



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

**“PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA ESPECIALIZADA EN TORTAS Y BOCADITOS TEMÁTICOS, EN
EL CANTON RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO 2016”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

LICENCIADA EN GESTIÓN GASTRONÓMICA

Elaborado por:

LILIANA DEL PILAR FLORES LEMA

RIOBAMBA – ECUADOR

2016

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Liliana del Pilar Flores Lema, declaro que el siguiente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos contantes en el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 04 de Enero del 2017

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Liliana Flores', with a long horizontal stroke extending to the right.

Liliana del Pilar Flores Lema
CI. 060388564-1

AGRADECIMIENTO

Debo agradecer de manera especial a todas aquellas personas que con su ayuda han colaborado con la realización de este Trabajo de Titulación. En especial a mis padres por brindarme su confianza y apoyo incondicional, por estar en cada momento de mi vida dándome su amor absoluto. Por cada esfuerzo que realizaron para que saliera adelante y hacerme hoy una Lic. En Gestión Gastronómica. A mis hermanas por su comprensión, motivación y apoyo emocional.

A los Tutores de la Comisión de Emprendimiento que me colaboraron en la elaboración de este proyecto guiándome con sus conocimientos y consejos. Y finalmente pero no por ello menos importante a Dios por darme la fuerza y ayudarme a culminar esta etapa de mi vida.

A todos muchas gracias.

DEDICATORIA

Porque el camino que he labrado hasta este momento ha sido fruto de la paciencia y amor infinito de mis padres Rosendo y Teresa, porque he tenido la fortuna de aun tenerlos junto a mí que han sido un ejemplo de vida y realmente las mejores personas que he conocido, porque he compartido ocurrencias y experiencias de vida maravillosas con mis hermanas y sobrinos. A todos mis amigos del alma que conocí en diferentes etapas de mi vida, les dedico, con humildad el esfuerzo, dedicación y empeño que he puesto en el presente proyecto de titulación profesional.

Con Cariño:

Liliana del Pilar Flores Lema.

INDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
INDICE GENERAL	v
INDICE CUADROS	x
INDICE TABLAS	xi
INDICE DE GRÁFICOS	xiv
RESUMEN	¡Error! Marcador no definido.
SUMMARY	¡Error! Marcador no definido.
I. INTRODUCCIÓN	18
II. OBJETIVOS.....	19
III. MARCO TEÓRICO.....	20
3.1. BOCADITOS.....	20
3.1.1. Definición	20
3.1.2. ¿De qué están formados?	20
3.1.3. Generalidades.....	20
3.2. TORTAS.....	22
3.2.1. Introducción	22
3.2.2. Definición	23
3.2.3. Origen e Historia.....	23
3.2.4. Tipos de tortas.....	24
3.3. EVENTOS	25
3.3.1. Tipos de Eventos:.....	25
3.4. FIESTAS TEMÁTICAS.....	27
3.4.1. Fiesta tropical o hawaiana:	27
3.4.2. Fiesta Retro:	27
3.4.3. Temática medieval:.....	28
3.4.4. Black & White	28
3.4.5. Halloween:	28
3.5. Definición de EMPRESA:	28
3.5.1. Importancia de la Empresa	29
3.5.2. Clasificación de la Empresa.....	29

3.5.3. Factores que Intervienen en las Funciones de una Empresa.....	31
3.5.4. Estudio de factibilidad	32
3.6.1. Estudio de mercado.....	33
3.5.2. Estudio técnico.....	33
3.5.3. Estudio de factibilidad medio ambiental	34
3.5.4. Estudio de factibilidad económica-financiera.....	34
IV. MARCO CONCEPTUAL	35
V. DESARROLLO DEL PROYECTO	36
1. FASES DEL PROYECTO EMPRESARIAL.....	36
1.1. LLUVIA DE IDEAS.	37
1.1.1. Selección inicial de las ideas	37
1.1.2. Evaluación final de las ideas.....	37
1.2. JUSTIFICACIÓN	38
1.3. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	39
1.3.1. Nombre del Emprendimiento.....	39
1.3.2. Tipo de Empresa	39
1.3.3. Misión... ..	40
1.3.4. Visión... ..	40
1.3.5. Objetivo.....	40
1.3.6. Políticas.....	40
1.3.7. Estrategias	41
1.3.8. Valores	41
1.3.9. Distingos y ventajas competitivas.....	42
1.3.10. FODA.....	43
1.4. METODOLOGÍA APLICADA.....	44
1.4.1. Universo.....	44
1.4.2. Muestra	44
1.4.3. Estratificación	45
1.4.4. Instrumentos o técnicas a utilizarse	45
1.4.5. Fuentes de investigación.....	45
1.5. Tabulación y análisis de resultados	46
2. ESTUDIO DE MERCADO	59
2.1. DEMANDA	59
2.2. OFERTA.....	59
2.3. CRECIMIENTO POBLACIONAL.....	60

2.4. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA FUTURA.....	61
2.5. PROYECCIÓN DE LA OFERTA FUTURA.....	62
2.6. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA	63
2.7. MIX DE MERCADO	64
2.7.1. Producto / servicio	64
2.7.2. Precio..	66
2.7.3. Distribución	67
2.7.4. Comunicación	67
2.8. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO O MERCADO OBJETIVO	68
3.10. COMPETENCIA	69
3.11. ANÁLISIS DEL SECTOR	69
3.12. CARGOS Y FUNCIONES DEL ÁREA COMERCIAL.....	70
3.13. DETERMINACIÓN DE INVERSIONES Y GASTOS DEL ÁREA COMERCIAL...	71
2.8.1. Inversiones	71
2.8.2. Gastos	71
4. ESTUDIO TÉCNICO	72
4.1. DETERMINACION DEL TAMAÑO DE LA EMPRESA.....	72
4.2. CAPACIDAD DE LA PLANTA.....	72
4.3. LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA	72
4.4. RECETAS ESTÁNDAR	73
4.5. PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL PRODUCTO (B/S)	74
4.6. FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN	75
4.7. DISEÑO DE PLANTA.....	77
4.7.1. Descripción de la planta.....	77
4.8. REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO	79
5. ANÁLISIS DE LA INVERSIÓN.....	81
5.1. ESTRUCTURA DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	81
5.1.1. Consumo de servicios básicos	81
5.1.2. Combustible	81
5.1.3. Mantenimiento	82
5.1.4. Depreciación	82
5.1.5. Materia Prima Directa.....	83
5.1.6. Mano de obra directa	84
5.1.7. Sueldo ventas	84

5.2. REQUERIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS AREA PRODUCCIÓN.....	85
5.3. PROGRAMA PRE – OPERATIVO.....	88
5.3.1. Pruebas.....	89
5.3.2. Muestras.....	89
5.3.3. Degustaciones.....	89
5.3.4. Control de calidad.....	89
6. ESTUDIO AMBIENTAL.....	90
7. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL.....	91
7.6. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	91
7.6.1. Área administrativa.....	91
7.6.2. Área productiva.....	92
7.6.3. Área comercial.....	93
7.7. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA.....	94
7.8. PROCESO DE SELECCIÓN Y CONTRATACION DEL TALENTO HUMANO.....	95
7.8.1. Descripción de puestos de Trabajo.....	95
7.8.2. Perfil de los trabajadores.....	96
7.8.3. Costos salariales.....	96
7.8.4. Proceso de reclutamiento, selección, contratación e inducción al puesto de trabajo.....	96
7.9. MARCO LEGAL.....	98
7.9.1. Ley de defensa del artesano.....	98
8. ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO.....	108
8.1. ANÁLISIS DE LA INVERSIÓN.....	108
8.2. ESTADO DE FUENTES Y USOS.....	109
8.3. TOTAL DE LA INVERSIÓN.....	110
8.4. FINANCIAMIENTO.....	110
8.5. AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO.....	110
8.6. AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO.....	111
8.7. PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	111
8.8. PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN.....	112
8.9. PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTA.....	112
8.10. PRESUPUESTO INGRESOS Y EGRESOS.....	113
8.11. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	114
8.11.1. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA.....	115
8.12. FLUJO DEL EFECTIVO.....	116

9. EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA	117
9.1. EVALUACIÓN ECONÓMICA	117
9.1.1. Liquidez o Prueba Acida.....	117
9.2. EVALUACIÓN FINANCIERA	118
9.2.1. FNE.....	118
9.2.2. VAN.....	118
9.2.3. TIR.....	119
9.2.4. TMR.....	119
9.2.5. PRI.....	120
9.2.6. R B/C... ..	121
9.2.7. Punto de Equilibrio	122
10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	125
CONCLUSIONES.....	125
RECOMENDACIONES.....	126
12. BIBLIOGRAFIA	127
13. ANEXOS	130

INDICE CUADROS

CUADRO N° 1 Lluvia de ideas	37
CUADRO N° 2 Selección de las ideas	37
CUADRO N° 3 Evaluación final	37
CUADRO N° 4 Análisis del FODA.....	43
CUADRO N° 5 Segmentación de mercado	68
CUADRO N° 6 Ficha profesiográfica ventas	70
CUADRO N° 7 Interpretación de símbolos en el flujograma.....	75
CUADRO N° 8 Ficha profesiográfica producción	79
CUADRO N° 9 Matriz estudio ambiental	90
CUADRO N° 10 Talento humano área administrativa.....	91
CUADRO N° 11 Talento humano área producción.....	92
CUADRO N° 12 Talento humano área comercial.....	93
CUADRO N° 13 Ficha profesiográfica administración.....	95

INDICE TABLAS

TABLA N° 1 Aprobación para la implementación de una empresa especializada en la ciudad de Riobamba.....	47
TABLA N° 2 Opción de logotipo a utilizar	48
TABLA N° 3 Consumo de tortas y bocaditos en una empresa especializada en la ciudad de Riobamba	49
TABLA N° 4 Opciones de tortas y bocaditos a ofrecer.....	50
TABLA N° 5 Valor referencial que estaría dispuesto a pagar por el producto (\$).....	51
TABLA N° 6 Consumo mensual (\$).....	52
TABLA N° 7 Frecuencia de consumo	53
TABLA N° 8 Localización	54
TABLA N° 9 Promociones a ofrecer	55
TABLA N° 10 Medios de comunicación a utilizar.....	56
TABLA N° 11 Consumo en otros establecimientos	57
TABLA N° 12 Satisfacción de otros establecimientos	58
TABLA N° 13 Crecimiento poblacional de Riobamba	60
TABLA N° 14 Proyección de la demanda futura de tortas y bocaditos de la ciudad de Riobamba.....	61
TABLA N° 15 Proyección de la oferta de tortas y bocaditos en la ciudad de Riobamba	62
TABLA N° 16 Proyección de la demanda insatisfecha de tortas y bocaditos en la ciudad de Riobamba	63
TABLA N° 17 Muebles y enseres	71
TABLA N° 18 Publicidad.....	71
TABLA N° 19 Localización	72

TABLA N° 20 Servicios básicos	81
TABLA N° 21 Combustible.....	81
TABLA N° 22 Mantenimiento.....	82
TABLA N° 23 Depreciación activos fijos	82
TABLA N° 24 Materia prima	83
TABLA N° 25 Mano obra directa.....	84
TABLA N° 26 Mano de obra indirecta.....	84
TABLA N° 27 Maquinaria y equipo.....	85
TABLA N° 28 Equipo de cómputo.....	85
TABLA N° 29 Menaje y vajilla	86
TABLA N° 30 Suministros y materiales	87
TABLA N° 31 Materiales indirectos	88
TABLA N° 32 Requerimiento de activos fijos	88
TABLA N° 33 Gasto experimentación	88
TABLA N° 34 Gasto de organización	107
TABLA N° 35 Inversión del proyecto	108
TABLA N° 36 Estado de fuentes y usos.....	109
TABLA N° 37 Clasificación de la inversión	110
TABLA N° 38 Tipos de financiamiento	110
TABLA N° 39 Amortización de crédito bancario	110
TABLA N° 40 Amortización activos diferidos	111
TABLA N° 41 Gasto de producción	111
TABLA N° 42 Gasto de administración	112
TABLA N° 43 Gasto de ventas.....	112
TABLA N° 44 Estructura de costos y gastos del proyecto.....	113

TABLA N° 45 Estado de resultados	114
TABLA N° 46 Balance general	115
TABLA N° 47 Flujo de caja	116
TABLA N° 48 Flujo neto efectivo	118
TABLA N° 49 Valor actual neto	118
TABLA N° 50 Tasa interna de retorno	119
TABLA N° 51 Tasa máxima de retorno	119
TABLA N° 52 Periodo de recuperación de la inversión.....	120
TABLA N° 53 Relación costo beneficio	121

INDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1 Aprobación para la implementación de una empresa especializada en la ciudad de Riobamba.....	47
GRÁFICO N° 2 Opción de logotipo a utilizar.....	48
GRÁFICO N° 3 Consumo de tortas y bocaditos en una empresa especializada en la ciudad de Riobamba	49
GRÁFICO N° 4 Opciones de tortas y bocaditos a ofrecer.....	50
GRÁFICO N° 5 Valor referencial que estaría dispuesto a pagar por el producto (\$)	51
GRÁFICO N° 6 Consumo mensual (\$)	52
GRÁFICO N° 7 Frecuencia de consumo	53
GRÁFICO N° 8 Localización	54
GRÁFICO N° 9 Promociones a ofrecer.....	55
GRÁFICO N° 10 Medios de comunicación a utilizar	56
GRÁFICO N° 11 Consumo en otros establecimientos	57
GRÁFICO N° 12 Satisfacción de otros establecimientos.....	58
GRÁFICO N° 13 Crecimiento poblacional de Riobamba	60
GRÁFICO N° 14 Proyección de la demanda futura de tortas y bocaditos de la ciudad de Riobamba.....	61
GRÁFICO N° 15 Proyección de la oferta de tortas y bocaditos en la ciudad de Riobamba	62
GRÁFICO N° 16 Proyección de la demanda insatisfecha de tortas y bocaditos en la ciudad de Riobamba	63
GRÁFICO N° 17 Ubicación	69
GRÁFICO N° 18 Formato de receta estándar.....	73

GRAFICO N° 19 Flujograma de procesos.....	75
GRAFICO N° 20 Diseño de la planta	77
GRAFICO N° 21 Punto de equilibrio	122

RESUMEN

La presente investigación plantea: realizar la propuesta de factibilidad para la creación de una empresa especializada en tortas y bocaditos temáticos, en el cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo; de tipo no experimental, descriptivo, y de corte transversal, que se realizó utilizando fuentes bibliográficas, investigación de campo e instrumentos como encuesta, logrando recopilar información de vital importancia que permitió realizar proyecciones de la oferta, demanda y demanda insatisfecha durante el Estudio de Mercado, la capacidad, ubicación, recetas estándar, requerimientos de activos fijos y diseño de la empresa se lo realizó durante el Estudio Técnico. En el Estudio Ambiental se estructuró una matriz donde se enumeran medidas de mitigación para disminuir la contaminación o impacto al medio ambiente por parte de la implementación de DELLY FLORES. Durante el Estudio Administrativo Legal determinamos cómo está constituida la empresa, organigrama, reclutamiento, selección y contratación de personal. Se determinó una inversión de \$ 27.378,40, financiado con un préstamo bancario a un interés del 12% y, \$ 5.861,60 capital propio. Finalmente la evaluación del proyecto se lo realizó con la ayuda de indicadores como: VAN de \$ 9.267,82 TIR del 23%, PRI en el cuarto año, valores positivos con los cuales se concluyó la factibilidad del emprendimiento, lo que indica que es recomendable poner en ejecución el proyecto.

Palabras Claves: estudio de factibilidad, gastronomía de repostería, pastelería temática.



SUMMARY

The present research proposes: to carry out the feasibility proposal for the creation of company specialized in cakes and snacks, in canton Riobamba, province of Chimborazo; it is a non-experimental, descriptive and cross-sectional research type, which was carried out using bibliographic sources, field research and instruments such as survey, managing to gather vital information that allowed for projection of supply, demand and unsatisfied demand during the market study. The capacity, location, standard recipes, fixed assets requirements and the company's design, were obtained during the technical study. The environmental study structured a matrix where mitigation measures are listed to reduce pollution or impact on the environment by the implementation of DELY FLORES. During the legal administrative study it was determined how the company is constituted, organization chart, recruitment, selection and hiring of personnel. An investment of \$ 27.378,40 will be financed with a bank loan at an interest of 12% and \$ 5.861,60 by the researchers budget. Finally, the evaluation of the project was done with the help of indicators such as NPV of \$9.267, 82, TIR of 23%, PRI in the fourth year, positive values in which the feasibility of the project was concluded, indicating that it is advisable to implement the project.

Key words: feasibility study, deserts gastronomy, thematic pastry.



I. INTRODUCCIÓN

En el mundo moderno las personas buscan sentirse identificados en cada una de sus actividades es así que más de uno quiere que los detalles que brindan como obsequios o simplemente que forman parte esencial de sus compromisos sean exclusivos diseñados especialmente para ellos. Como es el caso de las tortas y bocaditos, componente infaltable dentro de reuniones y eventos sociales.

Es por ello el objeto de proponer la creación de DELY FLORES una empresa especializada en tortas y bocaditos temáticos que satisfaga las necesidades y requerimientos de la población en general, conociendo que esta área de la pastelería ha ido adquiriendo una original sabiduría y personalidad con trucos, secretos que muestran personas dedicadas a esta rama de la gastronomía a nivel del país.

En la ciudad de Riobamba la presencia de establecimientos dedicados a esta labor es muy reducida por no decir la nula, ya que las empresas que ofertan este tipo de servicios son catering de eventos que sub contratan a empresas que brinden el servicio de alimentación y bocaditos las mismas que se dedican única y exclusivamente a ofertar a sus clientes, una línea de bocaditos de un modelo tradicional, desplazando de esta manera las tendencias y estilos aplicables en la actualidad con respecto a tortas y bocaditos y las pocas personas que se dedican a esto no pueden satisfacer a la demanda que existe en la ciudad siendo este el plus de la empresa o la razón principal de su creación.

II. OBJETIVOS

A. General

Realizar la propuesta de factibilidad para la creación de una empresa especializada en tortas y bocaditos temáticos, en el cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo.

B. Específicos

- Determinar un estudio de mercado que permita obtener la demanda insatisfecha y las características del marketing mix.
- Realizar el estudio técnico para conocer el tamaño, determinación de la empresa, localización, y flujo gramas de procesos.
- Desarrollar la estructura orgánica de la empresa, trámites, funciones del personal en el estudio legal, y una matriz para mitigar el impacto ambiental.
- Establecer el estudio financiero y a partir de este realizar la evaluación para conocer la viabilidad económica y financiera del proyecto.

III. MARCO TEÓRICO

3.1. BOCADITOS

3.1.1. Definición

Los bocaditos o también conocidos como los pasabocas son pequeñas cantidades de comida que se toman como aperitivo acompañado siempre de una bebida.

Los bocaditos también son conocidos como tapas (así se los llama tradicionalmente en España). (Rivadeneira, 2010)

3.1.2. ¿De qué están formados?

Están compuestas por un sin número de embutidos, quesos, mariscos, carnes de ave, de res, chanco, etc, verduras, legumbres. Solo es dejar llevar la imaginación y preparar lo que ustedes deseen. (Rivadeneira, 2010)

3.1.3. Generalidades

Entre las variedades de bocaditos encontramos los de sal, dulces y lampreados, también se encuentran en la categoría de fríos y calientes.

El bocadito o también conocido como canapé originalmente es una preparación con una base de pan, cortado en rodajas pequeñas de 1cm de espesor. Las formas de corte pueden ser variadas: redonda, ovalada, cuadrada, triangular o rectangular. Sobre el pan se disponen diversos ingredientes, a gusto, echando a volar un poco la imaginación.

El pan puede ser blanco o negro (integral), también cubierto con semillas de sésamo o amapola. Para untarlo puede optarse por manteca o mantequilla como se lo conoce a temperatura ambiente, mayonesa o queso crema.

Para dar mayor sabor se pueden condimentar a gusto, formando cremas.

En ese caso se utiliza: perejil finamente picado, curry en polvo, cebolla o cebollín picados, hierbas aromáticas, pimienta, mostaza, ketchup, etc.

Hoy en día con las nuevas tendencias los bocaditos han variado mucho, así que hoy en día no hay reglas que rigen cómo debe hacerse un canapé. Todo esto va a depender al gusto y decisión del intérprete.

Los bocaditos siempre son preparados con antelación, y guardados en refrigeración, esto se debe que, a pesar de que son de tamaño pequeño, son más laboriosos ya que necesitan ser decorados. El bocadito es un producto que debe ser visto antes de degustar y por esta razón hay que tomar estos aspectos con el fin encantar a la vista de todos.

Los bocaditos son utilizados para cualquier tipo de eventos, sea matrimonios, cualquier tipo de eventos sociales, hasta reuniones pequeñas.

No existe un inventor o el que haya iniciado este tipo de comida, solo podemos saber cómo quién fue el que inventó cierto tipo de bocadito, como por ejemplo las alitas de pollo o los Nuggets que fueron creados a inicios de los 50 por el profesor Robert Baker donde se hicieron famosos una vez que Mc Donalds lo comercializó. Y así como otros bocaditos que también fueron inventado por otras personas, son indispensables e infaltables a la hora de hacer el menú.

Los bocaditos sirven tanto para un aperitivo antes de la comida, sea un almuerzo, un café o una cena, también se los atribuye a fiestas bailables, fiestas infantiles, o reuniones sociales donde toda una noche solo se sirve este tipo de comida.

Hay que recalcar que este tipo de comida es más laboriosa que cocinar un plato definido, ya que por lo menos uno debe tomar en cuenta y hacer el cálculo de que por persona más o menos se contarán 3 bocaditos como mínimo a 5 por lo normal. A parte siempre hay

alguien que tiene que estar pendiente del servicio y estar atento de que si ya se empiezan a acabar, llenar otra vez las bandejas.

En una noche estamos hablando de que por lo menos si es que solo se va a servir este tipo de comida tenemos que tener por lo menos para unas 5 pasadas de esta comida de lo contrario, los invitados estarán con hambre y se volverá molesto.

Siempre hay que tener en cuenta que cuando se hace una reunión hay que tener comida, porque de lo contrario nuestros invitados saldrán muy rápido por la puerta de salida. (Rivadeneira, 2010)

3.2. TORTAS

3.2.1. Introducción

Los pasteles son los productos más grasos y dulces de la panificación. La producción de pasteles a gran escala se facilita cuando el panadero tiene fórmulas adecuadas y bien balanceadas, pesa los ingredientes con precisión y comprende bien las técnicas básicas de la mezcla.

Tarta es el nombre dado en España al pastel dulce de cierto tamaño, sea de bizcocho o de hojaldre; por el contrario, en casi todos los países latinos se le conoce como torta, a excepción de México, donde torta es un sándwich de tipo salado, por otro lado en Colombia se lo llama ponqué o torta o en Ecuador donde prevalece el nombre de pastel y los helados rellenos se les conoce como tortas y en Panamá se le conoce simplemente como dulce. En Hispanoamérica, así como en España, también se le llama tarta o torta a un tipo de alimento de hojaldre que envuelve algo no necesariamente dulce tarta de crema, de dulce, de fruta, de pescado o de carne. En cambio, al pastel de bizcocho siempre de sabor dulce se le llama en la mayoría de países hispanohablantes salvo España usando una palabra derivada del préstamo del inglés cake, como queque, quey, keke, etc. En

España se utiliza el término pastel de forma general para referirse a tartas y algunos otros postres, y de forma concreta para referirse a dulces de estilo francés milhojas, merengues, hechos generalmente de masa de tamaño reducido que se toman de postre o en celebraciones. En Venezuela, un pastel por lo general suele ser salado mientras que la torta siempre es dulce. (Calcina, 2013 y Espinoza, 2011)

3.2.2. Definición

El pastel o torta es una masa de harina y mantecaya sea esta de origen animal o vegetal, cocida al horno, en el que ordinariamente se envuelve en crema o dulce, y a veces fruta.

Es un tipo de masa que suele formarse con agua, manteca o mantequilla y harina y que puede rellenarse con alimentos dulces o salados. (Calcina, 2013)

3.2.3. Origen e Historia

La elaboración de las tortas se remonta a tiempos antiguos, se inició con la creación del pan. A partir del siglo 25 A.C. a partir de las evidencias de pinturas, los egipcios comenzaron a involucrarse con técnicas de horneado y con el uso de moldes. Nada indica que tuvieran la idea de rellenar uno de sus moldes de pan con pasta de carne, pescado o fruta.

Incluso hasta el final del Imperio Romano no era posible encontrar a un especialista de la pastelería. En aquellos tiempos la primera preparación se llamó Plakon, que usualmente traducido al español como “torta” fue una preparación de diseño plano hecha a base de harina de avena, crema de queso y miel para endulzar. Luego de este Plakon o torta surgieron distintas variaciones dentro de las cuales se destacaban el Artocreas, ésta era una torta a base de carne picada con una capa muy delgada de pan como base. El Artocreas gozó de muchos siglos de popularidad. Posteriormente los romanos pudieron desarrollar una versión temprana de las tortas de frutas, que contenía pasas, nueces y otras frutas.

Según Alan Davidson, esto terminó en el siglo 14 D.C. cuando Geoffrey Chaucer en Inglaterra hizo referencia a enormes tortas creadas para ocasiones especiales, una de las tortas estaba hecha con 13 kilogramos de harina y contenía mantequilla, crema, huevos, especias y miel.

En el siglo 16 D.C. durante el reinado de Isabel I de Inglaterra surge la primera referencia occidental de una torta de frutas, la reina exigía que se sustituyera el relleno tradicional de carne y pescado por cerezas deshuesadas y confitadas.

Durante el siglo 19 D.C. la tecnología usada para realizar tortas avanzó. Para el año 1840 se introdujo un agente químico gasificante, el bicarbonato de sodio, seguido por el polvo de hornear (mezcla seca de bicarbonato de sodio con un ácido suave) que reemplazó la levadura. Adicionalmente se perfeccionó el control de la temperatura en los hornos facilitando la cocción de tortas.

La habilidad de hacer buenas tortas era reconocida a principios hasta mediados del siglo 20 D.C. en todos los hogares, muchas recetas eran transmitidas de generación en generación, siendo parte de una larga tradición entre la familia pero ya en estos tiempos la tradición de hacer comida en casa disminuye, prevaleciendo la comida rápida o precocida donde sólo tengamos que servir y comer sin saber quién o cómo lo hizo o de qué está hecho. (Calcina, 2013)

3.2.4. Tipos de tortas

Básicamente podemos distinguir dos tipos de tortas–pasteles-tartas por la composición de ingredientes:

3.2.4.1. Tortas o pasteles de mantequilla.

Se conocen también como batidos con grasa o batidos pesados. Se preparan con grasa sólida (mantequilla o margarina o manteca vegetal). En estas mezclas la harina es el

ingrediente base y siempre mantiene el 100% de participación en la receta. Los otros ingredientes principales como la grasa y el azúcar pueden oscilar entre un 80 – 100% y los huevos entre un 50 – 120%. El proceso de elaboración parte de cremar la grasa con el azúcar. Este tipo de tortas se caracteriza por tener buena estructura, textura fina, miga suave y buen sabor.

En este grupo también se incluyen las tortas o pasteles con aceite pero cambia radicalmente el método de elaboración del batido.

3.2.4.2. Tortas o pasteles esponjosos, bizcochos o bizcochuelos.

También conocidos como batidos sin grasa o batidos ligeros. Se preparan sin grasa (mantequilla o margarina o manteca vegetal). En esta mezcla el ingrediente base son los huevos y se consideran el 100 % de la receta para calcular la cantidad de los otros ingredientes básicos como el azúcar y la harina.

