

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



TRABAJO DE GRADO DE ESPECIALIZACIÓN EN FINANZAS

**PLAN DE NEGOCIO PARA EVALUAR LA FACTIBILIDAD Y VIABILIDAD
PARA UNA PANADERÍA Y PASTELERÍA UBICADA EN EL MUNICIPIO DE
MEJICANOS.**

PRESENTADO POR:

JONATHAN MANUEL CORNEJO VELÁSQUEZ L10803

INGRID JOHANNA DÍAZ MARTÍNEZ L10803

JASMIN ELIZABETH RAMOS POSADA L10803

MARZO 2022

SAN SALVADOR,

EL SALVADOR,

CENTRO AMERICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS.

Rector:	Msc. Roger Armando Arias Alvarado
Vicerrector Académico:	PhD. Raúl Ernesto Azcúnaga López
Secretario General:	Ing. Francisco Antonio Alarcón Sandoval
Decano de la Facultad de Ciencias Económicas:	Msc. Nixon Rogelio Hernández Vásquez
Secretaria de la Facultad de Ciencias Económicas:	Licda. Vilma Marisol Mejía Trujillo
Director de la Escuela de Administración de Empresas:	Msc. Abraham Vásquez Sánchez.
Coordinador General de Seminario de Graduación:	Lic. Mauricio Ernesto Magaña Menéndez
Coordinador (a) de Seminario de Graduación de la Escuela de Administración de Empresas:	Lic. Rafael Arístides Campos
Docente Asesor:	Lic. Nelson Mauricio Herrera Rodríguez
Jurado Examinador:	Msc. Mauricio Ernesto Magaña Menéndez Lic. Abraham de Jesús Ortega Chacón Msc. Nelson Mauricio Herrera Rodríguez

AGRADECIMIENTOS.

Agradezco primeramente a Dios por darme salud, sabiduría y por la vida que me ha dado, le doy gracias a mis padres Claudia Verónica y Manuel de Jesús por estar siempre con migo, por apoyarme, aconsejar y darme todo lo necesario para superarme, a Arely García y a todas esas personas que de alguna forma me brindaron su ayuda, su amistad y que me motivaron a seguir adelante, darle las gracias a mi equipo de trabajo Jasmin Ramos y Johana Díaz por estar siempre pendiente de que todo saliera bien durante este proceso.

Jonathan Manuel Cornejo Velásquez

Agradezco a Dios por darme la bendición y privilegio de culminar mi carrera profesional, estando siempre presente en mi vida, brindándome sabiduría, fe, perseverancia y valor en cada etapa, a mis Madre Evelin Martinez y mi hermana Dayana Martinez quienes han sido un pilar fundamental y valioso durante todo mi trayecto, apoyándome en cada etapa, creyendo en mi capacidad para lograr mis metas propuestas, a mi familia quienes de lejos han estado brindándome apoyo y cuidándome, especialmente a mis abuelos, y finalmente agradezco a mi equipo de trabajo Jasmin Ramos y Jonathan Cornejo por su esfuerzo, dedicación y apoyo para terminar el proyecto.

Ingrid Johanna Diaz Martinez.

Primeramente, agradecerle a Dios por permitirme culminar una de las metas más importante de mi vida, agradezco a mi Madre Yasmin Posada por su amor incondicional y sacrificio en cada una de las etapas de mi vida. A mis tíos por siempre estar apoyándome y motivándome a seguir adelante, este triunfo se lo dedico especialmente a mi abuelita que desde el cielo me cuida y sé que siempre estaría orgullosa de mí. También agradezco a mi hermana Jacqueline Ramos que siempre estuvo apoyándome en lo que podía y a todos mis familiares que contribuyeron para que realizaré mis sueños. Y finalmente agradezco a mis compañeros de tesis Johanna Díaz y Jonathan Cornejo por compañerismo y a todas aquellas personas que de una u otra forma me apoyaron.

Jasmin Elizabeth Ramos Posada

Índice del Contenido

RESUMEN EJECUTIVO	i
INTRODUCCIÓN.	iii
CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEÓRICO	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1.1 Antecedentes del problema	1
1.1.2 Caracterización del problema	2
1.1.3 Formulación del problema	5
1.2 OBJETIVOS	5
1.2.1 Objetivo general	6
1.2.2 Objetivos específicos	6
1.3 MARCO TEÓRICO	6
1.3.1 Antecedentes	6
1.3.2 Generalidades	8
1.3.2.1 ¿Qué es un plan de negocios?	8
1.3.2.2 ¿Para qué sirve un plan de negocios?	9
1.3.2.3 Plan de negocios para nuevas empresas.	11
1.3.2.4 ¿Quiénes deben hacer los planes de negocios?	12
1.3.2.5 Pasos para elaborar un plan de negocios.	12
1.4 MARCO CONCEPTUAL	25
1.5 BASE TÉCNICA	27
1.6 MARCO LEGAL	27
1.7 HIPÓTESIS DE TRABAJO	32
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	33
2.1 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION	33
2.1.1 Tipo de estudio	33
2.1.2 Universo o muestra	33
2.1.3 Determinación de la muestra	34
2.1.4 Unidad de análisis	35
2.1.5 Técnicas o instrumentos a utilizar en la investigación	35
2.1.6 Procesamiento de la información	36
2.1.7 Análisis e interpretación de los datos procesados	37
2.1.8 Diagnóstico de la investigación	58

2.1.9	Validación de la Hipótesis	62
CAPITULO III: PROPUESTA PARA LA PASTELERIA Y PANADERIA MAGIC BAKERY UBICADA EN EL MUNICIPIO DE MEJICANOS.		67
3.1	RESUMEN EJECUTIVO	67
3.2	GENERALIDADES DE LA EMPRESA	68
3.3	ANÁLISIS DE MERCADO	69
3.4	ANALISIS TÉCNICO	74
3.4.1	Datos Generales del municipio de Mejicanos	74
3.4.2	Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto	75
3.4.2.1	Selección y cantidad de la maquinaria	75
3.4.2.2	Análisis de la disponibilidad de los suministros e insumos	75
3.5	ANÁLISIS ECONÓMICO	75
3.6	ANÁLISIS FINANCIERO	83
3.7	ANÁLISIS LEGAL	89
CONCLUSIONES		91
RECOMENDACIONES		92
BIBLIOGRAFIA		94
ANEXOS		97

Índice de figuras

Grafica 1.	Global Entrepreneurship Monitor Panel A.	4
Grafica 2.	Global Entrepreneurship Monitor Panel B.	4
Grafica 3.	Tiempo de operación del negocio.	37
Grafica 4.	Crecimiento.	38
Grafica 5.	Herramientas de gestión para lograr objetivos financieros.	39
Grafica 6.	Herramientas de gestión.	40
Grafica 7.	Presupuestos elaborados por la empresa.	41
Grafica 8.	Ventajas al elaborar presupuestos.	43
Gráfica 9.	Evaluación de presupuestos.	44
Gráfica 10.	Fuente de financiamiento.	45
Gráfica 11.	Principal obstáculo para emprender un negocio.	46
Gráfica 12.	Política de cuentas por cobrar.	47
Gráfica 13.	Política de cuentas por cobrar.	48

Gráfica 14. Rotación de inventarios.	49
Gráfica 15. Método de costeo para el inventario.	50
Gráfica 16. Administración eficiente del capital de trabajo.	52
Gráfica 17. Proyecciones de presupuestos.	53
Gráfica 18. Éxito de un emprendimiento.	54
Gráfica 19. Indicadores para medir el crecimiento.	55
Gráfica 20. Beneficios para elaborar un Plan de Negocio.	56
Gráfica 21. Tiempo y crecimiento de la empresa.	58
Gráfica 22. Relación de cuentas por cobrar y las cuentas por pagar.	60
Gráfica 23. Relación del Crecimiento con las herramientas de gestión.	63

Índice de tablas

Tabla 1. Tiempo de operación del negocio.	37
Tabla 2. Crecimiento.	38
Tabla 3. Herramientas de gestión para lograr objetivos financieros.	39
Tabla 4. Herramientas de gestión.	40
Tabla 5. Presupuestos elaborados por la empresa.	41
Tabla 6. Ventajas al elaborar presupuestos	42
Tabla 7. Evaluación de presupuestos.	44
Tabla 8. Fuente de financiamiento.	45
Tabla 9. Principal obstáculo para emprender un negocio.	46
Tabla 10. Política de cuentas por cobrar.	47
Tabla 11. Políticas de cuentas por cobrar.	48
Tabla 12. Rotación de inventarios.	49
Tabla 13. Método de costeo para el inventario.	50
Tabla 14. Administración eficiente del capital de trabajo	51
Tabla 15. Proyecciones de presupuestos.	53
Tabla 16. Éxito de un emprendimiento.	54
Tabla 17. Indicadores para medir el crecimiento.	55
Tabla 18. Beneficios para elaborar un Plan de Negocio	56
Tabla 19. Tiempo y crecimiento de la empresa.	58
Tabla 20. Relación de las cuentas por cobrar y las cuentas por pagar.	59
Tabla 21. Relación del Crecimiento con las herramientas de gestión.	62

Tabla 22. Valores observados.	64
Tabla 23. Valores esperados	65
Tabla 25. Maquinaria y equipo para la panadería y pastelería.	75
Tabla 26. Ingresos, costos y gastos obtenidos en 2019.	76
Tabla 27. Ingresos Proyectados	77
Tabla 28. Costo de venta proyectado	78
Tabla 29. Gastos proyectados	79
Tabla 30. Utilidad del proyecto	79
Tabla 31. Depreciación de maquinaria	80
Tabla 32. Determinación del WACC	81
Tabla 33. Cálculo de TMAR.	82
Tabla 34. Tabla de amortización	82
Tabla 35. Flujo de caja proyectado	83
Tabla 36. Estado de Resultados Proyectado	87

Índice de anexos

Anexo 1. Panaderías y pastelerías registradas en la Alcaldía de Mejicanos.	98
Anexo 2. Encuesta.	103
Anexo 3. Cotizaciones de la Maquinaria.	108
Anexo 4. Inscripción en el ISSS	109
Anexo 5. Inscripción en la AFP	111
Anexo 6. Inscripción en el Ministerio de Trabajo	112
Anexo 7. Inscripción en el Ministerio de Hacienda.	114
Anexo 8. Inscripción en el CNR.	121
Anexo 9. Inscripción en la Alcaldía.	122

RESUMEN EJECUTIVO.

Iniciar un negocio resulta ser un gran reto, debido a que existen muchas limitantes para poner en marcha un negocio, por mencionar algunas esta la falta de recursos económicos y financieros, la inexperiencia, no tener capacidad administrativa, y el no tener una planeación adecuada de cómo será el proceso que llevará el emprendimiento. También las micro y pequeñas empresas no cuentan con conocimientos técnicos, tampoco con las herramientas necesarias para fomentar su desarrollo o para aumentar su crecimiento económico.

Por ello el objetivo de esta investigación es la creación de un plan de negocios para medir el crecimiento del emprendimiento de una panadería y pastelería, este documento servirá como guía para aquellas pequeñas empresas y nuevos negocios, les servirá para planificar mejor sus objetivos estratégicos y financieros, los pasos que deben seguir, a tener un mayor control de los ingresos y egresos del negocio para tener una perspectiva más clara del funcionamiento de la empresa, y para la toma de decisiones.

En la metodología de la investigación el tipo de estudio que se utilizo es el método cuantitativo-deductivo, debido a que el plan de negocio es un estudio económico, numérico, en el cual se recolectan los datos necesarios con instrumentos de recolección y medición, luego se procede al análisis e interpretación de estos valores para comprobar que tan rentable es el proyecto de la panadería y pastelería que estará ubicada en la zona céntrica del municipio de Mejicanos.

