

Impresores 2543-629. M. 09 87 40 20 92 • Fecha Imp. 09 Marzo 2015. Del 00001 al 01000. ORIGINAL: Cliente. Copia: Archivo

01/JUL/2015

3186097

Fecha: _____ Telfs.: _____ Cel.: _____

Nombre: CAÑIZARES PEÑA MARIA JOSE C.I.: 1717540379

Dirección: SAN PEDRO TABOADA

Modelos	Cantidad	Descripción	PVP
S-11-WMS07ZWTS	1	MICROON. 0.7' WRP DIG. BLANCO	207,76
EI2100	1	ENCIMERA INDUC.2Q EI2PVE GOB.	331,16

* Cotizaciones y precio sujetos a cambios sin previo aviso. * Somos contribuyentes especiales.



¡El crédito más económico y las cuotas más chiquititas!
OFERTA ESPECIAL EFECTIVO



SUB-TOTAL
DESCUENTO
TOTAL'

SUB-TOTAL	538,92
DESCUENTO	193,10
TOTAL'	345,82(*)

*Precio afiliado al Club Comeprecios

Regalos

Observaciones
EFECTIVO

Almacén
SANGOLQUI

Vendedor
TUTILLO KEVIN

Para hacerse acreedor de la promoción de Cuotas Gratis, debe cancelar PUNTUALMENTE todas y cada una de las cuotas de su Crédito.

TOTAL	
(-) Cuota Inicial	
(=) Saldo a financiar (1-2)	
(+) Interés	
(=) Saldo a financiar incluido intereses	

CUOTAS	
Número de cuotas gratis	
AHORRO EN DÓLARES POR CUOTAS GRATIS	
PRECIO FINAL A CRÉDITO	

PROMOCIÓN CUOTAS GRATIS	
1	
2	
3	
4	
5	
X	
6	
(2+3+4-5)	

PRECIO NORMAL	
1	345,82
2	
3	
4	
5	
X	
(2+3+4-5)	

* Ver condiciones de Crédito al reverso. PRECIOS INCLUYEN IVA

TERMALIMEX CIA. LTDA.

Dirección: RUMIPAMBA OE1-60 Y AV. 10 DE AGOSTO

R.U.C.: 1790162524001**SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES****RESOLUCION SRI No. 345 07/07/2004****PROFORMA: 0035620****Cliente :** MARÍA JOSÉ CAÑIZARES

Quito, 02 de Julio del 2015

Contacto :**Dirección :****Ciudad :** QUITO**Email :****R.U.C. :** 999999999**TELEFONO :****Cod. Vendedor :** LM

Pag. 1 de 1

No.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DSCTO.	P.TOTAL
1	2	Batidora semi-industrial de fabricación americana, KITCHEN AID KSM150 artesanal, de 5 cuartos de galón de capacidad, tazón de acero inoxidable con protector para evitar derrames, un batidor globo de alambre tipo D, un batidor plano tipo B, y un batidor de gancho tipo ED, control de 10 velocidades; motor de 325w.	397.60	0.00	795.20
2	1	Empacadora al vacío VACMASTER PRO260, especificación eléctrica 115/60/1	273.76	0.00	273.76
3	1	Termómetro digital COOPER DPP400W, rango de temperatura de -40 a 200 grados Centígrados.	22.86	0.00	22.86
4	1	Balanza digital YAMATO DKS-3002, capacidad para 0-1000 grs. x 1 gr. / 1000-2000 grs. x 2 gr. (4 lbs. x 0.1 onz.), plataforma de 15 x 12 cms. Incluye adaptador.	93.85	0.00	93.85
5	1	Espátula de silicona tipo cuchara SILIKOMART SPC36/C, soporta temperaturas de hasta 230°C. Dimensión 36 cm	18.65	0.00	18.65
6	1	Espátula de silicona tipo cuchara SILIKOMART SPC41/C, soporta temperaturas de hasta 230°C. Dimensión 41 cm	19.83	0.00	19.83
7	1	Rollo para empaque VACMASTER 946151-2, dimensiones 11.5 x 20"	11.12	0.00	11.12
7a	1	Rollo para empaque VACMASTER 946101, dimensiones 8x20"	8.89	0.00	8.89
			SUBTOTAL:		1,244.16
			DSCTO. :		0.00
			SUBTOTAL :		1,244.16
			TRANSPORTE:		0.00
			I.V.A. 12 %:		149.30
			TOTAL :		1,393.46

TERMINOS DE COMPRA VENTA

FORMA DE PAGO: A convenir.

PLAZO DE ENTREGA: Inmediato salvo pre-venta.

VALIDEZ DE LA OFERTA: 5 días a partir de la presente

NOTA.

"Los precios están sujetos a variación debido a las políticas arancelarias adoptadas por el Gobierno. En el caso de incremento de aranceles, salvaguarda, etc. que afecte a las partidas arancelarias dentro de las cuales se importa estos artículos, los precios serán modificados.

"Los precios ofertados se congelarán previa recepción de la Orden de Compra y/o pago del Anticipo correspondiente en caso de haberlo.

GARANTIA: Un (1) año contra defectos de fabricación. Se excluye de esta Garantía daños por fluctuaciones de voltaje, falta de limpieza y mantenimiento preventivo de los equipos de acuerdo a las recomendaciones del fabricante, negligencia y mal manejo de los mismos y repuestos de desgaste normal.