El proceso de elaboración comprende batir enérgicamente los huevos y su característica esponjosidad es resultado del batido, ya que no lleva leudante. Este tipo de tortas desarrolla mucho y gana mucho volumen en el horno. Al no llevar grasa sólida, permanecen blandas (sin endurecerse) cuando se refrigeran. (Quintero, 2016)

3.3. EVENTOS

Los eventos son sucesos importantes y programados que puede abarcar cualquier área social, artística, deportiva y los mismos pueden presentarse como seminarios, talleres, conferencias, inauguraciones, exposiciones entre otros. (Soto, 2012)

3.3.1. Tipos de Eventos:

Entre los tipos de eventos que se realizan dentro de nuestra localidad, podemos detallar los siguientes:

Institucionales:

- Campañas
- Congresos
- Seminarios
- Talleres
- Cursos
- Foros
- Charlas
- Conferencias de Prensa
- Inauguraciones
- Entregas de Reconocimientos

Comerciales:

- Lanzamiento de Productos
- Ferias
- Stands
- Exposiciones Comerciales

Protocolarios y Ceremoniales:

- Condecoraciones

- Fiestas Nacionales
- Visitas Oficiales
- Saludos Oficiales
- Deportivos
- Educativos
- Eclesiásticos. (Soto, 2012)

3.4. FIESTAS TEMÁTICAS

Las Fiestas tema o conocidas como temáticas nacen como respuesta para personas que gustan de lo original. Son fiestas que no se realizan de manera repetitiva o común. Este tipo de eventos a la vez centran todo su punto de fuerza en la decoración, música y gastronomía adecuada. Las fiestas temáticas han ido teniendo mayor acogida con el paso del tiempo y de esta manera han ido siendo tomadas como referente en muchos países principalmente del Norte y Centroamérica. (Molina, 2012)

Entre los temas más sugeridos de fiestas temáticas son:

3.4.1. Fiesta tropical o hawaiana:

Fiestas en las cuales los invitados asisten con ropa liviana, camisas floreadas, pantalones cortos, se sirven bebidas tropicales como tragos con jugos de frutas, bocaditos como tartas de frutas, canapés de mariscos y la música también es tropical o latina. (Molina, 2012)

3.4.2. Fiesta Retro:

En La Actualidad las personas entre 28 o 30 años o más, suelen sentir nostalgia de su infancia, adolescencia o juventud, la década de los 60',70'80' y 90', utilizando música

disco, música techno, es el ambiente perfecto para recordar y volver a vivir. (Molina, 2012)

3.4.3. Temática medieval:

Una muy buena decoración puede hacer de un evento un viaje a un tiempo lleno de misterios, apelar a la imaginación infantil, a los mitos y leyendas, es una oportunidad temática muy atractiva. (Molina, 2012)

3.4.4. Black & White

Se puede conseguir este estilo pintando cuerpos y caras con corcho quemado, mucha música y vestimentas. La ropa es también un elemento decorativo: pantalones anchos y camisas con coloridos exageradas. (Molina, 2012)

3.4.5. Halloween:

Decorando terroríficamente el lugar donde se realiza, con música y sonidos escalofriantes. (Molina, 2012)

3.5. DEFINICIÓN DE EMPRESA:

“La empresa es la unidad económico-social en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para realizar una producción socialmente útil, de acuerdo con las exigencias del bien común. Los elementos necesarios para formar una empresa son: capital, trabajo y recursos materiales”. (Estallo, 2013)

“En economía, la empresa es la unidad económica básica encargada de satisfacer las necesidades del mercado mediante la utilización de recursos materiales y humanos. Se encarga, por tanto, de la organización de los factores de producción, capital y trabajo”. (Estallo, 2013)

“La empresa es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer bienes y/o servicios que al ser vendidos producirán un valor marginal conocido como utilidad”.
(Estallo, 2013)

3.5.1. Importancia de la Empresa

La empresa en cualquier sistema económico será el motor que mueva la economía de un país; la importancia radica en su capacidad generadora de riqueza, que al ser distribuida equitativamente propicia la paz social y por ende tranquilidad y desarrollo. (Estallo, 2013 y González, 2013)

3.5.2. Clasificación de la Empresa

La empresa puede ser clasificada desde varios puntos de vista; para este efecto se tomará en consideración los siguientes:

- a. Por la actividad que cumple
- b. Por el tamaño
- c. Por el sector al que pertenece
- d. Por la forma de la organización del Capital

Por la actividad que cumple

- Comercial: Aquella que se encarga del acercamiento de los bienes desde el productor hacia el intermediario minorista o al consumidor , sin realizar cambios de forma ni de fondo en la naturaleza de los bienes

- Industria: Es aquella encargada de la transformación, modificación substancial o leve de ciertos bienes menores en otros mayores con la ayuda de los factores de la producción.
- Servicios: Empresa creada con el fin de atender ciertas necesidades de carácter biológico, sentimental, afectivo y similares.

Por el tamaño

Las empresas se clasifican en pequeñas medianas y grandes. El tamaño de una empresa está dado por varios factores, entre los cuales los más destacados son:

- Valor del Patrimonio, Volumen de sus Activos Fijos, Número de Personas, Superficie o área de utilización.

Por el sector al que pertenece

Las empresas pueden pertenecer:

- Sector Privado: El aporte del capital corresponde a personas naturales o jurídicas del sector privado.
- Sector Público: Si el aporte del capital lo hace el gobierno (Estado).
- Sector Mixto: Cuando a la conformación del capital concurren los aportes tanto del sector privado como del sector público .

Por la forma de organización del capital

En este sentido las empresas se clasifican en:

- Unipersonales: El capital se conforma con el aporte de una sola persona natural.

- Sociedad o Compañía: El capital (propiedad) se conforman mediante el aporte de varias personas naturales o jurídicas.
- Las sociedades se subdividen :
- De Personas: En comandita Simple y Nombre Colectivo.
- De Capital: Sociedad Anónima , Economía Mixta, Compañía Limitada y En comandita por Acciones. (Garza, 1999)

3.5.3. Factores que Intervienen en las Funciones de una Empresa

Tamaño y ubicación

- Ubicación de la empresa.- Permite determinar el medio ambiente cercano a una empresa, para prevenir el posible éxito o fracaso de esta.
- Tamaño de la empresa.- En México esta clasificación es establecida por la Secretaría de Economía, con base en las ventas anuales y el número de empleados. Estos tipos son el micro, pequeña, mediana y grande empresa.

Misión de la empresa (Propósitos por los que existe una empresa)

- Amplia.- Dentro de una línea de productos, pero con posibilidades de expansión a otros similares, pero sin perder la naturaleza y carácter de la empresa.
- Motivadora.- Que inspire a los trabajadores, pero que no parezca inalcanzable.
- Congruente.- Debe reflejar los valores de la empresa, de los directores y de los trabajadores.

Objetivos de la empresa

- Inmediato.- Hasta 1 año
- Corto plazo.- Hasta 3 años
- Mediano plazo.- De 3 a 10 años
- Largo Plazo.- 10 o más años
- Para métrico.- Entre 2 fechas

Ventajas competitivas

- Ventajas Competitivas.- Peculiaridades del producto o servicio que lo hace especial o innovador, garantizando su aceptación en el mercado.
- Distingos Competitivos.- Son aspectos comunes de la “imagen” del producto, ya existentes en el mercado, pero se les dé una atención especial.

Apoyos: Toda empresa requiere áreas básicas de apoyo.

- Área legal (fiscal, laboral, etc.)
- Área de producción.
- Área de mercados
- Área administrativa (Chiavenato, 2000)

3.5.4. Estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea

exitoso y si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y ambientales.

Un proyecto factible, es decir que se puede ejecutar, es el que ha aprobado cuatro estudios básicos:

1. Estudio de factibilidad de mercado
2. Estudio de factibilidad técnica
3. Estudio de factibilidad medio ambiental.
4. Estudio de factibilidad económica-financiera (Daniarys Ramírez, 2009)

3.6.1. Estudio de mercado

El estudio de mercado es encargado de decidir a priori la realización o no de un proyecto, convirtiéndose entonces en el precedente para la realización de los estudios técnicos, ambientales y económicos- financieros. El objetivo del estudio del mercado en un proyecto consiste, en estimar la cuantía de los bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios. (Daniarys Ramírez, 2009)

3.5.2. Estudio técnico

Contendrá toda aquella información que permita establecer la infraestructura necesaria para atender su mercado objetivo, así como cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación de la entidad en formación¹. (Daniarys Ramírez, 2009)

3.5.3. Estudio de factibilidad medio ambiental

Hoy en día existe una creciente preocupación por los impactos ambientales que puedan generar los diferentes proyectos de desarrollo ejecutados a todos los niveles de la actividad económica de la sociedad. Las repercusiones ambientales de tales proyectos pueden presentarse tanto en el ámbito nacional como internacional. Las políticas y/o proyectos dependiendo del sector en que se ubiquen, pueden generar una gran variedad de impactos ambientales, donde la importancia y la ponderación de tales efectos dependen en gran parte de la magnitud y del grado de irreversibilidad del daño ambiental causado por estos. (Daniarys Ramírez, 2009)

3.5.4. Estudio de factibilidad económica-financiera

La evaluación económico-financiera de un proyecto permite determinar si conviene realizar un proyecto, o sea si es o no rentable y si es conveniente es oportuno ejecutarlo en ese momento o cabe postergar su inicio, además de brindar elementos para decidir el tamaño de planta más adecuado. En presencia de varias alternativas de inversión, la evaluación es un medio útil para fijar un orden de prioridad entre ellas, seleccionando los proyectos más rentables y descartando los que no lo sean. (Daniarys Ramírez, 2009)

IV. MARCO CONCEPTUAL

Empresa: La empresa es la unidad económico-social en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para realizar una producción socialmente útil, de acuerdo con las exigencias del bien común. Los elementos necesarios para formar una empresa son: capital, trabajo y recursos materiales

Elaboración: Preparación de un producto que se hace transformando una o varias materias en sucesivas operaciones.

Evento: Los eventos son sucesos importantes y programados que puede abarcar cualquier área social, artística, deportiva y los mismos pueden presentarse como seminarios, talleres, conferencias, inauguraciones, exposiciones entre otros.

Fiesta temática: Son fiestas que no se realizan de manera repetitiva o común. Este tipo de eventos a la vez centran todo su punto de fuerza en la decoración, música y gastronomía adecuada.

Tortas: Es un tipo de masa que suele formarse con agua, manteca o mantequilla y harina y que puede rellenarse con alimentos dulces o salados.

Bocaditos: Los bocaditos o también conocidos como los pasabocas son pequeñas cantidades de comida que se toman como aperitivo acompañado siempre de una bebida. Los bocaditos también son conocidos como tapas (así se los llama tradicionalmente en España).

V. DESARROLLO DEL PROYECTO

Actualmente existe un gran interés en la población sobre la problemática de la creación de empresas, por su consideración como una alternativa al desempleo, teniendo en este sentido especial relevancia el autoempleo. La importancia de un emprendedor en la sociedad actual es que valora y prioriza como estrategia socioeconómica el impulso de las acciones de los emprendedores. De hecho, la actividad generada por un emprendedor en un proyecto o negocio es fundamental para el desarrollo tanto social como económico. Sin embargo, la inclinación de nosotros como estudiantes universitarios a escoger la autoocupación como salida profesional es todavía baja en comparación con otras alternativas.

El espíritu emprendedor se ha definido como un proceso de cambio, fortalecimiento o replanteamiento de actitud que pretende desarrollar en las personas las capacidades y habilidades necesarias para que sean un factor de cambio positivo que contribuya al desarrollo económico y social de las ciudades, provincias y regiones, capaz de superar sus limitaciones y las de su entorno por su propia acción. En un sentido extenso, la educación emprendedora es un proceso que permite desarrollar una cultura emprendedora que potencie una actitud que puede o no desembocar en el nacimiento de una empresa con o sin fines de lucro, pero que sí debe conducir hacia la formación de un conjunto de valores personales que lleve al ser humano a un compromiso innovador y trascendente consigo mismo y con la sociedad a la que pertenece.

En conclusión, emprendedor empresarial brinda unas pautas para que las personas cuenten con los valores principales que les permita desarrollar sus capacidades y puedan innovar en cuanto a la realización de propuestas llevando a cabo proyectos empresariales, creando así oportunidades de desarrollo social y logrando expandir sus metas.

1. FASES DEL PROYECTO EMPRESARIAL

1.1. LLUVIA DE IDEAS.

CUADRO N° 1 Lluvia de ideas

PRODUCTO	NIVEL DE INNOVACIÓN	MERCADO POTENCIAL	CONOCIMIENTO	REQUERIMIENTO	TENDENCIA NACIONAL	TOTAL
CREACIÓN DE UN CATERING PARA EVENTOS TEMÁTICOS	3	4	5	3	3	18
CREACIÓN DE UNA PANADERIA ESPECIALIZADA EN PRODUCTOS BAJOS EN CALORÍAS	4	4	3	5	4	20
IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA ESPECIALIZADA EN TORTAS Y BOCADITOS	4	5	4	4	5	22

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

1.1.1. Selección inicial de las ideas

CUADRO N° 2 Selección de las ideas

PRODUCTO	CARACTERISTICA	PROBLEMA O NECESIDAD A SATISFACER
CREACIÓN DE UN CATERING PARA EVENTOS TEMÁTICOS	REALIZAR EVENTOS TEMATICOS EXIGENTES RELIZAR EVENTOS TEMATICOS	ESCASA EMPRESAS DE CATERING DE EVENTOS TEM,ACITOS DENTRO DE LA CIUDAD
CREACIÓN DE UNA PANADERIA ESPECIALIZADA EN PRODUCTOS BAJOS EN	ELABORAR PRODUCTOS CON MATERIA PRIMA ALTAMENTE CALIFICADA	ENCONTRAR PRODUCTOS DE PANIFICACIÓN ELABORADOS CON PRODUCTOS BAJOS EN CALORIAS.
IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA ESPECIALIZADA EN TORTAS Y BOCADITOS	BRINDAR AL CLIENTE ALGO NOVEDOSO Y PERSONALIZADO PARA SUS EVENTOS SOCIALES.	DAR A CONOCER LAS TENDENCIAS EN ESTA RAMA DE LA PASTERERÍA, CON PRODUCTOS PERSONALIZADOS.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

1.1.2. Evaluación final de las ideas

CUADRO N° 3 Evaluación final

PRODUCTO	BARRERAS DE ESTRATEGIA	DISPONIBILIDAD DE M.P	COSTO DE PRODUCTO	TOTAL
CREACIÓN DE UN CATERING PARA EVENTOS TEMÁTICOS	3	3	4	13
CREACIÓN DE UNA PANADERIA ESPECIALIZADA EN PRODUCTOS BAJOS EN CALORÍAS	3	4	3	13
IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA ESPECIALIZADA EN TORTAS Y BOCADITOS TEMATICOS	4	5	5	14

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

1.2. JUSTIFICACIÓN

La propuesta de factibilidad para la creación de una empresa especializada en tortas y bocaditos temáticos se da, al conocer que la mayoría de la población de la ciudad de Riobamba no cuentan con un lugar en el cual se dé un trato específico a estos productos haciéndolos especiales con requerimientos en cuanto a ingredientes y formas.

Es por eso que con la creación de esta empresa se verá beneficiada la población de la ciudad en general, puesto que de esta manera compensamos las múltiples necesidades que tienen muchos de los clientes que gustan de lo moderno, original, y también se generarán fuentes de trabajo, sin dejar de lado a los comerciantes, es decir que la empresa va a adquirir productos agrícolas, mejorando así las ventas para este sector de la población.

El tema que se eligió cumple con parámetros esenciales como es el nivel de innovación, mercado potencial, requerimiento y tendencia en cuanto a empresas de A & B, y a la vez con el desarrollo del proyecto se estaría fomentando un nuevo modelo a seguir, puesto que se implantaran productos novedosos en la línea de tortas y bocaditos.

1.3. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

La propuesta a implementarse es una empresa especializada en tortas y bocaditos temáticos para todo evento social, empresarial, cultural y deportivo que maneja una línea de producción especial y única ya que cada uno de los productos será elaborado de manera exclusiva, basándose en requerimientos que realizara el cliente en cuanto a motivo, temática y gusto. Adicional a esto cada uno de ellos contara con estándares de calidad durante su elaboración, almacenamiento y despacho, garantizando de esta manera su consumo.

1.3.1. Nombre del Emprendimiento

“DELY FLORES”

1.3.2. Tipo de Empresa

Es de tipo industrial secundaria específicamente manufacturera ya que tendrá por función la elaboración de tortas y bocaditos a partir de la compra de materia prima como harina, azúcar, chocolate, embutidos, lácteos, caramelo, etc., los mismos que sufren transformación mediante la utilización de mano de obra calificada.

También es de carácter comercial ya que tiene la finalidad de comercializar los productos elaborados a clientes que buscan algo diferente para sus eventos.

Finalmente será una empresa de servicios porque brindaremos el servicio de alimentación especializada en un área.

1.3.3. Misión

DELY FLORES desarrolla un concepto diferente en tortas y bocaditos temáticos, orientado a satisfacer las necesidades de nuestros clientes, brindándoles productos de alta calidad elaborados a base de materias primas cien por ciento seleccionadas, satisfaciendo los más altos requerimientos.

1.3.4. Visión

Ser una empresa líder en el mercado de servicio de tortas y bocaditos temáticos en un periodo de tres años, para lo cual contamos con talento humano altamente calificado y comprometido con los objetivos de la empresa, brindando soluciones que cumplan todas las expectativas y necesidades de nuestros clientes.

1.3.5. Objetivo

Elaborar y comercializar tortas y bocaditos temáticos de alta calidad para el consumo, buscando satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes y mejorar continuamente nuestros procesos contando con la activa colaboración y apoyo de nuestro talento humano.

1.3.6. Políticas

La empresa contara con políticas, dentro de las cuales tenemos:

- ✓ El personal deberá mantener un ambiente amable y de cooperación, dentro de un marco de respeto hacia sus compañeros y los clientes.
- ✓ Conservar altos estándares de higiene personal.
- ✓ Garantizar la inocuidad y calidad de los productos elaborados.

1.3.7. Estrategias

- ✓ El personal deberá acudir a capacitaciones trimestrales sobre manejo de equipos, relaciones humanas y servicio al cliente
- ✓ Analizar sus habilidades y fomentar su desarrollo.
- ✓ Dotar de uniformes y equipos adecuados.
- ✓ Utilizar un check list para la evaluación y verificación de dichos estándares.
- ✓ Seguir el lineamiento de los BPM
- ✓ Capacitar al personal en general sobre el reglamento de los BPM y realizar verificaciones para su cumplimiento.

1.3.8. Valores

Axiológicos

- ✓ Amigable
- ✓ Honesto
- ✓ Apasionado
- ✓ Comprometido
- ✓ Leal

Trabajo

- ✓ Detallista
- ✓ Formadores
- ✓ Responsable
- ✓ Solidario

- ✓ Vocación por el trabajo

1.3.9. Distingos y ventajas competitivas

1.3.9.1. Distingos

El emprendimiento es único dentro del mercado de catering porque:

- Es una nueva modalidad de catering especializada en un área. Estos serán elegidos y modificados según el requerimiento y gusto del cliente (sabores, tamaños, formas, etc.)
- Dara al cliente un servicio pre y postventa.
- Evaluará periódicamente para determinar el gusto del cliente.
- Brindará alta calidad en el producto

1.3.9.2.. Ventajas competitivas

El emprendimiento a desarrollarse posee peculiaridades importantes que lo harán especial y tendrá la aceptación dentro del mercado, tales como:

- Contar con una carta de bocaditos tanto fríos como calientes.
- Las coberturas se realizaran de manera personalizada al gusto del cliente.
- La decoración será de acuerdo al evento (temáticos).
- Modificaciones en cubiertas y decoración en tortas no presenta ningún costo adicional.
- Por cada 200 Bocaditos se entregara 20 a gusto del cliente.
- Por cada mesa dulce completa la decoración de la misma corre por cuenta de la empresa.

1.3.10. FODA

Este análisis es de mucha importancia en todo proyecto nuevo o en operación, debido a que por medio de éste se pueden determinar las áreas ofensivas y defensivas, ayudando a definir estrategias e implementar tácticas.

CUADRO N° 4 Análisis del FODA

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Personal capacitado y predispuesto para la rapidez en el servicio.• Amplia variedad y alta calidad en todos los productos ofertados.• Precios competitivos en el mercado.• Mantener buenas relaciones entre proveedores y clientes.• Dar seguimiento correspondiente al producto.• Ofertar servicios adicionales como: decoración exclusiva para mesas dulces teniendo en cuenta la temática del evento.	<ul style="list-style-type: none">• Empresa nueva.• Marketing insuficiente• Falta de posicionamiento de la marca en el mercado.• Incertidumbre financiera de la empresa.
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Busca nuevas tendencias e innovación.• Poca existencia de empresas especializadas en una sola área.• Mercado de A & B en expansión.• Tendencias del mercado a preferir y consumir productos personalizados.	<ul style="list-style-type: none">• Tecnología cara.• Competencia desleal.• Robo de ideas• Burocracia para la obtención de permisos.

*Fuente: Investigación propia
Elaborado por: (Flores, 2016)*

1.4. METODOLOGÍA APLICADA

El tipo de investigación que se aplicó en el presente, es de tipo no experimental, descriptivo y de corte transversal, ya que no se realizó experimentos con el fin de manipular alguna variable, pero si se fuentes bibliográficas para describir e interpretar datos en base a nuestros criterios, la misma que se desarrolló en un lugar y tiempo determinado.

1.4.1. Universo

El universo para el siguiente proyecto de emprendimiento está representado por 123.457 habitantes de la ciudad de Riobamba, considerados como la Población Económicamente Activa entre hombres y mujeres en edades comprendidas de 18 a 50 años, según datos del INEC recolectados en el último censo de Población y Vivienda 2010.

1.4.2. Muestra

Para la determinación de la muestra se ha considerado la fórmula de la población finita cuando se conoce el número de habitantes:

$$n = \frac{N \times Z_0^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_0^2 \times p \times q}$$

DONDE.

N = 123.457 habitantes (PEA)

Z₀= nivel de confianza (1.96) puesto que la seguridad $Z\alpha$ es del 95% el coeficiente es 1.96

p = probabilidad de éxito, o proporción esperada (0.05)

q = probabilidad de fracaso (1- p es decir 0.95)

d= precisión (Error máximo admisible en términos de proporción) (0.03)

$$n = \frac{123457 \times 1,96^2 \times 0,05 \times 0,95}{0,03^2 \times (123457 - 1) + 1,96^2 \times 0,05 \times 0,95}$$

$$n = \frac{22527.9395}{111.2928}$$

$$n = 202.42$$

1.4.3. Estratificación

Para ver la factibilidad del proyecto de emprendimiento se requerirá encuestar no menos de 202 personas entre hombres y mujeres con edades entre 18 a 50 años que son considerados la población económicamente activa para poder tener una seguridad del 95%.

1.4.4. Instrumentos o técnicas a utilizarse

Toda la información recopilada se lo hará por medio de encuestas las mismas que contaran con una serie de preguntas sobre contenidos conformes al tema general esta se realizara a una muestra de personas seleccionadas siguiendo una serie de reglas científicas que hacen que esa muestra sea, en su conjunto, representativa de la población general de la que procede.(Anexo 1)

1.4.5. Fuentes de investigación

Este proyecto de emprendimiento posee dos fuentes de investigación que son:

Fuentes primarias: como la encuesta que nos servirá para preguntar directamente a los consumidores hallando datos relativos a sus creencias, preferencias, opiniones, satisfacción, etc.

Abasteciéndonos de testimonios o evidencias directas sobre el tema por nosotros mismos.

Fuentes secundarias: porque también se busca fuente bibliográfica, artículos científicos, monografías, tesis, libros o artículos de revistas especializadas, inclusive datos del INEC, obviamente sintetizados mas no interpretados, es decir que los datos que obtendremos de estas fuentes nos servirá para interpretación propia los mismos que a medida que se realice la investigación se ira redactando.

1.5. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

El análisis de las encuestas es el asunto más importante para el desarrollo del proyecto de emprendimiento, dado que nos permite identificar los gustos, comportamientos, preferencias, actitudes y demás de los clientes a los que va ir dirigido el emprendimiento.

Las encuestas se aplicaron a jóvenes y a adultos, económicamente activos de la ciudad de Riobamba. En las que se obtuvieron los siguientes resultados:

1. ¿Cree usted que debe implementarse una empresa especializada en Tortas y Bocaditos en el cantón de Riobamba?

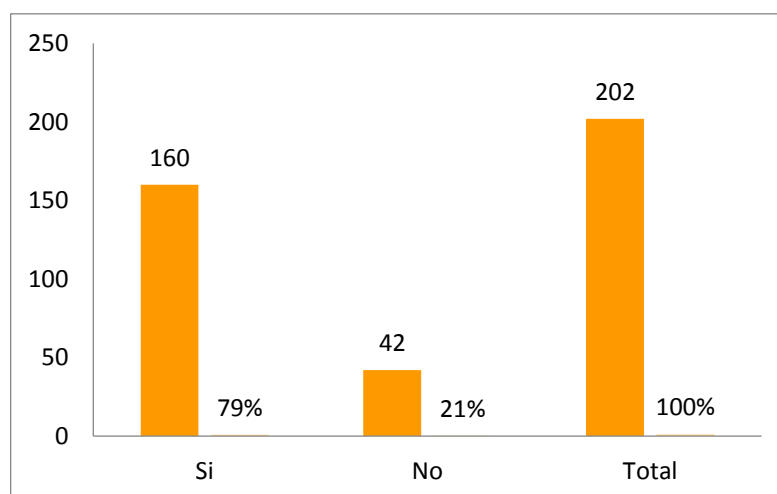
TABLA N° 1 Aprobación para la implementación de una empresa especializada en la ciudad de Riobamba

Descripción	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	160	79%
No	42	21%
Total	202	100%

Fuente: (Encuesta., 2016)

Elaborado por: (Flores, 2016)

GRÁFICO N° 1 Aprobación para la implementación de una empresa especializada en la ciudad de Riobamba



Fuente: (Encuesta., 2016)

Elaborado por: (Flores, 2016)

Análisis descriptivo e interpretativo: Según los datos obtenidos podemos observar que la mayoría de los encuestados específicamente el 79% están de acuerdo que se implemente una empresa especializada porque en la Ciudad de Riobamba no existen empresas de este tipo y las que se asemejan no cubren con la demanda mientras que el 21% están en desacuerdo asumiendo que las empresas existentes elaboran productos de buena calidad.

2. ¿Según su opinión cuál de estas opciones de logotipos le gustaría para que se implemente la empresa?

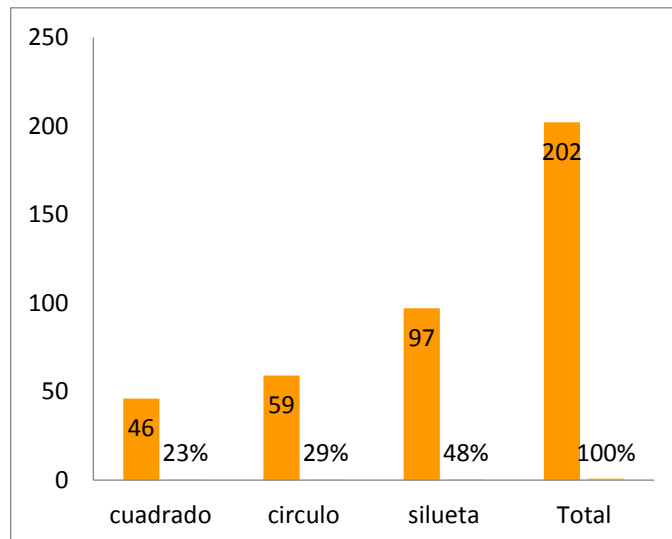
TABLA N° 2 Opción de logotipo a utilizar

Descripción	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Cuadrado	46	23%
Circulo	59	29%
Silueta	97	48%
Total	202	100%

Fuente: (Encuesta., 2016)

Elaborado por: (Flores, 2016)

GRÁFICO N° 2 Opción de logotipo a utilizar



Fuente: (Encuesta., 2016)

Elaborado por: (Flores, 2016)

Análisis descriptivo e interpretativo: Según los encuestados el 48% concluyó que el logotipo más indicado para representar a la empresa sería el de la silueta de la parte superior de un cup cake ya que por sus componentes y colores la hacen más atractivo visualmente al público y obviamente estos representan de manera adecuada a la empresa, mientras que el 29% y 23% se inclinaron por los otros dos logotipos el que tiene una forma de circular y cuadrada respectivamente.

3. ¿Estaría usted dispuesta a consumir tortas y bocaditos en un lugar especializado en los mismos?

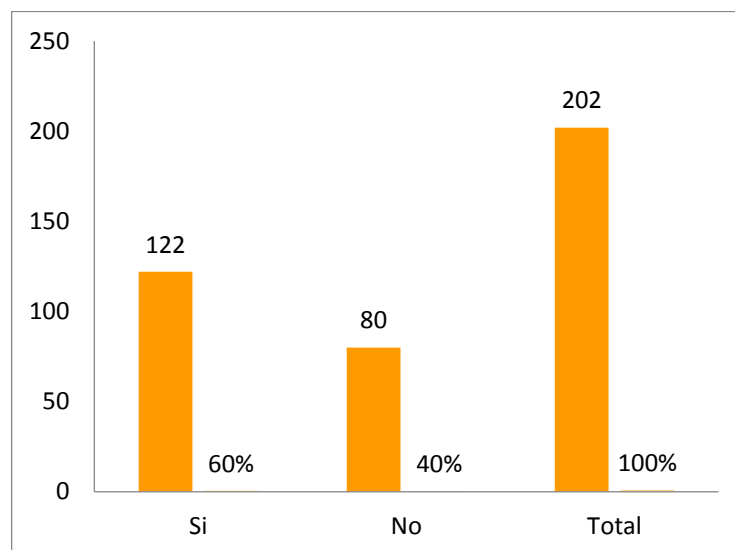
TABLA N° 3 Consumo de tortas y bocaditos en una empresa especializada en la ciudad de Riobamba

Descripción	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	122	60%
No	80	40%
Total	202	100%

Fuente: (Encuesta., 2016)

Elaborado por: (Flores, 2016)

GRÁFICO N° 3 Consumo de tortas y bocaditos en una empresa especializada en la ciudad de Riobamba



Fuente: (Encuesta., 2016)

Elaborado por: (Flores, 2016)

Análisis descriptivo e interpretativo: Según los datos obtenidos por medio de los encuestados la gran mayoría (60%) están de acuerdo en consumir tortas y bocadito en un lugar especializado ya que en estos se les dará un trato especial a los mismos haciéndoles más especiales y únicos en su especie, mientras que el 34% están conformes con lo que encuentran en el mercado.

4. ¿Qué opciones le gustaría que sean ofrecidas en el establecimiento?