Gran parte de las panaderías y pastelerías que llevan operando en este sector tienen entre 1 y 3 años de funcionamiento, en relación con sus años de vida así es el crecimiento que presentan sus ventas anuales que es de entre el 25% al 50%, entre los principales

obstáculos que enfrentan estos negocios están las limitaciones financieras la falta de apoyo de instituciones públicas y privadas, sin embargo, muchas de estas empresas están financiadas por capital propio.

Por ser un establecimiento de productos alimenticios realizan sus ventas y compras al contado a excepción de algunas materias primas que se adquieren al crédito, estas pequeñas empresas realizan presupuestos de ventas y de compras los hacen semanalmente o mensualmente para compararlos con lo ejecutado para ver si los objetivos financieros se están cumpliendo y esto ayuda al manejo financiero de la empresa, al seguimiento oportuno de la situación económica del negocio y a la planificación idónea de los costos de producción.

INTRODUCCIÓN.

Los nuevos emprendimientos poseen muchas limitantes que perjudican a su desarrollo y crecimiento económico, tienen que sobrepasar muchas barreras para poner en marcha su idea de negocio, deben buscar fuentes de financiamiento a través de préstamos bancarios, o con capital propio, también no cuentan con los conocimientos técnicos, o con planes que faciliten el análisis económico y financiero del proyecto que se quiere realizar, por todo esto antes mencionado el grupo de investigación tomo la decisión de la creación de un plan de negocios para evaluar la factibilidad y viabilidad de la panadería y pastelería ubicada en el municipio de Mejicanos.

El principal objetivo es que la información que contiene este documento sirva de ejemplo para nuevos negocios, detalla las acciones y procesos que deben seguir para poner en funcionamiento el proyecto con el que quieren emprender y para poder evaluar la rentabilidad de la empresa.

El Capítulo I., en este apartado se formula la interrogante del problema al cual se quiere dar solución, las características que posee y antecedentes de cuando se originó el problema, se describen los objetivos que se quieren lograr con esta investigación, contiene también las definiciones de que es un plan de negocio, para que les sirva a las empresas, cuáles son los pasos para elaborarlo, se definen conceptos importantes, la base técnica y legal del estudio que se está realizando y se formuló la hipótesis que se quiere comprobar.

El Capítulo II está conformado por el tipo de estudio aplicado en la investigación que es un enfoque cuantitativo-deductivo por que el plan de negocios es un estudio económico y numérico, se describe el universo de la investigación en este caso se tomaron 67

panaderías y pastelerías, de las cuales solo fueron seleccionadas 34 como muestra a partir de la fórmula de las poblaciones finitas, la unidad de análisis fueron los dueños o encargados de las panaderías y pastelerías, se realizó un estudio de campo y se recolecto la información a través de una encuesta y las respuestas obtenidas se ubicaron en tablas para conocer su porcentaje de respuestas y fueron presentadas en gráficos para un mayor comprensión luego de hacer todo esto se continuo con un análisis e interpretación de resultados para conocer mejor la situación actual de estos negocios.

El Capítulo III se basa en la propuesta de la creación de una panadería y pastelería ubicada en la zona céntrica del municipio de Mejicanos, además contiene las generalidades de la empresa, el análisis de mercado (segmento, ubicación geográfica), el análisis del sector y entorno empresarial, el análisis de la competencia, proveedores, producto, la descripción del proceso productivo, y la descripción estrategias de precios y promoción.

Se realizó el análisis técnico en el cual se detalla que método se eligió para la localización optima del proyecto, el tamaño de este, la cantidad de materia prima y maquinaria necesaria para el negocio, luego se continuo con el análisis económico en esta parte se hacen los cálculos numéricos: presupuestos de ingresos, costos, gastos, la rentabilidad proyectada, la depreciación de maquinaria, el financiamiento del proyecto, también se presenta el análisis financiero conformado por el flujo de caja proyectado y por el estado de resultados proyectado por ultimo está el análisis legal en el cual se procede a realizar los trámites correspondientes para legalizar la empresa que son permisos, inscripciones, solvencias y documentación de legalización.

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEÓRICO

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Antecedentes del problema

Al igual que el ingeniero posee un plano para construir una casa, el emprendedor también debe elaborar su propio plan de negocio. Los hay desde los más profundos y complejos, hasta los más sencillos. Todo depende del nivel de inversión, capacidad, conocimiento y experiencia del emprendedor. Lo importante del plan es que contenga la información necesaria para evaluar el negocio por emprender; naturalmente, desde la expectativa del emprendedor. Recordemos que un negocio de éxito busca cubrir la necesidad de sus clientes, por lo que su plan de negocio le dirá:

1. Qué producto o servicio vender.
2. A quién vender.
3. Cómo lo hará.
4. Qué necesidad de su cliente atenderá.
5. Quién o quiénes dirigirán el negocio.
6. Cuáles son las estrategias para lograr los objetivos que se buscan.
7. La forma en que producirá el producto o servicio.
8. Las proyecciones de ventas, costos, personal, ingresos, egresos y otros recursos que requiera el negocio.
9. El análisis del mercado.

10. Las proyecciones financieras, entre otros.

Entonces, el plan de negocio "Es el pensamiento expresado con números y palabras, respecto a la oportunidad de negocio que se pretende aprovechar, sustentado por un proceso de investigación y análisis del mercado, forma de administrar, vender y producir" En otras palabras, es de darle personalidad al negocio. Es impregnar en un documento, la visión del emprendedor. Es proyectar al futuro, el nuevo negocio. Finalmente, el plan de negocio es una herramienta para la toma de decisiones por parte del emprendedor, inversionistas, instituciones financieras, cooperantes y otros interesados (Serrano, 2011, p.69).

El plan de negocio se define como la idea de una persona o un grupo de personas para emprender con un nuevo negocio, ofreciendo un nuevo producto o innovando en un producto ya existente, en la idea principal se debe detallar lo que el emprendedor quiere lograr con su empresa; qué bien ofrecerá, cuál será el valor agregado a ofrecer al mercado, hasta dónde quiere llegar con su emprendimiento. Para poder alcanzar todos estos objetivos es necesario realizar una investigación de mercado al que será dirigido el producto, como será la posible demanda del producto, como será la producción, y cómo será su comercialización, todos estos puntos son importantes conocerlos y analizarlos para tomar las decisiones correctas y precisas para poner en marcha el negocio y asegurar su sostenibilidad y su rentabilidad.

1.1.2 Caracterización del problema

En los últimos años se han observado las diferentes problemáticas por las que pasa un emprendedor, muchas de estas limitantes causadas por falta de capital de inversión o por falta de apoyo de instituciones o del mismo gobierno, cada día surgen un sin fin de ideas

algunas de estas se ponen en marcha y con el paso del tiempo logran alcanzar el éxito mientras que otras nunca se ponen en práctica.

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM), o Monitor del Emprendimiento Global en su estudio llamado “El emprendimiento en El Salvador, informe nacional El Salvador 2014-2015,” revela un bajo rendimiento del País en cuanto economía contenedora de emprendimientos.

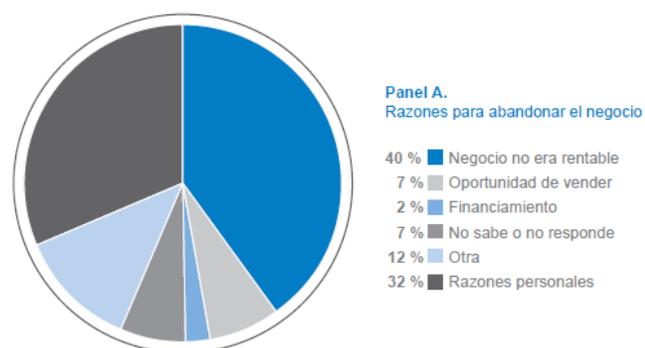
De acuerdo a informe “El Salvador presenta una tasa de abandono de negocios de 10.8 %, la más alta de América Latina y de todas las economías basadas en la eficiencia incluidas en la muestra de 2014. Aunque es normal que algunos negocios no continúen, debido a múltiples causas como mala administración, inadecuada información sobre el mercado, falta de capital y otras, una tasa demasiado elevada de abandonos indica un desperdicio de recursos que frena el crecimiento económico.

Abandonar un negocio puede significar venderlo o entregarlo a otra persona o personas, o bien terminar con las actividades del negocio. La gran mayoría de los que dejan un negocio en El Salvador lo cierran por completo. Así, 9.4% del 10.8% que ha abandonado un negocio lo ha cerrado, mientras que solamente 1.4% lo ha dejado en manos de alguien más que continúa con las actividades del negocio. Ese valor de 9.4% es el cuarto más alto del mundo y señala un problema serio en cuanto a la sostenibilidad del emprendimiento en El Salvador.”

De acuerdo al estudio realizado por la GEM y las preguntas efectuadas a emprendedores que abandonaron sus negocios entre las principales razones que los llevó a tomar dicha decisión están:

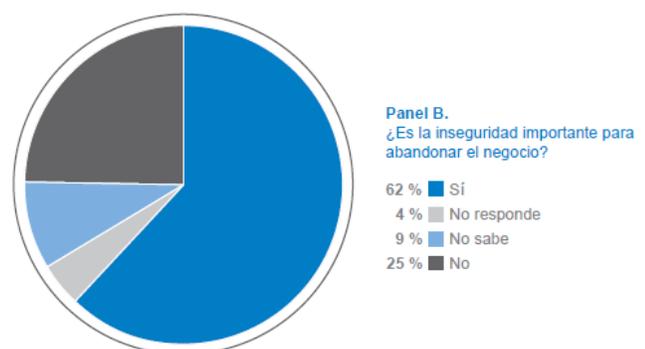
En primer lugar, sobresale la falta de rentabilidad (40 % de las respuestas) y razones personales (32 %). Los resultados son similares a los de la región latinoamericana en 2014, donde casi 40% de los negocios que cerraron reportaron baja rentabilidad y un tercio adujo razones personales, A continuación, se muestra la gráfica que muestra los resultados de la investigación realizada por el Global Entrepreneurship Monitor:

Grafica 1. Global Entrepreneurship Monitor Panel A.



Fuente: El emprendimiento en El Salvador, informe nacional El Salvador 2014-2015.

Grafica 2. Global Entrepreneurship Monitor Panel B.



Fuente: El emprendimiento en El Salvador, informe nacional El Salvador 2014-2015.

Es por ello que en la actualidad se le ha dado mayor importancia al tema del emprendedurismo con la creación de programas para asesorar y guiar a nuevos emprendimientos un ejemplo sería el de CONAMYPE con la creación de la Ley de Fomento Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa. La visión de un

emprendedor es que su idea logré alcanzar el éxito en el menor tiempo posible y de este modo hacer crecer su emprendimiento y alcanzar los objetivos principales estos deben ser medibles, luego se debe asegurar la sostenibilidad de la empresa a futuro, se debe ser más eficaz en lo que se hace, posicionar la marca y nombre de la empresa.

Es importante realizar un plan de negocio acorde a la empresa que se creará, ya que en esté se detallará el giro o actividad a la que está se dedicará, también se llevará a cabo un estudio económico para determinar la cantidad de inversión que se necesitará para poner en marcha el negocio y un estudio financiero para tener claro el mecanismo a implementar para buscar socios o inversionistas para financiamiento.