LUGAR DE ENTREGA: Bodegas de Termalimex en la ciudad de Quito. Termalimex podrá enviar la mercadería hasta la ciudad solicitada bajo costo, riesgo y responsabilidad del Cliente. Termalimex se exime de responsabilidad de cualquier daño que sufre la mercadería durante su transporte

Atentamente,
Liliana Mina A.
DPTO. COMERCIAL
TERMALIMEX CIA. LTDA.

Formularios

En _____ (Ciudad o Lugar) a _____ de _____ Año _____	
entre don _____ (Nombre de la Firma o Persona Empleadora) R.U.T. _____ con domicilio	
en _____ (Ciudad o Lugar) calle _____ N° _____	
y don _____ (Nombre Completo del Trabajador) R.U.T. _____ de nacionalidad _____	
nacido el _____ de _____ Año _____, domiciliado en calle _____	
N° _____ de estado civil _____ y procedente de _____	
se ha convenido en el siguiente CONTRATO DE TRABAJO, para cuyos efectos las partes convienen denominarse, respectivamente, EMPLEADO Y TRABAJADOR.	
<p>1º El Trabajador se compromete a ejecutar el trabajo de _____ (Indicar lo Concretamente)</p> <p>_____ (Indicar el giro del Negocio)</p> <p>_____ en el establecimiento de _____</p> <p>_____ denominad _____</p> <p>_____ (Ciudad o Lugar)</p> <p>y ubicada en _____ calle _____ N° _____</p> <p>pudiendo ser trasladado a otro domicilio, o labores similares, dentro de la ciudad, por causa justificada, sin que ello importe menoscabo para el Trabajador.</p>	
<p>2º La jornada de trabajo será la siguiente _____</p> <p>_____</p>	
<p>3º El tiempo extraordinario se pagará con el recargo legal y se cancelará conjuntamente con el respectivo sueldo-</p>	
<p>4º El Empleador se compromete a remunerar al Trabajador con la suma de \$ _____ (En Letras) _____ (Unidad de Tiempo)</p> <p>_____ como sueldo fijo por _____ (Expresar cantidad e indicar sobre que se basa)</p>	
<p>además se asigna al Trabajador una comisión de _____</p> <p>Las remuneraciones se pagarán _____ por _____ períodos vencidos, en dinero en efectivo, moneda nacional y del monto de ellas el Empleador hará las deducciones que establecen las leyes vigentes.</p>	
<p>5º El Empleador se compromete a suministrar al Trabajador los siguientes beneficios que aprecian las partes en la forma que se indica: (casa, luz, alimentación, combustible, etc.)</p> <p>_____</p>	
<p>6º El presente contrato durará _____ (Indicar el tiempo de duración o si este es indefinido)</p> <p>y podrá ponerse término cuando concurren para ello causas justificadas que, en conformidad a la ley, puedan producir su caducidad, o sea permitido dar al Trabajador el aviso de desahucio con 30 días de anticipación, o lo menos.</p>	
<p>7º Se entienden incorporadas al presente contrato todas las disposiciones legales que se dicten con posterioridad a la fecha de suscripción y que tengan relación con él.</p>	
<p>8º Se deja constancia que don _____</p> <p>ingresó al servicio el _____ de _____ Año _____</p>	
<p>_____</p> <p>FIRMA DEL TRABAJADOR</p>	<p>_____</p> <p>FIRMA DEL EMPLEADOR</p>
<p>_____</p> <p>CED. NAC. IDENTIDAD</p>	<p>_____</p> <p>CED. NAC. IDENTIDAD R.U.T.</p>

Tabulaciones:

No.	Pregunta	Opciones de respuesta	Código	SEGMENT		RESPUES TAS	PRUEBA DE ERROR	VALIDACI ON	SEGMENTO MUJERES		RESPUES TAS	PRUEBA DE ERROR	VALIDACI ON	SEGMENT	RESPUES TAS	PRUEBA DE ERROR	VALIDACI ON
				1	2				1	2							
1	¿Utiliza usted productos de pastillaje? Marque con una X su respuesta	1.- Si 2.- No	1.1 1.2	1	1	2	0	OK	1	1	2	0	OK	0	0	0	OK
2	¿Cuántas veces a la semana usa productos de pastillaje? Marque con una X su respuesta	a.- 1 vez por semana b.- 2 veces por semana c.- 3 veces por semana	2.1 2.2 2.3	1	1	2	0	OK	1	1	2	0	OK	0	0	0	OK
5.-	Marque con una X si usted adquiere sus productos para la decoración de pastelería en Bella azúcar	a.- Si b.- No	5.1 5.2	1	1	2	0	OK	1	1	2	0	OK	0	0	0	OK
6.-	¿A consumido usted productos y elaborados de pastelería como el fondant?	a.- Si	6.1	1	1	2	0	OK	1	1	2	0	OK	0	0	0	OK