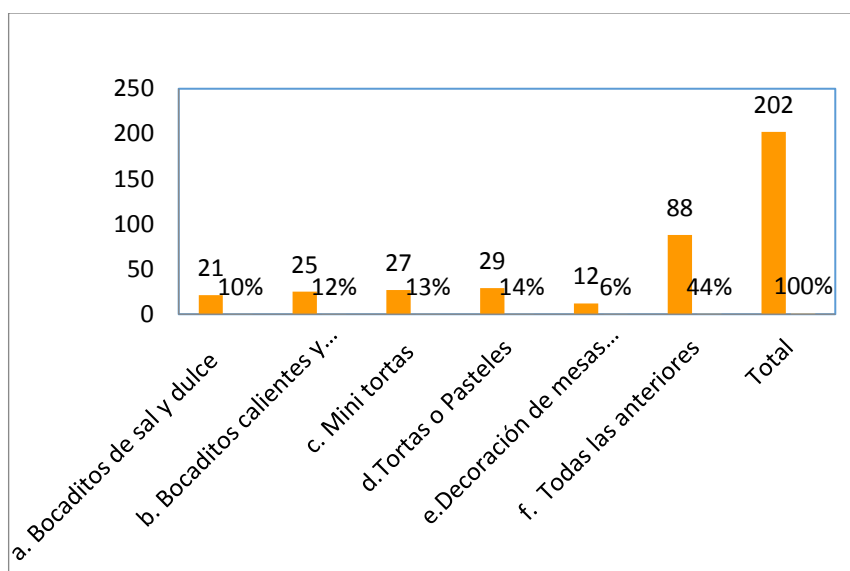
TABLA N° 4 Opciones de tortas y bocaditos a ofrecer

Descripción	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
a. Bocaditos de sal y dulce	21	10%
b. Bocaditos calientes y fríos	25	12%
c. Mini tortas	27	13%
d. Tortas o Pasteles	29	14%
e. Decoración de mesas completas	12	6%
f. Todas las anteriores	88	44%
Total	202	100%

Fuente: (Encuesta., 2016)

Elaborado por: (Flores, 2016)

GRÁFICO N° 4 Opciones de tortas y bocaditos a ofrecer



Fuente: (Encuesta., 2016)

Elaborado por: (Flores, 2016)

Análisis descriptivo e interpretativo: Los resultados obtenidos reflejan que el 44% están de acuerdo con los productos que se presentaran en la carta de la empresa ya que existe variedad en ellos y uno de estos es el complemento esencial que más de uno solicita en sus eventos.

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el producto?

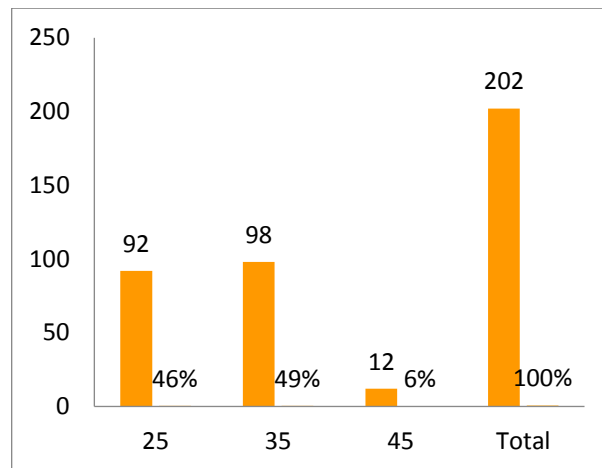
TABLA N° 5 Valor referencial que estaría dispuesto a pagar por el producto (\$)

Descripción	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
\$25	92	46%
\$35	98	49%
\$45	12	6%
Total	202	100%

Fuente: (Encuesta., 2016)

Elaborado por: (Flores, 2016)

GRÁFICO N° 5 Valor referencial que estaría dispuesto a pagar por el producto (\$)



Fuente: (Encuesta., 2016)

Elaborado: (Flores, 2016)

Análisis descriptivo e interpretativo: Según los resultados arrojados en la encuesta podemos observar que se puede manejar un precio referencial de \$25 a \$35 obviamente siempre que los productos sean de calidad, y eso es lo que la empresa propone elaborar productos únicos de alta calidad para todo tipo de eventos y clientes.

Sin duda alguna un precio óptimo dentro de este tipo de mercado.

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en tortas y bocaditos al mes?

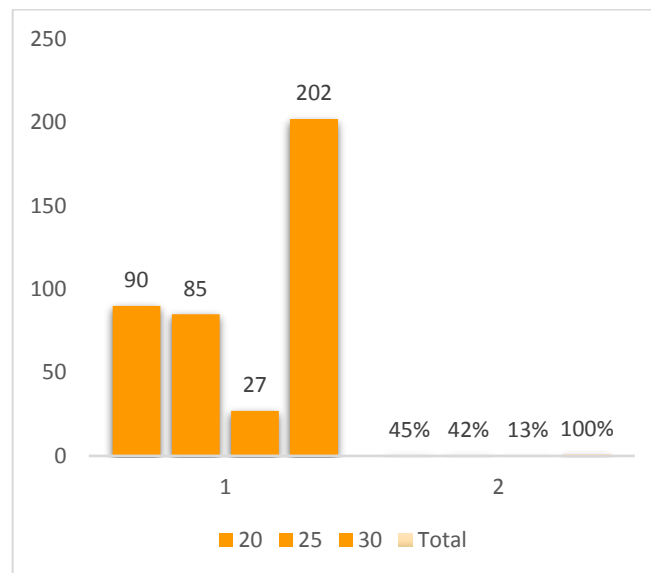
TABLA N° 6 Consumo mensual (\$)

Descripción	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
\$ 20	90	45%
\$ 25	85	42%
\$ 30	27	13%
Total	202	100%

Fuente: (Encuesta., 2016)

Elaborado por: (Flores, 2016)

GRÁFICO N° 6 Consumo mensual (\$)



Fuente: (Encuesta., 2016)

Elaborado: (Flores, 2016)

Análisis descriptivo e interpretativo: El valor que los encuestados estarían dispuestos a gastar o invertir en tortas y bocaditos mensualmente es de \$ 20 en un 45% mientras que el 42% de los encuestados están dispuestos a gastar \$ 25 y finalmente el 13 % gastarían hasta \$ 30 mensuales, porque estos productos son de consumo frecuente durante compromisos reuniones o eventos y más aún si estos son elaborados de manera personalizada.

7. ¿Cuál es la frecuencia con que acostumbra a consumir tortas y bocaditos?

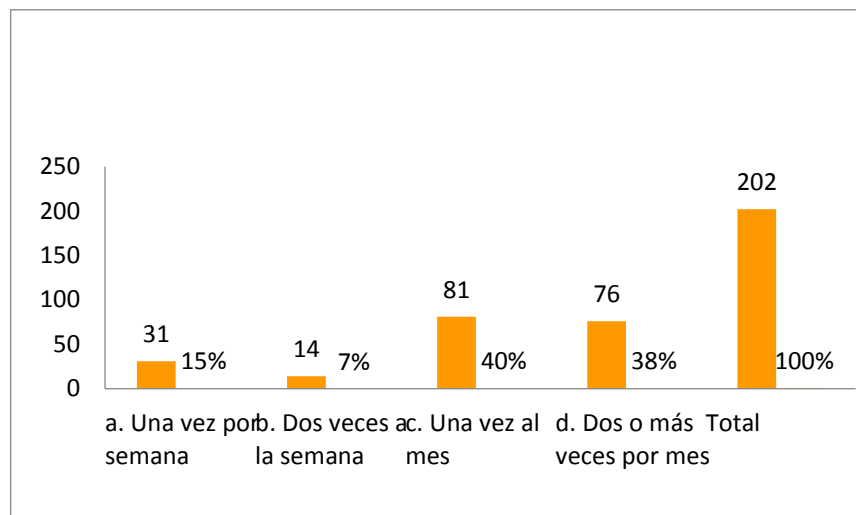
TABLA N° 7 Frecuencia de consumo

Descripción	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
a. Una vez por semana	31	15%
b. Dos veces a la semana	14	7%
c. Una vez al mes	81	40%
d. Dos o más veces por mes	76	38%
Total	202	100%

Fuente: (Encuesta., 2016)

Elaborado por: (Flores, 2016)

GRÁFICO N° 7 Frecuencia de consumo



Fuente: (Encuesta., 2016)

Elaborado: (Flores, 2016)

Análisis descriptivo e interpretativo: De acuerdo a la opinión de las personas encuestadas el 40% consumen una vez al mes los productos que serán ofertados por la empresa, mientras que un 38% consumen dos o más veces al mes y un porcentaje mínimo (15%-7%) pero no por ello menos importante consumen una vez hasta dos veces por semana respectivamente.

Ya que estos compran por festejar alguna fecha o evento especial o simplemente porque se les antojo consumirlos.

8. ¿Según su criterio cual sería el sector idóneo donde se podría ubicar la empresa?

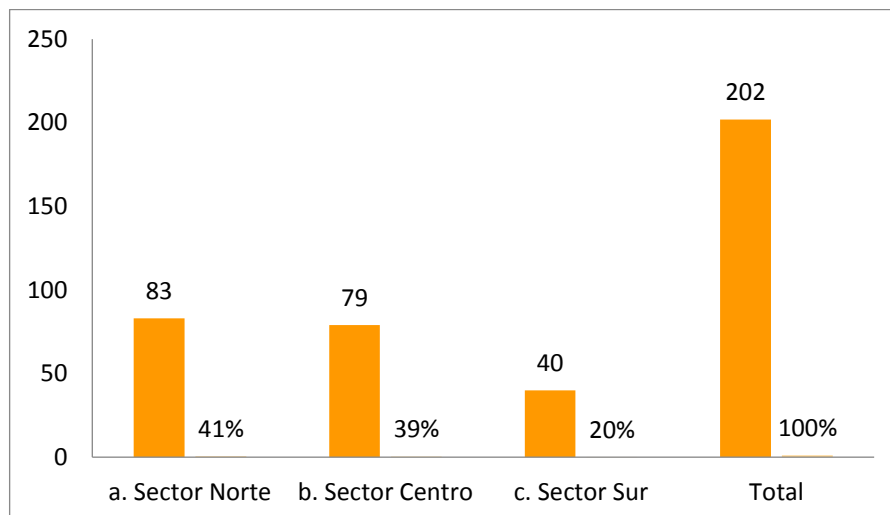
TABLA N° 8 Localización

Descripción	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
a. Sector Norte	83	41%
b. Sector Centro	79	39%
c. Sector Sur	40	20%
Total	202	100%

Fuente: (Encuesta., 2016)

Elaborado por: (Flores, 2016)

GRÁFICO N° 8 Localización



Fuente: (Encuesta., 2016)

Elaborado: (Flores, 2016)

Análisis descriptivo e interpretativo: Dados los resultados a las personas encuestadas, manifiestan que nuestra posible mayor demanda está en el Sector Norte de la ciudad con un 41% porque consideran que las vías de acceso tanto para clientes y proveedores se encuentran en óptimas condiciones, seguido por un 39% que discurren que el Sector Centro es el indicado por la cercanía a los clientes y proveedores, vías de acceso y facilidad de transporte. Finalmente el Sector Sur con 21% por su lejanía al mercado potencial.

9. ¿Qué promociones le gustaría percibir por la empresa?

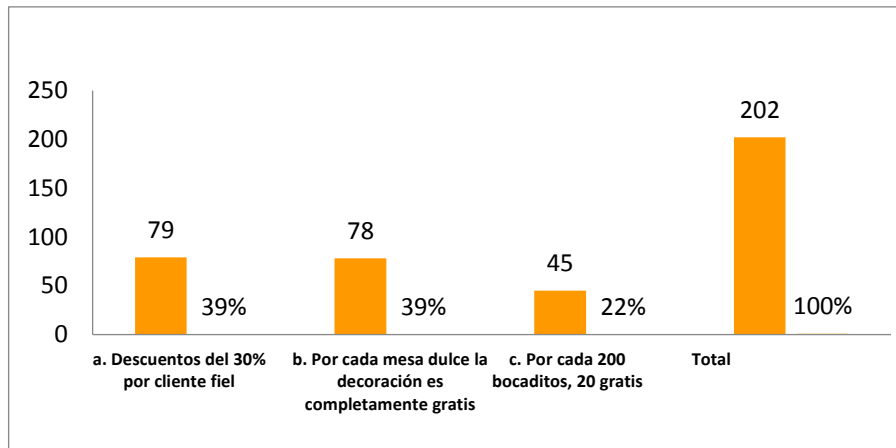
TABLA N° 9 Promociones a ofrecer

Descripción	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
a. Descuentos del 30% por cliente fiel	79	39%
b. Por cada mesa dulce la decoración es completamente gratis	78	39%
c. Por cada 200 bocaditos, 20 gratis	45	22%
Total	202	100%

Fuente: (Encuesta., 2016)

Elaborado por: (Flores, 2016)

GRÁFICO N° 9 Promociones a ofrecer



Fuente: (Encuesta., 2016)

Elaborado: (Flores, 2016)

Análisis descriptivo e interpretativo: Con relación a las promociones que se ofrecerá la empresa a los clientes un 39% está de acuerdo con recibir el (30%) de descuento por ser cliente fiel, mientras que otro 39% se inclina por recibir la decoración completamente gratis por cada pedido completo de una mesa dulce y el 22% manifestó que les gustaría recibir 20 bocaditos gratis por cada pedido de 200. Lo que indica con los porcentajes no tan apartados uno del otro es que las promociones expuestas por la empresa están en completa aceptación por el público y posibles clientes.

10. ¿En qué medios de comunicación a usted le gustaría que se realice la publicidad de la Empresa?

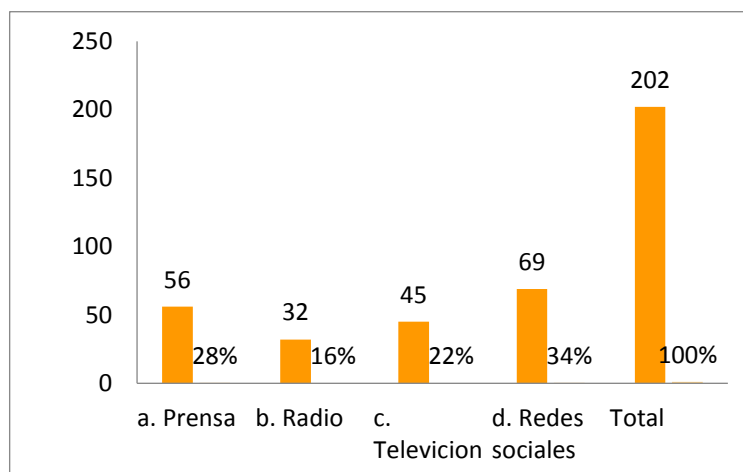
TABLA N^a 10 Medios de comunicación a utilizar

Descripción	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
a. Prensa	56	28%
b. Radio	32	16%
c. Televisión	45	22%
d. Redes sociales	69	34%
Total	202	100%

Fuente: (Encuesta., 2016)

Elaborado por: (Flores, 2016)

GRÁFICO N^o 10 Medios de comunicación a utilizar



Fuente: (Encuesta., 2016)

Elaborado: (Flores, 2016)

Análisis descriptivo e interpretativo: Con respecto a los medios de comunicación en el cual les gustaría recibir la publicidad de la empresa expusieron el 34% en redes sociales ya que son hoy en día las más usadas en la sociedad y no representa ningún costo para el empresario, le sigue la prensa porque está al alcance de muchas personas y su costo no es tan elevado posteriormente esta la televisión porque es un medio de difusión que cubriría una a un porcentaje considerado de posibles clientes y finalmente esta la radio que pese a su gran acogida no sería adecuada para la publicidad de este tipo de productos.

11. ¿Usted ha adquirido tortas y bocaditos en otros establecimientos ubicados en la ciudad de Riobamba?

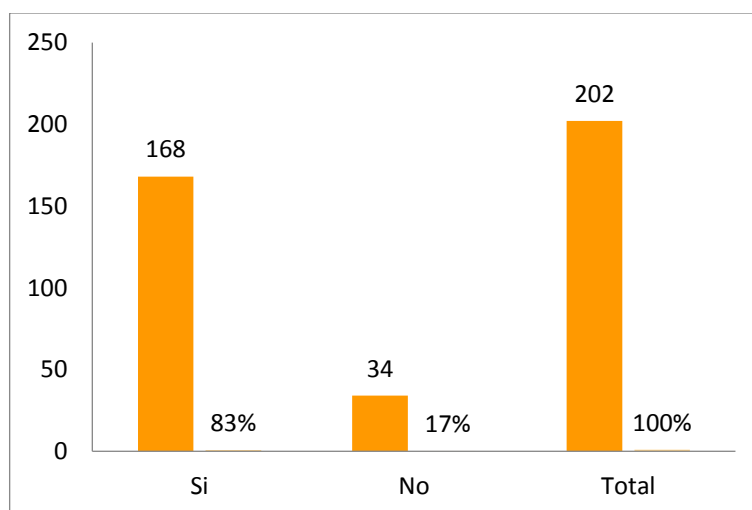
TABLA N^o 11 Consumo en otros establecimientos

Descripción	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	168	83%
No	34	17%
Total	202	100%

Fuente: (Encuesta., 2016)

Elaborado por: (Flores, 2016)

GRÁFICO N^o 11 Consumo en otros establecimientos



Fuente: (Encuesta., 2016)

Elaborado: (Flores, 2016)

Análisis descriptivo e interpretativo: Se observa que el 83% de los encuestados, han adquirido por lo menos una vez estos productos en otros establecimientos y el 17% no lo han hecho. Porque el consumo de estos productos es de manera frecuente y va incrementándose.

De igual manera esta información nos ayuda a ratificar la gran aceptación de estos productos en el mercado.

12. ¿En relación a la pregunta anterior usted está satisfecho con los productos recibidos por estos establecimientos?

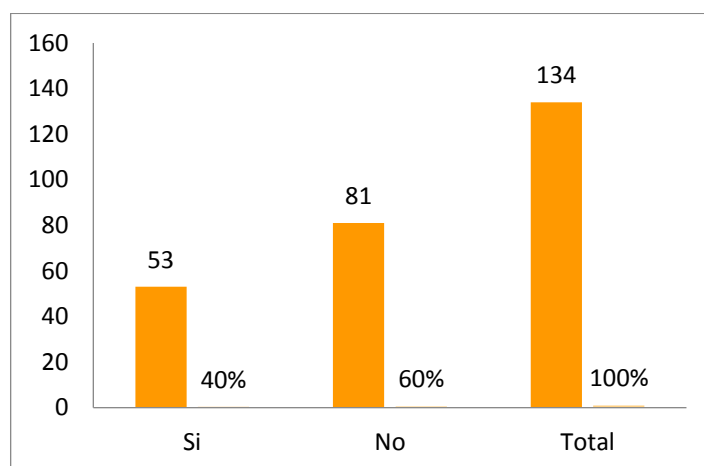
TABLA N^a 12 Satisfacción de otros establecimientos

Descripción	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	53	40%
No	81	60%
Total	134	100%

Fuente: (Encuesta., 2016)

Elaborado por: (Flores, 2016)

GRÁFICO N^o 12 Satisfacción de otros establecimientos



Fuente: (Encuesta., 2016)

Elaborado: (Flores, 2016)

Análisis descriptivo e interpretativo: El 60% de los encuestados no se encuentran conformes con los productos adquiridos en establecimientos similares ya que la gran mayoría son elaborados en serie y esto complica al momento de crear algo nuevo, novedoso y exclusivo que cumpla con las expectativas de los clientes, mientras que el 40% está de acuerdo con los mismos porque se han acostumbrado y mantienen la fidelidad a ciertos establecimientos.

2. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado, es uno de los estudios más importantes y complejos que se realiza para evaluar el proyecto.

Para realizar este estudio levantaremos encuestas que nos permitirán determinar la población objeto y así también el grado de aceptación que existe con relación a otros establecimientos para de esta manera analizar el entorno del proyecto, la demanda, oferta y el mix de mercado dentro de la cual se estudia el producto, precio, canales de distribución o plaza y la promoción o publicidad. Pero siempre se lo hará desde un punto de vista evaluador, es decir, en cuanto al costo/beneficios que estas variables pudieran lograr tener sobre la rentabilidad del proyecto.

2.1. DEMANDA

La demanda se determinará en base a información estadística que resulta del estudio de campo que se realizó en el sector determinado con el fin de conocer más a fondo los gustos y preferencias del consumidor. La proyección de la demanda se realizó tomando en cuenta el índice de crecimiento poblacional en línea recta.

2.2. OFERTA

Esta nos ayuda al estudio de las cantidades que suministrara el catering en el mercado. Analizando las condiciones de elaboración de las empresas productoras más importantes en la ciudad. Esto se efectuará haciendo una relación con el grado de aceptación con respecto a otros establecimientos similares aclarando que no se tomaran en cuenta datos históricos si no solo datos estadísticos arrojados por las encuestas.

La oferta también nos ayuda a determinar la situación actual, futura, y deberá proporcionar las bases para prever las posibilidades del proyecto en las condiciones de competencia existentes.

2.3. CRECIMIENTO POBLACIONAL

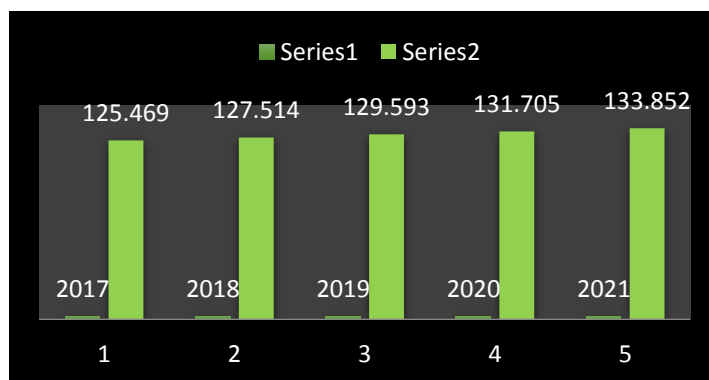
TABLA N° 13 Crecimiento poblacional de Riobamba

N°	AÑOS	POBLACION	PROYECCION GEOMETRICA	CRECIMIENTO POBLACIONAL
0	2016	123457	1	123.457
1	2017	123457	1,0163	125.469
2	2018	123457	1,03286569	127.514
3	2019	123457	1,049701401	129.593
4	2020	123457	1,066811534	131.705
5	2021	123457	1,084200562	133.852

Fuente: (INEC, 2014)

Elaborado por: (Flores, 2016)

GRÁFICO N° 13 Crecimiento poblacional de Riobamba



Fuente: Tabla N°13

Elaborado: (Flores, 2016)

Según estos datos la población en un periodo de 5 años ira en crecimiento paulatinamente en un rango de 127.384 por año durante el periodo anteriormente mencionado.

2.4. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA FUTURA

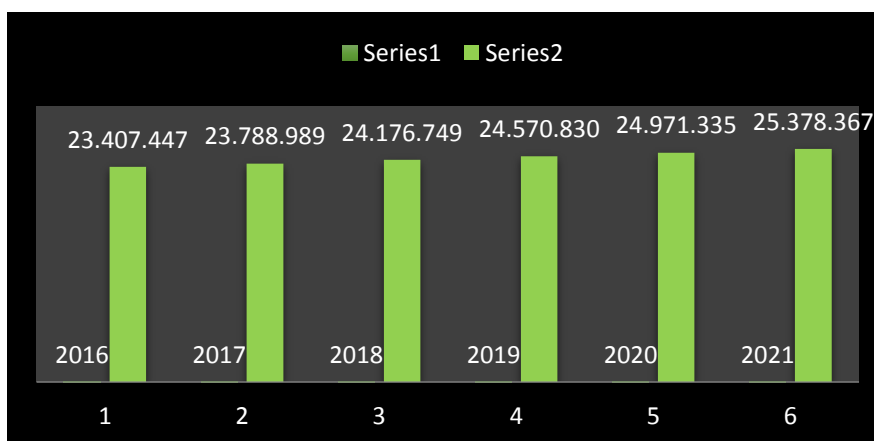
TABLA N^o 14 Proyección de la demanda futura de tortas y bocaditos de la ciudad de Riobamba

N ^o	AÑOS	POBLACION	Consumo de tortas y bocaditos	POBLACIÓN OBJETO	CONSUMO MENSUAL (\$)	DEMANDA TOTAS Y BOCADITOS
0	2016	123.457	79%	97.531	1.950.621	23.407.447
1	2017	125.469	79%	99.121	1.982.416	23.788.989
2	2018	127.514	79%	100.736	2.014.729	24.176.749
3	2019	129.593	79%	102.378	2.047.569	24.570.830
4	2020	131.705	79%	104.047	2.080.945	24.971.335
5	2021	133.852	79%	105.743	2.114.864	25.378.367

Fuente: (Encuesta., 2016) (INEC, 2014)

Elaborado por: (Flores, 2016)

GRÁFICO N^o 14 Proyección de la demanda futura de tortas y bocaditos de la ciudad de Riobamba



Fuente: (Encuesta., 2016) (INEC, 2014)

Elaborado: (Flores, 2016)

Según la proyección de la demanda realizada para un periodo de 5 años expone que el crecimiento de la demanda será significativo alrededor de \$ 380.187 anualmente hasta llegar al final del periodo año 6 con \$ 25.378.367.

2.5. PROYECCIÓN DE LA OFERTA FUTURA

TABLA N° 15 Proyección de la oferta de tortas y bocaditos en la ciudad de Riobamba

PROYECCION DE LA OFERTA						
N°	AÑOS	POBLACION OBJETO	CONSUMO MENSUAL	CONSUMO	OFERTA LOCAL	OFERTA
0	2016	97.531	1.950.621	23.407.447	40%	9.362.979
1	2017	99.121	1.982.416	23.788.989	40%	9.515.595
2	2018	100.736	2.014.729	24.176.749	40%	9.670.700
3	2019	102.378	2.047.569	24.570.830	40%	9.828.332
4	2020	104.047	2.080.945	24.971.335	40%	9.988.534
5	2021	105.743	2.114.864	25.378.367	40%	10.151.347

Fuente: (Encuesta., 2016)

Elaborado por: (Flores, 2016)

GRÁFICO N° 15 Proyección de la oferta de tortas y bocaditos en la ciudad de Riobamba



Fuente: (Encuesta., 2016)

Elaborado: (Flores, 2016)

Con los datos obtenidos se determinó la proyección de la oferta que ira en crecimiento de manera congruente con la demanda es decir que si la demanda crece anualmente en un rango de 150 la oferta tratada de incrementarse en el mismo rango o hasta que la capacidad de la empresa lo pueda hacer.

2.6. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

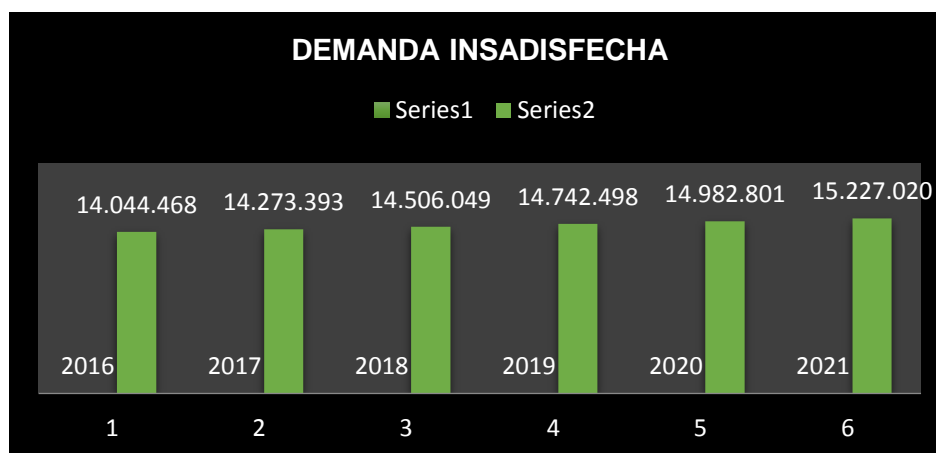
TABLA N° 16 Proyección de la demanda insatisfecha de tortas y bocaditos en la ciudad de Riobamba

DEMANDA INSADISFECHA					
N°	AÑOS	POBLACION OBJETO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSADISFECHA
0	2016	97.531	23.407.447	9.362.979	14.044.468
1	2017	99.121	23.788.989	9.515.595	14.273.393
2	2018	100.736	24.176.749	9.670.700	14.506.049
3	2019	102.378	24.570.830	9.828.332	14.742.498
4	2020	104.047	24.971.335	9.988.534	14.982.801
5	2021	105.743	25.378.367	10.151.347	15.227.020

Fuente: (Encuesta., 2016)

Elaborado por: (Flores, 2016)

GRÁFICO N° 16 Proyección de la demanda insatisfecha de tortas y bocaditos en la ciudad de Riobamba



Fuente: (Encuesta., 2016)

Elaborado: (Flores, 2016)

La proyección de la demanda insatisfecha se incrementa gradualmente cada año, esta es la razón fundamental para el desarrollo del proyecto de propuesta de creación de una empresa especializada en tortas y bocaditos.

2.7. MIX DE MERCADO

2.7.1. Producto / servicio

DELY FLORES es una empresa nueva especializada en Tortas y Bocaditos para todo tipo de evento social. Esta contara con la aplicación de normas de calidad, las mismas que garantizaran los productos elaborados al consumidor y este no solo comprara una torta o bocadito por su sabor y apariencia, sino por la seguridad e higiene que la marca genera.

Factores que diferenciarian a DELY FLORES

- Para la elaboración de los productos se pobra adicionar ingredientes según el cliente lo requiera.
- Cada uno de nuestros productos serán elaborados de manera estandarizada para evitar contratiempos.
- Normas de higiene que garantizan un producto de calidad.
- Contribución de cuidado el medio ambiente.

2.7.1.1. Marca

Una marca es un nombre o una señal cuya finalidad es identificar un producto o empresa de la competencia, puede estar formada por palabras letras y números que pueden ser vocalizados con facilidad.

En este caso hemos escogido DELY FLORES porque es un nombre corto fácil de ser recordado y vocalizado además una de sus palabras es parte del nombre de la emprendedora.

2.7.1.2. Identidad Corporativa

Aquí vamos a ocupar varias herramientas de tipo verbal como nombre o marca de la empresa sumad a herramientas visuales como son el logotipo y colores representativos y la forma de comunicar la marca, obtenemos la fórmula de la identidad corporativa:

Identidad verbal + Identidad Visual = Identidad Corporativa

Logotipo

Para el logotipo de la empresa tomamos como referencia la infografía o psicología del color en marketing, para crear un logotipo con diseño y colores que reflejen la personalidad de la marca y en si ser agradables a la visión con único fin de resaltar y captar la atención del consumidor.