1.1.3 Formulación del problema

Al iniciar un negocio la mayor preocupación de un emprendedor es saber si logrará alcanzar sus objetivos, si su producto o servicio será aceptado por el público y si podrá captar la atención de inversionistas que le permitan llevar a cabo su idea, un plan de negocios es un documento por medio del cual se obtiene la información necesaria para evaluar el futuro de un emprendimiento, ayuda a conocer el camino a seguir para obtener los resultados esperados y cuyo objetivo principal es evaluar la factibilidad y viabilidad, el descubrir que tan rentable será en el futuro el negocio, es por esto que surge la pregunta:

¿Elaborar un plan de negocios puede fortalecer el crecimiento del emprendimiento de la panadería y pastelería ubicada en el municipio de Mejicanos?

1.2 OBJETIVOS

Para evaluar la factibilidad y viabilidad del proyecto en la investigación se elaborará un plan de negocios, en el cual se analizará el área donde estará posicionada la empresa

para determinar si el lugar es idóneo y si será de beneficio para la venta del producto, también se analizará el financiamiento del proyecto en un periodo de cinco años para conocer la rentabilidad y el beneficio económico de la panadería y pastelería, es por ello por lo que se plateo en siguiente objetivo general:

1.2.1 Objetivo general

- Diseñar un plan de negocios para evaluar la factibilidad y viabilidad de la panadería y pastelería ubicada en el municipio de Mejicanos.

1.2.2 Objetivos específicos

- Analizar el sector en el área donde se ubicará la panadería para conocer sus características y evaluar si el proyecto es factible.
- Determinar el beneficio económico de la puesta en marcha de la panadería y pastelería.
- Calcular cual será el monto que necesitará el proyecto para su inversión inicial y al mismo tiempo definir si la empresa será rentable para sus socios en un término de cinco años por medio de un estudio financiero.

1.3 MARCO TEÓRICO

1.3.1 Antecedentes

Antecedentes y evolución histórica del emprendedurismo.

Peter Drucker en su libro "La innovación y el empresario innovador", dice que fue el economista francés Jean Baptiste Say (1767-1832) quien ideó el nombre "entrepreneur", en 1800. Say, perteneció a la escuela clásica y fue seguidor de Adam Smith. Su mayor aporte en economía es la llamada "Ley de Say" dice que toda oferta crea su propia demanda. El concepto "entrepreneur", al español se traduce como empresario, y lo utilizó

para referirse a una persona o un grupo que inicia una pequeña empresa, haciendo un cambio de recursos, desde una zona de bajo rendimiento a una de productividad alta y de rendimiento mayor. Drucker expresa que, en Estados Unidos, el "entrepreneur" se define con frecuencia como una persona que inicie su propio negocio nuevo y pequeño. Pero para el referido autor, no todo pequeño negocio es innovación, ya que, al abrir una sucursal en otro lugar o país, no representa una innovación; sino, hasta que se crea una nueva forma de satisfacción y demanda del consumidor (nueva empresa- nuevo mercado).

El emprendedurismo se define como la persona que toma la iniciativa de empezar una empresa ofreciendo un producto que no exista en el mercado o innovando con un nuevo producto, el emprendedor ve la oportunidad económica y decide poner en marcha su idea de negocio, es un camino con incertidumbre y arriesgado no se sabe si la idea alcanzará el éxito o si será un fracaso, se debe tener en cuenta la disponibilidad económica y financiera con la que se cuenta, si se tiene el lugar y las condiciones adecuadas para la elaboración comercialización del producto, si se cuenta con las personas idóneas para la administración de la empresa, para el área de producción y distribución del producto. Es de gran importancia lo que menciona el economista Jean Baptiste Say en su llamada "Ley de Say" que toda oferta crea su propia demanda; el producto que ofrezca el emprendimiento debe satisfacer las necesidades del consumidor, los gustos y preferencias de las personas que adquieran el producto de este modo la empresa asegura su demanda, manteniendo o incrementando sus ventas y generando más beneficios para la empresa, incrementado su utilidad.

En Estados Unidos también utilizan la palabra "entrepreneurship" para referirse al espíritu empresarial o espíritu emprendedor que muestran una persona innovadora. Una

empresa no adquiere el concepto de innovadora por ser únicamente pequeña y nueva. Las verdaderamente innovadoras son minorías entre las empresas nuevas, ya que estas crean algo nuevo, diferente, cambian o transmutan los valores. también se debe aclarar que hay empresas antiguas y grandes que son innovadoras, al crear nuevos proyectos, otros negocios diferentes.

Como se observa en lo expuesto anteriormente, se identifican características que sirven de base para dar una definición de emprendedurismo: Es el proceso mental y emocional de identificar, desarrollar y dar vida a las oportunidades de negocio; qué pasa de ser idea a creación de nueva empresa (Serrano, 2011, p.54).

Entonces, un emprendedor o entrepreneurial, es aquella persona que ha convertido una idea en un proyecto concreto, ya sea una empresa con fines de lucro o una organización social, que está generando algún tipo de innovación en los productos o servicios, y también creando empleos (Serrano, 2011, p.54).

1.3.2 Generalidades

1.3.2.1 ¿Qué es un plan de negocios?

El plan de negocios es un documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación. Este sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos. Lo que busca este documento es combinar la forma y el contenido. La forma se refiere a la estructura, redacción e ilustración, cuánto llama la atención, cuán “amigable” contenido se refiere al plan como propuesta de inversión, la calidad de la idea, la información financiera, el análisis y la oportunidad de mercado (Weinberger, 2009, p.33).

El plan de negocios sirve como guía del camino que se debe seguir, en él se describe la idea principal del negocio, la actividad económica a la que se dedicará la empresa, se detallan los objetivos que se quieren alcanzar, y las estrategias a implementar para superar obstáculos o posibles problemas que puedan surgir en el ciclo de vida del negocio y así poder alcanzar las metas trazadas.

1.3.2.2 ¿Para qué sirve un plan de negocios?

El plan de negocios es una herramienta de comunicación escrita que tiene esencialmente dos funciones: una que se puede llamar administrativa o interna y otra que es conocida como financiera o externa. (Weinberger,2009, p.34)

Desde el punto de vista la función financiera o externa del plan de negocios está orientada a:

- La búsqueda y consecución de los recursos del proyecto, especialmente los financieros.
- Informar a posibles inversionistas, sean entidades de crédito o cualquier otra persona natural o jurídica, acerca de la rentabilidad esperada y el periodo de retorno de la inversión.
- Buscar proveedores y clientes, con quienes establecer relaciones confiables y de largo plazo, que generen compromisos entre los interesados.
- Vender la idea a potenciales socios como accionistas, proveedores, clientes, sociedad en su conjunto.

En general, la esencia de un plan de negocios es comunicar a todos los stakeholders (grupos de interés), que la empresa:

- Dispone de un excelente producto o servicio con muchos clientes dispuestos a adquirirlos.
- Cuenta con un excelente equipo empresarial y gerencial, con habilidades humanas, técnicas y administrativas destacadas.
- Mantiene bien informados a sus clientes y proveedores, acerca de la forma de operación, los resultados esperados y las estrategias que permitirán alcanzar los objetivos establecidos y cumplir con la visión del empresario

Según el autor Weinberger (2009), plantea desde el punto de vista interno que el plan de negocios sirve para (p. 34):

- Precisar las oportunidades y amenazas del entorno, así como las fortalezas y debilidades de la empresa.
- Estar atentos a los cambios que pudieran representar una amenaza para la empresa y así anticiparse a cualquier contingencia que disminuiría la probabilidad de éxito de la empresa.
- Determinar las variables críticas de la empresa y aquellas que exigen un control permanente, como los puntos críticos en los procesos.
- Evaluar varios escenarios y hacer un análisis de sensibilidad en función a los factores de mayor variación, como podrían ser la demanda, el tipo de cambio, el precio de los insumos de mayor valor, entre otros.
- Establecer un plan estratégico para la empresa y planes de acción de corto y mediano plazo para cada una de sus áreas funcionales. En este sentido, busca asignar responsabilidades y coordinar soluciones ante posibles problemas. (Weinberger, 2009, p.34-35).

El plan de negocios sirve como instrumento para evaluar la viabilidad del negocio que dará inicio, se deberá analizar las variables tanto internas como externas del entorno del negocio para tener una perspectiva de si la empresa resultará rentable, también sirve como instrumento de control porque con el plano y negocio se va verificando si los objetivos establecidos se están cumpliendo y que si el plan sigue su curso normal o si ha sufrido retrasos o inconvenientes.

1.3.2.3 Plan de negocios para nuevas empresas.

El desarrollo del plan de negocios se convierte en una herramienta de diseño, y parte de una idea inicial a la cual se le va dando forma y estructura para su puesta en marcha. En ella se debe detallar tanto la descripción de la idea en sí misma, como los objetivos a ser alcanzados, las estrategias a ser aplicadas y los planes de acción respectivos para lograr las metas propuestas. Este plan, en el futuro, se convertirá en insumo para retroalimentar el negocio, ayudando a estimar, corregir y/o instituir las posibles variaciones que se realizarán durante el desarrollo de la empresa (Weinberger, 2009, p.40).

El emprendedor debe diseñar un plan de negocio que le ayude a alcanzar el éxito, en él debe detallar los aspectos o puntos más importantes que puedan afectar directa o indirectamente al negocio, debe plasmar la idea de negocio, los objetivos que quiere alcanzar, analizar a la competencia, productos y servicios a ofrecer, el financiamiento, recursos humanos y económicos y prestar atención a variables externas como la subida en los precios, inflación, nuevos impuestos, etc, y establecer la ruta que debe seguir la empresa para lograr la rentabilidad.

1.3.2.4 ¿Quiénes deben hacer los planes de negocios?

Comúnmente se cree que sólo los empresarios de grandes empresas deben desarrollar un plan de negocios, dado el alto nivel de sus inversiones y que para ello deben contratar a consultores o asesores. Sin embargo, es de vital importancia que todo emprendedor, participe en la elaboración de su plan de negocios, involucrando a todos los miembros de su equipo (Weinberger, 2009, p.41).

Los planes de negocios pueden ser elaborados por cualquier tipo de empresa sea grande o pequeña, los emprendedores muchas veces dejan de lado la elaboración de este documento sin percatarse de que un plan de negocio bien detallado se convierte en un instrumento de éxito, en un emprendimiento la persona más idónea para diseñar el plan de negocio es la persona a cargo de la empresa, conoce a detalle en qué consiste su negocio, a dónde quiere llegar, las limitantes que tiene y los recursos con los que cuenta.

1.3.2.5 Pasos para elaborar un plan de negocios.

A continuación, se detallará como se debe formular un plan de negocios; a fin de conocer más de cerca su estructura y contenido (O. Hidalgo, A. Hidalgo y Correa, 2008, p. 32-38):

1 Resumen ejecutivo.

Debe contener en forma concisa la idea del negocio; una descripción de la oportunidad del mercado que se ha identificado y de los beneficios, cualidades y características que ofrecerá el producto o servicio de la empresa para atender esa oportunidad de mercado; una descripción general de los procesos que desarrollará la empresa para la prestación del servicio o elaboración del producto o; la organización requerida para el funcionamiento

de la empresa; los ingresos proyectados; la forma de financiamiento y las acciones de responsabilidad laboral y social que planea desarrollar la empresa.

2 Análisis de mercado.

El cual abarca los siguientes aspectos:

✓ Segmento de mercado

Se Identifica el grupo de clientes al cual va dirigido el producto o servicio, tomando en cuenta las siguientes características: El grupo de edad (niños, adultos, adultos mayores), Sexo (genero), Nivel socioeconómico (bajo, medio, alto), Nivel de instrucción (educación), Localidad donde habita.