11.-	¿A consumido usted productos de Servidisfraz ?	a.- Si	11,1	1	1	2	0	OK	1	1	2	0	OK	0	0	OK
		b.- No	11,2			0	0	OK			0	0	OK	0	0	OK
12.-	Si respondió SI, califique los productos de servidisfraz, marque con una X su respuesta															
	Tiene Buen Sabor		12,1													
		a.- Muy Bueno	12,1,1			0	0	OK			0	0	OK	0	0	OK
		b.- Bueno	12,1,2	1	1	2	0	OK	1	1	2	0	OK	0	0	OK
		c.- Regular	12,1,3			0	0	OK			0	0	OK	0	0	OK
	Buena textura		12,2			0					0					
		a.- Muy Bueno	12,2,1	1	1	2	0	OK	1	1	2	0	OK	0	0	OK
		b.- Bueno	12,2,2			0	0	OK			0	0	OK	0	0	OK
		c.- Regular	12,2,3			0	0	OK			0	0	OK	0	0	OK
	Facil de manipular		12,3			0										
		a.- Muy Bueno	12,3,1			0	0	OK			0	0	OK	0	0	OK
		b.- Bueno	12,3,2	1	1	2	0	OK	1	1	2	0	OK	0	0	OK
		c.- Regular	12,3,3			0	0	OK			0	0	OK	0	0	OK
	Buena Presentación		12,4													
		a.- Muy Bueno	12,4,1			0	0	OK			0	0	OK	0	0	OK
		b.- Bueno	12,4,2			0	0	OK			0	0	OK	0	0	OK
		c.- Regular	12,4,3	1	1	1			1	1	1					
		d.- Malo	12,4,4			1	1	OK			1	1	OK	0	0	OK
	Producto fresco		12,5													
		a.- Muy Bueno	12,5,1			0	0	OK			0	0	OK	0	0	OK
		b.- Bueno	12,5,2	1	1	2	0	OK	1	1	2	0	OK	0	0	OK
		c.- Regular	12,5,3			0	0	OK			0	0	OK	0	0	OK

N°	Pregunta	Número Encuesta	RESPUES TAS VALIDAS		PRUEBA DE ERROR		VALIDACI ÓN ERROR	SEGMENT O HOMBRES	RESPUES TAS VALIDAS		PRUEBA DE ERROR		VALIDACI ÓN ERROR
		1		2									
							0						
	Primer Nombre												
	Fondant	1	1	0	0	OK				0	0	0	OK
	Pasta de goma	1	1	0	0	OK				0	0	0	OK
				2									
	Segundo Nombre												
	Pasta de goma	1	1	0	0	OK				0	0	0	OK
	Pastillaje	1	1	0	0	OK				0	0	0	OK
				2									
	Tercer Nombre												
	Pastillaje	1	1	0	0	OK				0	0	0	OK
	Fondant	1	1	0	0	OK				0	0	0	OK
				2									
	Cuarto Nombre												
	Crema de mantequilla	1	1	0	0	OK				0	0	0	OK
	Merengue	1	4	0	0	OK				0	0	0	OK
				24									
	Quinto Nombre												
	Ganache	1	2	0	0	OK				0	0	0	OK
				0	0	OK				0	0	0	OK

PREGUNTA	OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIAS MENSUALES	RESPUESTAS SEGMENTO VALIDAS	PONDERACION ES/RESP	CALCULO
2.- ¿Cuántas veces a la	1 vez a la semana	4 veces al mes	2	4	8
veces a la	2 veces a la semana	8 vez al mes	0	8	0
	3 veces a la semana	12 al mes	0	12	0
				total compra	8
				Sumatoria re	2
			Frecuencia promedio acumulada	4,00	MESES

13.- De los siguientes presupuestos semanales de compra que encuentra a continuación, señale aquel donde considere que el gasto semanal en productos elaborados de pastelería es RAZONABLE.

OPCIONES RESPUEST A	RESPUEST AS VALIDAS	PONDERACIONES
10,00	1	10,00
20,00	1	20,00
30,00		-
40,00		-
50,00		-
TOTAL	2	30,00
Puntuación promedio ponderada		62,34

4. ¿Cuánto tiempo se demora elaborando sus productos de pastillaje en casa?

OPCIONES RESPUESTA	RESPUESTAS VALIDAS	PONDERACIONES
10	0	-
15	1	15,00
20	1	20,00
30	0	-
TOTAL	2	35,00
frecuencia promedio ponderada		21,07

10. ¿Cuánto gasta en productos para pastelería semanalmente?

OPCIONES RESPUEST A	RESPUEST AS VALIDAS	PONDERACIONES
5	0	-
10	1	10,00
15	0	-
20	1	20,00
25	0	-
30	0	-
35	0	-
TOTAL	2	30,00
icia promedio ponderada		14,69

SEGMENTO MUJERES				
pregunta	OPCIONES DE MÁXIMA PREFERENCIA	RESPUESTAS VALIDAS	SUMATORIA DE RESPUESTAS VÁLIDAS	PESO RELATIVO
8. ¿Ha consumido usted productos de Bella azúcar?	si	1	1	50,00%
	No	1	1	50,00%
TOTAL		2	2	100,00%

SEGMENTO MUJERES				
pregunta	OPCIONES DE MÁXIMA PREFERENCIA	RESPUESTAS VALIDAS	SUMATORIA DE RESPUESTAS VÁLIDAS	PESO RELATIVO
5. Marque con una X si usted adquiere sus productos para la decoración de pastelería en Bella	si	2	2	100,00%
	No	0	-	0,00%
TOTAL		2	2	100,00%