Tarjeta de Presentación



2.7.1.3. Colores corporativos



Mejora el metabolismo, relaciona el nivel de energía percibido, evoca emociones fuertes y estimula el apetito.



Enfoca la atención del usuario en la calidad del contenido.



Significa agresión, crea un llamado a la acción se encuentra presente en compradores impulsivos representa una marca amigable, alegre y confiable.



La mayoría de clientes que son ordenados y disciplinados, buscan el color café. Se relaciona además una vida estable y saludable.



Representa lo fresco y natural.

2.7.1.4. Eslogan

Debido a que DELY FLORES es una empresa de tortas y bocaditos en su gran mayoría dulces, y estos son requeridos para eventos importantes de nuestros clientes. Se desarrolló el siguiente slogan.

“Momentos inolvidables acompañado de dulces placeres”

2.7.2. Precio

Esto se refiere a la cantidad de dinero que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar el producto o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio. Se tomará muy en cuenta el precio referencial que arrojó las encuestas para determinar el costo final del producto para ello debemos también estandarizar costos por receta en el estudio técnico y conocer el costo de producción el mismo que se determinara en el análisis de la inversión.

2.7.3. Distribución

Contar con un sistema de distribución que garantice la entrega oportuna de los productos al consumidor es de vital importancia en muchos de los casos porque se maneja productos perecederos o de fácil descomposición, es así que la distribución de los productos juega un papel muy importante y esta se lo realizara mediante canal directo cuando los productos salen desde la planta y llegar directamente al consumidor final.

También se distribuirá mediante canal indirecto cuando DELY FLORES sea contratada por empresas organizadora de eventos y a través de ellos los productos llegan al consumidor final.

2.7.4. Comunicación

La comunicación es el elemento principal para la venta producto, puesto que no es suficiente enfocarlo al mercado adecuado a un precio atractivo y utilizando el canal de distribución efectivo, si no también hay que dar a conocer sus cualidades, atributos y promociones que otorgara la empresa al cliente como 30% de descuento, decoración adicional y 20 bocaditos gratis, estimulando de esta manera el consumo de los mismos. Para ello también es necesario establecer la publicidad agresiva en medios de comunicación atractivos y de fácil acceso para el cliente como es el caso de las redes sociales y prensa local.

2.8. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO O MERCADO OBJETIVO

CUADRO N° 5 Segmentación de mercado

VARIABLE	SEGMENTACIÓN
GEOGRÁFICA	
País	Ecuador
Región	Sierra
Ubicación	Chimborazo cantón Riobamba
Número de habitantes	En el cantón Riobamba existen 225.700 habitantes según datos estadísticos INEC, del último censo realizado en el año 2010.
Total PEA (Población Económicamente Activa)	123.457 habitantes
Densidad	Urbana
Clima	Frío
Demográfica	
Edad	18 - 50 años
Género	Masculino y femenino
Ocupación	Estudiantes, profesionales
Educación	Secundaria, superior
Religión	Católicos, cristiano evangélico
Etnia	Mestizo, indígena
PSICOGRÁFICA	
Clase social	Media, media alta, alta
Estilo de vida	Guste de cosas innovadoras
Personalidad	Conservador / Detallista
CONDUCTUAL	
Ocasiones de compra	En fechas especiales
Beneficios pretendidos	Producto de calidad Precios asequibles Servicio personalizado
Grado de lealtad	Fuerte
Frecuencia de uso	Frecuente
Actitud hacia el producto	Que satisfagan las necesidades requeridas y que sean superadas las expectativas anheladas tanto del producto como del servicio.

Fuente: (Encuesta., 2016)

Elaborado: (Flores, 2016)

3.10. COMPETENCIA

DELY FLORES posee un establecimiento llamado Dely Rio Gourmet como su competencia indirecta por ser un establecimiento dedicado a la comercialización de tortas, bocaditos, postres y pan, ubicado a escasos 100 metros de la empresa.

La competencia cuenta con un establecimiento que se dedica netamente a la comercialización de sus productos, cuentan con productos estandarizados es decir producción en volumen. Lo que hace que **DELY FLORES** sea una empresa única en el sector ya que esta se encargara de agregar un plus a cada uno de los productos ofertados.

3.11. ANÁLISIS DEL SECTOR

El sector comercial en el cantón Riobamba se encuentra localizado en el sector centro y norte. Específicamente en las parroquias Lizarzaburu y Veloz convirtiéndolo en un atractivo para invertir en él, dado el alto grado de crecimiento y desarrollo durante los últimos años por razones obvias como la entrada de nuevos inversionistas y una tendencia para que el sector gastronómico se abra paso y sea más formal e innovador, es así que DELY FLORES se ubicara en una zona específica del sector centro como es en las calles Gaspar de Villarreal y Cristóbal Colón.

GRÁFICO N° 17 Ubicación




Fuente: Google Maps 2016

Elaborado: (Flores, 2016)

3.12. CARGOS Y FUNCIONES DEL ÁREA COMERCIAL

El área comercial está a cargo de una persona capacitada, que cumple los requerimientos solicitados por la empresa.

CUADRO N° 6 Ficha profesiográfica ventas

 FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO				
Nombre del puesto	N°	Personal a cargo	Horario	Jornada
CAJERO/DESPACHADOR	1	0	9:30 a 18:30	Continua
Área	A quien reporta	Fecha de elaboración	Salario Neto	
Comercial	Gerente Propietaria	29/06/2016	370.14	

RESUMEN DEL CARGO
Recibe y controla la fluctuación de caja por concepto de venta de productos de la empresa entregando balances y arqueo de caja diario.

FUNCIONES
Recibir la cantidad asignada de fondo de cambio.
Firmar el recibo de entrega de dinero.
Brindar diariamente al cliente la lista de precios y promociones de los diversos productos.
Realizar diariamente apertura y cierre de caja.
Entrega de productos

PERFIL
Bachiller en contabilidad, administraciones o afines
experiencia mínima 1 año en cargos similares

Fuente: (Encuesta., 2016)

Elaborado: (Flores, 2016)

3.13. DETERMINACIÓN DE INVERSIONES Y GASTOS DEL ÁREA COMERCIAL

2.8.1. Inversiones

TABLA N° 17 Muebles y enseres

MUEBLES / ENSERES					
TIPO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VALOR ACT. FIJO	IVA
CARTEL CON NOMBRE DEL LOCAL	1	250	250	219,30	30,70
MOSTRADOR	1	100	100	87,72	12,28
SILLA PARA MOSTRADOR	2	60	120	105,26	14,74
SILLAS EN LINEA*3 (PARA ESPERA)	3	80	240	210,53	29,47
ESCRITORIO	1	90	90	78,95	11,05
ARCHIBADOR	1	60	60	52,63	7,37
CUADROS	3	25	75	65,79	9,21
MAQUINA REGISTRADORA	1	150	150	131,58	18,42
TOTAL		815	1085	951,75	133,25

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

2.8.2. Gastos

TABLA N° 18 Publicidad

PUBLICIDAD				
TIPO	CANTIDAD MENSUAL	PROVEEDOR	COSTO \$ MENSUAL	COSTO \$ ANUAL
REDES SOCIALES	4	EMPRESA	0	0
TARJETAS DE PRESENTACION	1000	IMAGO	40	80
ANUNCIO	1	DIARIO LA PRENSA	35	420
TOTAL			75	500

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. DETERMINACION DEL TAMAÑO DE LA EMPRESA

El tamaño de la empresa se determinara por su estrecha vinculación con la inversión del proyecto, los costos de operación y volumen de venta. Por lo cual se puede manifestar que su capacidad de producción durante un periodo de tiempo determinado se dará en base a la capacidad instalada.

4.2. CAPACIDAD DE LA PLANTA

La capacidad de DELY FLORES le daremos por la capacidad instalada de nuestro equipo principal como en este caso el horno que tiene la capacidad de hornear 6 tortas en una hora y alrededor de 400 unidades de bocaditos en el mismo rango de tiempo teniendo en cuenta que se trabaja 5 días a la semana 8 horas al día tendríamos una producción de 24 tortas diarias (240 porciones) y de 1200 unidades de bocaditos diarios dando como resultado una producción anual de 5760 tortas y de 288.000 bocaditos dando como resultado una producción de 293.760 unidades anuales las mismas que satisfacen al por 4.04% de la demanda insatisfecha (7.256.309).

4.3. LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

TABLA N° 19 Localización

DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN				
	PARAMETROS	A (Sector Norte)	B (Sector Centro)	C (Sector Sur)
A	DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA	12	20	11
B	ACERCAMIENTO AL MERCADO POTENCIA	13	20	14
C	PROXIMIDAD A PROVEEDORES	7	22	7
D	SERVICIOS BASICOS	5	5	5
E	DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA CALI	5	5	5
F	VIAS DE ACCESO	9	7	9
G	TRANSPORTE	7	6	8
	TOTAL %	58	85	59

A	B	C	D	E	F	G	TOTAL %
20	25	25	5	5	10	10	100

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

4.4. RECETAS ESTÁNDAR

Estas se realizaron dentro de un formato de fácil entendimiento que reúne los datos y características de cada uno de los ingredientes necesarios para la preparación de los productos, con el fin de proporcionar la información correcta (Anexos 2)

GRÁFICO N° 18 formato de receta estándar

NOMBRE DE LA RECETA:				GRUPO: PLATO PRINCIPAL		
				TIEMPO:	NÚMERO DE PAX	
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	
C.I.F 30% (PV)			CR=FC*CK	7%	% VARIOS	
$\sum C.P = CxP + C.I.F$			FC=1+D		TOTAL	
$U1 = PV - \sum CP$			D=10%		C. PAX	
$U2 = P.V.S - PV$			CR=FC*CK	32%	C.M.P O VENTA	
$U \text{ neta} = U1 + U2$			0		P.V	
				se sube el 20%	P.V.S	

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: (Flores, 2016)

4.5. PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL PRODUCTO (B/S)

1. Requisición de Materia Prima: Se inicia con la adquisición de todo lo necesario en lo que se refiere a materia prima.
2. Recepción y Almacenamiento de Materia Prima: La recepción se realiza comprobando las descripciones de calidad requeridas por la empresa.
3. Pesaje: Los elementos requeridos para elaboración de los diferentes productos son pesados en recipientes de acero, en la balanza.
4. Mezclado: Una vez pesados los elementos se mezclan.
5. Moldeado: La masa pasa del batidor a los moldes o de la amasadora al mesón de trabajo para proceder cortar y dar forma a los bocaditos.
6. Horneado: En el horneado los moldes con las tortas y latas con los bocaditos ingresan al horno donde se someten a temperaturas superiores a los 175 °C por 20 – 25 min y luego a 190 °C por 10 min para dorar.
7. Enfriado: Este paso es muy importante para permitir la manipulación ya que al enfriarse disminuye las posibilidades de que pierda su forma.
8. Desmoldado: En esta etapa se retira el molde donde está contenida la torta o bocadito para proceder a la aditamento de relleno o cubierta, se realiza dejándolo boca abajo, para así desprenderlo.
9. Relleno y Cubierto: Se realiza manualmente con manga, ganache o masa fondant.
10. Almacenamiento: Las tortas y bocaditos rellenos o cubiertos se colocan en bandejas o bases y estas a su vez son llevadas al refrigerador antes de su empaque y despacho.

11. Despacho: Se realiza directamente al cliente en fundas y contenedores especialmente diseñados para estos productos.


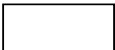


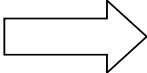

4.6. FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN

El flujograma también es conocido como diagrama de flujo y es un mecanismo fácil de desarrollar y de entender dentro de la empresa.

Con ayuda de este podemos representar de manera gráfica un proceso en este caso es netamente de producción.

Los símbolos a utilizar y su interpretación son los siguientes:

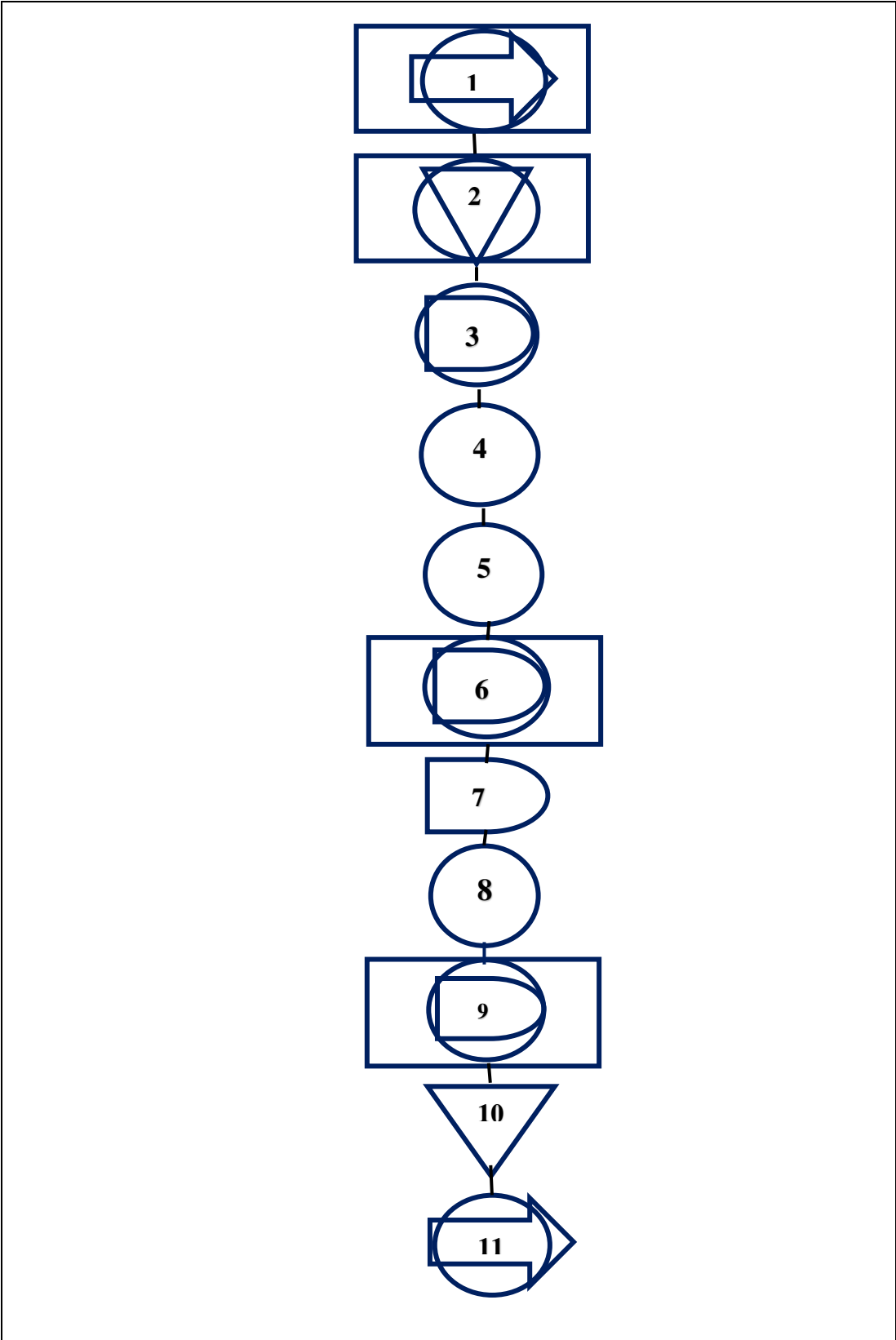
CUADRO N° 7 Interpretación de símbolos en el flujograma

SÍMBOLO	SIGNIFICADO	ACTIVIDAD
	OPERACIÓN	Operaciones, fases del proceso, método o procedimiento.
	INSPECCIÓN	Representa el hecho de verificar la naturaleza, calidad y cantidad de los insumos y producto.
	ALMACENAMIENTO	Indica el almacenamiento de productos terminados.
	ALMACENAMIENTO	Indica el almacenamiento de materia prima.
	TRANSPORTE	Transportación. Indica el movimiento de personas, material o equipo.
	DEMORA	Indica el retraso del proceso método o procedimiento.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

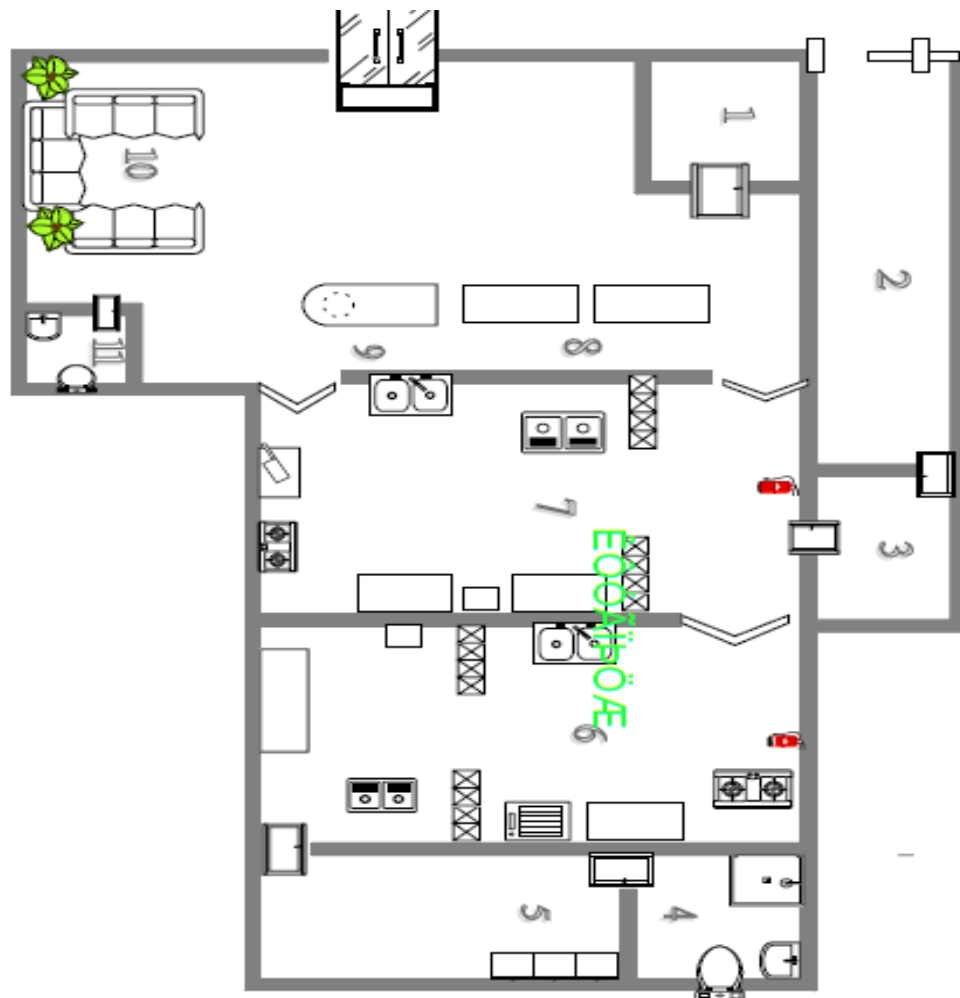
GRÁFICO N° 19 Flujograma de procesos



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: (Flores, 2016)

4.7. DISEÑO DE PLANTA

GRÁFICO N° 20 Diseño de la planta



- 1 OFICINA GERENCIA
- 2 INGRESO PROVEEDORES
- 3 BODEGA
- 4 BAÑO DE PERSONAL
- 5 VESTIDORES
- 6 ÁREA DE PRODUCCIÓN Y HORNEADO
- 7 ÁREA DE DECORADO
- 8 ÁREA DE EXHIBIDORES
- 9 ÁREA DE COBRO Y DESPACHO
- 10 SALA DE ESPERA
- 11 BAÑO CLIENTES

Elaborado: (Flores, 2016)

4.7.1. Descripción de la planta

La empresa cuenta con una distribución adecuada de sus áreas para el movimiento tanto para el personal operativo, administrativo y clientes. Las mismas que cuentan con todo lo

necesario para cumplir con la operación, entre las cuales tenemos una área de vestidores para el personal donde pueden almacenar sus pertenencias, una área destinada para la planta o producción la misma que se divide en dos zonas una para el horneado de productos y la otra para rellenos y decoración, el motivo de esta decisión es netamente de conservación ya que no se puede mantener ciertos productos que se utilizaran para cubiertas y rellenos a la misma temperatura que una masa que espera ser horneada.


Igualmente contaremos con un área destinada para la bodega que servirá para el almacenado de productos no perecibles

También contaremos con una área destinada para la comercialización de los productos donde se encontrara personal capacitado en esta área como es el caso del cajero, diagonal a esta se contrata con una área amplia adecuada para los clientes para que reposen mientras hacen su pedido.

Y finalmente al lado derecho de la entrada se encontrara la oficina de gerencia en la cual se toma decisión con respecto a la producción y cambios dentro de la empresa.

4.8. REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO

CUADRO N° 8 Ficha fisiográfica producción

 FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO				
Nombre del puesto	N°	Personal a cargo	Horario	Jornada
MAESTRO PASTELERO	1	0	8:00 a 17:00	Continua
Área	A quien reporta	Fecha de elaboración	Salario Neto	
Producción	Gerente Propietaria	29/06/2016	371,23	
<p>RESUMEN DEL CARGO</p> <p>Encargado de dirigir la producción y supervisión de la calidad de los productos siguiendo las normas de calidad, higiene y seguridad establecidas por la empresa.</p> <p>FUNCIONES</p> <p>Dirige, controla, planifica y coordina todas las tareas que se realizan en la pastelería Planifica el trabajo diario. Maneja y controla las formulaciones. Cuida que la mise en place diaria se realice según lo planificado. Distribuye el trabajo diario. Es el coordinador entre la empresa y los trabajadores. Realiza los trabajos más delicados. Es responsable por la dotación y control de la mercancía Colabora en la selección del personal requerido en la pastelería.</p> <p>PERFIL</p> <p>Bachiller</p> <p>Experiencia mínima 2 años en cargos similares</p>				

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)



FICHA DE DESCRIPCION DEL PUESTO

Nombre del puesto	Nº	Personal a cargo	Horario	Jornada
AYUDANTE DE PASTELERIA	1	0	8:30 a 17:30	Continua
Área	A quien reporta	Fecha de elaboración	Salario Neto	
Producción	Gerente Propietaria	29/06/2016	369.40	

RESUMEN DEL CARGO

Asiste al pastelero en todo el proceso de producción.

FUNCIONES

Realiza las tareas más mecánicas.
Elabora total o parcialmente algunas masas, pasta o batidos.
Rellena algunas piezas y termina algunos trabajos sencillos
Ejecuta el arreglo y limpieza del área de producción.
Ordenar refrigeradores y bodega.
Colabora en la preparación de la mise en place.

PERFIL

Bachiller

Experiencia mínima 1 año en cargos similares

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

5. ANÁLISIS DE LA INVERSIÓN

En este punto detallaremos los requerimientos que exige la empresa para su creación y estará reflejado patrimonialmente en el activo y puede tratarse de una inversión en activo fijos o activo circulante.

5.1. ESTRUCTURA DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN

5.1.1. Consumo de servicios básicos

TABLA N° 20 Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS				
SERVICIOS BASICOS	CANTIDAD	PROVEEDOR	COSTO \$ MENSUAL	COSTO \$ ANUAL
AGUA	BASICO (1,13 c/m3)	EMAPAR	19	228
LUZ	BASICO	EERSA	33	396
ENERGIA	BASICO	EERSA	20	240
INTERNET	ILIMITADO	CNT	20	240
TELEFONO	BASICO	CNT	17	204
TOTAL			109	1308

100% DEL COSTO	PRODUCCIÓN (55%)	VENTAS (25%)	ADMINISTRACIÓN (20%)
1.308,00	719,40	327,00	261,60

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

5.1.2. Combustible

TABLA N° 21 Combustible

COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES				
COMBUSTIBLES	CANTIDAD SEMANAL	PROVEEDOR	COSTO \$ MENSUAL	COSTO \$ ANUAL
GAS DOMESTICO	1	DISTRIBUDOR (Guayaquil y J. Velasco)	5	60
GAS INDUSTRIAL	3	DISTRIBUDOR (Guayaquil y J. Velasco)	77	924
TOTAL			82	984

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

5.1.3. Mantenimiento

TABLA N° 22 Mantenimiento

MANTENIMIENTO				
EQUIPOS / INSTALACIONES	TIEMPO/ CANTIDAD	ENCARGADO	COSTO \$ SEMESTRAL	COSTO \$ ANUAL
HORNO CONVECCIÓN	C/6 MESES	INOX	40	80
BATIDOR INDUSTRIAL	C/6 MESES	MONTERO	50	100
AMASADORA	C/6 MESES	MONTERO	50	100
REFRIGERADOR	C/6 MESES	DELY FLORES	30	60
BATIDOR MANUAL	C/6 MESES	DELY FLORES	20	40
COCHE PORTA BANDEJAS	C/12 MESES	DELY FLORES	25	25
ESTANTERIAS DE ACERO	C/12 MESES	DELY FLORES	10	10
MESONES DE TRABAJO	C/12 MESES	I. LOZADA	30	30
MESON DE DOS POZOS	C/12 MESES	I. LOZADA	20	20
ESTANTERIAS	C/12 MESES	DELY FLORES	20	20
TOTAL			295	485

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

5.1.4. Depreciación

TABLA N° 23 Depreciación activos fijos

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS				
BIEN	COSTO SIN IVA	AÑO DE VIDA	VALOR RESIDUAL	VALOR DEP. ANUAL
MAQUINARIA Y EQUIPOS	8921,93	10	892,19	802,97
EQUIPOS DE COMPUTO	541,82	3	178,80	121,01
MUEBLES Y ENSERES	951,75	10	95,18	85,66
TOTAL DEPRECIACIÓN				1.009,64

MAQUINARIA Y EQUIPOS → 100% PRODUCCIÓN

EQUIPOS DE COMPUTO → 100% ADMINISTRACIÓN

	100%	PRODUCCIÓN (0%)	VENTAS (50%)	ADMINISTRACIÓN (50%)
MUEBLES Y ENSERES →	85,66	0,00	42,83	42,83

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

5.1.5. Materia Prima Directa

TABLA N° 24 Materia prima

NOMBRE DE LA RECETA	PROYECCIÓN DE INGRESOS										
	CANTIDAD DIARIA	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	COSTO UNITARIO \$	COSTO UNITARIO MP	COSTO MP	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TORTA DE CHOCOLATE	36	720	8640	0.87	0.24	2073.6	7.825,74	8.147,38	8.482,24	8.830,86	9.193,80
TORTA DE VAINILLA	10	200	2400	0.97	0.27	648	2.423,68	2.523,29	2.627,00	2.734,97	2.847,38
TORTA DE MANZANA	20	400	4800	0.93	0.26	1248	4.647,47	4.838,48	5.037,34	5.244,38	5.459,92
TORTA DE NARANJA	10	200	2400	0.77	0.21	504	1.923,95	2.003,03	2.085,35	2.171,06	2.260,29
TORTA DE NOVITOS	0	0	0	2.33	0.69	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
CREMA MOKA	36	720	8640	0.39	0.11	950.4	3.508,09	3.652,27	3.802,38	3.958,66	4.121,36
CREMA PASTELERA	10	200	2400	0.17	0.05	120	424,77	442,23	460,40	479,32	499,03
CREMA MANTEQUILLA INCI	0	0	0	0.38	0.1	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
GANACHE	20	400	4800	0.36	0.1	480	1.799,02	1.872,96	1.949,94	2.030,08	2.113,52
FONDANT	24	480	5760	1.23	0.37	2131.2	7.375,99	7.679,14	7.994,75	8.323,34	8.665,42
FROSTING VAINILLA	10	200	2400	0.71	0.2	480	1.774,03	1.846,95	1.922,86	2.001,89	2.084,16
CREMA MANTEQUILLA INCI	10	200	2400	0.96	0.26	624	2.398,69	2.497,28	2.599,92	2.706,78	2.818,02
GANACHE/BOMBÓN	20	400	4800	1.2	0.3	1440	5.996,74	6.243,20	6.499,80	6.766,94	7.045,06
MASA HOJALDRE	50	1000	12000	0.1	0.03	360	1.249,32	1.300,67	1.354,12	1.409,78	1.467,72
MASA QUEBRADA	50	1000	12000	0.08	0.02	240	999,46	1.040,53	1.083,30	1.127,82	1.174,18
JAMÓN CON QUESO	50	1000	12000	0.39	0.1	1200	4.872,35	5.072,60	5.281,09	5.498,14	5.724,11
POLLO CON BECHAMEL	30	600	7200	0.19	0.06	432	1.424,22	1.482,76	1.543,70	1.607,15	1.673,20
FROSTING DE VAINILLA	20	400	4800	0.31	0.09	432	1.549,16	1.612,83	1.679,11	1.748,13	1.819,97
BOCADILLOS DE NUEZ	20	400	4800	0.61	0.17	816	3.048,34	3.173,63	3.304,06	3.439,86	3.581,24
BOLITAS DE CHOCOLATE Y	20	400	4800	0.45	0.12	576	2.248,78	2.341,20	2.437,42	2.537,60	2.641,90
CAKE POPS	15	300	3600	0.56	0.15	540	2.098,86	2.185,12	2.274,93	2.368,43	2.465,77
CUP CAKE CHOCOLATE	6	120	1440	0.49	0.13	187.2	734,60	764,79	796,23	828,95	863,02
CUP CAKE VAINILLA	6	120	1440	0.48	0.13	187.2	719,61	749,18	779,98	812,03	845,41
BROCHETAS MIXTAS	15	300	3600	0.75	0.25	900	2.810,97	2.926,50	3.046,78	3.172,00	3.302,37
MINI PIZZAS	20	400	4800	0.59	0.16	768	2.948,40	3.069,57	3.195,73	3.327,08	3.463,82
TOTAL	508,00	10.160,00	121.920,00	16,27		17337,6	64.802,23	67.465,60	70.238,44	73.125,24	76.130,68