✓ Cubrimiento geográfico del plan de negocio

Define y delimita el territorio que el negocio va a cubrir con su oferta de producto o servicio: Sector, Barrio, Sitio, Comunidad, Región, Ciudad, Provincia.

✓ Evaluación de la idea de negocio como una oportunidad de mercado

Incluso si una idea de negocio es buena, es necesario evaluar el mercado al cual estará dirigido, se debe considerar si los clientes estarán dispuestos a consumir el producto o adquirir el servicio que se ofrece, considerar a quien estará dirigido y que porcentaje de dicho mercado se podrá conseguir.

✓ Análisis del sector y entorno empresarial

Se analizan los aspectos importantes que pueden influir en el éxito o fracaso del tipo de negocio que desea emprender.

Los resultados internos dependen en gran medida de la capacidad que tenga la empresa para manejar las características del entorno y que sepa administrarlas a su favor, una de las

maneras para realizarlo es por medio del modelo de las cinco fuerzas competitivas de Michael Porter desarrollado en 1979 permite a los emprendedores y empresarios anticiparse a las tendencias del entorno, a la evolución de la competencia, para obtener en un momento determinado una ventaja competitiva. Las empresas pueden equivocarse en una idea de negocios ya que la competencia supo dominar su terreno en el mercado, he ahí la importancia de analizar todo entorno tanto micro como macro, a de fin de descubrir en los competidores que los fortalece y que los debilita en el mercado, quizás ahora ya estamos familiarizados con las cinco fuerzas competitivas, pero nunca debemos dejar de profundizar lo que hace o deja de hacer la competencia, Porter (2017).

El modelo de las cinco fuerzas competitivas de Michael Porter es una herramienta de marketing la cual tiene como objetivo principal ayudar a las empresas a conseguir el máximo rendimiento y el cual se resume de la siguiente forma:

1) Poder de negociación del cliente.

Este se basa en que el cliente es libre de elegir el producto o servicio que quiera, así como a quien comprarlo y cuanto está dispuesto a pagar por el.

2) Poder de negociación del proveedor.

Los proveedores tienen el poder de aumentar los precios o disminuir la calidad de los insumos que ofrecen a las empresas, si los proveedores son pocos, mayor será su influencia ya que esto significa que se tienen menos opciones para adquirir lo que se necesita para producir su producto o servicio.

3) La amenaza de nuevos competidores.

Es importante tener en cuenta que cada día nuevos competidores entran al mercado con productos similares, los cuales representan una amenaza ya que pueden ofrecer su producto a precio más bajo e incluso con mejor calidad.

4) La amenaza de productos y servicios sustitutos.

El importante estar siempre atentos a las novedades del sector y como los cambios pueden afectar a la empresa, el surgimiento de productos capaces de satisfacer las mismas necesidades que otros afectan las decisiones de los clientes a la hora de adquirir un producto ya que estos pueden llegar hacer de un menor precio o mejor calidad.

5) La rivalidad entre los competidores existentes.

Otro factor muy importante es la competitividad que existe entre los competidores, cada uno busca que el producto o servicio que elijan los clientes sea el suyo antes que el de los demás, para ellos es necesario invertir en marketing y publicidad, ofrecer un precio accesible y de buena calidad.

✓ Análisis del mercado potencial del sector comercio

Se determina el mercado potencial considerando para el análisis el sector y entorno socioeconómico del negocio.

Se puede realizar un análisis de mercado utilizando diferentes métodos para recolectar los datos, dividiéndola así entre investigación primaria y secundaria.

En cuanto a la investigación primaria se realizan entrevistas a expertos de un mercado objetivo y así recolectar la información necesaria, en la investigación secundaria se utilizan registros de datos de estudios anteriores que fueron recogidos ya sea de manera

interna o externa con este método se puede ahorrar tiempo y dinero cuando no se cuenta con un presupuesto demasiado grande, ejemplos de fuentes de datos son: informes anuales de otras empresas o revistas especializadas.

✓ Análisis de la competencia

La competencia la constituyen las empresas que producen los mismos productos y servicios que los del negocio.

Las empresas, que ejercen competencia son quienes ofrecen el mismo producto o servicio, al mismo grupo objetivo o segmento de mercado, y en la misma localidad donde se planea poner el negocio, estas circunstancias son las que el emprendedor tiene que experimentar día a día, (Martinez & Milla, 2012).

Es por ello que ese debe considerar toda la información necesaria del mercado competitivo real, a fin de mantener en constante monitoreo el entorno que rodea a la empresa.

✓ Análisis de proveedores

Identificar quienes van a proveer las materias primas, insumos, herramientas, maquinarias, para la puesta en marcha y operación del negocio, es importante si existen muchos proveedores o si serán dependientes de unos pocos, lo cual significa una desventaja al momento de negociar.

✓ Análisis del producto

Describir las características del producto o servicio que va a ofrecer, logotipo, marca, nombre, slogans atributos principales, forma, tamaño, cantidad, empaque, variedades que lo diferencien de los demás productos o servicios que compiten en el mercado.

✓ Proceso productivo

Se describe la secuencia de pasos que transforman la materia prima y los insumos en un producto final, la secuencia de transformación depende del equipamiento, maquinaria.

✓ Estrategia de precio

Es sumamente importante definir los precios de los bienes o servicios y además establecer las políticas de fijación de precios. La lista de precios se fijará en función a la estructura de costos de la empresa, a los precios de la competencia, a la percepción de los clientes y los resultados económicos esperados por el empresario. Ya que las ventas representan los ingresos de la empresa.

En general el precio del bien se establece en función a:

- La percepción que se tiene del bien o servicio.
- La intensidad de la necesidad insatisfecha.
- El posicionamiento del producto o servicio en la mente de los consumidores.
- El poder adquisitivo del cliente.
- La estructura de costos del producto o servicio.
- El precio de los productos competidores o sustituto.

✓ Estrategia de promoción

Es comunicar y dar a conocer al mercado objetivo las bondades del producto o servicio que ofrece. (Baca, 2010, p.74)

Las estrategias de promoción están relacionadas con:

- Actividades de publicidad.
- Marketing directo

- Venta personal
- Promociones de ventas.

Vender significa convencer a los clientes para que compren el producto o servicio y para ello, hay que demostrarles que son buenos. Por eso es necesario entrenar profesionalmente a los vendedores y hay que definir quienes coordinarán, supervisarán y controlarán el esfuerzo de los vendedores. También hay que definir que capacitación se dará a cada vendedor y cómo se les transferirá los conocimientos necesarios del producto o servicio y desarrollar sus habilidades de ventas. El emprendedor debe definir qué incentivos piensa establecer para motivar a los vendedores a alcanzar sus metas y qué porcentaje de su remuneración será fija y cuál será variable.

Independientemente de la estrategia o táctica de venta, se deberá asignar a cada vendedor un objetivo muy claro y preciso, definiendo la cantidad de unidades a vender y el total de ingresos que debe generar. Cada vendedor deberá saber muy bien su objetivo en términos de cantidad y tiempo. El emprendedor debe determinar estos objetivos y asegurarse de que los vendedores los tengan claramente establecidos.

3 Análisis técnico

El análisis técnico puede subdividirse a su vez en cuatro partes, que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal. (Baca,2010, p.07)

La determinación de un tamaño óptimo es fundamental en esta parte. El tamaño también depende de los turnos a trabajar, ya que para cierto equipo la producción varía directamente de acuerdo con el número de turnos que se trabaje. Aquí es necesario

plantear una serie de alternativas cuando no se conoce y domina a la perfección la tecnología que se empleará.

Acercas de la determinación de la localización óptima del proyecto, es necesario tomar en cuenta no sólo factores cuantitativos, como los costos de transporte de materia prima y del producto terminado, sino también los factores cualitativos, tales como apoyos fiscales, el clima, la actitud de la comunidad, y otros.

Respecto de la ingeniería del proyecto se puede decir que, en términos técnicos, existen diversos procesos productivos opcionales, que son los muy automatizados y los manuales. La elección de alguno de ellos dependerá en gran parte de la disponibilidad de capital. En esta misma parte se engloban otros estudios, como el análisis y la selección de los equipos necesarios, dada la tecnología elegida; en seguida, la distribución física de tales equipos en la planta, así como la propuesta de la distribución general, en la que se calculan todas y cada una de las áreas que formarán la empresa.

Algunos de los aspectos que no se analizan con profundidad en los estudios de factibilidad son el organizativo, el administrativo y el legal.

4 Análisis económico

El análisis económico ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elabora los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.

Comienza con la determinación de los costos totales y de la inversión inicial a partir de los estudios de ingeniería, ya que estos costos dependen de la tecnología seleccionada.

Continúa con la determinación de la depreciación y amortización de toda la inversión inicial.

Otro de los puntos importantes es el cálculo del capital de trabajo, que, aunque también es parte de la inversión inicial, no está sujeto a la depreciación ni amortización, dada su naturaleza líquida.

Los aspectos que sirven de base para la evaluación económica son la determinación de la tasa de rendimiento mínima aceptable y el cálculo de los flujos netos de efectivo. Ambos, tasa y flujo se calculan con y sin financiamiento. Los flujos provienen del estado de resultados proyectados para el horizonte de tiempo seleccionado. (Baca, 2010, p.08)

Cuando se habla de financiamiento es necesario mostrar cómo funciona y como se aplica en el estado de resultados, pues modifica los flujos netos de efectivo. De esta forma se selecciona un plan de financiamiento, y se muestra su cálculo tanto en la forma de pagar intereses como en el pago de capital; los principales puntos a analizar son:

- ✓ Inversión en activos fijos
- ✓ Gastos de arranque
- ✓ Inversión en capital de trabajo
- ✓ Presupuesto de ingresos
- ✓ Presupuesto de materias primas, servicios e insumos
- ✓ Presupuesto de personal
- ✓ Presupuesto de gastos de operación
- ✓ Presupuesto de gastos de administración y publicidad
- ✓ Depreciaciones y amortizaciones

- ✓ Análisis de Costos (Costo de: materia prima, producción, comercialización, administración y financiación)

5 Análisis financiero

Con el análisis financiero se evaluará la rentabilidad, sostenibilidad y viabilidad del negocio, esto permitirá conocer las consecuencias financieras positivas o negativas por invertir en este proyecto, también este análisis servirá como base para la toma de decisiones para los interesados en la situación financiera del proyecto sobre qué inversión hacer, cuál será la fuente de financiamiento si será préstamo o capital propio y si se buscarán más inversionistas o socios que apoyen el proyecto; los principales puntos a analizar son:

- ✓ Flujos Netos de Efectivo (FNE),

Los flujos Netos de Efectivo se calculan mediante el Estado de Resultados Pro-Forma o Proyectado, con los cuales se realiza la evaluación económica.

Los FNE son la diferencia que resulta entre los ingresos y los egresos al final de un periodo determinado, el cual puede terminar en un valor positivo o negativo.

- ✓ Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial (Baca, 2010, p.184).

La TIR puede calcularse por medio de la siguiente fórmula:

$$P = -\frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5 + VS}{(1+i)^5}$$

En donde:

P: Valor de la inversión.

FNE: Flujos Netos de Efectivo

i: Tasa de descuento

VS: Valor de Salvamento o Rescate

Con el criterio de aceptación que emplea el método de la TIR: si ésta es mayor que la TMAR (tasa mínima aceptable de rendimiento), se acepta la inversión; es decir, si el rendimiento de la empresa es mayor que el mínimo fijado como aceptable, la inversión es económicamente rentable (Baca, 2010, p.184).