SEGMENTO MUJERES				
pregunta	OPCIONES DE MÁXIMA PREFERENCIA	RESPUESTAS VALIDAS	SUMATORIA DE RESPUESTAS VÁLIDAS	PESO RELATIVO
11. ¿Ha consumido usted productos de Servidisfraz?	si	2	2	100,00%
	No	0	-	0,00%
TOTAL		2	2	100,00%

SEGMENTO MUJERES				
pregunta	OPCIONES DE MÁXIMA PREFERENCIA	RESPUESTAS VALIDAS	SUMATORIA DE RESPUESTAS VÁLIDAS	PESO RELATIVO
¿Ha consumido usted productos de pastelería ya elaborados como el fondant?	si	1	1	100,00%
	No	0	-	0,00%
TOTAL		1	1	100,00%

Bella Azúcar	Marcas de Calidad						RESULTADOS DE LOS PROMEDIOS	
	2	1	0	-1	-2		Ponderado competidor Bella Azúcar	Ponderado competidor servidistraz
	Muy bueno	Bueno	Regular	Insuficiente	Malo			
	Tiene Buen Sabor	1				Tiene un feo sabor	1,00	1,29
	Tiene Buena textura		1			Tiene mala textura	0,00	0,93
	Facil de manipular		1			Difícil de manipular	0,00	0,88
	Buena presentación	1				Mala presentación	1,00	0,80
	Producto Fresco		1			Producto no fresco	0,00	1,12

Servidisfraz	Marcas de Cl	2	1	0	-1	-2		RESULTADOS DE LOS PROMEDIOS		
		MUY Bueno	Bueno	Regular	Insuficiente	Malo		Promedio ponderado competidor 2 PRONACA	Promedio ponderado competidor 2	
	Tiene Buen Sabor		2					Tiene un feo sabor	1,00	
	Buena textura		2					Mala textura	1,00	
	Facil de manejar		2					Difícil de manipular	1,00	
	Buena presentación			1		1				
	Producto fresco		2					Mala presentación	-1,00	
								Producto no fresco	1,00	

PROYECTO Mundo Caramelo**PORCENTAJE DE APOORTE**

INVERSION	TOTAL	APOORTE SOCIOS	APOORTE A FINANCIAR
Terrenos	-		-
Edificios / Adecuaciones	115,00		115,00
Maquinaria y Muebles	2.457,00		2.457,00
Vehículos	18.000,00		18.000,00
Equipos de computo	3.434,00		3.434,00
Capital de trabajo	4.094,00	9.130,00	(5.036,00)
TOTAL INVERSION	28.100,00	9.130,00	18.970,00
PARTICIPACION	100,00%	32,49%	67,51%

REGRESAR AL MENU PRINCIPAL**IR A ANALISIS RESULTADOS**

COSTO DE PRODUCTO 1

PRODUCTOS	PRODUCCION		
	UNIDADES VENDIDAS	%	USD \$
	200,00	100,00%	2.972,67
SUMAN	200,00	100,00%	2.972,67
DESPERDICIOS	0%	-	11,11%
TOTAL	200,00	111,11%	2.972,67

COSTO DE PRODUCCION				
PRODUCTOS	MP	MOD	CIF	USD \$
	2,16	2.076,01	894,50	2.972,67
TOTAL	2,16	2.076,01	894,50	2.972,67

COSTOS VARIABLES	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO \$	USD \$
Materia Prima 1	Gramos	200,00		-
Azucar Impalpable		1	2,11	2,11
Gelatina sin sabor		0,02	0,49	0,01
Glucosa		0,08	0,32	0,03
Glicerina		0,06	0,15	0,01
Manteca Vegetal		0,04	0,06	0,00
SUMAN				2,16

COSTOS FIJOS

MANO DE OBRA DIRECTA	# TRABAJ.	VALOR UN.	USD \$
Nómina de Obreros	2	760,00	1.520,00
Beneficios Sociales	2	185,67	371,33
Aporte Patronal 12.15% Producción	2	92,34	184,68
Uniformes	-	-	-
Otros	-	-	-
SUMAN	2		\$ 2.076,01

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION

	USD \$
Nómina Gastos Indirectos	360,00
Benef. Sociales Nómina Indirecta	89,50
Aporte Patronal 12.15% Administración	30,00
Mantenimiento	100,00
Servicios Basicos:	
Energía Electrica	30,00
Agua	15,00
Telefono	20,00
Gastos Movilización	100,00
Gastos mantenimiento	50,00
Gastos de papelería impresa, suministros de computación, suministros de limpieza, correspondencia, gastos de transporte, mantenimiento de instalaciones, maquinarias y equipos y equipos de computación, y gastos varios	100,00
SUMAN	\$ 894,50

COSTO DE PRODUCCION

\$ 2.972,67

COSTO DE PRODUCTO 2

PRODUCTOS	PRODUCCION		
	UNIDADES VENDIDAS	%	USD \$
	300,00	100,00%	417,62
SUMAN	300,00	100,00%	417,62
DESPERDICIOS 0%	-	11,11%	
TOTAL	300,00	111,11%	417,62

COSTO DE PRODUCCION				
PRODUCTOS	MP	MOD	CIF	USD \$
	2,62	-	415,00	417,62
TOTAL	2,62	-	415,00	417,62

COSTOS VARIABLES	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO \$	USD \$
Materia Prima 1	Gramos	300,00		-
Azúcar		1,350	1,39	1,88
Glucosa		0,405	1,83	0,74
				-
SUMAN				2,62