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: (Flores, 2016)

5.1.6. Mano de obra directa

TABLA N° 25 Mano obra directa

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO AÑO	BENEFICIOS SOCIALES
			12,15 (11,15% APORTE PATRONAL, 0,5 IECE, 0,5 SECAP)
MAESTRO PASTELERO	371,23	4.454,76	541,25
AYUDANTE PASTELERO	369,4	4.432,80	538,59
TOTALES:	740,63	8.887,56	1.079,84

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

5.1.7. Sueldo ventas

TABLA N° 26 Mano de obra indirecta

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO AÑO	BENEFICIOS SOCIALES
			12,15 (11,15% APORTE PATRONAL, 0,5 IECE, 0,5 SECAP)
CAJERO	370,14	4.441,68	539,66
TOTALES:	370,14	4.441,68	539,66

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

5.2. REQUERIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS AREA PRODUCCIÓN

TABLA N° 27 Maquinaria y equipo

MAQUINARIA Y EQUIPOS					
	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VALOR ACT. FIJO	IVA
REFRIGERADOR PANORAM VERTI/ 1 PUERTA	2	690,00	1.380,00	1.210,53	169,47
VITRINA MOSTRADOR	2	380,00	760,00	666,67	93,33
COCINA INDUSTRIAL	2	120,00	240,00	210,53	29,47
AMASADORA 25 LT	1	1.200,00	1.200,00	1.052,63	147,37
BATIDOR INDUSTRIAL 20 LT	1	1.470,00	1.470,00	1.289,47	180,53
BATIDOR DE MESA 6 LT	1	486,00	486,00	426,32	59,68
HORNO CONVECCIÓN	1	2.500,00	2.500,00	2.192,98	307,02
MESON DE TRABAJO DE ACERO INIXIDABLE	2	225,00	450,00	394,74	55,26
MESON DE DOS POZOS	2	310,00	620,00	543,86	76,14
COCHE PORTA BANDEJAS	2	100,00	200,00	175,44	24,56
ESTANTERIAS DE ACERO INOXIDABLE	3	110,00	330,00	289,47	40,53
CILINDRO DE GAS DOMESTICO	2	55,00	55,00	48,25	6,75
CILINDRO DE GAS	1	95,00	95,00	83,33	11,67
EXTINTOR	1	95,00	95,00	83,33	11,67
TRAMPA DE GRASA	1	200,00	200,00	175,44	24,56
VENTILADOR	1	90,00	90,00	78,95	11,05
TOTAL		8.126,00	10.171,00	8.921,93	1.249,07

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

TABLA N° 28 Equipo de cómputo

EQUIPOS DE COMPUTO					
TIPO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VALOR ACT. FIJO	IVA
COMPUTADORA	1	500	500	438,60	61,40
IMPRESORA	1	117,68	117,68	103,23	14,45
TOTAL		617,68	617,68	541,82	75,86

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

TABLA N° 29 Menaje y vajilla

MENAJE Y VAJILLA			
TIPO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
ESPATULA DE GOMA	2	4,15	8,3
ESPATULA PLANA	2	3,85	7,7
ESPATULA MADERA	2	2	4
TAMIZ JUEGO	1	2	2
TAMIZ DE TELA FINA DE ACERO	1	3	3
TAZA MEDIDORA JUEGO	1	4,2	4,2
CUCHARA MEDIDORA JUEGO	1	3,15	3,15
CORTA PASTAS VARIOS MODELOS JUEGO	3	5,1	15,3
CASEROLA JUEGO*4	2	55	110
CALDERO JUEGO*3	1	31	31
JARRA MEDIDORA	2	3	6
RODILLO GRANDE DE ACERO	2	40	80
RODILLO MEDIANO MADERA	1	4,5	4,5
RODOLLO TEXTURIZADOR MEDIANO	1	15	15
MANGA TELA	3	3,8	11,4
MANGA DESCARTABLE	5	1,5	7,5
BROCHA BORDE PLASTICO	2	2,5	5
BAILARINA	3	26	78
BOQUILLAS JUEGO	1	12,35	12,35
BOWL JUEGO * 6	3	29	87
VARILLAS	2	6,35	12,7
MOLDE SAVARIN	1	8	8
MOLDE BAVAROIS	2	12	24
MOLDES VARIOS MODELOS JUEGO	4	43	172
CUCHILLO CEBOLLERO	2	10,15	20,3
CUCHILLO DE SIERRA	2	8,2	16,4
PUNTILLA	2	3,35	6,7
PINCELES JUEGO	2	2,25	4,5
RALLADOR	2	3,9	7,8
ARAÑA	1	4,49	4,49
LATA PARA HORNO GRANDE	5	20	100
LATA PARA HORNO PEQUEÑA	5	10	50
TABLAS DE PICAR MEDIANAS 15 X 20"	2	16,2	32,4
TABLA DE CORTE CON MEDIDAS	2	4,6	9,2
BALANZA ELECTRONICA	1	45	45
GRAMERA	1	15	15
VAJILLA			
PLATO DE POSTRE C/U	12	1,45	17,4
CRISTALERIA			
VASO PARA AGUA*12	1	11,5	11,5
CUBETERIA			
CHUCHARA DE POSTRE*12	1	4,75	4,75
TENEDORES DE POSTRES*12	1	5,8	5,8
TOTAL		487,09	1063,34

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

TABLA N° 30 Suministros y materiales

SUMINISTROS Y MATERIALES			
TIPO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
HOJAS*1000	1	3,25	3,25
ESFEROS	6	0,35	2,1
SELLO DE LA EMPRESA	1	7	7
PERFORADORA	1	1,5	1,5
ENGRANPADORA	1	2,3	2,3
CARPETA	6	0,85	5,1
CORRECTOR	1	1,25	1,25
BORRADOR	3	0,25	0,75
LAPIZ	6	0,35	2,1
MARCADOR	3	0,6	1,8
CLORO	1	4,42	4,42
JABON PARA PISOS	1	8,9	8,9
DESINFECTANTE PARA SUPERF	1	5,8	5,8
ESCOBA	3	1,8	5,4
TRAPEADOR	3	2,5	7,5
ATOMIZADOR	4	0,75	3
CEPILLO PARA UÑAS	2	0,75	1,5
DISPENSADOR DE JABÓN	2	8	16
JABÓN LIQUIDOANTIBACTERIAL	2	2	4
DISPENSADOR DE PH	1	12,21	12,21
BASUREROS	5	10,95	54,75
FUNDAS DE BASURA*10	5	1,5	7,5
DESGRASANTE	1	4,73	4,73
MASCARILLA * 100	1	3,1	3,1
COFIA * 100	1	4	4
GUANTES DE MANIP * 100	1	5,2	5,2
GUANTES DE CAUCHO * 2	2	1,2	2,4
LAVA VAJILLA	2	2,52	5,04
VILEDAS	5	0,65	3,25
PAPEL ABSORBENTE 100m	2	26	52
PAPEL HIGIÉNICO * 12	1	11,1	11,1
GEL ANTIBACTERIAL GALON	1	15	15
DISPENSADOR DE PA ABSORB	1	25,9	25,9
LIMPIONES *25 ROJOS /AZULES	2	4	8
TOTAL		180,68	297,85

100% COSTO ANUAL	PRODUCCIÓN (50%)	VENTAS (30%)	ADMINISTRACIÓN (20%)
595,70	297,85	178,71	119,14

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

TABLA N° 31 Materiales indirectos

MATERIALES INDIRECTOS			
TIPO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
FUNDAS MEDIANAS * 100	2	1	2
CONTENEDORES (5*5)* 25	1,5	3	4,5
BASES PARA TORTA N° 9 * 25	4	2,15	8,6
BASES PARA TORTA N° 12 * 25	4	2,95	11,8
PAPEL ALUMINIO	1	40	35
PAPEL FILM	1	38	30
PAPEL ENCERADO	2	3,6	7,2
PLATO DESCARTABLE N° 5 *25	4	0,75	3
CUCHARAS POSTRE *100	2	1,1	2,2
TOTAL		92,55	104,3

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

TABLA N° 32 Requerimiento de activos fijos**ACTIVOS FIJOS**

MAQUINARIA Y EQUIPO	8.126,00	10.171,00
MUEBLES Y ENSERES	815,00	1.085,00
EQUIPOS DE COMPUTO	617,68	617,68
SUB-TOTAL ACTIVOS FIJOS		11.873,68

INVENTARIOS

MENAJE Y VAJILLA	487,09	1.063,34
MATERIALES INDIRECTOS	92,55	104,30
SUMINISTROS Y MATERIALES	180,68	297,85
SUB-TOTAL INVENTARIOS		1.465,49

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

5.3. PROGRAMA PRE – OPERATIVO**TABLA N° 33 Gasto experimentación**

PROGRAMA PREOPERATIVO O GASTOS DE EXPERIMENTACIÓN					
PROCESO / ACTIVIDAD	RESPONSABLE	TIEMPO	MATERIA PRIMA	COSTO POR TIEMPO \$	COSTO TOTAL
PRUEBAS	MAESTRO PASTELERO	1:00:00	6	2,26	8,26
MUESTRAS	MAESTRO PASTELERO	1:30:00	3	3,38	6,38
DEGUSTACIONES	GERENTE PROPIETARIO	1:00:00	3	2,26	5,26
CONTROL CALIDAD	GERENTE PROPIETARIO	1:00:00	0	2,26	2,26
TOTAL			12,00	10,17	22,17

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

5.3.1. Pruebas

Estas se realizaron a los productos de mayor demanda o productos estrellas para tener una variación de cada una de ellas tanto para la empresa como para el cliente y el valor designado para la materia prima de estas se tomó de manera referencial en base al costo de materia prima requerido en la receta estándar y el monto será de un tope de \$ 6.

5.3.2. Muestras

Se determinaron porciones de los productos que dan como resultado de las pruebas, todos de un mismo gramaje (50 gr) y serán colocados en recipientes adecuados y atractivos para el cliente, los mismos que se adquieren con un monto mínimo de \$3.

5.3.3. Degustaciones

Se realizaron adicionando a la muestra una cuchara, servilleta y algún detalle más en cada uno de los implementos para hacer del producto algo especial los mismos que tendrán un costo mínimo de \$ 3.

Esta acción se realizara a los clientes para medir el grado de aceptabilidad del producto en base de un formato de test de aceptabilidad, (Anexo 3).

5.3.4. Control de calidad

El encargado de realizar este control será el gerente propietario no contara con ningún gasto adicional para realizar esta acción más que el de su costo salario hora, ya que el control se lo realizara con pruebas organolépticas.

6. ESTUDIO AMBIENTAL

Este estudio se lo realiza con el fin de identificar las posibles amenazas y el impacto que podría ocasionar la implantación del proyecto, con esta también podemos conocer medidas de mitigación para evitar dichas amenazas.

Este estudio se considera necesario a la hora de establecer si aquellas transformaciones o proyectos a concebir terminarán generando mayores perjuicios que beneficios.

CUADRO N° 9 Matriz estudio ambiental

DAÑOS OCACIONADOS POR LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y POR LAS ACTIVIDADES PREOPERATIVAS	MEDIDAS DE MITIGACIÓN	REQUERIMIENTOS	COSTO \$
AGUA			
<ul style="list-style-type: none"> Contaminación con grasa por medio de lavado de implementos con restos de géneros grasos como mantequilla, crema de leche, aceite, etc. Al momento de batirlos o mezclarlos. 	<ul style="list-style-type: none"> Reducir 	<ul style="list-style-type: none"> Colocar Trampa de Grasa 	200
<ul style="list-style-type: none"> Desperdicio el lavado de manos, menaje y limpieza profunda. 	<ul style="list-style-type: none"> Reducir 	<ul style="list-style-type: none"> Utilizar lo necesario , colocar gel antibacterial 	0
<ul style="list-style-type: none"> Uso de químicos como detergente en la limpieza de superficies (pisos) ya que este forma exceso de algas en las aguas residuales y esta a su vez impide su oxigenación exigiendo un tratamiento de aguas más industrializado. 	<ul style="list-style-type: none"> Reducir 	<ul style="list-style-type: none"> Analizar los químicos en su composición por medio de las cartillas de cada laboratorio y así poder usar el que contaminen menos (jabón en vez de detergente). 	0
AIRE			
<ul style="list-style-type: none"> Aire caliente producido por el calor del horno. 	<ul style="list-style-type: none"> Reducir 	<ul style="list-style-type: none"> Colocando ventilación dentro del área de producción. 	90
SUELO			
<ul style="list-style-type: none"> Desechos por envoltura y transporte de productos 	<ul style="list-style-type: none"> Reciclar, Reutilizar 	<ul style="list-style-type: none"> Bolsas plásticas y usarlas para almacenar Clasificar la basura 	30
TOTAL			315

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

7. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

7.6. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

7.6.1. Área administrativa

En el área administrativa funcionan los departamentos de financiero, ambiental y la gerencia.

Esta área está a cargo de dos personas la Gerente Propietaria que se encarga de todo lo que se refiera a gerencia, contabilidad y también al área de lo ambiental en base al estudio ya realizado

CUADRO N° 10 Talento humano área administrativa

CARGO	FUNCIONES	RESPONSABILIDADES	REMUNERACIÓN	IESS/SECAP/IECE	REMUNERACIÓN TOTAL
GERENTE PROPRIETARIA	<ul style="list-style-type: none"> Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo. 	<ul style="list-style-type: none"> Alcanzar los objetivos que se estableció. 	479,54	58,26411	537,80411
	<ul style="list-style-type: none"> Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos. 	<ul style="list-style-type: none"> Supervisar al personal para que cumpla con sus funciones. 			
	<ul style="list-style-type: none"> Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta. 	<ul style="list-style-type: none"> Responsable de la toma de decisiones. 			
	<ul style="list-style-type: none"> Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias. 	<ul style="list-style-type: none"> Realizar el control de calidad de los productos. 			
COSTO ANUAL					6453,64932

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

7.6.2. Área productiva

Esta es considerada como una de las áreas más importantes, ya que formula y desarrolla los métodos más adecuados para la elaboración de los productos, también coordina la mano de obra, equipos, instalaciones, materiales, y herramientas requeridas.

CUADRO N° 11 Talento humano área producción

CARGO	FUNCIONES	RESPONSABILIDADES	EMUNERACIÓN	IESS/SECAP/IECE	REMUNERACIÓN TOTAL
M A E S T R O P A S T E L E R O	Dirige, controla, planifica y coordina todas las tareas que se realizan en el área de producción.	Dirigir toda la producción.	477,55	58,022325	535,572325
	Maneja y controla las formulaciones.	de llevar a cavo desgustaciones de nuevos productos.			
	Cuida que la mise en place según lo planificado.	Establecer prioridades al momento de realizar la producción.			
	Distribuye el trabajo diario.	Es la cabeza de la operación.			
	Es el coordinador entre la empresa y los trabajadores.	Canal de comunicación entre empleados empresa.			
	Realiza los trabajos más delicados.	Encargado de realizar la decoración de los productos.			
	Colabora en la selección del personal requerido en la pastelería.	dar pautas para el requerimiento de la mano de obra directa.			
COSTO ANUAL					6426,8679

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

CARGO	FUNCIONES	RESPONSABILIDADES	EMUNERACIÓN	IESS/SECAP/IECE	REMUNERACIÓN TOTAL
A Y U D A N T E P A S T E L E R O	Realiza las tareas más mecánicas.	Realizar la inspección de equipos antes y despues de la producción.	474,69	57,674835	532,364835
	Elabora total o parcialmente algunas masas, pasta o batidos.	Llevar la dirección de la producción de masas.			
	Rellena algunas piezas y termina algunos trabajos sencillos	Establecer una lista de productos de los productos que no requiera de tanto cuidado.			
	Ejecuta el arreglo y limpieza del área de producción.	Encargado de la limpieza pre y post operacional.			
	Ordena refrigeradores y bodega..				
Colabora en la preparación de la mise en place.	Llevar acabo cortes y cocciones solicitados por el maestro pastelero.				
COSTO ANUAL					6388,37802

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

7.6.3. Área comercial

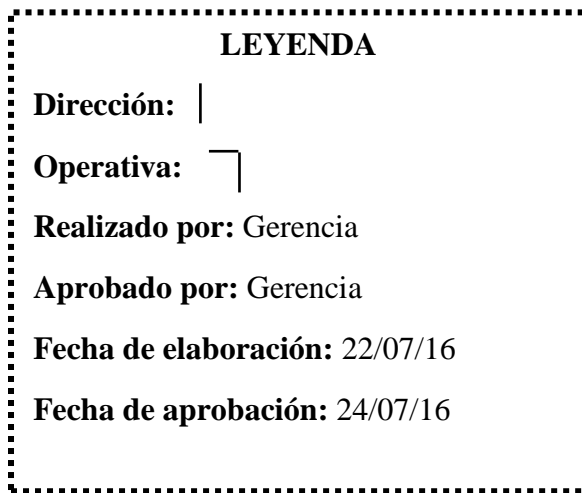
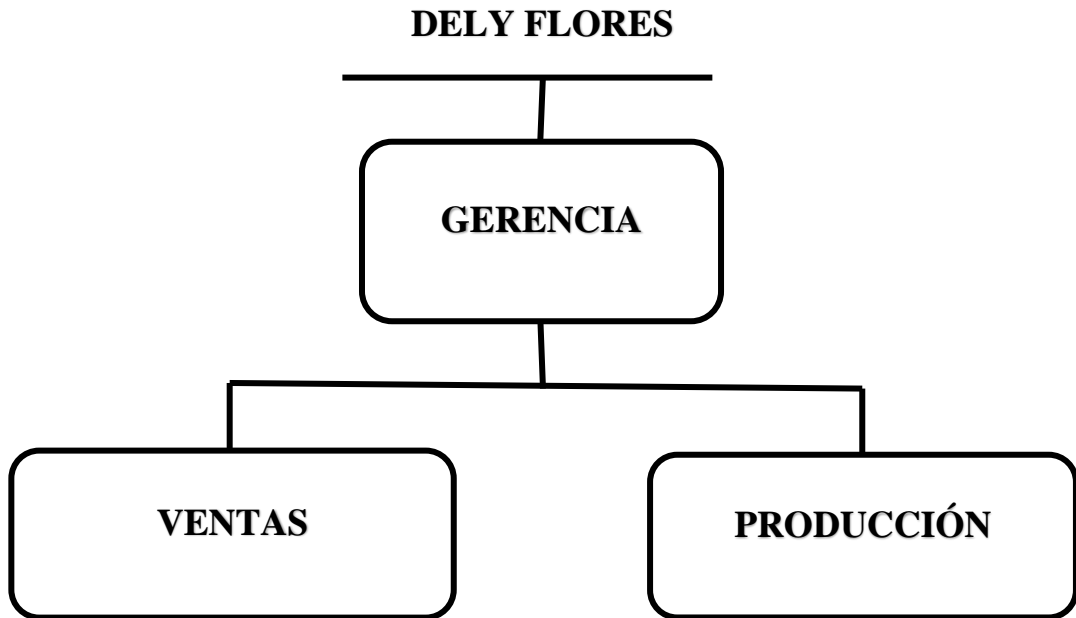
Esta área es la encargada de las ventas es la que persuadirá a clientes o mercado de la existencia de los productos, valiéndose de su fuerza de ventas, aplicando las técnicas y políticas de ventas acordes con el producto que se desea vender.

CUADRO N° 12 Talento humano área comercial

CARGO	FUNCIONES	RESPONSABILIDADES	REMUNERACIÓN	IESS/SECAP/IECE	REMUNERACIÓN TOTAL
CAJERO DESPACHADOR	Recibir la cantidad asignada de fondo de cambio.	Responder por el monto total	476,46	57,88989	534,34989
	Firmar el recibo de entrega de dinero.				
	Realizar diariamente apertura y cierre de caja.				
	Brindar diariamente al cliente la lista de precios y promociones de los diversos productos.	Encargado de recibir y dar la información que solicita el cliente con respecto a productos o detalles de la manera fde traabajo de la empresa.			
	Entrega de productos				
COSTO ANUAL					6412,19868

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: (Flores, 2016)


7.7. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA



7.8. PROCESO DE SELECCIÓN Y CONTRATACION DEL TALENTO HUMANO.

7.8.1. Descripción de puestos de Trabajo

CUADRO N° 13 Ficha profesiográfica administración

 FICHA DE DESCRIPCION DEL PUESTO				
Nombre del puesto	N°	Personal a cargo	Horario	Jornada
GERENTE PROPIETARIO	1	0	8:00 a 18:30	Continua
Área	A quien reporta	Fecha de elaboración	Salario Neto	
Administrativa	Gerente Propietaria	15/06/2016	372,7	
<p>RESUMEN DEL CARGO Responsable por la dirección y representación legal, judicial y extrajudicial, estableciendo las políticas generales que regirán a la empresa. Desarrolla y define los objetivos organizacionales. Planifica el crecimiento de la empresa a corto y a largo plazo. Además presenta al Directorio los estados financieros, el presupuesto, programas de trabajo y demás obligaciones que requiera.</p> <p>FUNCIONES Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo. Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos. Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.</p> <p>Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.</p> <p>PERFIL Licenciatura en Gestión Gastronómica / Administración de Empresas Experiencia mínima 2 años en cargos similares</p>				

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: (Flores, 2016)

7.8.2. Perfil de los trabajadores

Para la designación de los puestos se analizara dependiendo del mismo las aptitudes, conocimientos profesionales, experiencia, hábitos de seguridad, limpieza e higiene en el trabajo y cualidades que se refieren al perfil profesional.

7.8.3. Costos salariales

TABLA N° 34 Costo salarial DELY FLORES

ÁREA	CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO AÑO	BENEFICIOS SOCIALES
				12,15 (11,15%APORTE PATRONAL,0,5 IECE,0,5 SECAP)
ADMINISTRACION	GERENTE PROPIETARIO	372,70	4.472,40	543,40
PRODUCCIÓN	MAESTRO PASTELERO	371,23	4.454,76	541,25
	AYUDANTE PASTELERO	369,4	4.432,80	538,59
VENTAS	CAJERO	370,14	4.441,68	539,66
TOTAL		1.483,47	17.801,64	2.162,90

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

7.8.4. Proceso de reclutamiento, selección, contratación e inducción al puesto de trabajo

7.8.4.1. Reclutamiento

El proceso de reclutamiento comienza cuando se da a conocer la existencia de las vacantes y se termina cuando se recibe la solicitud de los posibles aspirantes a los cargos, posteriormente se lo envían para el proceso de selección.

Para este proceso se utilizara ayuda de la web accediendo a bolsas de empleo gratuitas, también se lo hará de manera verbal a los conocidos.

7.8.4.2. Selección

Una vez que se tiene a los candidatos estos pasan por una serie de evaluaciones donde se definirá quienes son los más recomendados para el cargo.

De acuerdo a la necesidad ocupacional de la empresa el Gerente procederá a realizar la selección de los candidatos postulantes programando una entrevista personal, confirmando los datos de la hoja de vida y certificados que evidencien la experiencia del candidato y validando la hoja de perfil de personal de la empresa conforme a la posición a ocupar.

Se considerara apto para desempeñar el cargo al personal que cumpla con por lo menos el 70% del puntaje. Quien no cumple con este valor, debe ser aprobado por el Gerente previa una entrevista verbal con el postulante.

En el caso de personal especializado como chefs pasteleros o reposteros y ayudantes de pastelería serán evaluados en una entrevista verbal adicional por parte un especialista en el área para determinar el grado de conocimientos y el puntaje obtenido en la hoja de perfil.

Una vez seleccionado el personal y como requisito pre-ocupacional básico antes del proceso de contratación, el postulante deberá tener los siguientes documentos originales:

- Record Policial actualizado
- Cédula de ciudadanía
- Papeleta de votación
- Carné de manipulación de alimentos y/o Certificado de Salud Ocupacional
- Vacunas (Tétanos Hepatitis A y B).

7.8.4.3. Contratación

El postulante seleccionado una vez terminado el proceso de selección se procede a formalizar el contrato de trabajo con la persona escogida como apta para ocupar el cargo solicitado´

Este proceso se realizara bajo el código de trabajo ecuatoriano donde se dan a conocer las obligaciones por parte del empleado y empleador.

Una vez firmado el contrato este es archivado en cada expediente del asociado para mayor control.

7.8.4.4. Inducción

Una vez seleccionados los integrantes del equipo de DELY FLORES, se realizará un programa de orientación y entrenamiento inicial.

Se preparará un paquete de orientación para cada nuevo empleado, el cual incluirá lo siguiente:

- Una presentación verbal del gerente propietario con la misión y visión del negocio, contarles la idea del negocio; el sueño, para empaparlos con el tema, y poder hacer que ellos lo compartan, y de esta forma tener el mejor equipo posible.
- Una descripción de manera escrita del cargo que van a desempeñar, junto con una lista de las tareas que se espera que cumpla. (Anexo 4)
- En el caso específico del área de producción tendrán un instructivo extra de BPM para la correcta manipulación de alimentos. (Anexo 5)

7.9. MARCO LEGAL

DELY FLORES será de tipo artesanal porque según la Junta de Defensa del Artesano esta ley corresponde a este tipo de empresa, porque su actividad es la transformación de la materia prima en producto final como alimentos y bebidas para su respectiva comercialización.

7.9.1. Ley de defensa del artesano

Según el **Art. 1.-** esta Ley ampara a los artesanos de cualquiera de las ramas de artes, oficios y servicios, para hacer valer sus derechos por sí mismos o por medio de las

asociaciones gremiales, sindicales e interprofesionales existentes o que se establecieren posteriormente.

Art. 2.- Para los efectos de esta Ley, se definen los siguientes términos:

- a. Actividad Artesanal:** La practicada manualmente para la transformación de la materia prima destinada a la producción de bienes y servicios, con o sin auxilio de máquinas, equipos o herramientas;
- b. Artesano:** Al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y registrado en el Ministerio del Trabajo y Recursos Humanos, desarrolle su actividad y trabajo personalmente y hubiere invertido en su taller, en implementos de trabajo, maquinarias y materias primas, una cantidad no superior al veinticinco por ciento (25%) del capital fijado para la pequeña industria. Igualmente se considera como artesano al trabajador manual aunque no haya invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o carezca de operarios;
- c. Maestro de Taller:** Es la persona mayor de edad que, a través de los colegios técnicos de enseñanza artesanal, establecimientos o centros de formación artesanal y organizaciones gremiales legalmente constituidas, ha obtenido tal título otorgado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y refrendado por los Ministerios de Educación y Cultura y del Trabajo y Recursos Humanos;
- d. Operario:** Es la persona que sin dominar de manera total los conocimientos teóricos y prácticos de un arte u oficio y habiendo dejado de ser aprendiz, contribuye a la elaboración de obras de artesanía o la prestación de servicios, bajo la dirección de un maestro de taller.

- e. Aprendiz:** Es la persona que ingresa a un taller artesanal o a un centro de enseñanza artesanal, con el objeto de adquirir conocimientos sobre una rama artesanal a cambio de sus servicios personales por tiempo determinado, de conformidad con lo dispuesto en el Código del Trabajo.
- f. Taller Artesanal:** Es el local o establecimiento en el cual el artesano ejerce habitualmente su profesión, arte u oficio y cumple con los siguientes requisitos:
1. Que la actividad sea eminentemente artesanal.
 2. Que el número de operarios no sea mayor de quince y el de aprendiz mayor de cinco.
 3. Que el capital invertido no sobrepase el monto establecido en esta ley.
 4. Que la dirección y responsabilidad del taller estén a cargo del maestro de taller; y que el taller se encuentre debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

Los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano, así como las sociedades de talleres artesanales que, para lograr mejores rendimientos económicos por sus productos, deban comercializarlos en un local independiente de su taller, serán considerados como una sola unidad para gozar de los beneficios que otorga esta Ley.

Art. 3.- La formación profesional a nivel artesanal incluye el ciclo básico con tres años de estudio. Se aplicará de conformidad con el respectivo reglamento. (Maestros, 2015)

Junta Nacional de Defensa del Artesano

Los artesanos interesados en obtener los beneficios de la Ley de Fomento Artesanal y ser considerados como tales, deben registrarse en el Ministerio de Industrias y Productividad (Mipro).

Se considera como artesano a la persona que hace sus propios productos y les agrega algún valor.

Para que puedan ser reconocidos como tales deben llenar la solicitud y un formulario. Estos se los encuentra en las direcciones provinciales del Mipro y no tienen ningún valor.

Además, deben agregar fotocopias a color de la cédula de ciudadanía, papeleta de votación, planillas de servicios básicos, para conocer la ubicación del taller, y patente municipal, en el caso de poseerla.

También debe constar el certificado médico otorgado por cualquier centro de salud público. Este requisito es indispensable si se realizaran actividades alimenticias o de belleza.

Si el solicitante es extranjero, es necesario que presente la copia del pasaporte, visa de residente, carné de refugiado o el registro de su movimiento migratorio en el país.

El artesano realizará la declaración juramentada de dónde está ubicado su lugar de trabajo, o el por qué no cuenta con un taller.

No es obligatorio presentar la copia del título de maestro, el que debe ser otorgado por un centro educativo reconocido por el Ministerio de Relaciones Laborales.

De contar el interesado con facturas o notas de venta, por compra de materia prima, materiales o insumos, debe presentarlos en el Mipro, esto incluye cursos con los certificados que los avalen.

Además, se debe adjuntar el Registro Único de Contribuyentes (RUC) o el Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE).

El interesado debe tener una fotografía realizando la actividad artesanal, y otra del local o taller con todas las herramientas de trabajo.

Para constatar la actividad se elaborará un listado con el detalle de todas las herramientas o máquinas de trabajo, incluyendo el valor de cada una y el total.