Si la TIR es igual que la TMAR debe acertarse, por el contrario, si la TIR es menor que la TMAR la inversión se rechaza.

✓ Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN) o valor presente neto (VPN), Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial (Baca, 2010, p.182).

El Valor Presente Neto es un indicador financiero, el cual mide los flujos de los ingresos y egresos que se obtendrán en el futuro, al restar la inversión inicial se determina la ganancia que resultará del proyecto.

La ecuación para calcular el VPN resulta de la siguiente manera (Baca, 2010, p.183):

$$VPN = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5 + VS}{(1+i)^5}$$

En donde:

P: Valor de la inversión.

FNE: Flujos Netos de Efectivo

i: Tasa de descuento

VS: Valor de Salvamento o Rescate

Los criterios de evaluación son:

Si $VPN \geq 0$, se acepta la inversión

Si $VPN < 0$, se rechaza. (Baca, 2010, p.184).

✓ Estado de Resultados

También conocido como P y G o como el Estado de Resultados, es un Estado Financiero que refleja el desempeño de la empresa. (Ayala & Fino, 2015, p.27)

Los principales rubros o cuentas del P (pérdidas) y G (ganancias) son: ingresos, costos y gastos.

Los ingresos están conformados por los denominados ingresos operacionales que corresponden a todas las operaciones de ventas que realiza la empresa, es decir todas las operaciones relacionadas con el desarrollo de su objeto social y por los Otros Ingresos que corresponden a otras operaciones menores y las cuales no corresponden al desarrollo ordinario de sus operaciones.

Los costos son todas las operaciones en las que incurre la empresa relacionada con la producción de sus bienes y con el área de manufactura o producción. En el caso de las empresas prestadoras de servicios se entenderá como costos todas las operaciones en las cuales debe incurrir para la prestación de su servicio.

Los gastos son las operaciones en las cuales incurre una empresa relacionada con las demás áreas de la compañía diferentes a producción. Se conocen como gastos operacionales y se dividen en gastos de administración y gastos de ventas y mercadeo. Por último, están los gastos no operacionales u otros egresos, no relacionado con el desarrollo del objeto social de la compañía.

✓ Balance General

El Estado de Situación Financiera o balance general muestra la naturaleza y cuantificación de los recursos económicos de la empresa, en un momento o fecha determinada, los derechos de los acreedores contra la empresa y la participación residual de los propietarios de dichos recursos. (Argueta, 2013, p.88)

✓ Evaluación de los resultados de los índices financieros (análisis)

6 Análisis legal

Se elabora un análisis de las mejores prácticas ambientales en los procesos o actividades que desarrollará su negocio en cuanto a lo legal, social y ambiental.

✓ Aspectos legales

En conclusión, el plan de negocios es un documento escrito y sirve como herramienta principal para el crecimiento y desarrollo del negocio en el cual se describen las estrategias a implementar, el estudio económico y financiero que se hará, los pasos a seguir en el progreso del proyecto, y los puntos importantes a analizar.

El dueño del negocio debe conocer claramente su empresa, saber cuáles son sus fortalezas y debilidades y en base a esto elaborar su plan de negocio en el cual se detallen los objetivos que se quieren lograr, que recursos serán utilizados para alcanzarlos y los

resultados que se esperan obtener, el encargado del plan de negocio debe estar preparado para darle solución a los problemas que se presenten durante el proceso e implementación del plan de esta forma se podrán cumplir de manera efectiva los objetivos estratégicos.

Es de resaltar la importancia que tiene la elaboración correcta y precisa de un plan de negocio, si el plan de negocio se cumple al pie de la letra durante todo el ciclo de vida del proyecto se logrará alcanzar el éxito del negocio.

1.4 MARCO CONCEPTUAL

Inversión: Es cualquier instrumento en el que los inversionistas depositan fondos con la expectativa de que genere ingresos positivos y/o conserve o aumente su valor. Los rendimientos de la inversión se reciben como ingresos corrientes o aumento del valor (Gitman, 2009, p.24).

Estrategia: Es el patrón o plan que integran las principales metas y políticas de una organización, y, a la vez, establece la secuencia coherente de las acciones a realizar. Una estrategia adecuadamente formulada ayuda a poner orden y asignar, con base tanto en sus atributos como en sus deficiencias internas, los recursos de una organización, con el fin de lograr una situación viable y original, así como anticipar los posibles cambios en el entorno y las acciones imprevistas de los oponentes inteligentes (Mintzberg y Quinn, 1993, p.5).

Emprendedurismo: Es el proceso mental y emocional de identificar, desarrollar y dar vida a las oportunidades de negocio; que pasa de ser idea a creación de una empresa (Serrano, 2011, p.54).

Plan de negocio: Es el pensamiento expresado con números y palabras, respecto a la oportunidad de negocio que se pretende aprovechar, sustentado por un proceso de investigación y análisis de mercado, forma de administrar, vender y producir (Serrano, 2011, p.70).

Planeación estratégica: La planeación estratégica es el proceso por el cual los miembros guía de una organización prevén su futuro y desarrollan los procedimientos y operaciones necesarias para alcanzarlo (Goodstein Leonard David, 2014, p. 55).

Viabilidad: Es la posibilidad que tiene un proyecto para ser ejecutado y operado de tal manera que cumpla con su objetivo (Baca, 2013, p.4).

Factibilidad: Se entiende por factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto". El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso (Varela, 2010, p.1).

Eficacia: Según Idalberto Chiavenato, la eficacia es una medida del logro de resultados (Chiavenato, 2004, p.132.)

Para Koontz y Weihrich, la eficacia es el cumplimiento de objetivos (Koontz y Weihrich, 2004, p. 14).

Eficiencia: es "el logro de las metas con la menor cantidad de recursos". (Koontz y Weihrich, 2004, p.14).

Robbins y Coulter, la eficiencia consiste en "Obtener los mayores resultados con la mínima inversión" (Robbins y Coulter, 2005, p.7).

Rentabilidad: Se define como la utilidad después de costos y gastos cuando la empresa tiene la posibilidad de generar utilidades o la capacidad de tener activos fijos. (Gitman, 2012, p.73).

1.5 BASE TÉCNICA

Las Normas Internacionales de información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades (NIIF para PYMES).

Establecen los requerimientos de reconocimiento, medición, presentación e información a revelar que se refieren a las transacciones y otros sucesos y condiciones que son importantes en los estados financieros con propósito de información general de pequeñas y medianas empresas.

Ley de Fomento Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa.

Tiene por objeto fomentar la creación, protección, desarrollo y fortalecimiento de las micro y pequeñas empresas y contribuir a fortalecer la competitividad de las existentes a fin de mejorar su capacidad generadora de empleos y de valor agregado a la producción; promover un mayor acceso a las mujeres al desarrollo empresarial en condiciones de equidad, constituyendo el marco general para la integración de las mismas a la economía formal del país, mediante la creación de un entorno favorable, equitativo, incluyente, sostenible y competitivo para el buen funcionamiento y crecimiento de este sector empresarial.

1.6 MARCO LEGAL

Las empresas de El Salvador se encuentran reguladas por leyes locales y municipales, principalmente en áreas tributarias, mercantiles, laborales, medioambientales, entre otras;

garantizando en gran manera su aporte fiscal, respeto al derecho de los trabajadores y la conservación del medio ambiente; a continuación, se citan las normativas más relevantes a las cuales la panadería y pastelería Magic Bakery debe apegarse como nueva empresa:

- **Constitución de la República de El Salvador:** De acuerdo a la Constitución de la República de El Salvador en el Art. 101. “El Estado promoverá el desarrollo económico y social mediante el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos. Con igual finalidad, fomentará los diversos sectores de la producción y defenderá el interés de los consumidores.
- **Código de Comercio:** Su principal propósito es regular el comercio en nuestro país tanto para personas naturales como para sociedades mercantiles (empresas). La función principal es proporcionar parámetros que regulen las actividades de las empresas, entre las cuales se encuentran: Administración, Constitución, Disolución o Liquidación, Aspectos contables, Contratos mercantiles y Autorización para realizar operaciones. (Decreto Legislativo N° 671, de fecha 8 de mayo de 1970, publicado en el Diario Oficial N° 140, Tomo N° 228, del 31 de julio de 1970).
- **Código de Trabajo:** En esta Ley están recopilados todos los derechos y obligaciones de los trabajadores y patronos con el objetivo principal de crear un clima laboral idóneo entre ellos, así como las sanciones a imponerse ante el incumplimiento de los mismos por cualquiera de estas partes. (Decreto Legislativo N°15, de fecha 23 de junio de 1972, publicado en el Diario Oficial N°142, Tomo 236, del 31 de julio de 1972).

- **Código Tributario:** A través del tiempo han evolucionado las leyes y reglamentos en concepto de tributación, puesto que toda persona natural o jurídica que posee un establecimiento en el cual comercialice bienes muebles o servicios, está obligada a llevar los registros correspondientes, en los cuales se estipulen los ingresos y gastos realizados, según lo establece esta Ley.
- **Código de salud:** Tiene como finalidad desarrollar los principios constitucionales relacionados con la salud y asistencia social de los ciudadanos de la República de El Salvador, y norma los servicios públicos y privados en cuanto a las condiciones de salubridad en el establecimiento, lugar de preparación y elaboración de productos comestibles. (Decreto Legislativo N° 955, de fecha 28 de abril de 1988, publicado en el Diario Oficial N° 86 Tomo 299, del 11 de mayo de 1988).
- **Código Municipal:** Su propósito es desarrollar los principios constitucionales referentes a la organización, funcionamiento y ejercicio de las facultades autónomas de los municipios. Y acredita a las alcaldías para fijar un impuesto, que deberá ser cancelado por las entidades. (Decreto Legislativo N° 274, de fecha 31 de enero de 1986, publicado en el Diario Oficial N° 23, Tomo 290, del 11 de febrero de 1986).
- **Ley del Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios. (Ley de IVA).** Está Ley establece el porcentaje del 13% que se aplicará a la transferencia, importación, internación, exportación consumo de bienes y la prestación de servicios, y es aplicable a las empresas debido a que compran materia prima, la transforman y proceden a la venta del producto

terminado. (Decreto Legislativo N° 296 de fecha 24 de junio de 1992, publicado en el Diario Oficial N°143, Tomo 316, del 31 de junio de 1992).

- **Ley de Impuesto Sobre la Renta:** Es una de las vías que tiene el Estado para recaudar fondos, toda renta obtenida, percibida o devengada, ya sea en efectivo o en especie, proveniente de toda clase de remuneración, actividad empresarial, de capital, de productos, ganancias, beneficios o utilidades al final de un período fiscal, por lo tanto, la empresa en relación a sus rendimientos genera al Estado un tributo del 25% de este tipo de impuesto. (Decreto Legislativo N°134, de fecha 18 de diciembre de 1991, publicado en el Diario Oficial N°242, Tomo 313, del 21 de diciembre de 1991).
- **Ley de Protección al Consumidor:** El principal objetivo de esta Ley es salvaguardar el interés de los consumidores, estableciendo normas que los protejan del fraude o abuso dentro del mercado, ya que los bienes y servicios puestos en el mercado a disposición de los compradores no deben implicar riesgos para su vida, salud o seguridad personal (Decreto Legislativo N° 776, de fecha 31 de agosto de 2005, publicado en el Diario Oficial N° 166, Tomo 368, del 8 de septiembre de 2005).
- **Ley de Medio Ambiente:** El objetivo principal de esta Ley es la protección, conservación y recuperación del medio ambiente y el uso sostenible de los recursos naturales permitiendo mejorar la calidad de vida de los habitantes. Es por ello que todas las empresas deben de obtener un permiso de las autoridades del ramo, con el objeto de poder realizar operaciones en una determinada zona

geográfica. (Decreto Legislativo N° 233, de fecha 02 de marzo de 1998, publicado en el Diario Oficial N° 79, Tomo 339, del 04 de mayo de 1998).