COSTOS FIJOS

MANO DE OBRA DIRECTA	# TRABAJ.	VALOR UN.	USD \$
Nómina de Obreros	-	760,00	-
Beneficios Sociales	-	185,67	-
Aporte Patronal 12.15% Producción	-	92,34	-
Uniformes	-	-	-
Otros	-	-	-
SUMAN	-		\$ -

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION

	USD \$
	100,00
	30,00
	15,00
	20,00
	100,00
	50,00
	100,00
SUMAN	\$ 415,00
COSTO DE PRODUCCION	\$ 417,62

COSTO DE PRODUCTO 3

PRODUCTOS	PRODUCCION		
	KILOS VENDIDOS	%	USD \$
	350,00	100,00%	317,14
SUMAN	350,00	100,00%	317,14
DESPERDIC	0%	-	11,11%
TOTAL	350,00	111,11%	317,14

COSTO DE PRODUCCION				
PRODUCTO	MP	MOD	CIF	USD \$
	2,14	-	315,00	317,14
TOTAL	2,14	-	315,00	317,14

COSTOS VARIABLES	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO \$	USD \$
Materia Prima 1	Gramos	350,00		-
Glucosa		0,080	0,32	0,03
Acido citrico		0,002	0,00	0,00
Manteca		0,020	0,03	0,00
CMC		0,005	0,26	0,00
Azúcar Impalpable		1	2,11	2,11
SUMAN				2,14

COSTOS FIJOS

MANO DE OBRA DIRECTA	# TRABAJ.	VALOR UN.	USD \$
Nómina de Obreros	-	760,00	-
Beneficios Sociales	-	185,67	-
Aporte Patronal 12.15% Producción	-	92,34	-
Uniformes	-	-	-
Otros	-	-	-
SUMAN	-	-	\$ -

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	USD \$
	100,00
	30,00
	15,00
	20,00
	100,00
	50,00
SUMAN	\$ 315,00
COSTO DE PRODUCCION	\$ 317,14

COSTO DE PRODUCTO 4

PRODUCTOS	PRODUCCION		
	KILOS VENDIDOS	%	USD \$
	100,00	100,00%	315,44
SUMAN	100,00	100,00%	315,44
DESPERDICIOS 2%	2,04	11,11%	
TOTAL	102,04	111,11%	315,44

COSTO DE PRODUCCION				
PRODUCTOS	MP	MOD	CIF	USD \$
	0,44	-	315,00	315,44
TOTAL	0,44	-	315,00	315,44

COSTOS VARIABLES	DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO \$	USD \$
Materia Prima 1	Gramos	102,04		-
Claros de huevo		0,070	0,25	0,02
Azúcar Impalpable		0,350	1,21	0,42
				-
SUMAN				0,44

COSTOS FIJOS

MANO DE OBRA DIRECTA	# TRABAJ.	VALOR UN.	USD \$
Nómina de Obreros	-	760,00	-
Beneficios Sociales	-	185,67	-
Aporte Patronal 12.15% Producción	-	92,34	-
Uniformes	-	-	-
Otros	-	-	-
SUMAN	-	\$	-

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	USD \$
	100,00
	30,00
	15,00
	20,00
	100,00
	50,00
SUMAN	\$ 315,00
COSTO DE PRODUCCION	\$ 315,44

PROYECTO Mundo Caramelo

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO

AÑOS 1 AL 5

REGRESAR AL MENU PRINCIPAL
IR A ANALISIS RESULTADOS

	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
	1	2	3	4	5
INGRESOS POR VENTAS	110.550	196.020	215.622	237.184	260.903
TOTAL DE INGRESOS	110.550	196.020	215.622	237.184	260.903
COSTOS DE VENTAS	66.655	117.366	129.103	142.013	156.215
TOTAL DE COSTOS	66.655	117.366	129.103	142.013	156.215
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	43.895	78.654	86.519	95.171	104.688
GASTOS	35.460	38.996	42.397	45.099	49.120
TOTAL DE GASTOS	35.460	38.996	42.397	45.099	49.120
UTILIDAD OPERACIONAL	8.434	39.658	44.122	50.072	55.568
GASTOS FINANCIEROS	-2.308	-1.692	-695	0	0
UTILIDAD ANTES DE PART. E IMP.	6.126	37.966	43.427	50.072	55.568
PARTICIPACION TRABAJADORES	919	5.695	6.514	7.511	8.335
UTILIDA NETA ANTES DE IMPUESTOS	5.207	32.271	36.913	42.561	47.233
IMPUESTOS	1.409	8.353	9.554	11.016	12.225
UTILIDAD NETA	3.798	23.919	27.359	31.545	35.008

PRESUPUESTO DE GASTOS														
GASTOS GENERALES	COSTO MES EMPRESA	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
SUELDOS	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	18,591
ROMINA ADMINISTR Y VENTAS	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	18,591
TOTAL DE SUELDOS	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	18,591
GASTOS	MENSUAL													
Arrendos	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	5,400
Servicios Básicos	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1,800
Comisiones	0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Publicidad	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600
Seguros	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600
Otros (detallar)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1,200
Edificios y adecuaciones	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1,200
Seguridad y alcuotas	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	3,000
Depreciación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTA	1,150	1,150	1,265	1,265	1,265	1,265	1,265	1,565	1,565	1,565	1,565	1,565	1,565	16,869
GASTOS TOTALES	2,699	2,699	2,815	2,815	2,815	2,815	2,815	3,115	3,115	3,115	3,115	3,115	3,115	35,460
TOTAL FIJOS														
TOTAL VARIABLES			2,199	2,315	2,315	2,315	2,315	2,315	2,615	2,615	2,615	2,615	2,615	2,615
PORCENTAJE VARIABLES			0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