En caso de que sean asociaciones, es necesario adjuntar la copia a estos otros documentos, los estatutos y el acuerdo Ministerial de nombramiento del Representante Legal y Directiva.

En las direcciones provinciales del Mipro se receptan los papeles para que sean analizados por un comité, el cual emite un pronunciamiento favorable o no con su posterior acuerdo.

El director de Artesanías firma los documentos, que serán remitidos al Ministerio de Finanzas, y con esta aprobación el peticionario finaliza el trámite.

El registro artesanal no tiene ningún valor. Algunos de los beneficios son facturación con tarifa 0%, declaración semestral del Impuesto al Valor Agregado (IVA), exoneración de impuestos a la exportación de artesanías, a la renta, y a la patente municipal.

El tiempo estimado desde la presentación de todos los papeles hasta la emisión del respectivo registro es de 15 a 20 días máximo. (Productividad, 2012)

Requisitos

1. Solicitud para permiso de funcionamiento.
2. Planilla de inspección.

3. Licencia anual de funcionamiento otorgada por la Corporación Metropolitana de Turismo. (Restaurantes, bar – restaurantes, cafeterías en caso de estar ubicados en sitios turísticos.)
4. Certificado de capacitación en manipulación de alimentos
5. Copia RUC del establecimiento.
6. Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)
7. Copias de la cédula y certificado de votación del propietario
8. Copias del permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos

La solicitud para permiso de funcionamiento puede ser obtenida sin costo en la página web www.dpsp.gov.ec o en las 22 áreas de salud de la provincia. (pública, 2014)

Requisitos para la calificación y recalificación del taller artesanal

Para obtener la calificación de un taller artesanal, el artesano debe solicitarla al presidente de la junta nacional, provincial o cantonal de defensa del artesano, según corresponda, adjuntando los siguientes documentos:

1. Solicitud de la JNDA (adquirir el formulario en la Junta)
2. Copia del título artesanal
3. Carnet actualizado del gremio
4. Declaración juramentada de ejercer la artesanía para los artesanos autónomos
5. Copia de la cédula de ciudadanía

6. Copia de la papeleta de votación (hasta los 65 años de edad)
7. Foto a color tamaño carnet
8. Tipo de sangre

En caso de recalificación, copia del certificado de la calificación anterior (Artesanal C. , 2015)

Beneficios

Los artesanos calificados con la Ley de Defensa del Artesano a nivel nacional, tienen beneficios para el desarrollo de sus actividades.

Laborales

- Exoneración de pago de decimotercero, decimocuarto sueldo y utilidades a los operarios y aprendices
- Exoneración del pago bonificación complementaria a los operarios y aprendices
- Protección del trabajo del artesano frente a los contratistas

Sociales

- Afiliación al seguro obligatorio para maestros de taller, operarios y aprendices
- Acceso a las prestaciones del seguro social
- Extensión del seguro social al grupo familiar
- No pago de fondos de reserva
- Créditos preferenciales por medio del Banecuador (Banco Nacional de Fomento) y de la banca privada.

Tributarios

- Facturación con tarifa 0% (I.V.A.)
- Declaración semestral del I.V.A
- Exoneración de impuesto a la exportación de artesanías
- Exoneración del pago del impuesto a la renta
- Exoneración del pago de los impuestos de patente municipal y activos totales
- Exoneración del impuesto a la transferencia de dominio de bienes inmuebles destinados a centros y talleres de capacitación artesanal. (Artesanal L. , 2015)

El artesano tiene un límite del 25% que es el capital de la pequeña industria, es decir, USD 87.500”. Los artesanos del país están amparados con la normativa, pero en el caso de los calificados por el Mipro en este año existe incertidumbre a nivel local, según artesanos que no pueden realizar determinados trámites.

Requisitos para sacar el RISE

1. Cédula de Identidad – Original y Copia
2. Certificado de votación de las últimas elecciones
3. Original y Copia de:
 - Planilla de agua
 - Planilla de luz
 - Planilla de teléfono
 - Contrato de arrendamiento

- Comprobante de pago del impuesto predial
- Estado de cuenta bancaria
- Tarjeta de crédito

Nota: Presentar cualquiera de estos documentos, no es necesario presentarlos todos.

4. Original y Copia de la Patente Municipal (este documento lo deben presentar las personas naturales nacionales o extranjeras que ejerzan actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales; los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano no tiene la necesidad de presentarlo).

Condiciones para sacar el RISE

- Ser Persona Natural (No ser una compañía).
- No tener ingresos mayores a \$60.000 en el año.
- No haber sido agente de retención (Durante los últimos 3 años).
- No dedicarse a ninguna de las actividades restringidas. (Servicio de Rentas Internas, 2015)

TABLA N° 34 Gasto de organización

GASTO POR ORGANIZACIÓN			
PASOS	DESCRIPCIÓN	COSTO	OBSERVACIÓN
1	INSCRIPCIÓN DEL NEGOCIO A LA JUNTA DEL ARTESANO	-	No tiene costo
2	REGISTRO DE PATENTE MUNICIPAL	60	De acuerdo a la dimensión del local
3	PAGO DE VIGILANCIA	17	
4	TASA DE HABILITACIÓN ESTABLECIMIENTO	30	
5	PERMISO DEL MINISTERIO DE SALUD (ARCSA)	84,96	2,50 Por persona
6	PAGO ANUAL DE LOS BOMBEROS	35	
7	REGISTRO AL MINISTERIO DE TURISMO	73	
8	PERMISO DEL MINISTERIO DEL AMBIENTE	-	No tiene costo
TOTAL		299,96	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: (Flores, 2016)

8. ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO

8.1. ANÁLISIS DE LA INVERSIÓN

TABLA N° 35 Inversión del proyecto

RUBRO	INVERSIÓN REALIZADA	INVERSIÓN POR REALIZAR	TOTAL INVERSIÓN
INVERCIONES FIJAS	0,00	13.171,73	13.171,73
MAQUINARIA Y EQUIPO		10.171,00	10.171,00
EQUIPO DE COMPUTO		617,68	617,68
MUEBLES Y ENSERES		1.085,00	1.085,00
MATERIALES INDIRECTOS		104,30	104,30
MENAJE Y VAJILLA		1.063,34	1.063,34
IMPREVISTOS (1%)		130,41	130,41
ACTIVOS DIFERIDOS	1.197,69	0,00	1.197,69
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	300,00		300,00
GASTOS DE INSTALACIÓN	400,00		400,00
GASTOS DE PUBLICIDAD	75,00		75,00
GASTO CAPACITACIÓN A PERSONAL	300,00		300,00
GASTO DE EXPERIMENTACIÓN	110,83		110,83
IMPREVISTOS (1%)	11,86		11,86
CAPITAL DE TRABAJO	4.663,91	8.345,07	13.008,97
MATERIA PRIMA		4.216,80	4.216,80
MANO DE OBRA DIRECTA	3.239,52		3.239,52
MANO DE OBRA INDIRECTA		1.618,99	1.618,99
SUELDO ADMINISTRATIVO		1.630,19	1.630,19
GASTO ARRIENDO	1.350,00		1.350,00
COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES	74,39	171,61	246,00
SUMINISTROS Y MATERIALES		297,85	297,85
SERVICIOS BÁSICOS		327,00	327,00
CONTINGENCIA		82,62	82,62
TOTAL	5.861,60	21.516,80	27.378,40

27.378,40

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: (Flores, 2016)

Con ayuda de esta tabla logramos determinar el total de las inversiones tanto realizada como por realizar que se deberá ejecutar para poder implementar el proyecto tanto en activos fijos, diferidos y capital de trabajo dando un total de inversión de \$ 27.378,40 de los cuales \$ 5.861.60 están ya invertidos en publicidad, gastos de organización, capacitación etc. y \$ 21.516,80 es la inversión por realizar la misma que deberemos posteriormente ver la manera de financiarlo.

8.2. ESTADO DE FUENTES Y USOS

TABLA N° 36 Estado de fuentes y usos

RUBROS	USO DE FONDOS	FUENTES FINANCIERAS		PROVEEDORES
		REC. PROP	EXTERNO	
INVERSIONES FIJAS	13.171,73	0,00	13.171,73	0,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	10.171,00		10.171,00	
EQUIPO DE COMPUTO	617,68		617,68	
MUEBLES Y ENSERES	1.085,00		1.085,00	
MATERIALES INDIRECTOS	104,30		104,30	
MENAJE Y VAJILLA	1.063,34		1.063,34	
IMPREVISTOS (1%)	130,41		130,41	
ACTIVOS DIFERIDOS	1.197,69	1.197,69	0,00	0,00
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	300,00	300,00		
GASTOS DE INSTALACIÓN	400,00	400,00		
Gastos de PUBLICIDAD	75,00	75,00		
GASTO CAPACITACIÓN A PERSONAL	300,00	300,00		
GASTO DE EXPERIMENTACIÓN	110,83	110,83		
IMPREVISTOS (1%)	11,86	11,86		
CAPITAL DE TRABAJO	13.008,97	4.663,91	4.128,27	4.216,80
MATERIA PRIMA	4.216,80			4.216,80
MANO DE OBRA DIRECTA	3.239,52	3.239,52		
MANO DE OBRA INDIRECTA	1.618,99		1.618,99	
SUELDO ADMINISTRATIVO	1.630,19		1.630,19	
GASTO ARRIENDO	1.350,00	1.350,00		
COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES	246,00	74,39	171,61	
SUMINISTROS Y MATERIALES	297,85		297,85	
SERVICIOS BÁSICOS	327,00		327,00	
CONTINGENCIA	82,62		82,62	
TOTAL	27.378,40	5.861,60	17.300,00	4.216,80

27.378,40

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: (Flores, 2016)

Aquí se determina total y origen de cada fuente de financiamiento para el proyecto, para saber con exactitud el monto del crédito bancario que se debe realizar, en este es de \$ 17.300,00 el mismo que se realizó para un periodo de 3 años a una tasa de interés del 12%. El resto de la inversión se lo hará por medio de proveedores y capital propio.

8.3. TOTAL DE LA INVERSIÓN

TABLA N° 37 Clasificación de la inversión

CLASIFICACIÓN LA INVERSIÓN	
DETALLE	VALOR
ACTIVOS FIJOS	13.171,73
ACTIVOS DIFERIDOS	1.197,69
CAPITAL DE TRABAJO	13.008,97
TOTAL	27.378,40

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

Con ayuda de esta tabla conocemos el total de la inversión en cada uno de los activos y capital de trabajo.

8.4. FINANCIAMIENTO

TABLA N° 38 Tipos de financiamiento

FINANCIAMIENTO	
PRÉSTAMO	17.300,00
PROPIO	5.861,60
PROVEEDORES	4.216,80
TOTAL FINANCIAMIENTO	27.378,40

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

En esta detallamos de manera concisa el origen del dinero que se utilizó en la inversión del proyecto para ponerlo en marcha.

8.5. AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO

Préstamo: 17.300,00

Plazo: 3 Años

Interés: 12%

TABLA N° 39 Amortización de crédito bancario

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO					
PERIDO	CAPITAL	INTERESES	CAPITAL PAGADO	CUOTA PAGO	SALDO
1	17.300,00	2.076,00	5.766,67	7.842,67	11.533,33
2	11.533,33	1.384,00	5.766,67	7.150,67	5.766,67
3	5.766,67	692,00	5.766,67	6.458,67	0,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

Con ayuda de esta tabla logramos conocer el total a pagar de la cuota anual del interés más capital que en este caso es de \$5.766.67.

8.6. AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO

TABLA N° 40 Amortización activos diferidos

AMORTIZACIÓN						
RUBROS ACTIVOS DIFERIDOS	PROYECCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	300,00					
GASTOS DE INSTALACIÓN	400,00					
GASTOS PUBLICIDAD	75,00					
GASTO DE CAPACITACIÓN PERSONAL	300,00					
GASTOS DE EXPERIMENTACIÓN	110,83					
IMPREVISTOS 1%	11,86					
TOTAL GASTO DIFERIDO	1.197,69	239,54	239,54	239,54	239,54	239,54
SALDO DE DIFERIDO	1.197,69	958,15	718,61	479,08	239,54	0,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

Mediante este cálculo podemos determinar el monto de la cuota de amortización que en este caso es de \$ 239,54 y es la misma para los 5 años.

8.7. PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

TABLA N° 41 Gasto de producción

ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS DEL PROYECTO					
COSTOS DE PRODUCCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIA PRIMA	16.867,20	17.560,44	18.282,18	19.033,57	19.815,85
MANO DE OBRA DIRECTA	12.958,06	13.490,64	14.045,10	14.622,36	15.223,34
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					
MATERIALES INDIRECTOS	417,20	434,35	452,20	470,78	490,13
GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN					
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	984,00	1.024,44	1.024,44	1.024,44	1.024,44
SERVICIOS BÁSICOS	719,40	748,97	779,75	811,80	845,16
SUMINISTROS Y MATERIALES	297,85	310,09	322,84	336,10	349,92
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	485,00	504,93	525,69	547,29	569,79
DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO	802,97	802,97	802,97	802,97	802,97
CONTINGENCIA (1%)	82,62	86,02	86,02	86,02	86,02
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	32.008,36	33.356,91	34.715,24	36.129,40	37.601,68

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

Aquí se encuentra detallados los costos relacionados directamente con la elaboración de los productos como es el caso de la mano de obra directa, combustibles, materia prima entre otros, De un periodo específico, en este caso el costo anual es de \$ 32.008,36 del cual partimos para realizar la proyección de cinco años llegando a tener como costo de producción en el quinto año un total de \$ 37.601,68.

8.8. PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

TABLA N° 42 Gasto de administración

GASTO DE ADMINISTRACIÓN					
GASTO ARRIENDO	5.400,00	5.621,94	5.853,00	6.093,56	6.344,01
GASTO POR ORGANIZACIÓN	300,00	312,33	325,17	338,53	352,44
GASTO EXPERIMENTACIÓN	221,66	230,77	240,26	250,13	260,41
SUELDOS	6.520,76	6.788,76	7.067,78	7.358,27	7.660,69
SERVICIOS BÁSICOS	261,60	272,35	283,55	295,20	307,33
SUMINISTROS Y MATERIALES	119,14	124,04	129,13	134,44	139,97
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTO	121,01	121,01	121,01	121,01	121,01
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES	42,83	42,83	42,83	42,83	42,83
AMORTIZACIONES	239,54	239,54	239,54	239,54	239,54
IMPREVISTOS (1%)	11,86	12,35	12,85	13,38	13,93
TOTAL GASTO DE ADMINISTRACION	12.431,65	12.959,17	13.508,37	14.080,14	14.675,41

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

En esta podemos detallar los gastos que se realizarán dentro del área de administración, se realizará de la misma manera que se ejecutó con el costo de producción para poder establecer el total de gastos anuales que nos dio un total de \$ 12.431,65 y la proyección final en el quinto año es de \$ 14.675,41.

8.9. PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTA

TABLA N° 43 Gasto de ventas

GASTO DE VENTAS					
SUELDOS	6.475,97	6.742,13	7.019,23	7.307,72	7.608,07
PUBLICIDAD	500,00	520,55	541,94	564,22	587,41
SUMINISTROS Y MATERIALES	178,71	186,05	193,70	201,66	209,95
IMPREVISTOS (1%)	130,41	135,77	141,35	147,16	153,21
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES	42,83	42,83	42,83	42,83	42,83
SERVICIOS BÁSICOS	327,00	340,44	354,43	369,00	384,16
TOTAL GASTO DE VENTA	7.569,26	7.882,12	8.207,84	8.546,94	8.899,98

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

En esta se detalla los gastos que se realizará por efecto de impulsar las ventas de o gastos directamente relacionado con la comercialización de los productos elaborados por la empresa, que en el primer año es de \$ 7.569,26 del cual se realiza una proyección teniendo un total en el año cinco de \$ 8.899,98.

8.10. PRESUPUESTO INGRESOS Y EGRESOS

TABLA N° 44 Estructura de costos y gastos del proyecto

ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS DEL PROYECTO					
COSTOS DE PRODUCCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIA PRIMA	16.867,20	17.560,44	18.282,18	19.033,57	19.815,85
MANO DE OBRA DIRECTA	12.958,06	13.490,64	14.045,10	14.622,36	15.223,34
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					
MATERIALES INDIRECTOS	417,20	434,35	452,20	470,78	490,13
GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN					
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	984,00	1.024,44	1.024,44	1.024,44	1.024,44
SERVICIOS BÁSICOS	719,40	748,97	779,75	811,80	845,16
SUMINISTROS Y MATERIALES	297,85	310,09	322,84	336,10	349,92
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	485,00	504,93	525,69	547,29	569,79
DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO	802,97	802,97	802,97	802,97	802,97
CONTINGENCIA (1%)	82,62	86,02	86,02	86,02	86,02
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	32.008,36	33.356,91	34.715,24	36.129,40	37.601,68
GASTO DE ADMINISTRACIÓN					
GASTO ARRIENDO	5.400,00	5.621,94	5.853,00	6.093,56	6.344,01
GASTO POR ORGANIZACIÓN	300,00	312,33	325,17	338,53	352,44
GASTO EXPERIMENTACIÓN	221,66	230,77	240,26	250,13	260,41
SUELDOS	6.520,76	6.788,76	7.067,78	7.358,27	7.660,69
SERVICIOS BÁSICOS	261,60	272,35	283,55	295,20	307,33
SUMINISTROS Y MATERIALES	119,14	124,04	129,13	134,44	139,97
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTO	121,01	121,01	121,01	121,01	121,01
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES	42,83	42,83	42,83	42,83	42,83
AMORTIZACIONES	239,54	239,54	239,54	239,54	239,54
IMPREVISTOS (1%)	11,86	12,35	12,85	13,38	13,93
TOTAL GASTO DE ADMINISTRACION	12.431,65	12.959,17	13.508,37	14.080,14	14.675,41
GASTO DE VENTAS					
SUELDOS	6.475,97	6.742,13	7.019,23	7.307,72	7.608,07
PUBLICIDAD	500,00	520,55	541,94	564,22	587,41
SUMINISTROS Y MATERIALES	178,71	186,05	193,70	201,66	209,95
IMPREVISTOS (1%)	130,41	135,77	141,35	147,16	153,21
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES	42,83	42,83	42,83	42,83	42,83
SERVICIOS BÁSICOS	327,00	340,44	354,43	369,00	384,16
TOTAL GASTO DE VENTA	7.569,26	7.882,12	8.207,84	8.546,94	8.899,98
GASTO FINANCIERO					
INTERESES BANCARIOS	2.076,00	1.384,00	692,00		
TOTAL GASTO FINANCIERO	2.076,00	1.384,00	692,00		
TOTAL COSTOS Y GASTOS	54.085,27	55.582,20	57.123,44	58.756,48	61.177,07

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

En esta podemos puntualizar los costos y gastos totales que se realizarán durante la elaboración y comercialización de los productos incluidos los intereses del crédito bancario adquirido dentro de un periodo anual y este será la base para proyectarlo a cinco años.

8.11. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

TABLA N° 45 Estado de resultados

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	64.802,23	67.465,60	70.238,44	73.125,24	76.130,68
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN	32.008,36	33.356,91	34.715,24	36.129,40	37.601,68
(=) UTILIDAD BRUTA	32.793,87	34.108,69	35.523,20	36.995,84	38.529,00
(-) GASTO DE ADMINISTRACIÓN	12.431,65	12.959,17	13.508,37	14.080,14	14.675,41
(-) GASTO DE VENTAS	7.569,26	7.882,12	8.207,84	8.546,94	8.899,98
(=) UTILIDAD OPERATIVA	12.792,95	13.267,40	13.806,99	14.368,76	14.953,61
(-) GASTO FINANCIERO	2.076,00	1.384,00	692,00		
(=) UTILIDAD ANTES DE REPARTO UTILIDADES	10.716,95	11.883,40	13.114,99	14.368,76	14.953,61
(-) REPARTO DE UTILIDADES					
(-) IMPUESTO RENTA					
(=) UTILIDAD NETA	10.716,95	11.883,40	13.114,99	14.368,76	14.953,61

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

De esta manera podemos verificar la factibilidad del proyecto, siendo esta la parte esencial de la proyección del proyecto ya que nos muestran la posibilidad de generar utilidades dentro de un periodo determinado en el caso de DELY FLORES observamos que la utilidad es mayor a los costos y gastos durante los cinco años que tiene de referencia.

8.11.1. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

TABLA N° 46 Balance general

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
ACTIVO CORRIENTE (CAPITAL DE TRABAJO)	13.008,97	21.284,44	17.241,40	13.263,50	15.074,44	16.908,47
ACTIVO FIJO	13.171,73	13.171,73	13.171,73	13.171,73	13.171,73	13.171,73
DEPRECIACIÓN ACUMULADA		-1.009,64	-2.019,28	-3.028,92	-4.038,56	-5.048,20
AC. DIFERIDOS (VALOR ANUAL AMORTIZACIÓN)	1.197,69	958,15	718,61	479,08	239,54	0,00
TOTAL DE ACTIVOS	27.378,40	22.404,68	23.112,47	23.885,39	24.447,16	25.032,01
PASIVO						
PASIVO CORRIENTE (INTERESES BANCARIOS)		2.076,00	1.384,00	692,00		
PASIVO LARGO P. (CRÉDITO BANCARIO)	17.300,00	11.533,33	5.766,67	0,00	0,00	0,00
TOTAL PASIVOS	17.300,00	13.609,33	7.150,67	692,00	0,00	0,00
PATRIMONIO						
CAPITAL	10.078,40	10.078,40	10.078,40	10.078,40	10.078,40	10.078,40
UTILIDAD DE EJERCICIO (UTILIDAD NETA)	0,00	10.716,95	11.883,40	13.114,99	14.368,76	14.953,61
TOTAL DE PATRIMONIO	10.078,40	20.795,35	21.961,80	23.193,39	24.447,16	25.032,01
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	27.378,40	22.404,68	23.112,47	23.885,39	24.447,16	25.032,01

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

En el balance general se destacan las 3 cuentas principales que son activos, pasivos y patrimonio. Este estado financiero es un resumen de todas las cuentas que participan en el proyecto, donde a cada una de ellas se le asigna un valor en dinero previamente calculado, para así identificar qué tanto tiene la empresa en activos, cuál es su nivel de deudas y su patrimonio financiero.

8.12. FLUJO DEL EFECTIVO

TABLA N° 47 Flujo de caja

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS		64.802,23	67.465,60	70.238,44	73.125,24	76.130,68
COSTOS DE PRODUCCIÓN		32.008,36	33.356,91	34.715,24	36.129,40	37.601,68
GASTOS ADMINISTRACIÓN		12.431,65	12.959,17	13.508,37	14.080,14	14.675,41
GASTOS VENTAS		7.569,26	7.882,12	8.207,84	8.546,94	8.899,98
GASTOS FINANCIEROS		2.076,00	1.384,00	692,00	-	-
UTILID. ANTES DE REP UTIL. E IMP		10.716,95	11.883,40	13.114,99	14.368,76	14.953,61
UTILIDAD NETA		10.716,95	11.883,40	13.114,99	14.368,76	14.953,61
DEPRECIACIONES		1.009,64	1.009,64	1.009,64	1.009,64	1.009,64
AMORT. ACT. NOMINAL		239,54	239,54	239,54	239,54	239,54
INVERSIÓN MAQ. Y EQUIPO	10.171,00					
INV. TERRE Y OBRA FÍSICA						
INVERSIÓN OTROS	3.000,73					
INV. ACT. NOMINAL	1.197,69					
INV. CAPITAL DE TRABAJO	13.008,97					
VEHÍCULO						
IMPREVISTOS						
RECUP. CAPITAL TRABAJO						
PRÉSTAMO						
AMORT. PRÉSTAMO		(5.766,67)	(5.766,67)	(5.766,67)		
FLUJO DE CAJA	27.378,40	6.199,47	7.365,91	8.597,50	15.617,94	16.202,79

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

Es uno de los instrumentos principales para medir de mejor manera la factibilidad del proyecto su principal fuente de información es el estado de resultados. En el caso DEL Y FLORES se puede observar que el flujo de efectivo se incrementa anualmente haciendo que el proyecto sea viable y tenga un flujo total atractivo para el beneficiario.

9. EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA

9.1. EVALUACIÓN ECONÓMICA

9.1.1. Liquidez o Prueba Ácida

$$\text{Prueba Ácida} = \frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Prueba Ácida} = \frac{13.008,97 - 1.465,49}{4.203,15}$$

$$\text{Prueba Ácida} = \frac{11.543,48}{4.203,15}$$

$$\text{Prueba Ácida} = 2,75$$

De esta manera se determina que por cada \$ 1, de deuda a corto plazo que tiene la empresa, dispone de \$2.75 centavos para pagar la misma, es decir que DELLY FLORES estaría en óptimas condiciones de realizar el pago inmediato de la totalidad de sus pasivos a corto plazo.

9.2. EVALUACIÓN FINANCIERA

9.2.1. FNE

TABLA N° 48 Flujo neto efectivo

ANUALES						
DETALLE	0	1	2	3	4	5
FLUJO NETO DE EFECTIVO	(27.378,40)	6.199,47	7.365,91	8.597,50	15.617,94	16.202,79

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

Estos datos son tomados de la tabla del cálculo de flujo de caja desde el primer año en adelante y son la base para la evaluación del proyecto aplicando las fórmulas de los diferentes índices financieros.

9.2.2. VAN

TABLA N° 49 Valor actual neto

N ^a Año	FNE	(1+n) ⁿ	FNE/(1+n) ⁿ
0	(27.378,40)		(27.378,40)
1	6.199,47	1,12	5.535,24
2	7.365,91	1,25	5.872,06
3	8.597,50	1,40	6.119,53
4	15.617,94	1,57	9.925,48
5	16.202,79	1,76	9.193,90
TOTAL VAN			9.267,82

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

Esta se realiza en base al flujo neto de efectivo de los periodos de la vida útil del proyecto, para determinar la viabilidad, si el van es mayor a cero el proyecto es rentable. En este caso hemos obtenido un VAN de \$ 9.257,82, es decir que nuestro proyecto es viable.

9.2.3. TIR

TABLA N° 50 Tasa interna de retorno

N° AÑO	FNE		
0	(27.378,40)		
1	6.199,47		
2	7.365,91		
3	8.597,50		
4	15.617,94		
5	16.202,79	TIR	23%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

Mediante este índice evaluamos el porcentaje de rentabilidad del proyecto en base a una tasa de rendimiento, DELY FLORES pese un TIR de 23% es decir que el proyecto es rentable, mientras más alta sea la TIR más rentable es el proyecto.

9.2.4. TMR

TABLA N° 51 Tasa máxima de retorno

AÑOS	FLUJO OPERACIONAL	VAN
		12%
Inv.Inicial	(27.378,40)	(27.378,40)
1	6.199,47	5.535,24
2	7.365,91	6.576,71
3	8.597,50	7.676,34
4	15.617,94	13.944,59
5	16.202,79	14.466,78
TOTAL	26.605,22	20.821,26

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

Es la cantidad de efectivo máxima que debe ingresar al proyecto para hacerlo rentable es de \$ 20.821,26.

9.2.5. PRI

TABLA N° 52 Periodo de recuperación de la inversión

AÑOS	FLUJOS OPERATIVOS DESCONTADOS	SUMATORI A FLUJO NETO	DIFERENCIA ENTRE FLUJOS E INVEERCIÓN	PARCIAL DEL AÑO SOBRENTE	PRI
0	(27.378,40)				
1	6.199,47	6.199,47	(21.178,93)		
2	7.365,91	13.565,38	(13.813,02)		
3	8.597,50	22.162,88	(5.215,51)		
4	15.617,94	37.780,82	10.402,42	0,67	1,67
5	16.202,79	53.983,61	26.605,22	1,64	2,64
TOTAL	26.605,22				

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

Es el periodo en el cual el proyecto cubre en la totalidad de la inversión y a partir de ahí empieza a obtener una rentabilidad. En el caso de DELY FLORES el PRI se la consigue en el segundo año es decir que el proyecto empieza a generar utilidades en el tercer año a partir de su creación.

9.2.6. R B/C

TABLA N° 53 Relación costo beneficio

N°	INVERSIÓN	INGRESOS	COSTOS
0	27378,40		
1		64.802,23	32.008,36
2		67.465,60	33.356,91
3		70.238,44	34.715,24
4		73.125,24	36.129,40
5		76.130,68	37.601,68
		TOTAL INGRESO	\$ 251.307,63
		TOTAL COSTO	124.177,53
		(=)COSTO+INVER	151.555,93
R/C			1,66

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: (Flores, 2016)

El resultado obtenido en el RC/B determinar el monto de utilidad obtenida por una inversión determinada, en este caso por cada \$ 1 de inversión vamos a obtener \$ 0,66 centavos de utilidad.

9.2.7. Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES

PVP =	0,65
CVu =	0,18
CF =	4.984,10
UTILIDADES =	0,00

$$PE = \frac{CF}{PVP - Cvu}$$

$$PE = \frac{4.984,10}{0,65 - 0,18}$$

$$PE = \frac{4.984,10}{0,47}$$

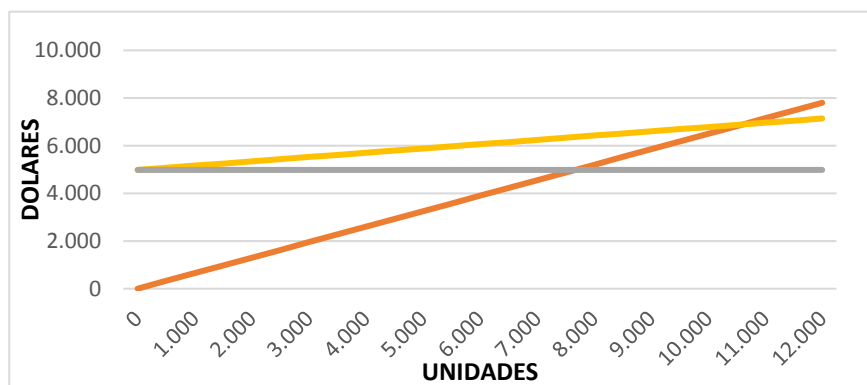
$$PE = 10.649,79 \text{ unidades}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN DOLARES

PVP =	0,65
PE unidades :	10.649,79

PE\$ =	PVP (0,65)
PE\$ =	0,65 (8.213,43)
PE\$ =	6.922,37

GRÁFICO N° 21 Punto de equilibrio



Fuente:

Investigación Propia
Elaborado por: (Flores, 2016)

El punto de equilibrio para este proyecto es de \$ 6.922,37 es decir que deberíamos vender 10.649,79 unidades de un PVP de \$ 0.65 centavos, para que nuestros costos fijos sean 0.