- **Ley de Registro de Comercio:** Su objetivo principal es la inscripción de matrículas de comercio, balances generales, patentes de inversión, marcas de comercio, derechos de autor, actos y contratos mercantiles. (Decreto Legislativo N° 271, de fecha 15 de febrero de 1973, publicado en el Diario Oficial N° 44, Tomo 238, del 5 de marzo de 1973).
- **Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos:** Está Ley regula la adquisición, mantenimiento, protección, licencias de marcas, nombres comerciales y prohibición de competencia desleal. Es por esta razón las compañías cualquier naturaleza están sujetas a dicho régimen, ya que deben legalizar los distintivos comerciales de los productos que elaboran. (Decreto Legislativo N° 868, de fecha 6 de junio de 2002, publicado en el Diario Oficial N° 125, Tomo 356, del 8 de julio de 2002).
- **Ley de fomento, protección y desarrollo para la Micro y pequeña Empresa:** Ley a disposición de la población y especialmente de las personas empresarias, documento que contiene por primera vez un marco jurídico que permitirá propiciar condiciones favorables para el desempeño y la competitividad de las MYPE en el país.

1.7 HIPÓTESIS DE TRABAJO

Para comprobar si el proyecto será exitoso se diseñará un plan de negocios el cual servirá de guía para evaluar si los objetivos se están cumpliendo, si la empresa cuenta con los recursos económicos necesarios para su funcionamiento, como será su financiamiento, quien o quienes serán los inversionistas y comprobar si el proyecto tendrá un crecimiento económico y si el proyecto será sostenible, por lo que se estructuro la hipótesis de trabajo de la siguiente manera:

- En qué medida el diseñar un plan de negocios para evaluar la factibilidad financiera y viabilidad puede fortalecer el crecimiento del emprendimiento de la panadería y pastelería ubicada en el municipio de Mejicanos.

Hipótesis nula:

- El diseñar un plan de negocios para evaluar la factibilidad financiera y la viabilidad no fortalecerá el crecimiento del emprendimiento de la panadería y pastelería ubicada en el municipio de Mejicanos.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

2.1.1 Tipo de estudio

Según el Autor Sampieri el enfoque cuantitativo es aquel que utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías. (Sampieri,2014, p.4)

Puesto que el Plan de Negocios es un estudio económico y numérico, se utilizó el método o tipo de estudio cuantitativo-deductivo para llevar a cabo la investigación, en la cual se recolectaron los datos necesarios mediante una encuesta realizada a las panaderías y/o pastelerías ubicadas en el municipio de Mejicanos, para posteriormente analizar e interpretar la información obtenida.

2.1.2 Universo o muestra

Según el autor Sierra Bravo una muestra es simplemente, en general, una parte representativa de un conjunto, población o universo, cuyas características debe reducir en pequeño lo más exactamente posible. (Bravo,2001, p.174)

El universo de la investigación lo constituyen las 67 panaderías y/o pastelerías ubicadas en el municipio de Mejicanos, departamento de San Salvador, esta información se obtuvo por medio de la Alcaldía Municipal de Mejicanos, la cual proporcionó una lista con el nombre y la dirección de dichos negocios. (Ver Anexo 1)

2.1.3 Determinación de la muestra

Una de las condiciones esenciales de la muestra es que constituya una porción del universo. Sin embargo, no basta cualquier parte del universo para formar una muestra, sino que ésta ha de constar de un número suficiente de elementos, elegidos al azar, tal que proporcione una seguridad estadística de que los resultados que se obtengan de ella, puedan, dentro de los límites estimados, representar realmente al universo. (Bravo, 2001, p.226)

La muestra se determinó a partir de la fórmula para las poblaciones finitas, dando como resultado un total de 34 panaderías y pastelerías ubicadas en el municipio de Mejicanos, departamento de San Salvador, a continuación, se detalla el procedimiento efectuado para determinar dicho resultado:

$$n = \frac{z^2 PQN}{(N - 1)e^2 + z^2P}$$

Donde:

n= Número de personas a encuestar

z= Nivel de confianza requerido para generalizar P= Probabilidad de ocurrencia

Q= Probabilidad de fracaso

N= Universo o población total, en este caso la población serán las panaderías y/o pastelerías del municipio de Mejicanos.

e: error muestral

Sustitución de los datos en la fórmula (nivel de confianza 90%):

$$z= 1.65 - 90\% \quad P= 0.50 \quad Q= 0.50 \quad N= 67 \quad e= 0.10$$

$$n = \frac{(1.65)^2(0.50)(0.50)(67)}{(67 - 1)(0.10)^2 + (1.65)^2(0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{45.601875}{1.340625}$$

$$n = 34.015384 \approx 34$$

$$n = 34.015384 \approx 34$$

2.1.4 Unidad de análisis

Según el autor Sampieri (2014) la unidad de análisis indica quienes van a ser medidos, es decir, los participantes o casos a quienes en última instancia vamos a aplicar el instrumento de medición.

Las unidades de análisis son los dueños y emprendedores de las panaderías y/o pastelerías ubicadas en el Municipio de Mejicanos.

2.1.5 Técnicas o instrumentos a utilizar en la investigación

Técnica

Encuesta: Entendida esta palabra en sentido restringido y no como averiguación pesquiza en general, acepción que abarca todos los tipos de observación, consiste en la obtención de datos de interés sociológico mediante la interrogación a los miembros de la sociedad (Sierra, 2001, p.305).

Instrumento

El instrumento utilizado para la investigación fue el cuestionario (Ver anexo 2), en el cual se elaboraron una serie de preguntas cerradas de opción múltiple, las cuales permitieron recolectar la información necesaria de las panaderías y/o pastelerías ubicadas en el municipio de Mejicanos, para conocer la forma en que estas operan y que tanto han crecido desde que comenzaron a operar hasta la fecha.

2.1.6 Procesamiento de la información

De los datos obtenidos mediante las encuestas realizadas a las 34 panaderías y/o pastelerías ubicadas en el municipio de mejicanos, se procedió a realizar a través de Microsoft Excel el procesamiento de la información, en el cual se tabularon los resultados obtenidos y se elaboraron las gráficas correspondientes a cada pregunta, para posteriormente realizar el análisis de los resultados, lo cual se observa en el apartado siguiente denominado “Análisis e interpretación de los datos procesados”.

2.1.7 Análisis e interpretación de los datos procesados

PREGUNTA N° 1. ¿Cuánto tiempo lleva operando el negocio?

Tabla 1. Tiempo de operación del negocio.

Tabulación		
Tiempo	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 1 año	9	26%
De un 1 a 3 años	18	53%
De 4 a 5 años	4	12%
Más de 5 años	3	9%
Total	34	100%

Fuente: *Tabla elaborada por el grupo de investigación.*

Grafica 3. Tiempo de operación del negocio.



Fuente: *Gráfico elaborado por el grupo de investigación.*

Análisis:

Las panaderías y/o pastelerías que llevan operando en el municipio de Mejicanos son en su mayoría nuevos emprendimientos, 18 de los encuestados indican que su negocio tiene entre 1 y 3 años de vida, mientras que 9 mencionan que llevan en el mercado menos de un año siendo el segundo grupo más representativo con el 26%. Estas empresas tienen como objetivos alcanzar el éxito con su negocio, posicionar el nombre y marca de la

empresa en el mercado, también el compromiso de ofrecer productos de calidad y de competir con grandes empresas que ya son exitosas en esta industria.

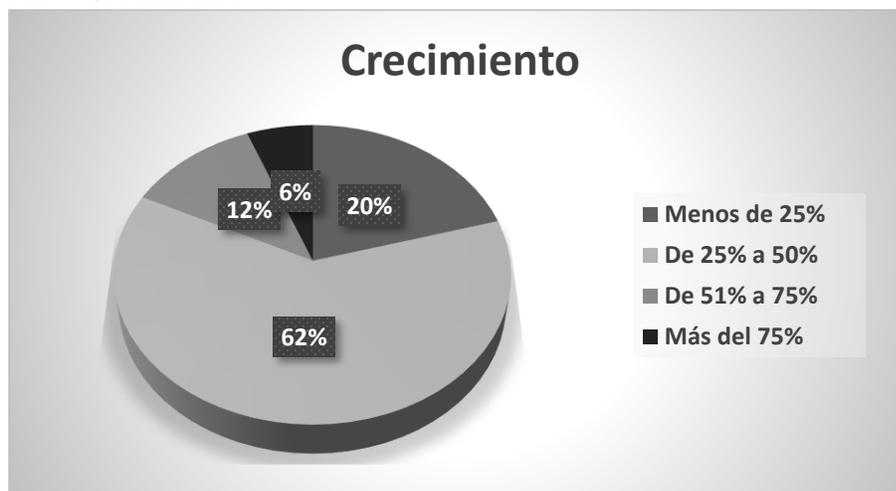
PREGUNTA N° 2. En término de ventas ¿Qué tanto ha crecido la empresa en los últimos cinco años?

Tabla 2. Crecimiento.

Tabulación		
Crecimiento	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 25%	7	21%
De 25% a 50%	21	62%
De 51% a 75%	4	12%
Más del 75%	2	6%
Total	34	100%

Fuente: Tabla elaborada por el grupo de investigación.

Grafica 4. Crecimiento.



Fuente: Gráfico elaborado por el grupo de investigación.

Análisis:

Según los resultados obtenidos 21 panaderías y/o pastelerías encuestadas indicaron que sus ventas han incrementado entre un 25% a 50%, mientras que 7 respondieron que su crecimiento ha sido menos del 25% este es el segundo grupo más representativo de la

muestra ya que corresponde al 21%. Una administración eficiente que permita controlar costos de producción y estrategias de ventas adecuadas pueden llevar a los emprendimientos a mejorar sus niveles de venta y rentabilidad.

PREGUNTA N°3. ¿Cuáles de las siguientes herramientas de gestión utiliza la empresa para lograr los objetivos financieros?

Tabla 3. Herramientas de gestión para lograr objetivos financieros.

Tabulación		
Herramientas	Frecuencia	Porcentaje
Presupuesto	19	56%
Administración de capital de trabajo	10	29%
Administración de flujo de caja	0	0%
Indicadores financieros/razones financieras	0	0%
Evaluación del Margen de contribución/ punto de equilibrio	1	3%
Otro	4	12%
Total	34	100%

Fuente: Tabla elaborada por el grupo de investigación.

Grafica 5. Herramientas de gestión para lograr objetivos financieros.



Fuente: Gráfico elaborado por el grupo de investigación.

Análisis:

De las panaderías y/o pastelerías encuestadas 19 respondieron que para lograr los objetivos financieros elaboran presupuestos, mientras que 10 las cuales son el segundo

grupo más representativo con el 29% contestaron que la administración del capital de trabajo, ya que facilita evaluar la gestión de los recursos de la empresa estas dos herramientas ayudan a conocer el estado financiero actual del negocio, también facilita a la empresa al control de sus finanzas y de cuáles gastos se deben mejorar.