REGRESAR AL MENU PRINCIPAL

PROYECTO Mundo Caramelo
INVERSION REQUERIDA

	ANÁLISIS DE SUELDOS												
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
INGRESOS DE FONDOS	4.125	7.725	8.100	8.100	10.500	10.500	8.700	9.600	7.200	9.900	11.100	15.000	110.550
INGRESOS	4.125	7.725	8.100	8.100	10.500	10.500	8.700	9.600	7.200	9.900	11.100	15.000	110.550
INGRESOS FINANCIEROS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FINANCIAMIENTO EXTERNO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
EGRESOS DE FONDOS	13.338	7.683	8.214	8.215	8.412	17.412	17.605	8.608	8.497	9.005	9.309	9.824	126.122
COSTOS DE VENTA	4.653	4.869	5.390	5.390	5.597	5.597	5.490	5.494	5.383	5.890	6.194	6.709	66.655
GASTOS OPERACIONALES	2.699	2.815	2.815	2.815	2.815	2.815	3.115	3.115	3.115	3.115	3.115	3.115	35.460
INVERSION EN ACTIVOS	5.986	0	10	10	0	9.000	9.000	0	0	0	0	0	24.006
PAGO DE FINANCIAMIENTO EXTERNO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FLUJO NETO DE FONDOS MENSUAL	-9.213	42	-114	-115	2.088	-6.912	-8.905	992	-1.297	895	1.791	5.176	-15.572
NECESIDAD DE FONDOS ACUMULADO	-9.213	-9.171	-9.286	-9.400	-7.312	-14.224	-23.129	-22.138	-23.435	-22.539	-20.748	-15.572	
INVERSION REQUERIDA TOTAL	9.800	0	100	100	0	6.900	8.900	0	1.300	0	0	0	27.100
FLUJO DE FONDOS ACUMULADO	587	629	614	600	2.688	2.676	2.671	3.662	2.365	3.261	5.052	10.228	
TASA ACTIVA BANCARIA	11,00%												
TASA PASIVA BANCARIA	2,00%												
				REGRESAR	AL MENU	PRINCIPAL							

PROYECTO Mundo Caramelo
ESTADO DE FLUJO DE FONDOS
AÑO 1

REGRESAR AL MENU PRINCIPAL

IR A ANALISIS RESULTADOS

	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	ACUMULADO 1er AÑO
FLUJO DE OPERACIÓN													
UTILIDAD OPERACIONAL DEL MES	-3.227	42	-104	-105	2.088	2.088	95	992	-1.297	895	1.791	5.176	8.434
+ DEPRECIACIÓN	0	115	115	115	115	115	415	415	415	415	415	415	3.069
- PAGO PARTICIPACIÓN LABORAL													0
- PAGO IMPUESTO A LA RENTA	-4.125	-7.725	-8.100	-8.100	-10.500	-10.500	-8.700	-9.600	-7.200	-9.900	-11.100	-15.000	-110.550
- VENTAS	4.125	7.725	8.100	8.100	10.500	10.500	8.700	9.600	7.200	9.900	11.100	15.000	110.550
+ COBRO DE CUENTAS POR COBRAR													
TOTAL DE FLUJO DE OPERACIÓN	-3.227	157	11	11	2.203	2.203	511	1.407	-882	1.311	2.207	5.592	11.503
FLUJO DE INVERSION													
COMPRA DE ACTIVOS FIJOS	5.986	0	10	10	0	9.000	9.000	0	0	0	0	0	24.006
TOTAL DE FLUJO DE INVERSION	5.986	0	10	10	0	9.000	9.000	0	0	0	0	0	24.006
TOTAL DE FLUJO OPERATIVO E INVERSIÓN	-9.213	157	1	1	2.203	-6.797	-8.489	1.407	-882	1.311	2.207	5.592	-12.503
FLUJO DE FINANCIAMIENTO													
APORTE PROPIO	9.130	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9.130
FINANCIAMIENTO DE TERCEROS	18.970	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	18.970
PAGO DE CUOTA DE CRÉDITO	0	-658	-658	-658	-658	-658	-658	-658	-658	-658	-658	-658	-7.234
PAGO DE CRÉDITOS ANTERIORES	-200	-200	-200	-200	-200	-200	-200	-200	-200	-200	-200	-200	-2.400
TOTAL DE FLUJO DE FINANCIAMIENTO	27.900	-858	-858	-858	-858	-858	-858	-858	-858	-858	-858	-858	18.466
TOTAL DE FLUJO DE FONDOS DEL PERÍODO	18.687	-701	-857	-857	1.346	-7.654	-9.347	549	-1.733	453	1.349	4.734	5.964
SALDO INICIAL	0	18.687	17.986	17.130	16.273	17.619	9.964	618	1.167	-573	-120	1.230	0
SALDO FINAL DE FONDOS	18.687	17.986	17.130	16.273	17.619	9.964	618	1.167	-573	-120	1.230	5.964	5.964

