



**Nombre de alumno: Roblero López
zulmy mayoli**

**Nombre del profesor: ING ANGELA ZABALETA
VILLATORO ESPINOZA**

**Nombre del trabajo: (Análisis informe
de caso) Evaluación Financiera De
Un Proyecto De Emprendimiento De
Panadería- Pizzería En La Ciudad De
Medellín.**

Materia: Taller del emprendedor

Grado: Noveno cuatrimestre

Grupo: c

Frontera Comalapa, Chiapas. A 14 de Junio de 2020.

Realizando este análisis nos damos cuenta de que en esta investigación se busca determinar la viabilidad financiera en la puesta en operación de un establecimiento de panadería-pizzería en la ciudad de Medellín. En la evaluación financiera el mercado del pan está dominado por tres segmentos: la panadería de barrio, la panadería industrial, que atiende supermercados y tiendas con productos de alta calidad, y las panaderías de las grandes superficies, con productos frescos, calientes y de alta calidad, con esto nos damos una idea de la importancia del pan en esta ciudad.

Mientras por otro lado el mercado de la pizza, por su parte, está constituido básicamente por grandes cadenas, que tienen varios puntos de venta en diferentes sitios de la ciudad. Aquí los insumos requeridos por el proyecto, a granel, como harina, leche y huevos, podrán ser también vendidos a los clientes a precios competitivos. Realizando un estudio de mercado llegamos a determinar la demanda, número de consumidores y precios de venta. Es preciso conocer y comprender bien al consumidor.

En el entorno demográfico la población es el centro de la investigación, 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. Mientras que en la investigación de campo se desarrolla un muestreo no probabilístico.

El estudio de mercado está enfocado hacia la investigación de ciertas características del consumidor; antes de iniciar la investigación se hace una estratificación; lo anterior tiene validez inclusive si se investigan características que pueda tener toda la población. En la siguiente etapa del estudio se realiza una entrevista a varios clientes del negocio. Por otro lado el competidor indirecto satisface en el público objetivo la necesidad de alimentarse.

La demanda potencial en la población de Medellín, según el censo de 2005, es de 2.223.078 habitantes. Los estratos 4, 5 y 6 están conformados por 511.615 personas (23,01%) y 140.871 hogares. De los habitantes de los estratos 4, 5 y 6, hay 137.754 que tienen un trabajo remunerado, en este apartado se analiza con precaución específica a la población de Medellín. Par el estudio técnico la mano de obra directa dónde la cantidad y perfiles ocupacionales del personal necesario para realizar las labores propias del objeto social, cumpliendo los lineamientos necesario.

Se compone por: un gerente general, administrador de punto de venta con trabajo de medio tiempo, un panadero con su ayudante, un empleado de mostrador, dos meseros y un cajero. Mano de obra indirecta. En la construcción de la panadería pizzería deberá incluirse un paquete tecnológico suficiente para aprovechar las posibilidades que ofrece el mercado. En el caso en estudio, se buscará disponer de la tecnología más avanzada disponible en el mercado para industria tales como equipos generales, según el orden del proceso productivo. Enfriadores para la conservación de insumos, balanzas, molinos, mojadora de masa y amasadora, cuarto de crecimiento, máquina divisoria, mesas de trabajo y hornos, latas y moldes.

En la medida en que este estudio muestre la conveniencia de realizar el montaje del establecimiento aquí descrito, se abrirá la posibilidad de crear algunos puestos de trabajo permanente y formal. Con este proyecto se pretende lograr ventas del orden de los \$ 197.000.000 el primer año y ventas sostenidas del primero en adelante superiores a los \$ 371.000.000 anuales. En primer lugar está el compromiso claro, que será el eslogan de la empresa, de tener pan caliente a toda hora.

Para una marca propia se considera la promesa de un vendedor al producir según unas determinadas características, beneficios y servicios coherentes con la necesidad del comprador. Un alto valor de marca es una de las posesiones más valiosas de una empresa. En el marco legal por tratarse de 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, 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. Según la Ley 232.

La Secretaría de Gobierno fija las pautas que debe cumplir un establecimiento abierto al público. Ante la Dian se tramita el Registro Único Tributario (RUT) y se hacen los trámites relacionados con la facturación. 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.