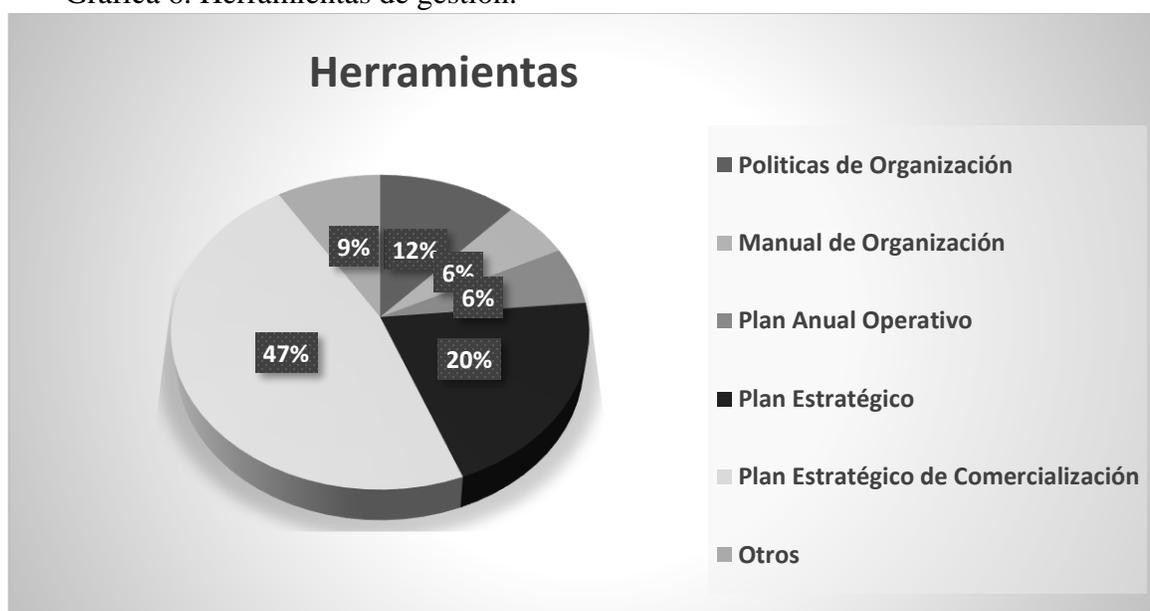
PREGUNTA N°4. ¿Cuáles de las siguientes herramientas de gestión utiliza la empresa para lograr los objetivos estratégicos?

Tabla 4. Herramientas de gestión.

Tabulación		
Herramienta	Frecuencia	Porcentaje
Políticas de Organización	4	12%
Manual de Organización	2	6%
Plan Anual Operativo	2	6%
Plan Estratégico	7	21%
Plan Estratégico de Comercialización	16	47%
Otros	3	9%
Total	34	100%

Fuente: Tabla elaborada por el grupo de investigación.

Grafica 6. Herramientas de gestión.



Fuente: Gráfico elaborado por el grupo de investigación.

Análisis:

De los resultados obtenidos 16 panaderías y/o pastelerías las cuales representan 47% de la población consideran como la principal herramienta para lograr los objetivos estratégicos al plan estratégico de comercialización, en el cual se resume la información obtenida del mercado al que va dirigido el producto, mientras que 7 de ellas que son el segundo grupo más representativo con el 21% mencionan que la mejor herramienta es un plan estratégico, en el cual se planifica lo económico y financiero con lo que cuenta el negocio y se definen estrategias y acciones que se harán para cumplir con los objetivos de la empresa.

PREGUNTA N°5. ¿Qué tipos de presupuestos elabora la empresa?

Tabla 5. Presupuestos elaborados por la empresa.

Tabulación		
Tipo	Frecuencia	Porcentaje
Presupuestos de ventas	13	38%
Presupuestos de compras	10	29%
Presupuestos de operación	7	21%
Presupuestos de tesorería	2	6%
Otros presupuestos	2	6%
Total	34	100%

Fuente: Tabla elaborada por el grupo de investigación.

Grafica 7. Presupuestos elaborados por la empresa.



Fuente: Gráfico elaborado por el grupo de investigación.

Análisis:

Como se puede observar en el gráfico el presupuesto de ventas es el más utilizado por los encuestados ya que representa el 38%.

Del cual la principal ventaja es que ayuda a la empresa a predecir la cantidad de ventas que puede tener en un periodo de tiempo, mientras que 10 que son el segundo grupo más representativo con el 29%, elaboran presupuesto de compras, en él se detalla la cantidad de materia prima e insumos que debe adquirir la empresa y el 21% respondieron que el de operación, en este se determinan los costos y recursos económicos necesarios para la parte operativa del negocio.

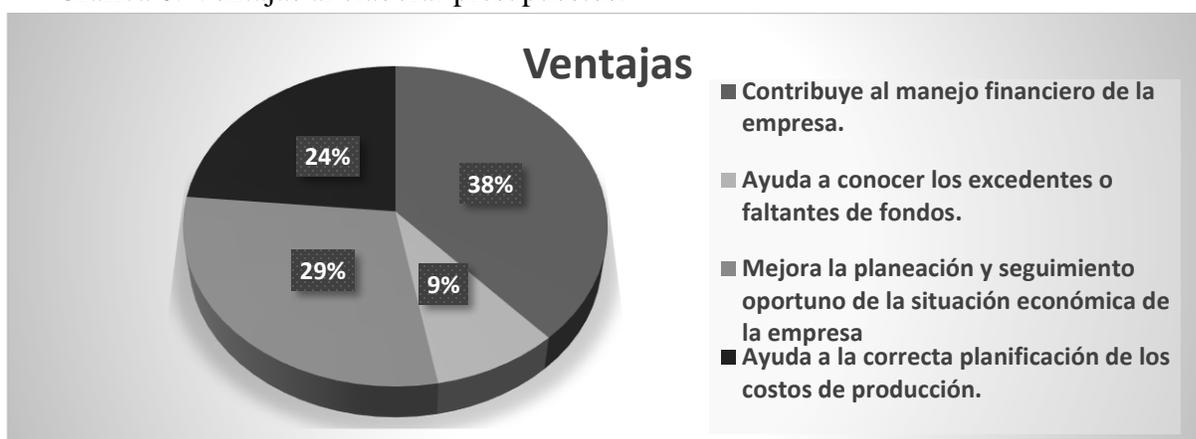
PREGUNTA N°6. ¿Qué ventajas considera que tiene el elaborar presupuestos para la empresa?

Tabla 6. Ventajas al elaborar presupuestos

Tabulación		
Ventajas	Frecuencia	Porcentaje
Contribuye al manejo financiero de la empresa.	13	38%
Ayuda a conocer los excedentes o faltantes de fondos.	3	9%
Mejora la planeación y seguimiento oportuno de la situación económica de la empresa	10	29%
Ayuda a la correcta planificación de los costos de producción.	8	24%
Total	34	100%

Fuente: Tabla elaborada por el grupo de investigación.

Grafica 8. Ventajas al elaborar presupuestos.



Fuente: Gráfico elaborado por el grupo de investigación.

Análisis:

De los datos obtenidos 13 panaderías y/o pastelerías que representan el 38% de la población encuestada indicaron que la ventaja de elaborar presupuestos es que contribuyen al manejo financiero de la empresa, ya que permite obtener información oportuna para la toma de decisiones, para proyectar estrategias que incrementen las ganancias del negocio, mientras que 10 que son el segundo grupo más representativo con el 29% mencionan que el conocer la situación actual de la empresa es importante porque ayuda a establecer planes para alcanzar los objetivos trazados, por último 8 de los encuestados consideran que los beneficios de los presupuestos es la correcta planificación de los costos de producción.

PREGUNTA N°7. ¿Cada cuánto la empresa evalúa los presupuestos con lo ejecutado?

Tabla 7. Evaluación de presupuestos.

Tabulación		
Periodo de Tiempo	Frecuencia	Porcentaje
Mensual	20	59%
Semestral	11	32%
Anual	3	9%
Total	34	100%

Fuente: Tabla elaborada por el grupo de investigación.

Gráfica 9. Evaluación de presupuestos.



Fuente: Gráfico elaborado por el grupo de investigación.

Análisis:

De los resultados obtenidos en las panaderías y/o pastelerías 20 de los encuestados que representan el 59% de la población evalúan mensualmente los presupuestos con lo ejecutado, mientras que 11 encuestadas que son el segundo grupo más grande con el 32% los evalúan semestralmente y el 9% los evalúan cada año, evaluar los presupuestos con lo ejecutado les permite a las empresas ver si las estimaciones que se calcularon se están

cumpliendo, esto brinda al negocio un panorama financiero actualizado que facilita la toma de decisiones y fomenta el crecimiento y la rentabilidad de la empresa.

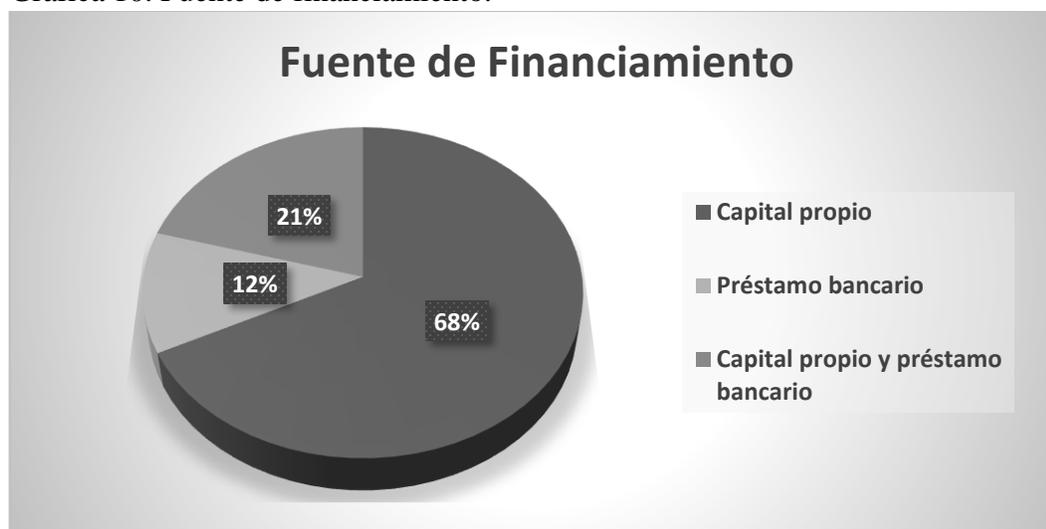
PREGUNTA N°8. ¿Cuál fue la fuente de financiamiento del negocio?

Tabla 8. Fuente de financiamiento.

Tabulación		
Financiamiento	Frecuencia	Porcentaje
Capital propio	23	68%
Préstamo bancario	4	12%
Capital propio y préstamo bancario	7	21%
Total	34	100%

Fuente: *Tabla elaborada por el grupo de investigación.*

Gráfica 10. Fuente de financiamiento.



Fuente: *Gráfico elaborado por el grupo de investigación.*

Análisis:

De los resultados obtenidos 23 de las panaderías y/o pastelerías encuestadas que representan el 68%. indican que la principal fuente de financiamiento es capital propio y corren el riesgo de que si el negocio no logra alcanzar el éxito se puede perder la inversión realizada en este proyecto, mientras que 7 que son el segundo grupo más representativo con el 21% mencionan que su fuente de financiamiento es por capital

propio y préstamo bancario, para garantizar la rentabilidad del negocio y la capacidad para cumplir con sus obligaciones es fundamental la planeación adecuada, que la idea de negocio sea rentable, que la persona cuente con la experiencia necesaria, que conozca las fortalezas y debilidades de los bienes y servicios que ofrecerá.