AÑO 4		MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	ACUMULADO
	UTILIDAD OPERACIONAL DEL MES	4.086	4.181	4.181	4.181	4.181	4.181	4.181	4.181	4.181	4.181	4.181	4.181	50.072
	MAS TRANSACCIONES QUE NO SON EFECTIVO:													
	• DEPRECIACION	415	321	321	321	321	321	321	321	321	321	321	321	3.946
	• VENTAS	-19.765	-19.765	-19.765	-19.765	-19.765	-19.765	-19.765	-19.765	-19.765	-19.765	-19.765	-19.765	-237.184
	• COBRO DE CUENTAS POR COBRAR	19.765	19.765	19.765	19.765	19.765	19.765	19.765	19.765	19.765	19.765	19.765	19.765	237.184
	• COMPRA DE ACTIVOS FIJOS	-200	-200	-200	-200	-200	-200	-200	-200	-200	-200	-200	-200	-2.400
	• PAGO DE PARTICIPACION LABORAL	-	-	-	-6.514	-	-	-	-	-	-	-	-	-6.514
	• PAGO DE IMPUESTO A LA RENTA	-	-	-	-3.554	-	-	-	-	-	-	-	-	-9.554
	FLUJO OPERACIONAL	4.301	4.301	4.301	-11.766	4.301	4.301	4.301	4.301	4.301	4.301	4.301	4.301	35.550
	• PAGO DE CUOTA BANCARIA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-658
	• PAGO DE CREDITOS ANTERIORES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
	TOTAL DE FLUJO MENSUAL	3.644	4.301	4.301	-11.766	4.301	4.301	4.301	4.301	4.301	4.301	4.301	4.301	34.892
	FLUJO ACUMULADO	66.399	70.701	75.002	63.236	67.537	71.839	76.140	80.442	84.743	89.045	93.346	97.648	97.648
	AÑO 5	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	ACUMULADO
	UTILIDAD OPERACIONAL DEL MES	4.631	4.631	4.631	4.631	4.631	4.631	4.631	4.631	4.631	4.631	4.631	4.631	55.568
	MAS TRANSACCIONES QUE NO SON EFECTIVO:													
	• DEPRECIACION	321	321	321	321	321	321	321	321	321	321	321	321	3.851
	• VENTAS	-21.742	-21.742	-21.742	-21.742	-21.742	-21.742	-21.742	-21.742	-21.742	-21.742	-21.742	-21.742	-260.903
	• COBRO DE CUENTAS POR COBRAR	21.742	21.742	21.742	21.742	21.742	21.742	21.742	21.742	21.742	21.742	21.742	21.742	260.903
	• COMPRA DE ACTIVOS FIJOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
	• PAGO DE PARTICIPACION LABORAL	-	-	-	-7.511	-	-	-	-	-	-	-	-	-7.511
	• PAGO DE IMPUESTO A LA RENTA	-	-	-	-11.016	-	-	-	-	-	-	-	-	-11.016
	FLUJO OPERACIONAL	4.952	4.952	4.952	-13.575	4.952	4.952	4.952	4.952	4.952	4.952	4.952	4.952	40.893
	• PAGO DE CUOTA BANCARIA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
	• PAGO DE CREDITOS ANTERIORES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
	TOTAL DE FLUJO MENSUAL	4.952	4.952	4.952	-13.575	4.952	4.952	4.952	4.952	4.952	4.952	4.952	4.952	40.893
	FLUJO ACUMULADO	102.599	107.551	112.502	98.928	103.879	108.831	113.782	118.734	123.686	128.637	133.589	138.540	138.540

PROYECTO Mundo Caramelo						
FLUJO DE FONDOS PROYECTADO ANUAL				REGRESAR	AL MENU	PRINCIPAL
				IR A	ANALISIS	RESULTADOS
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
VENTAS DEL PERIODO	110.550	196.020	215.622	237.184	260.903	
COSTO DE VENTAS	-66.655	-117.366	-129.103	-142.013	-156.215	
GASTOS OPERACIONALES	-35.460	-38.996	-42.397	-45.099	-49.120	
UTILIDAD OPERACIONAL DEL MES	8.434	39.658	44.122	50.072	55.568	
MAS TRANSACCIONES QUE NO SON EFECTIVO:						
+ DEPRECIACION	3.069	4.985	4.985	3.946	3.851	
- VENTAS	-110.550	-196.020	-215.622	-237.184	-260.903	
+ COBRO DE CUENTAS POR COBRAR	110.550	196.020	215.622	237.184	260.903	
- COMPRA DE ACTIVOS FIJOS	-24.006	-2.400	-2.400	-2.400	-	
- PAGO DE PARTICIPACION LABORAL	-	-919	-5.695	-6.514	-7.511	
- PAGO DE IMPUESTO A LA RENTA	-	-1.409	-8.353	-9.554	-11.016	
FLUJO OPERACIONAL	-12.503	39.915	32.659	35.550	40.893	
+ APORTE DE SOCIOS	9.130					
- PRESTAMOS RECIBIDOS	18.970					
- PAGO DE CUOTAS DE PRESTAMOS	-7.234	-7.891	-7.891	-658	-	
- PAGO DE CREDITOS ANTERIORES	-2.400	-	-	-	-	
FLUJO DE FONDOS DE FINANCIAMIENTO	18.466	-7.891	-7.891	-658	-	
FLUJO DE FONDOS ANUAL	5.964	32.024	24.768	34.892	40.893	
FLUJO DE FONDOS INICIAL		5.964	37.987	62.756	97.648	
FLUJO DE FONDOS ACUMULADO	5.964	37.987	62.756	97.648	138.540	

