



**Nombre del alumno: ABERLAI CARLOS  
ROBLERO GONZÁLEZ**

**Nombre del profesor: ING. ANGELA  
ZAVALETA VILLATORO**

**Nombre del trabajo: ANALISIS DEL TEMA “CASO  
EVALUACION FINANCIERA”**

**Materia: TALLER DEL EMPRENDEDOR**

**Grado: NOVENO CUATRIMESTRE**

**Grupo: A**

Frontera Comalapa, Chiapas a 15 de Mayo de 2020.

## **CASO EVALUACION FINANCIERA DE UN PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO DE PANADERÍA Y PIZZERÍA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN**

En este estudio se hace el análisis de la evaluación financiera del ajuste y operación de un establecimiento de negocio para defender un elemento del mercado no atendido, tomando en consideración la Evaluación Financiera de Proyectos y contestando el interrogante de si es o no es conveniente realizar la inversión, ya que dicha metodología ofrece todos los elementos de juicio necesarios para tomar tal decisión. Y para que este proyecto se llevara a cabo se refirieron a una fracción del mercado no atendido y es el de ejecutivos, secretarias, trabajadores de oficina, que pertenecen laboralmente al sector profesional-institucional, y profesionales independientes, que no desayunan ni almuerzan en sus casas, que requieren un producto fresco, rápido, económico, de alta calidad, en un ambiente agradable, que les ofrezca, además, un lugar de encuentro. El proyecto pretende integrar la panadería con una pizzería a la vista del público, en la cual se preparen pizzas y lasañas para el almuerzo. Los materias primas requeridos por el proyecto, a granel, como harina, leche y huevos, podrán ser también vendidos a los clientes a precios competitivos

### **ESTUDIO**

Estudio de mercado: es muy importante esta fase porque en ello determina la demanda, número de consumidores y precios de venta, es importante conocer y comprender bien al consumidor, para que los productos y servicios ofrecidos se ajusten a sus necesidades y se facilite su venta. Además, gran parte del tiempo y las energías, en este sentido, serán invertidos en el intento de crear y fortalecer una imagen de marca superior

El entorno demográfico: es la parte donde se debe investigar la población, ya que es ésta la que constituye los mercados. El mayor interés es saber el tamaño del grupo objetivo, considerando su edad, su nivel socio cultural, su nivel educativo, su nivel de ingresos, su compromiso de sus ingresos en gastos obligatorios y sus patrones familiares.

Competidor directo-investigación de campo: Se desarrolló un muestreo no probabilístico, de criterio, con gradación en la primera etapa (tres estratos). Muestreo por conveniencia en la segunda etapa: en un intervalo de tiempo previamente definido, se tomó una muestra de clientes de manera aleatoria. Para la tercera etapa del estudio se entrevistó a varios clientes del negocio seleccionado en la etapa anterior y se les aplicó la encuesta, con un nivel de confianza del 95% y un error del 15,7%.

## **ESTUDIO TECNICO**

Estudio técnico: es la segunda etapa de los proyectos de inversión donde se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado, sus objetivos son demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa técnica que mejor se adapte a los criterios de optimización. Y las estrategias que utiliza son determinar la localización, enunciar las características, definir el tamaño y capacidad del proyecto, especificar el presupuesto de inversión, mostrar la distribución y diseño de las instalaciones.

El estudio y análisis de la localización de los proyectos puede ser muy útil para determinar el éxito o fracaso de un negocio y para esto podemos definirlo en dos partes en la macro localización: que se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto y que cuenta con sus aspectos geográficos, aspectos socioeconómicos, aspectos de infraestructura, aspectos institucionales. Y la micro localización: indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida, los factores que influyen son que justifican la toma de decisión que más beneficie a la instalación de la panadería y pizzería, en base a un criterio economista.

## **ESTUDIO FINANCIERO**

Son las Ventas previstas por ejemplo según los análisis de los estudios anteriores se pretende vender 100 desayunos y 80 almuerzos por día, 24 días del mes (no se trabaja ni sábados ni domingos ni festivos). 100 desayunos generan \$ 532.500 y 80 almuerzos \$ 680.100 diarios. Y la determinación de los costos Cada uno de los productos tiene una receta. Al valorar las recetas, se obtiene el costo unitario de producción.

## **MARCO CONCEPTUAL**

Se utilizaron en esta investigación los conceptos empleados en la disciplina de la Evaluación Financiera de Proyectos para determinar la viabilidad técnica, legal, organizativa y financiera del proyecto.

Justificación desde el punto de vista de la contribución al empleo: En la disposición en que este estudio muestre el beneficio de realizar el ajuste del establecimiento aquí descrito, se abrirá la posibilidad de crear algunos puestos de trabajo permanente y formal.

Justificación desde el punto de vista de la cadena productiva: Se busca generar siete empleos directos por panadería-pizzería y la propuesta es abrir tres de estas panaderías, lo cual implica la generación de 21 empleos directos en el futuro. Este proyecto hará parte de la cadena de producción de molinería, repostería y panadería

Atracción y retención de clientes: En primer lugar está el compromiso claro, que será el eslogan de la empresa, de tener pan caliente a toda hora. Este compromiso lo es también con la calidad, puesto que tener pan fresco implica que no se va tener ni vender producto del día anterior e implica igualmente la frescura de los insumos.

Marca propia: si bien sabemos que la marca es la promesa de un vendedor de producir según unas determinadas características, beneficios y servicios relacionados con la necesidad del comprador. Una marca de alto valor es una de las posesiones más valiosas de una empresa.

Marco legal: en esta apartado se puede decir que una planta de producción de alimentos, se hace necesario cumplir una normatividad clara y específica que regula este tipo de instalaciones y que establece condiciones y calidades a los equipos, como por ejemplo a los operarios, a la planta física, a los acabados de construcción, al sistema de almacenamiento, al tiempo de conservación de insumos y productos y a otros aspectos.

Especificaciones normativas y legales para plantas de producción de pan: es necesario hacer un curso para la elaboración de los alimentos, y para esto se consigue un permiso extendido por sanidad o salubridad.

Y por último las especificaciones normativas y legales para establecimientos abiertos al público: La Secretaría de Gobierno fija las pautas que debe cumplir un establecimiento abierto al público. Después se debe registrar el establecimiento en la Cámara de Comercio, entidad que lo vincula a la Secretaría de Hacienda como responsable del impuesto de industria y comercio.