9.3. EVALUACIÓN SOCIAL

TABLA N° 53 Evaluación social

EVALUACIÓN SOCIAL		
DETALLE	VALORES	RESULTADO
DESEMPLEO EN CHIMBORAZO	123457	
PERSONAS EMPLEADAS EN EL PROYECTO	4	
APORTE		0,0032%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: (Flores, 2016)

Esta se enfoca netamente en el aporte que la empresa brindara a la sociedad en este caso DELY FLORES aportara dando fuentes de empleo a la localidad, específicamente a la población de la ciudad de Riobamba en un porcentaje de 0.003%.

También se orientara a satisfacer los requerimientos de los clientes en cuanto a tortas y bocaditos siendo estos productos personificados creando de esta manera demanda por los mismos, sin dejar de lado la atención que será personalizada y enfocada a sugerencias y el cliente lo permite.

9.4. EVALUACIÓN AMBIENTAL

Las empresas del sector de alimentos y bebidas son productoras de desechos tanto orgánico como inorgánico y es por ello que DELY FLORES se enfocara en disminuir dichos desechos en base de la aplicación de la regla de las 3Rs con el fin de causar el mínimo impacto al medio ambiente.

El fin de esta regla es el de reducir el volumen de residuos generados, reciclar y reutilizar productos con el mismos fin, convirtiéndonos de esta manera en un consumidor más responsable y sobretodo nos ayudara ahorrar dinero.

10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Posterior a la investigación y progreso del presente proyecto, se logran varias conclusiones que aportan a la puesta en marcha del mismo. Como son:

- El estudio de mercado determina que existe un alto grado de aceptación por parte de la demanda, para la creación de la empresa, siendo el mercado de alimentos y bebidas altamente competitivo debido a las exigencias del consumidor nos obliga a diseñar estrategias agresivas en cuanto al producto, precio, distribución y comunicación haciéndolos productos nuevos e innovadores.
- La ubicación predilecta de la empresa será en el sector centro de la ciudad, porque de esta manera facilita el acceso de proveedores y público en general, siendo los procesos operativos un plus ya que están diseñados para optimizar al máximo el servicio, utilizando recursos tecnológicos evitando contratiempos durante la producción y con el cliente.
- Concerniente al estudio legal y ambiental, cumplimos con el objetivo principal de estos estudios, con los requisitos de constitución permisos de funcionamiento, elaboración de una matriz en base a las 3Rs estructura organizacional para la correcta operatividad y el manejo económico del proyecto en el cual se ha determinado que no existe ninguna objeción para emprender y poner en marcha un proyecto de estas características.
- Una vez concluido con el estudio y evaluación financiera, cuyos resultados han demostrado que es viable, se ha determinado que es recomendable invertir en el proyecto el mismo que después de los análisis ha demostrado su sostenibilidad a mediano plazo y que existe mínimo de riesgo para el inversionista.

RECOMENDACIONES

A partir de las conclusiones, es importante realizar algunas recomendaciones para la puesta a punto del proyecto. Estas son:

- De acuerdo a los resultados del estudio de mercado se identificaron varias necesidades no satisfechas, por ende la empresa debe enfocarse a cubrir este requerimiento. Usando herramientas como la promoción de los productos, creando interés en el público, para lograr el posicionamiento deseado.
- No dejarnos llevar por la cercanía si no, investigar proveedores que ofrezcan productos de calidad y a precios convenientes, para de este modo llevar un control de costos y gastos equilibrado, permitiendo obtener rentabilidad anualmente.
- Para brindar un servicio de calidad, diferenciado al de los competidores, es necesario contar con personal calificado y motivado, obligando a diseñar programas de entrenamiento y así mantener un control diario del cumplimiento de los procesos operativos para mantener los parámetros de calidad del producto.
- La evaluación financiera al presente proyecto de inversión es positivo, por lo que se recomienda ponerlo en ejecución, dada su alta rentabilidad para el inversionista y su importante aporte al desarrollo del sector terciario de la ciudad de Riobamba.

12. BIBLIOGRAFIA

- Arocha, R. E. (2014). *Servicios especiales en restauracion*. España: Vigo.
- Aróstegu, J. A. (2007). *El perfil del gestor cultural en los municipios de la comunidad de Madrid tras 25 Años de gobiernos democraticos*. Madrid/- España: Vision Libros.
- Calcina, A. B. (2013). *Definición Torta/Pastel*. Recuperado (22-05-2016) Obtenido de Torta/Pastel: <https://educavital.blogspot.com>
- Carrasco, J. L. (2010). *Servicio de catering*. Malaga: Vértice.
- Corporación Impulsar. (19-07-2015). *Calificación artesanal*. Recuperado (25-05-2016). Obtenido de Artesanosecuador.com:
<http://www.artesanosecuador.com/contenidos.php?menu=2&submenu1=35&submenu2=14&idiom=1>
- Corporación Impulsar. (2015). a) *Beneficios del artesano*. Recuperado (25-05-2016). Obtenido de Artesanosecuador.com:
<http://www.artesanosecuador.com/contenidos.php?menu=2&submenu1=35&submenu2=15>
- Chiavenato, I. (2000). *Administracion procesos administrativos*. México: Mc Graw Hill.
- Ramirez, D. Vidal, A. Dominguez, Y, (11-12-2009). *Etapas del análisis de factibilidad* Recuperado (20-10-2016). Obtenido de Contribuciones a la economía:
<http://www.eumed.net/ce/2009a/amr.htm>
- Donato, V. Mortera, I. & Romero, A. (24-10-2012). *Definición capital humano, sistema de gestión y estrategia*. Recuperado (19-05-2016). Obtenido de Gestión capital humano: <http://gestiontec.wikispaces.com/Gesti%C3%B3n+Capital+Humano>
- Ecuajersa (23-11-2015). *Ley de defensa del artesano*. Recuperado (26-06-2016) Obtenido de Leyes y reglamentos:
<http://www.mecanicosdechimbrazo.com/leyes-y-reglamentos.html>
- Espinoza, J. A. (19 de 04 de 2011). *Proceso de manufactura*. Recuperado (28-04-2016). Obtenido de Procesos de manufactura:
<http://www.indalimentajcaeblogspot.com/2011/04/industria-de-tortas.html>
- Estallo, M. D. (2013). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa*. Madrid: Esic.
- Velásquez M. (2006). *Ética en los negocios*. México: Pearson.
- Gallego, J. F. (2012). *Gestión de alimentos y bebidas para hoteles, bares y restaurantes*. Madrid - España: Paraninfo.
- García, L. (2013). *Economía de la empresa*. Estados Unidos de América: Paralibrio LLC.
- Garza, J. (1999). *Administración contemporánea*. Michoacán: Mc graw Hill.

- González, M. (2013). *Empresa en el aula*. México: Editex.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2014). *Índice de crecimiento poblacional*. Recuperado (02-06-2016). Obtenido de ficha de cifras generales INEC: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0601_RIOBAMBA_CHIMBORAZO.pdf
- Instituto Nacional Contadores Públicos de Colombia. (24-04-2012). *Indicadores de liquidez*. Recuperado el (30-07-2016), Obtenido de Indicadores Financieros y de Gestión: <http://incp.org.co/Site/2012/agenda/7-if.pdf>
- Javier, G. F. (2015). *Iniciación a la actividad emprendedora y empresarial*. Madrid: Paraninfo.
- Lara, M. (2013). *Definición de pasteles* Recuperado (16-05-2016). Obtenido de Edukavital/Pasteles: <http://edukavital.blogspot.com>
- Martínez, A. G. (2010). *Preelaboración y conservación de alimentos*. Pinto/Madrid: Akol.
- Molina, D. (2012). *Fiestas temáticas*. Recuperado (12-06-2016). Obtenido de JM Producciones: <http://www.jm-producciones.com.ar/fiestas-tematicas.asp>
- Pérez, J., & Gardey, A. (2013). *Definición de proseso*. Recuperado (12-05-2016) Obtenido de PROCESO: <http://definicion.de/procedimiento/>
- Ministerio de Industrias y Productividad (2012). *Requisitos para ser artesano calificado*, Recuperado (16-06-2016). Obtenido de PP Digital: <http://www.ppdigital.com.ec/noticias/ciudadania/4/registro-de-artesanos-en-el-mipro>
- Ministerio de Salud Pública (2014). *Requisitos para establecimientos nuevos*. Recuperado (18-06-2016). Obtenido de Requisitos para establecimientos nuevos: www.aeo.org.ec/PDF/REQUISITOS%20ESTABL%20NUEVOS.pdf
- Quintero, R. (2016). *Clasificación de pasteles*. Recuperado (12-06-2016). Tipos de Tortas o Pasteles o Tartas. *Club de Repostería* , 12-13.
- Rivadeneira, F. (2010). *Concepto bocaditos*. Recuperado (12-06-2016). Obtenido de Felipe Rivadeneira: Www.ecuadorinmediato.com
- Saavedra, G. R. (2010). *Gestión empresarial* Recuperado (15-06-2016). Obtenido de gestión, calidad y agregación de valor en información: <http://b3.bibliotecologia.cl/ar-gestion.html>
- Sanz, J. L. (2011). *Preelaboracion y Concervacion de Alimentos*. España: Paraninfo.
- Sellens, J. T. (2014). *Emprendimiento innovador y microempresas en red*. Barcelona: UOC.

Servicio de Rentas Internas (17-11-2015). *Requisitos para sacar el RISE*. Recuperado (18-6-2016). Obtenido de <http://sinmiedosec.com/lista-de-requisitos-para-sacar-el-rise/>

Soto, C. C. (2012). *Organizaciones de reuniones y eventos*. Madrid: Paraninfo.

Tejero, J. J. (2007). *Logística integral*. España: Esic.

13. ANEXOS

Anexo 1: Modelo de Encuesta



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMIA



ENCUESTA PARA LA ELABORACION DEL TRABAJO DE TITULACION “PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ESPECIALIZADA EN TORTAS Y BOCADITOS TEMÁTICOS, EN EL CANTON RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO 2016”

OBJETIVO: Recolectar información para determinar la aceptación de la propuesta de Creación de una empresa de Catering especializada en Tortas y Bocaditos.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente cada una de las preguntas y marque con una X la respuesta que elija.

BANCO DE PREGUNTAS

1. ¿Cree usted que debe implementarse una empresa especializada en Tortas y Bocaditos en el cantón de Riobamba?

Si ____

No ____

2. ¿Según su opinión cuál de estas opciones de logotipos le gustaría para que se implemente la empresa?



a. cuadrado



b. circulo



c. silueta

3. ¿Estaría usted dispuesta a consumir tortas y bocaditos en un lugar especializado en los mismos?

Si ___ No ___

4. ¿Qué opciones le gustaría que sean ofrecidas en el establecimiento?

- a. Bocaditos de sal y dulce _____
- b. Bocaditos calientes y fríos _____
- c. Mini tortas _____
- d. Tortas o Pasteles _____
- e. Modelados de figuras en material comestible _____
- f. Decoración de mesas completas _____
- g. Todas las anteriores _____

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el producto?

25___ 35___ 45___

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en tortas y bocaditos al mes?

20___ 25___ 50___

7. ¿Cuál es la frecuencia con que acostumbra a consumir tortas y bocaditos?

- a. Una vez por semana _____
- b. Dos veces a la semana _____
- c. Una vez al mes _____
- d. Dos o más veces por mes _____

8. ¿Según su criterio cual sería el sector idóneo donde se podría ubicar la empresa?

Sector Norte___ Sector Centro___ Sector Sur___

9. ¿Qué promociones le gustaría percibir por la empresa?

- a. Descuentos del 30% por cliente fiel _____

b. Por cada mesa dulce la decoración es completamente gratis ___

c. Por cada 200 bocaditos, 20 gratis _____

10. ¿En qué medios de comunicación a usted le gustaría que se realice la publicidad de la Empresa?

Prensa___ Radio___ Televisión___ Redes Sociales___

¿Porque? _____

11. ¿Usted ha adquirido tortas y bocaditos en otros establecimientos ubicados en la ciudad de Riobamba?

Si ___

No ___

12. ¿En relación a la pregunta anterior usted está satisfecho con los productos recibidos por estos establecimientos?


Si ___

No ___

Gracias por su colaboración

Anexo 2: Recetas Estándar

Tortas

NOMBRE DE LA RECETA: TORTA DE CHOCOLATE				GRUPO: POSTRE		
				TIEMPO: 1:40:00	NÚMERO DE PAX	12
INGREDIENTES	CANTIDAD (12)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
Harina	350	350	gr	0,5	c/lb	0,39
Azúcar	566	566	gr	0,5	c/lb	0,62
Chocolate amargo	85	85	gr	0,8	c/lb	0,15
Bicarbonato	30	30	gr	0,75	c/lb	0,05
Huevos	6	6	u	0,11	c/u	0,66
Leche	704	704	gr	0,8	c/lt	0,56
Aceite	300	300	gr	2,5	c/lt	0,30
Agua	704	704	gr	0	c/lt	0,00
Sal	5	5	gr	0,85	c/1kg	0,00
CÁLCULOS	RESULTADOS				C. VARIABLE	2,74
C.I.F 30% (PV)	0,22			5%	% VARIOS	0,14
Σ C.P= CxP + C.I.F	0,46				TOTAL	2,88
$U1=P.V-\Sigma CP$	0,27				C. PAX	0,24
$U2=P.V.S-PV$	0,15			33%	C.M.P O VENTA	0,33
$U \text{ neta} = U1+U2$	0,41				P.V	0,73
				20%	P.V.S	0,87

Elaborado: (Flores, 2016)

NOMBRE DE LA RECETA: TORTA DE VAINILLA				GRUPO: POSTRE		
				TIEMPO: 1:20:00	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
Harina	540	540	gr	0,5	c/lb	0,59
Azúcar	320	320	gr	0,5	c/lb	0,35
Mantequilla	270	270	gr	1	c/lb	0,59
Polvo de hornear	20	20	gr	1,9	c/300g	0,13
Huevos	5	5	u	0,11	c/u	0,55
Leche	70	70	ml	0,8	c/lt	0,06
Esencia Vainilla	25	25	ml	1	c/100ml	0,26
Sal	10	10	gr	0,85	c/2kg	0,00
Agua	40	40	ml	0	c/ml	0,00
CÁLCULOS	RESULTADOS				C. VARIABLE	2,54
C.I.F 30% (PV)	0,24			5%	% VARIOS	0,13
Σ C.P= CxP + C.I.F	0,51				TOTAL	2,67
$U1=P.V-\Sigma CP$	0,30				C. PAX	0,27
$U2=P.V.S-PV$	0,16			33%	C.M.P O VENTA	0,33
$U \text{ neta} = U1+U2$	0,46				P.V	0,81
				20%	P.V.S	0,97

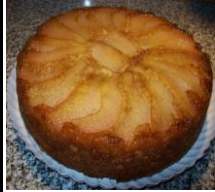
Elaborado: (Flores, 2016)

NOMBRE DE LA RECETA: TORTA DE NARANJA				GRUPO: POSTRE		
				TIEMPO: 1:10:00	NÚMERO DE PAX 12	
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
Harina	800	800	gr	0,5	c/lb	0,88
Azúcar	400	400	gr	0,5	c/lb	0,44
Margarina	80	80	gr	1	c/lb	0,18
Polvo de hornear	30	30	gr	1,9	c/300gr	0,19
Huevos	4	4	u	0,11	c/u	0,44
Jugo de Naranja	400	400	ml	1,5	c/2000ml	0,30
CÁLCULOS	RESULTADOS				C. VARIABLE	2,43
C.I.F 30% (PV)	0,19			5%	% VARIOS	0,12
Σ . C.P= CxP + C.I.F	0,41				TOTAL	2,55
$U1=PV-\Sigma CP$	0,24				C. PAX	0,21
$U2=P.V.S-PV$	0,13			33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	0,37				P.V	0,64
				20%	P.V.S	0,77



Elaborado: (Flores, 2016)

NOMBRE DE LA RECETA: TORTA DE MANZANA				GRUPO: POSTRE		
				TIEMPO: 1:09:00	NÚMERO DE PAX 10	
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
Harina	550	550	gr	0,5	c/lb	0,61
Azúcar	250	250	gr	0,5	c/lb	0,28
Mantequilla	160	160	gr	1	c/lb	0,35
Polvo de hornear	30	30	gr	1,9	c/300gr	0,13
Huevos	1	1	u	0,11	c/u	0,11
Leche	200	200	ml	0,8	c/lt	0,35
Ecencia Vainilla	20	20	ml	1	c/100ml	0,04
Pure de manzanas	250	250	gr	1	c/250gr	0,55
Canela en polvo	10	10	gr	0,5	c/100gr	0,02
CÁLCULOS	RESULTADOS				C. VARIABLE	2,43
C.I.F 30% (PV)	0,23			5%	% VARIOS	0,12
Σ . C.P= CxP + C.I.F	0,49				TOTAL	2,55
$U1=PV-\Sigma CP$	0,29				C. PAX	0,26
$U2=P.V.S-PV$	0,15			33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	0,44				P.V	0,77
				20%	P.V.S	0,93



Elaborado: (Flores, 2016)


NOMBRE DE LA RECETA: TORTA DE NOVIOS				GRUPO: PLATO PRINCIPAL		
				TIEMPO: 1:55:00	NÚMERO DE PAX	18
INGREDIENTES	CANTIDAD (18)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
Harina	700	700	gr	0,5	c/lb	0,77
Azúcar	600	600	gr	0,5	c/lb	0,66
Mantequilla	450	450	gr	1	c/lb	0,99
Polvo de hornear	20	20	gr	1,9	c/300gr	0,13
Huevos	8	8	u	0,6	c/u	4,80
Café instantaneo	20	20	gr	0,25	c/20gr	0,25
Ecencia Vainilla	10	10	ml	1	c/100ml	0,10
Clavo de olor	3	3	gr	0,1	c/5gr	0,06
Canela en polvo	6	6	gr	0,5	c/10gr	0,30
Almendras	80	80	gr	2	c/300gr	0,53
Nueces	80	80	gr	1,7	c/300gr	0,45
Frutas confitadas	130	130	gr	1,45	c/200gr	0,94
Ecencia de almendras	10	10	ml	1,5	c/50ml	0,30
Coñac	80	80	ml	7,1	c/750ml	0,76
Licor de naranja	20	20	ml	4,8	c/750ml	0,13
Mermelada	100	100	gr	1,9	c/300gr	0,63
CÁLCULOS	RESULTADOS				C. VARIABLE	11,81
C.I.F 30% (PV)	0,61			5%	% VARIOS	0,59
Σ. C.P= CxP + C.I.F	1,30				TOTAL	12,40
U1=P.V-ΣCP	0,73				C. PAX	0,69
U2=P.V.S-PV	0,30			34%	C.M.P O VENTA	0,34
U neta= U1+U2	1,03				P.V	2,03
				15%	P.V.S	2,33

Elaborado: (Flores, 2016)

Rellenos

NOMBRE DE LA RECETA: CREMA MOKA				GRUPO: RELLENO TORTA		
				TIEMPO: 0:20:00	NÚMERO DE PAX	15
INGREDIENTES	CANTIDAD (15)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
Crema leche	150	150	ml	1,5	c/500ml	0,45
Requeson	80	80	gr	3,8	c/400gr	0,76
Azúcar	50	50	gr	0,5	c/lb	0,06
Café soluble	20	20	gr	0,25	c/20gr	0,25
CÁLCULOS	RESULTADOS				C. VARIABLE	1,52
C.I.F 30% (PV)	0,10			5%	% VARIOS	0,08
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,20				TOTAL	1,59
U1=P.V-ΣCP	0,12				C. PAX	0,11
U2=P.V.S-PV	0,06			33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	0,18				P.V	0,32
				20%	P.V.S	0,39


Elaborado: (Flores, 2016)

NOMBRE DE LA RECETA: CREMA PASTERERA				GRUPO: RELLENO TORTA		
				TIEMPO: 0:25:00	NÚMERO DE PAX	15
INGREDIENTES	CANTIDAD (15)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
Leche	250	250	gr	0,8	c/lt	0,20
Huevos (yema)	3	3	gr	0,11	c/u	0,33
Azúcar	65	65	gr	0,5	c/lb	0,07
Harina	20	20	gr	0,5	c/lb	0,02
Maicena	20	20	gr	1,25	c/lb	0,06
CÁLCULOS	RESULTADOS				C. VARIABLE	0,68
C.I.F 30% (PV)	0,04			5%	% VARIOS	0,03
Σ . C.P= CxP + C.I.F	0,09				TOTAL	0,71
U1=P.V.- Σ CP	0,05				C. PAX	0,05
U2=P.V.S-PV	0,03			33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	0,08				P.V	0,14
		20%	P.V.S	0,17		

Elaborado: (Flores, 2016)


NOMBRE DE LA RECETA: CREMA DE MANTEQUILLA A LA INGLESA				GRUPO: RELLENO TORTA		
				TIEMPO: 1:09:00	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
Azúcar Inpalpable	100	100	gr	3,7	c/kg	0,37
Marva	100	100	gr	1,2	c/lb	0,26
Ecencia de vainilla	10	10	gr	1	c/100ml	0,10
Zumo de limón	15	15	ml	0,25	c/15ml	0,25
CÁLCULOS	RESULTADOS				C. VARIABLE	0,98
C.I.F 30% (PV)	0,09			5%	% VARIOS	0,05
Σ . C.P= CxP + C.I.F	0,20				TOTAL	1,03
U1=P.V.- Σ CP	0,12				C. PAX	0,10
U2=P.V.S-PV	0,06			33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	0,18				P.V	0,31
		20%	P.V.S	0,38		

Elaborado: (Flores, 2016)


NOMBRE DE LA RECETA:				GRUPO:			
GANACHE				RELLENO TORTA			
				TIEMPO:	0:39:00	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
Chocolate negro	110	110	gr	2,4	c/lb	0,58	
Crema de leche	110	110	ml	1,5	c/500ml	0,36	
Esencia Ron	5	5	ml	0,8	c/100ml	0,01	
CÁLCULOS	RESULTADOS				C. VARIABLE	0,95	
C.I.F 30% (PV)	0,09			5%	% VARIOS	0,05	
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,19				TOTAL	1,00	
U1=PV-ΣCP	0,11				C. PAX	0,10	
U2=P.V.S-PV	0,06			33%	C.M.P O VENTA	0,33	
U neta= U1+U2	0,17				P.V	0,30	
				20%	P.V.S	0,36	

Elaborado: (Flores, 2016)


Bocaditos

NOMBRE DE LA RECETA:				GRUPO:			
HOJALDRE				APERITIVO/BOCADITO			
				TIEMPO:	2:39:00	NÚMERO DE PAX	50
INGREDIENTES	CANTIDAD (50)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
Mantequilla	75	75	gr	1	c/lb	0,17	
Harina	400	400	gr	0,5	c/lb	0,44	
Sal	20	20	gr	0,85	c/2kg	0,01	
Agua	200	200	ml	0	c/ml	0,00	
Pirutin N° 1	50	50	u	0,45	c/100u	0,23	
Hojaldrina	220	220	gr	0,9	c/lb	0,44	
CÁLCULOS	RESULTADOS				C. VARIABLE	1,28	
C.I.F 30% (PV)	0,02			5%	% VARIOS	0,06	
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,05				TOTAL	1,34	
U1=PV-ΣCP	0,03				C. PAX	0,03	
U2=P.V.S-PV	0,02			33%	C.M.P O VENTA	0,33	
U neta= U1+U2	0,05				P.V	0,08	
				20%	P.V.S	0,10	

Elaborado: (Flores, 2016)

NOMBRE DE LA RECETA: MASA QUEBRADA				GRUPO: APERITIVO/BOCADITO					
				TIEMPO: 0:30:00	NÚMERO DE PAX	50			
INGREDIENTES	CANTIDAD (50)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL			
Harina	300	300	gr	0,5	c/lb	0,33			
Azúcar	20	20	gr	0,5	c/lb	0,02			
Mantequilla	150	150	gr	1	c/lb	0,33			
Huevo	1	1	u	0,11	c/u	0,11			
Sal	5	5	gr	0,8	c/2kg	0,00			
Agua	40	40	ml	0	c/ml	0,00			
Pirutin Nº 1	50	50	U	0,45	C/100U	0,23			
CÁLCULOS	RESULTADOS				C. VARIABLE	1,02			
C.I.F 30% (PV)	0,02				5%	% VARIOS	0,05		
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,04							TOTAL	1,07
U1=PV-ΣCP	0,02							C. PAX	0,02
U2=P.V.S-PV	0,01				33%			C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	0,04							P.V	0,06
					20%			P.V.S	0,08


Elaborado: (Flores, 2016)

NOMBRE DE LA RECETA: CUP CAKE DE CHOCOLATE				GRUPO: POSTRE					
				TIEMPO: 1:40:00	NÚMERO DE PAX	20			
INGREDIENTES	CANTIDAD (20)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL			
Harina	350	350	gr	0,5	c/lb	0,39			
Azúcar	400	400	gr	0,5	c/lb	0,44			
Chocolate amargo	75	75	gr	0,8	c/lb	0,13			
Bicarbonato	30	30	gr	0,75	c/lb	0,05			
Huevos	5	5	u	0,11	c/u	0,55			
Leche	704	704	gr	0,8	c/lt	0,56			
Aceite	280	280	gr	2,5	c/lt	0,28			
Agua	704	704	gr	0	c/lt	0,00			
Sal	5	5	gr	0,85	c/1kg	0,00			
Pirutin Nº 8	20	20	u	0,7	c/100u	0,14			
CÁLCULOS	RESULTADOS				C. VARIABLE	2,55			
C.I.F 30% (PV)	0,12				5%	% VARIOS	0,13		
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,26							TOTAL	2,68
U1=PV-ΣCP	0,15							C. PAX	0,13
U2=P.V.S-PV	0,08				33%			C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	0,23							P.V	0,41
					20%			P.V.S	0,49


Elaborado: (Flores, 2016)

NOMBRE DE LA RECETA:				GRUPO:			
BOCADITOS DE NUECES				APERITIVO/BOCADITO			
				TIEMPO: 0:40:00	NÚMERO DE PAX	50	
INGREDIENTES	CANTIDAD (50)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
Galletas la Universal	500	500	gr	3,68	c/454gr	4,05	
Nuez molida	250	250	gr	1,7	c/300gr	1,42	
Leche condensada	250	250	gr	2,3	c/250gr	2,30	
pirutin N°1	50	50	u	0,45	c/100u	0,23	
CÁLCULOS	RESULTADOS				C. VARIABLE	7,99	
C.I.F 30% (PV)	0,15			5%	%	VARIOS	0,40
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,32					TOTAL	8,39
U1=P.V-ΣCP	0,19					C. PAX	0,17
U2=P.V.S-PV	0,10			33%		C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	0,29					P.V	0,51
				se sube el 20%		P.V.S	0,61

Elaborado: (Flores, 2016)

NOMBRE DE LA RECETA:				GRUPO:			
CAKE POPS				APERITIVO/BOCADITO			
				TIEMPO: 0:25:00	NÚMERO DE PAX	50	
INGREDIENTES	CANTIDAD (50)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
Crema de leche	300	300	gr	1,5	c/500ml	0,90	
Cañac	20	20	ml	7,1	c/750	0,19	
Chocolate negro	300	300	gr	2,4	c/lb	1,59	
Migas de cake de chocolate	500	500	gr	3	c/1000gr	1,50	
Palitos para paletas/chupetas	50	50	u	1,5	c/100u	0,75	
Chocolate blanco	400	400	gr	2,7	c/lb	2,38	
CÁLCULOS	RESULTADOS				C. VARIABLE	7,30	
C.I.F 30% (PV)	0,14			5%	%	VARIOS	0,37
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,29					TOTAL	7,67
U1=P.V-ΣCP	0,17					C. PAX	0,15
U2=P.V.S-PV	0,09			33%		C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	0,26					P.V	0,46
				20%		P.V.S	0,56


Elaborado: (Flores, 2016)

NOMBRE DE LA RECETA: MINI PIZZA				GRUPO: APERITIVO/BOCADITO			
				TIEMPO: 25 MIN	NÚMERO DE PAX	25	
INGREDIENTES	CANTIDAD (25)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
Harina	300	300	gr	0,5	c/lb	0,33	
Levadura seca	20	20	gr	0,9	c/100gr	0,18	
sal	10	10	gr	0,85	c/2kg	0,00	
Agua	200	200	ml	0	c/ml	0,00	
Aceite de oliva	15	15	ml	1,15	c/500ml	0,03	
Pasta de tomate	150	150	ml	0,65	c/250ml	0,39	
Cebolla perla	1	1	u	0,2	c/u	0,20	
Pimienta	1	1	u	0,2	c/u	0,20	
Albahaca	10	10	gr	0,25	c/10gr	0,00	
Queso mosarela	200	200	gr	1,75	c/250gr	0,35	
Jamón	170	170	gr	0,8	c/80gr	1,70	
Salami	170	170	gr	1,9	c/200gr	0,32	
Ajo	3	3	u	0,2	c/5u	0,12	
Pimienta	3	3	gr	0,7	c/250gr	0,01	
Azúcar	5	5	gr	0,5	c/lb	0,01	
CÁLCULOS	RESULTADOS				C. VARIABLE	3,85	
C.I.F 30% (PV)	0,15			5%	%	VIARIOS	0,19
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,31					TOTAL	4,04
U1=PV-ΣCP	0,18					C. PAX	0,16
U2=P.V.S-PV	0,10			33%		C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	0,28					P.V	0,49
				20%		P.V.S	0,59