PROYECTO Mundo Caramelo
PRESUPUESTO DE SUELDOS

[REGRESAR](#) [AL MENU](#) [PRINCIPAL](#)
[IR A](#) [ANALISIS](#) [RESULTADOS](#)
[REGRESE A GASTOS OPERATIVOS](#)

NOMINA ADMINISTRATIVA Y VENTAS

CONCEPTO		SUELDO ADMINISTR	SUELDO VENDED	SUELDO Ventas	SUELDO 4	SUELDO 5	TOTAL ADMIN Y VTA
CARGO							
SUELDO TRABAJADOR	354,00	400,00	380,00	354,00			1.134,00
+ IESS PATRONAL	12,15%	48,60	46,17	43,01	-	-	137,78
13er. SUELDO	8,33%	33,33	31,67	29,50	-	-	94,50
14to. SUELDO	29,50	29,50	29,50	29,50	-	-	88,50
FONDOS DE RESERVA		33,33	31,67	29,50	-	-	94,50
COSTO PARA EMPRESA		544,77	519,00	485,51	-	-	1.549,28

NOMINA FABRICACION INDIRECTA

CONCEPTO		SUELDO Caja	SUELDO 2	SUELDO 3	SUELDO 4	SUELDO 5	TOTAL SUPERVISION
CARGO							
SUELDO TRABAJADOR		360,00					360,00
+ IESS PATRONAL	12,15%	43,74	-	-	-	-	43,74
13er. SUELDO	8,33%	30,00	-	-	-	-	30,00
14to. SUELDO	29,50	29,50	-	-	-	-	29,50
FONDOS DE RESERVA		30,00	-	-	-	-	30,00
COSTO PARA EMPRESA		493,24	-	-	-	-	493,24

NOMINA OBREROS

CONCEPTO		SUELDO Cocinero Polifuncional	SUELDO Cocinero Polifuncion	SUELDO 3	SUELDO 4	SUELDO 5	TOTAL SUPERVISION
CARGO							
SUELDO TRABAJADOR		380,00	380,00				760,00
+ IESS PATRONAL	12,15%	46,17	46,17	-	-	-	92,34
13er. SUELDO	8,33%	31,67	31,67	-	-	-	63,33
14to. SUELDO	29,50	29,50	29,50	-	-	-	59,00
FONDOS DE RESERVA		31,67	31,67	-	-	-	63,33
COSTO PARA EMPRESA		519,00	519,00	-	-	-	1.038,01

PROYECTO Caramelo				IR A ANALISIS RESULTADOS		
BALANCE GENERAL INICIAL Y PROYECTADOS				REGRESAR AL MENU PRINCIPAL		
PASIVO CORRIENTE						
OBLIGACIONES LABORALES	-	919	5.695	6.514	7.511	8.335
IMPUESTOS POR PAGAR	-	1.409	8.353	9.554	11.016	12.225
PRESTAMO BANCARIO CORTO PLAZO	-	6.759	7.196	649	-	-
TOTAL PASIVO CORRIENTE	-	9.087	21.243	16.717	18.527	20.560
PRESTAMO A LARGO PLAZO	14.465	7.286	649	-	-	-
TOTAL PASIVO	14.465	16.372	21.893	16.717	18.527	20.560
PATRIMONIO						
CAPITAL	9.130	9.130	9.130	9.130	9.130	9.130
UTILIDADES RETENIDAS	-	-	3.798	27.717	55.076	86.621
UTILIDADES DEL EJERCICIO	-	3.798	23.919	27.359	31.545	35.008
TOTAL PATRIMONIO	9.130	12.928	36.847	64.206	95.751	130.759
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	23.595	29.301	58.739	80.923	114.277	151.319
DIFERENCIA	4.305	-2.400	-2.400	-2.400	-2.408	-2.408

PROYECTO Mundo Caramelo				IR A ANALISIS RESULTADOS		
INDICADORES FINANCIEROS				REGRESAR AL MENU PRINCIPAL		
INDICE FINANCIERO	RELACION UTILIZADA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LIQUIDEZ	Activo Cte./Pasivo Cte.	0,66	1,79	3,75	5,27	6,74
DEUDA	Pasivo/Activos	60,86%	38,86%	21,29%	16,56%	13,81%
MARGEN DE CONTRIBUCION	Margen de Contrib./Ingresos	39,71%	40,13%	40,13%	40,13%	40,13%
UTILIDAD OPERACIONAL	Utilidad Operación/Ingresos	7,63%	20,23%	20,46%	21,11%	21,30%
UTILIDAD NETA	Utilidad Neta/Ingresos	3,44%	12,20%	12,69%	13,30%	13,42%
RENDIMIENTO DE ACTIVOS	Utilidad Neta/Activos	13,61%	42,45%	34,84%	28,20%	23,51%
RENDIMIENTO SOBRE INVERSION	Utilidad Neta/Capital	41,60%	261,98%	299,66%	345,51%	383,44%