Elaborado: (Flores, 2016)


NOMBRE DE LA RECETA: BROCHETA MIXTA				GRUPO: APERITIVO/BOCADITO			
				TIEMPO: 0:30:00	NÚMERO DE PAX	25	
INGREDIENTES	CANTIDAD (25)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
Pulpa res	500	500	gr	2,5	2,75	c/lb	3,03
Pollo filete	500	500	gr	1,3	1,43	c/lb	1,57
Pimiento rojo	1	1	u	0,2		c/u	0,20
Pimiento verde	1	1	u	0,2		c/u	0,20
Cebolla perla	1	1	u	0,2		c/u	0,20
Aceite	50	50	ml	2,5		c/lt	0,13
Sal	10	10	gr	0,4		c/2kg	0,00
Pimienta	10	10	gr	0,5		c/250gr	0,04
Mostaza	20	20	gr	0,65		c/250gr	0,05
Orégano	15	15	gr	1		c/500gr	0,06
Zanahoria	1	1	u	0,1		c/u	0,10
Palos brochet	25	25	u	0,8		c/50u	0,40
CÁLCULOS	RESULTADOS	ANÁLISIS CÁRNICO	ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	5,98	
C.I.F 30% (PV)	0,22	CR=FC*CK	CR=FC*CK	5%	%	VIARIOS	
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,47	FC=1+D	FC=1+D			TOTAL	
U1=PV-ΣCP	0,25	D=10%	D=10%			C. PAX	
U2=P.V.S-PV	0,04	CR=FC*CK	CR=FC*CK	35%		C.M.P O VENTA	
U neta= U1+U2	0,29	0	2,75			P.V	
		1,43		se sube el 20%		P.V.S	

ANÁLISIS CÁRNICO		
S/L	L	D
2000	1800	200
100%	90%	10%
1	0,036	0,1




Elaborado: (Flores, 2016)


Rellenos Bocaditos

NOMBRE DE LA RECETA: FROSTING DE VAINILLA				GRUPO: RELLENO BOCADITO		
				TIEMPO: 25 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
Mantequilla	100	100	gr	1	c/lb	0,22
Azúcar inpalpable	140	140	gr	3,7	c/1kg	0,52
Esencia de vainilla	5	5	ml	1	c/100ml	0,05
Leche	30	30	ml	0,8	c/lt	0,02
CÁLCULOS	RESULTADOS				C. VARIABLE	0,81
C.I.F 30% (PV)	0,08			5%	% VARIOS	0,04
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,16				TOTAL	0,85
U1=P.V-ΣCP	0,10				C. PAX	0,09
U2=P.V.S-PV	0,05			33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	0,15				P.V	0,26
				se sube el 20%	P.V.S	0,31

Elaborado: (Flores, 2016)

NOMBRE DE LA RECETA: QUESO CON JAMÓN				GRUPO: RELLENO BOCADITO		
				TIEMPO: 0:15:00	NÚMERO DE PAX	50
INGREDIENTES	CANTIDAD (50)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
Queso crema	500	500	gr	1,6	c/250gr	3,20
Perejil	20	20	gr	0,25	c/50gr	0,10
Jamón	150	150	gr	0,8	c/80gr	1,50
CÁLCULOS	RESULTADOS				C. VARIABLE	4,80
C.I.F 30% (PV)	0,10			7%	% VARIOS	0,34
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,20				TOTAL	5,14
U1=P.V-ΣCP	0,12				C. PAX	0,10
U2=P.V.S-PV	0,06			32%	C.M.P O VENTA	0,32
U neta= U1+U2	0,19				P.V	0,32
				se sube el 20%	P.V.S	0,39


Elaborado: (Flores, 2016)

NOMBRE DE LA RECETA: BECHAMEL CON POLLO				GRUPO: RELLENO DE BOCADITO			
				TIEMPO: 0:25:00	NÚMERO DE PAX	50	
INGREDIENTES	CANTIDAD (50)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
Pollo	600	600	gr	1,3	1,43	c/lb	1,89
Sal	5	5	gr	0,8		c/2kg	0,00
Harina	25	25	gr	0,5		c/lb	0,03
Pimienta	5	5	gr	0,5		c/200gr	0,01
Nuez moscada	10	10	gr	0,8		c/15gr	0,53
Mantequilla	30	30	gr	1		c/lb	0,07
Leche	210	210	gr	0,8		c/ml	0,17
CÁLCULOS	RESULTADOS			ANÁLISIS CÁRNICO	C. VARIABLE	2,70	
C.I.F 30% (PV)	0,05			CR=FC*CK	5%	% VARIOS	0,13
$\sum C.P = CxP + C.I.F$	0,11			FC=1+D		TOTAL	2,83
U1=PV- \sum CP	0,06			D=10%		C. PAX	0,06
U2=P.V.S-PV	0,03			CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	0,10			1,43		P.V	0,17
					se sube el 20%	P.V.S	0,21


ANÁLISIS CÁRNICO		
S/L	L	D
2000	1800	200
100%	90%	10%
1	0,09	0,1

Elaborado: (Flores, 2016)


Cubiertas

NOMBRE DE LA RECETA: GANACHE Y BOMBÓN				GRUPO: CUBIERTA		
				TIEMPO: 0:39:00	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
Chocolate negro	350	350	gr	2,4	c/lb	1,85
Crema de leche	350	350	ml	1,5	c/500ml	1,16
Esencia Ron	15	15	ml	0,8	c/100ml	0,03
Mantequilla	20	20	gr	1	c/454gr	0,04
Bombón	8	8	u	3,25	c/25u	0,06
CÁLCULOS	RESULTADOS				C. VARIABLE	3,13
C.I.F 30% (PV)	0,29			5%	% VARIOS	0,16
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,62				TOTAL	3,29
U1=PV-ΣCP	0,35				C. PAX	0,33
U2=P.V.S-PV	0,19			34%	C.M.P O VENTA	0,34
U neta= U1+U2	0,54				P.V	0,97
				se sube el 20%	P.V.S	1,16

Elaborado: (Flores, 2016)

NOMBRE DE LA RECETA: FONDANT				GRUPO: RELLENO TORTA		
				TIEMPO: 0:39:00	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
Gelatina sin sabor	15	15	gr	1	c/25gr	0,60
Marba blanca	20	20	gr	1,25	c/500gr	0,05
Glucosa	20	20	gr	0,7	c/100gr	0,14
Gliserina comestible	20	20	gr	0,5	c/100gr	0,10
Azúcar pulverizada	600	600	gr	3,25	c/1000gr	1,95
Colorante	3	3	u	1	c/4u	0,75
Agua	75	75	ml	0	c/ml	0,00
CÁLCULOS	RESULTADOS				C. VARIABLE	3,59
C.I.F 30% (PV)	0,32			3%	% VARIOS	0,11
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,69				TOTAL	3,70
U1=PV-ΣCP	0,37				C. PAX	0,37
U2=P.V.S-PV	0,16			35%	C.M.P O VENTA	0,35
U neta= U1+U2	0,53				P.V	1,06
				se sube el 15%	P.V.S	1,21

Elaborado: (Flores, 2016)

NOMBRE DE LA RECETA: FROSTING DE VAINILLA				GRUPO: CUBIERTA			
				TIEMPO: 25 MIN	NÚMERO DE PAX	10	
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
Mantequilla	300	300	gr	1	c/lb	0,66	
Azúcar inpalpable	250	250	gr	3,7	c/1kg	0,93	
Esencia de vainilla	20	20	ml	1	c/100ml	0,20	
Leche	90	90	ml	0,8	c/lt	0,07	
CÁLCULOS	RESULTADOS				C. VARIABLE	1,86	
C.I.F 30% (PV)	0,18				5%	% VARIOS	0,09
Σ . C.P= CxP + C.I.F	0,37				TOTAL		1,95
U1=P.V- Σ CP	0,22				C. PAX	0,20	
U2=P.V.S-PV	0,12				33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	0,34				P.V	0,59	
					se sube el 20%	P.V.S	0,71

Elaborado: (Flores, 2016)

NOMBRE DE LA RECETA: CREMA DE MANTEQUILLA A LA INGLESA				GRUPO: CUBIERTA			
				TIEMPO: 0:45:00	NÚMERO DE PAX	10	
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
Azúcar Inpalpable	300	300	gr	3,7	c/kg	1,11	
Marva	300	300	gr	1,2	c/lb	0,79	
Ecencia de vainilla	20	20	gr	1	c/100ml	0,20	
Zumo de limon	25	25	ml	0,25	c/15ml	0,42	
CÁLCULOS	RESULTADOS				C. VARIABLE	2,52	
C.I.F 30% (PV)	0,24				5%	% VARIOS	0,13
Σ . C.P= CxP + C.I.F	0,51				TOTAL		2,65
U1=P.V- Σ CP	0,30				C. PAX	0,26	
U2=P.V.S-PV	0,16				33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	0,46				P.V	0,80	
					se sube el 20%	P.V.S	0,96

Elaborado: (Flores, 2016)

Anexo 3: Test de aceptabilidad



ESCUELA SUPERIOR POLITENICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMIA



TEST DE ACEPTABILIDAD PARA LA ELABORACION DEL TRABAJO DE TITULACION
“PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ESPECIALIZADA EN
TORTAS Y BOCADITOS TEMÁTICOS, EN EL CANTON RIOBAMBA, PROVINCIA DE
CHIMBORAZO 2016”

OBJETIVO: Recolectar información para determinar el nivel de acogida de los productos similares de empresas ya existentes en el mercado.

INSTRUCCIONES: Frente a usted se exhibe muestras de tortas y bocaditos. Por favor, observe y pruebe cada una de ellas, marchando de derecha a izquierda. Indique el grado en que le gusta o le disgusta cada atributo de cada muestra, de acuerdo al puntaje/categoría, escribiendo el número correspondiente en la línea del código de la muestra.

Puntaje	Categoría	Puntaje	Categoría
1	Me disgusta extremadamente.	6	Me gusta levemente.
2	Me disgusta mucho.	7	Me gusta moderadamente.
3	Me disgusta moderadamente.	8	Me gusta mucho.
4	Me disgusta levemente.	9	Me gusta extremadamente.
5	No me gusta ni me disgusta.		

PRODUCTO	Calificación para cada atributo			
	OLOR	COLOR	SABOR	TEXTURA
TOTAL				
PROMEDIO				

Anexo 4: Manual de funcio

DELY FLORES



***MANUAL
DE
FUNCIONES***

31/07/2016

Documento encargado de actualizar y compilar en un solo cuerpo normativo el Manual Específico de Funciones, Competencias Laborales.

INDICE

PRESENTACIÓN	2
OBJETIVOS	3
ACTUALIZACIÓN DEL MANUAL	4
MANUAL DE FUNCIONES	5
ÁREA ADMINISTRATIVA	6
ÁREA COMERCIAL O VENTAS	7
ÁREA PRODUCCIÓN	8



PRESENTACIÓN

El manual de funciones y requisitos de funcionarios de DELY FLORES es el instrumento de administración de personal, a través del cual se instauran los compromisos de los empleos que forman parte de la planta, en particular los requerimientos demandados para el ejercicio de los mismos, ellos han de consultar su propio perfil organizacional. Este se establece en el soporte técnico que justifica y da sentido a la existencia de los empleos en la Empresa.



LILIANA DEL PILAR FLORES

GERENTE PROPIETARIO

OBJETIVOS

El presente manual formaliza las responsabilidades de los funcionarios vinculados a cada uno de los cargos de DELY FLORES.

El manual tiene los siguientes objetivos:

- Precisar de modo claro y breve la razón de ser de cada puesto de empleo, determinar sus particulares responsabilidades y requisitos. Siendo útil para orientar el desempeño de cada uno de nuestros colaboradores.
- Definir los requerimientos de los empleos en términos de destreza, habilidades, educación y experiencia. como un medio para refutar otros procesos como son: inducción, capacitación, entrenamiento y retroalimentación de la gestión. Selección y vinculación de personal,
- Crear en los funcionarios de DELY FLORES un compromiso en el ejercicio eficaz de los cargos, concediendo la información básica sobre los mismos.

ACTUALIZACIÓN DEL MANUAL

Este se actualizara una vez que se cree un cargo nuevo, se lleve a cabo una reorganización de Dependencias o las funciones de los cargos cambien en relación con las descripciones que aparecen en el Manual, las Dependencias que requieran los cambios, lo solicitarán oportunamente

El cambio realizado, será anualmente se realizará una revisión general del Manual y se ajustará el número de la versión y la fecha de actualización total del documento describiendo en el control de cambios principal todos los llevados a cabo durante el año.

MANUAL DE FUNCIONES

ÁREA ADMINISTRATIVA

POSICIÓN: GERENTE PROPIETARIO

OBJETIVO

Responsable por la dirección y representación legal, judicial y extrajudicial, estableciendo las políticas generales que regirán a la empresa. Desarrolla y define.

DESCRIPCIÓN DE RESPONSABILIDADES

- Los daños y perjuicios que ocasione por el incumplimiento de sus obligaciones, dolo, abuso de facultades y negligencia grave.
- La existencia, regularidad y veracidad de los sistemas de contabilidad, los libros que la ley ordena llevar a la Sociedad y los demás libros y registros que debe llevar un ordenado comerciante.
- El ocultamiento de las irregularidades que observe en las actividades de la empresa.
- La conservación de los fondos a nombre de la empresa.
- Revisar que se cumplan con los principios Administrativos y contables.
- Mantener y cumplir los lineamientos de Calidad.
- Velar por la aplicación de las normas y el cumplimiento de las mismas.

Responsable en cumplimiento de las funciones y objetivos de todas las áreas de la empresa.

PERFIL

- Licenciatura en Gestión Gastronómica / Administración de Empresas
- Experiencia mínima 3 años en cargos similares
- Ser líder innato

ÁREA COMERCIAL O VENTAS

POSICIÓN: CAJERO / DESPACHADOR

OBJETIVO

Recibe y controla la fluctuación de caja por concepto de venta de productos de la empresa entregando balances, arqueo de caja diario y atención del cliente.

DESCRIPCIÓN DE RESPONSABILIDADES

- Brindar un buen servicio a todos los clientes por el mantenimiento de un medio ambiente amigable.
- Tener un buen conocimiento de todos los productos disponibles en la empresa
- Mantener un registro exacto de la venta del día, sin ningún error.
- Ser un medio de comunicación entre el cliente y la gestión.
- Recibir el importe de la compra en forma de dinero en efectivo, cheque, transferencias y vales.
- Al final del día, calcular el pago total.
- Resolver las quejas del cliente, si los hubiere.
- Realizar clasificar, contar y envolver las monedas
- Asegúrese de que hay suficiente dinero en efectivo en el mostrador, para pagar el saldo del cliente.

PERFIL

- Tecnólogo en contabilidad, administración de empresa o afines.
- Experiencia mínima 1 año en cargos similares.

ÁREA PRODUCCIÓN

POSICIÓN: MAESTRO PASTELERO

OBJETIVO

Cumplir con instrucciones de producción de pastelería y repostería impartidas por el responsable del área, salvaguardando siempre parámetros de calidad y seguridad.

DESCRIPCIÓN DE RESPONSABILIDADES

- Cumplir a cabalidad y responsablemente con la preparación y producción de panadería y repostería asignada a su cargo por el Responsable de Cocina.
- Verificar el normal abastecimiento de panadería y repostería a comedor.
- Cumplir con los requerimientos de sistemas de calidad (Procedimientos, registros, control de calidad)
- Cumplir y hacer cumplir los lineamientos de Seguridad Industrial, Salud Ocupacional y Medio Ambiente dentro de cada una de sus actividades asignadas.
- Reportar a sus superiores las faltas, incumplimientos y tareas críticas que se han suscitado dentro de cada una de sus actividades.

PERFIL

- Técnico procesional
- Experiencia mínima 2 años en cargos similares y en caso de no poseer título deberá tener experiencia mínima de 4 años.

Posición: AYUDANTE DE PASTELERIA

OBJETIVO

Cumplir con los requerimientos del Chef Pastelero y/o del Responsable de Cocina relacionados a producción y preparación de los productos, así como con las normativas que competen a su cargo.

DESCRIPCIÓN DE RESPONSABILIDADES

- Coordinar con el Pastelero y/o con el Responsable de Cocina y ejecutar actividades de producción y preparación de productos asignadas a su cargo.
- Cumplir con los requerimientos del sistema de calidad (Procedimientos, registros control de calidad)
- Cumplir y hacer cumplir los lineamientos de Seguridad Industrial, Salud Ocupacional y Medio Ambiente que determine la empresa.

PERFIL

- Bachiller con conocimientos suficientes para que se encuentre apto para realizar la producción de productos de pastelería.
- Experiencia mínima de 1 – 2 años en cargos iguales o similares.

Anexo 5: Manual de Buenas Prácticas de Manufactura dentro de DELLY FLORES

DELLY FLORES



**MANUAL
DE BPM**

31/07/2016

Documento encargado de servir de guía para personal operativo nuevo y personal en general que tenga contacto de manera directa con el área de producción y despacho.

INDICE

INTRODUCCIÓN	2
HIGIENE PERSONAL	3
LAVADO Y DESINFECCION DE MANOS	5
USO DE GUANTE DESECHABLES	7
LIMPIEZA Y DESINFECCION	9
USO DE QUIMICOS	10

INTRODUCCIÓN

En los últimos años se ha observado un aumento considerable, en el mundo, de enfermedades transmitidas por alimentos, las cuales han alertado a los gobiernos y empresas sobre la necesidad urgente de organizar y actualizar los programas de inocuidad de alimentos para reducir los riesgos de salud pública. "DELY FLORES" es una empresa dedicada a la elaboración de diferentes productos de repostería, que tiene una adecuada aceptación en el mercado. Por esta razón existe un compromiso con el consumidor y se busca mejorar constantemente la calidad e inocuidad de los productos a través de la implementación de Buenas Prácticas de Manufactura.

Este instructivo es netamente para el personal operativo o el que está dentro del área de producción.

HIGIENE PERSONAL

La higiene personal incluye las siguientes temáticas:

- Hábitos de higiene personal.
- Hábitos durante el trabajo.
- Vestimenta.

Hábitos de Higiene Personal

- ✓ Bañarse todos los días.
- ✓ Mantener el cabello limpio, corto o recogido adecuadamente y bien peinado.
- ✓ Lavarse los dientes tres veces al día.
- ✓ Usar desodorante.
- ✓ No utilizar barba.
- ✓ No utilizar uñas postizas.



Hábitos Durante el Trabajo



- ✓ No utilizar anillos, pulseras, reloj, etc.
- ✓ No usar maquillaje.
- ✓ No usar perfume.
- ✓ No comer.
- ✓ No fumar.
- ✓ No ingerir ningún tipo de alimentos durante la producción.
- ✓ No puede masticar chicle.



Vestimenta

- ✓ Pantalones largos.
- ✓ Camisa o camiseta.
- ✓ Delantal o mandil.
- ✓ Zapatos o botas antideslizantes.
- ✓ Cofia que cubra por completo el cabello.
- ✓ Tapabocas que cubra el área de nariz y boca por completo.



Visitantes

Ellos al igual que el personal deberán cumplir con todo lo anteriormente mencionado, para el ingreso a las instalaciones de *DELY FLORES* (área producción).



LAVADO Y DESINFECCION DE MANOS

¿Cuándo Lavarse y Desinfectarse las Manos?

Al ingresar al área de procesamiento de alimentos.

- a) En la mañana cuando llega la persona.
- b) Cuando regresa del baño.
- c) Cuando regresa de sacar la basura.
- d) Cuando regresa realizando cualquier otra actividad.



Al manipular alimentos.



- a) Antes de manipular alimentos.
- b) Al cambiar de tipo de alimento.
- c) Al cambiar de un alimento crudo a uno cocinado.
- d) Antes de colocarse guantes de manipulación.

Después de manipular elementos contaminados.

- a) Después de manipular basura.
- b) Después de realizar labores de limpieza.
- c) Después de preparar los químicos.
- d) Después de manipular dinero u otro elemento contaminante.
- e) Después de salir del trabajo.

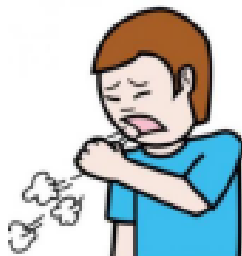
Después de ir al baño (el lavado se realiza en el baño y antes de entrar al área de producción).

Después de manipular el cabello, cara, nariz, etc.

Al sacarse los guantes de manipulación.

Después de comer o fumar.

Antes de salir del trabajo



¿Cómo Lavarse las Manos y Desinfectarse las Manos?

1. Remojarse las manos hasta la altura de los codos.
2. Colocarse jabón antibacterial en las manos hasta la altura del codo.
3. Fregarse las manos entre dedos, las uñas hasta la altura de codos.
4. Enjuagarse las manos con abundante agua.
5. Secarse las manos con una toalla descartable.
6. Cerrar la llave con la misma toalla.
7. Colocar en la basura la toalla descartable.

FORMA CORRECTA DE LAVAR SUS MANOS

1 Humedecer las manos

2 Aplique jabón

3 Lave las manos con agua jabonosa hasta 20 segundos

4 Enjuague completamente

5 Seque las manos con toalla de papel

6 Use toalla de papel para cerrar el grifo

7 Tire el papel en el cesto

VDH VERBODEN TOEGANG VOOR DE ALGEMEEN TOEGANG
Preventing the Next Pandemic

USO DE GANTES DESECHABLES

Para esto debemos saber que los guantes NO son mágicos.

"Se contaminan al igual que las manos"

Antes de colocarse los guantes desechables debe lavarse y desinfectarse
las manos.

¿Cuándo Uso Guantes Desechables?



- a) Para manipular alimentos cocinados listo para el consumo.
 1. Carne cocinada.
 2. Queso fresco o crema.
 3. Jamón para rellenos.
- b) Para manipular frutas, pulpas y enlatados ya desinfectados.
- c) Para proteger la mano cuando se tiene una cortadura.

¿Cuándo NO DEBO Usar Guantes Desechables?

- a) Manipular alimentos crudos.
- b) Realizar tareas de limpieza como limpiar mesones, barrer, lavar utensilios entre otros.
- c) Preparar el área de trabajo.



¿Cómo Colocarse los Guantes Desechables?



- a) Lavarse y desinfectarse las manos.
- b) Colocarse los guantes.
- c) Desinfectarse los guantes.
- d) Una vez terminada la actividad sacarse los guantes y botarlos a la basura.
- e) Lavarse y desinfectarse las manos.
- f) Realizar la limpieza de su área de trabajo.

¿Cuándo Cambiarse los Guantes Desechables?

- a) Cuando se rompen
- b) Cuando cambia de tipo de productos
- c) Cuando termina una actividad
- d) Si los guantes se contaminaron.
- e) Cuando el uso de guantes es por herida, este se debe cambiar cuando se vaya a realizar una actividad que requiere guantes.



LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN

- Una buena limpieza y desinfección evita la contaminación.
- La limpieza y desinfección son dos cosas distintas, aunque complementarias.
- Es obligatorio que se hagan las dos fases.

Limpieza

Eliminación de suciedad visible como:

- Residuos de comida.
- Grasa.
- Desechos generales.
- Para esta acción se necesita jabón.



Desinfección



Eliminación de los microorganismos (No los podemos ver).

Para desinfectar se utiliza:

- Desinfectantes y alta temperatura.

Limpión desechable

ROJO

El limpión rojo se utiliza para limpiar y desinfectar las superficies que **TIENEN CONTACTO CON LOS ALIMENTOS.**



AZUL

El limpión azul se utiliza para limpiar y desinfectar las superficies que **NO TIENEN CONTACTO CON LOS ALIMENTOS.**

USO DE QUÍMICOS



No están autorizados a preparar ningún químico a menos que la persona encargada le explique cómo hacerlo.

Anexo 6: Carta de productos

TORTAS		Torta de Novios 	Ganache 	Crema de Mantequilla Inglesa 	BOCADITOS
Torta de Chocolate 	Torta de Vainilla 	CUBIERTAS			FRÍOS
Torta de Naranja 	Torta de Manzana 	Ganache con bombones 	Fondant 	HOJALDRE 	QUEBRADA 
RELLENOS		Frosting de Vainilla 	Crema de Mantequilla 	CALIENTES	
Crema Moka 	Crema Pastelera 	CUP CAKES			RELLENOS DE BOCADITOS
			Cup Cake de Chocolate Cup Cake de Vainilla Cup Cake de Naranja		
					Crema pastelera Crema de mantequilla Crema chantilly Frosting de vainilla Frosting de chocolate Jamón y queso Bechamel con pollo

PRECIOS	
Torta + Relleno,+ Cubierta + Temática	
Torta de Chocolate.....	\$ 1.75
Torta de Vainilla.....	\$ 2.25
Torta de Naranja.....	\$ 2.00
Torta de Manzana.....	\$ 2.00
Torta de Novios.....	\$ 2.50
Cup Cake + Cubierta + Temática	
Cup Cake de Chocolate.....	\$ 1.25
Cup Cake de Naranja.....	\$ 1.50
Cup Cake de Vainilla.....	\$ 1.50
Bocaditos Frio + Relleno que Elija	
Hojaldre.....	\$ 15
Quebrada.....	\$ 15
Bocaditos Caliente + Relleno que Elija	
Brochetas.....	\$ 20
Mini Pizza.....	\$ 20
Torta + Relleno,+ Cubierta + Temática	
Torta de Chocolate.....	\$ 1.75
Torta de Vainilla.....	\$ 2.25
Torta de Naranja.....	\$ 2.00
Torta de Manzana.....	\$ 2.00
Torta de Novios.....	\$ 2.50
Cup Cake + Cubierta + Temática	
Cup Cake de Chocolate.....	\$ 1.25
Cup Cake de Naranja.....	\$ 1.50
Cup Cake de Vainilla.....	\$ 1.50
Bocaditos Frio + Relleno que Elija	
Hojaldre.....	\$ 15
Quebrada.....	\$ 15
Bocaditos Caliente + Relleno que Elija	
Brochetas.....	\$ 20
Mini Pizza.....	\$ 20

Aceptamos toda forma de pago
Efectivo
Cheque
Tarjeta de crédito (tramite)

HORARIO DE ATENCIÓN:

De Lunes a Viernes
10: am a 18:00 pm
Sábados
10:00 am a 18:00 pm



DIRECCIÓN
Cristobal Colon y Gaspar de Villarol



*"Momentos inolvidables
acompañados de
dulces Placeres"*



Especializados en tortas y bocaditos para todo tipo de evento social, producida con los más altos estándares de calidad garantizando el consumo de sus productos.

Anexo 7: Tríptico

**DELY FLORES**

Pasteles: Los pasteles se relacionan al concepto de fiesta; en efecto, no hay recepción grande o pequeña o reunión amistosa en la que esta golosina no haga su aparición.

Se definen como "pasteles" los dulces que se sirven en porciones, que se preparan con pastas a base de huevos batidos, harina y azúcar, que se hornean y degustan simples o como la base para rellenos o recubrimientos más o menos cremosos.

Los pasteles se dividen principalmente en dos grandes categorías: los pasteles secos o simples que en general se sirven con el té, durante el desayuno, acompañados con crema de leche y que son los pasteles caseros más clásicos; los pasteles compuestos o rellenos que en cambio se componen de una pasta de base y de cremas, glaseados, almíbares, mermeladas, frutas u otros ingredientes, y que en general requieren más tiempo y habilidad.



BOCADITOS: Están compuestas por un sin número de embutidos, quesos, mariscos, carnes de ave, de res, chancho, etc., verduras, legumbres. Solo Es dejarse llevar por la imaginación.

Entre las variedades de bocaditos encontramos los de sal, dulces y lampreos, también se encuentran en la categoría de fríos y calientes.



Misión

Desarrollar un concepto diferente, encaminado a satisfacer las necesidades de nuestros clientes, brindándoles productos de alta calidad elaborados a base de materias primas cien por ciento seleccionadas, satisfaciendo los más altos requerimientos.

Visión

Ser una empresa líder en el mercado de servicio de catering de tortas y bocaditos preferida por nuestros clientes para lo cual contamos con talento humano altamente calificado y comprometido con los objetivos de la empresa, brindando soluciones que cumplan todas las expectativas y necesidades de nuestros clientes.

DELY FLORES

Es una empresa nueva especializada en Tortas y Bocaditos por todo tipo de eventos sociales. Se compromete a altos estándares de calidad durante su producción.

VENTAJAS

COMPETITIVAS

- Contar con una carta de bocaditos tanto fríos como calientes.
- Las coberturas se realizaran de manera personalizada al gusto del cliente.
- La decoración será de acuerdo al evento (temáticos).
- Modificaciones en cubiertas y decoración en tortas no presenta ningún costo adicional.
- Por cada 200 Bocaditos se entregara 20 a gusto del cliente.
- Por cada mesa dulce completa la decoración de la misma corre por cuenta de la empresa.



HORARIO DE ATENCIÓN

De Martes a Sábado
9:00 am a 18:00 pm
Previa Cita al: 0984 572394



DIRECCIÓN

Cristóbal Colón y Villarroel (Esquina)



Formar y capacitar a cada uno de los colaboradores, brindándoles las herramientas requeridas y necesarias para poder realizar su trabajo a la perfección y puedan así satisfacer a los clientes con productos y servicio de alta calidad.

Tel.: 2018 289