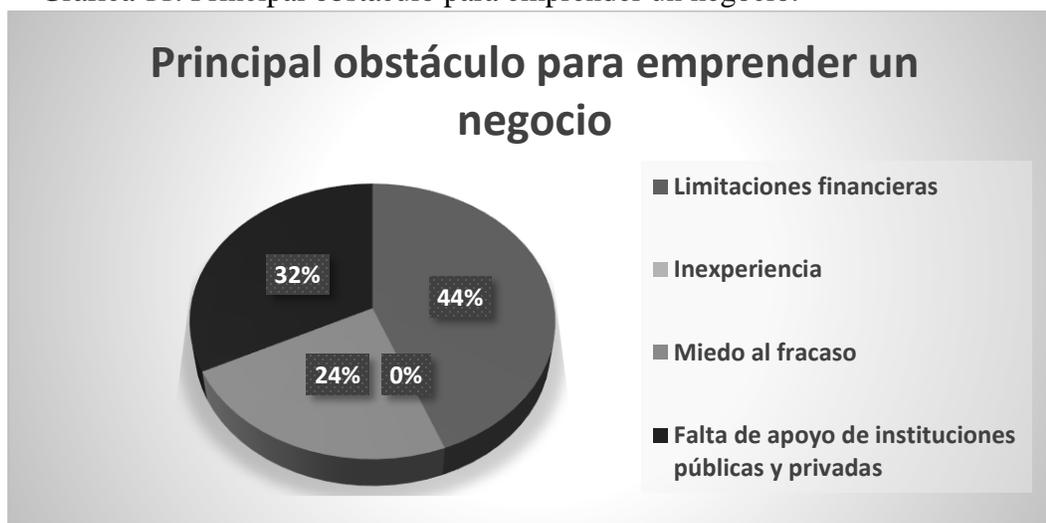
PREGUNTA N°9. ¿Cuál cree que es el principal obstáculo para emprender un negocio de panadería y/o pastelería?

Tabla 9. Principal obstáculo para emprender un negocio.

Tabulación		
Obstáculos	Frecuencia	Porcentaje
Limitaciones financieras	15	44%
Inexperiencia	0	0%
Miedo al fracaso	8	24%
Falta de apoyo de instituciones públicas y privadas	11	32%
Total	34	100%

Fuente: Tabla elaborada por el grupo de investigación.

Gráfica 11. Principal obstáculo para emprender un negocio.



Fuente: Gráfico elaborado por el grupo de investigación.

Análisis: De los resultados obtenidos en las panaderías y/o pastelerías 15 de los encuestados que representan el 44% del total de los datos indican que las limitaciones

financieras son el principal obstáculo para emprender, muchas personas tienen ideas buenas pero no poseen los recursos económicos necesarios para poner en marcha un negocio, mientras que 11 que son el segundo grupo más representativo con el 32%, contestaron que la falta de apoyo de instituciones públicas y privadas, esto se debe a que en la actualidad son pocas las grandes empresas que dan el respaldo a las ideas de negocios o que ayuden a nuevos emprendimientos a desarrollarse, por último el 24% respondieron que el miedo al fracaso también se convierte en una barrera para tomar la decisión de emprender un negocio.

PREGUNTA N°10. ¿Cuál es la política de cuentas por cobrar?

Tabla 10. Política de cuentas por cobrar.

Tabulación		
Periodo de tiempo	Frecuencia	Porcentaje
Crédito a 15 días	4	12%
Crédito a 30 días	2	6%
Crédito a 45 días	0	0%
Más de 45 días de crédito	0	0%
Realiza sus ventas únicamente al contado	28	82%
Total	34	100%

Fuente: Tabla elaborada por el grupo de investigación.

Gráfica 12. Política de cuentas por cobrar.



Fuente: Gráfico elaborado por el grupo de investigación.

Análisis:

De la población encuestada 28 panaderías y/o pastelerías que representan el 82% del total de los datos indicaron que realizan sus ventas al contado, esto le beneficia a la empresa a obtener rápidamente ingresos por los productos o servicios ofrecidos, dinero que puede ser invertido en la elaboración de más producto o en la solución de algún problema que surja en la empresa, mientras que 4 que son el segundo grupo más representativo con el 12% realizan sus ventas a 15 días crédito.

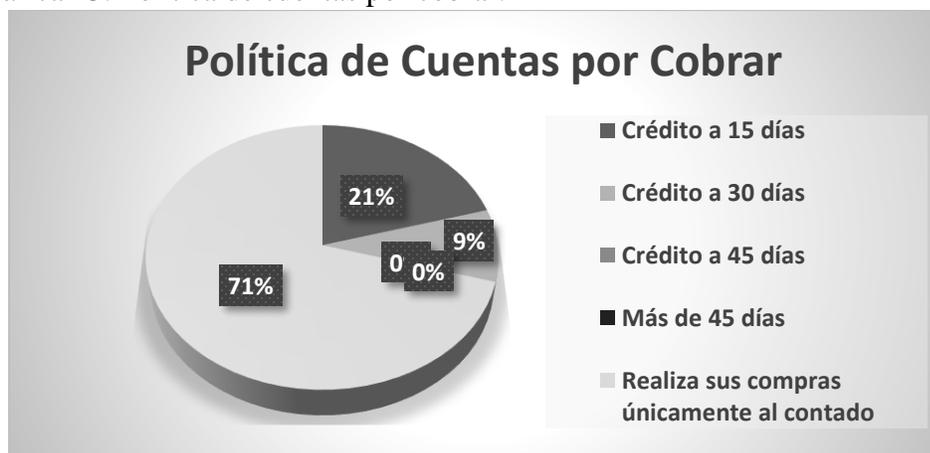
PREGUNTA N°11. ¿Cuándo la empresa realiza sus compras al crédito cuál es su política de pago?

Tabla 11. Políticas de cuentas por cobrar.

Tabulación		
Periodo de tiempo	Frecuencia	Porcentaje
Crédito a 15 días	7	21%
Crédito a 30 días	3	9%
Crédito a 45 días	0	0%
Más de 45 días	0	0%
Realiza sus compras únicamente al contado	24	71%
Total	34	100%

Fuente: Tabla elaborada por el grupo de investigación.

Gráfica 13. Política de cuentas por cobrar.



Fuente: Gráfico elaborado por el grupo de investigación.

Análisis:

De los resultados obtenidos 24 panaderías y/o pastelerías que representan el 71% de la población encuestada adquieren la materia prima e insumos al contado, esto le beneficia a la empresa a que no se adquiere deuda, se compra a menor precio o con descuento, no se pagan intereses y permite que se logre una mayor estabilidad financiera, mientras que 7 que son el segundo grupo más representativo con el 21% mencionan que algunas materias primas o herramientas son adquiridas a 15 días crédito.

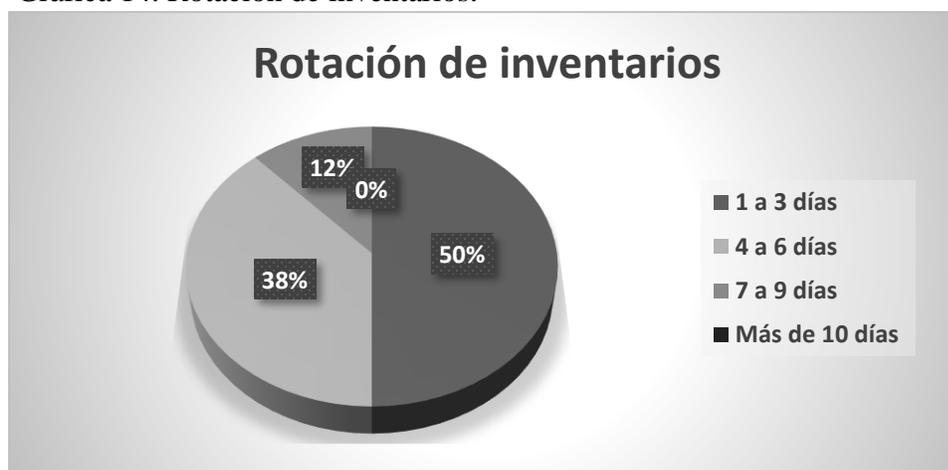
PREGUNTA N°12. ¿En promedio, cual es la rotación del inventario de producto terminado?

Tabla 12. Rotación de inventarios.

Tabulación		
Periodo de tiempo	Frecuencia	Porcentaje
1 a 3 días	17	50%
4 a 6 días	13	38%
7 a 9 días	4	12%
Más de 10 días	0	0%
Total	34	100%

Fuente: Tabla elaborada por el grupo de investigación.

Gráfica 14. Rotación de inventarios.



Fuente: Gráfico elaborado por el grupo de investigación.

Análisis:

De los datos obtenidos 17 de las panaderías y/o pastelerías encuestadas las cuales representan el 50% de los respondieron que realizan su rotación de 1 a 3 días por el hecho de ser un bien alimenticio no puede estar mucho tiempo en el almacén tiene que ser consumido en un periodo de tiempo menor, entre las ventajas de hacer esta rotación es que se tiene un mejor control del nivel de producción y de los productos vendidos, en algunos productos varia la rotación en el inventario de 4 a 6 días como contestaron 13 encuestados que son el segundo grupo más grande con el 38%, sin embargo mencionaron que la rotación del inventario de producto terminado varía según el tipo de pan elaborado,

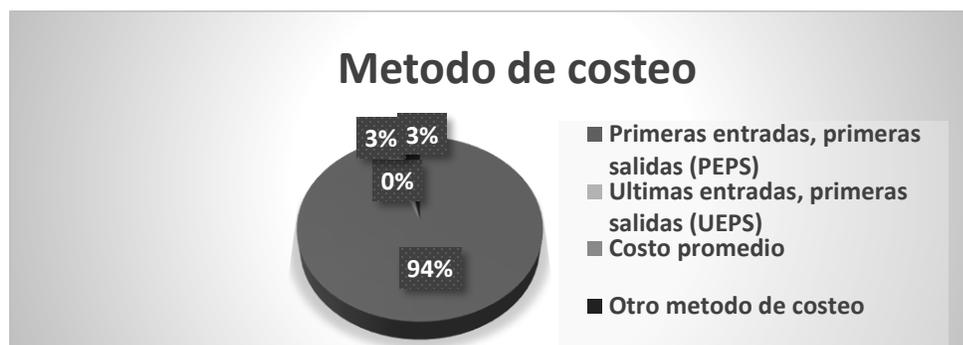
PREGUNTA N°13. ¿Qué método de costeo utiliza para el inventario?

Tabla 13. Método de costeo para el inventario.

Tabulación		
Método de costeo	Frecuencia	Porcentaje
Primeras entradas, primeras salidas (PEPS)	32	94%
Ultimas entradas, primeras salidas (UEPS)	0	0%
Costo promedio	1	3%
Otro método de costeo	1	3%
Total	34	100%

Fuente: Tabla elaborada por el grupo de investigación.

Gráfica 15. Método de costeo para el inventario.



Fuente: Gráfico elaborado por el grupo de investigación.

Análisis:

De los resultados obtenidos 32 de las panaderías y/o pastelerías encuestadas las cuales representan el 94% del total de los datos, consideran que el método de costeo para evaluar el inventario más utilizado es el de primeras entradas, primeras salidas mejor conocido como (PEPS), debido a que gran parte de la materia prima adquirida es para la producción de un bien alimenticio y si esta está demasiado tiempo en el almacén puede caducar, además beneficia a las empresas a tener un mayor control de sus inventarios, del precio en que se compraron los insumos, la fecha en que fueron obtenidos y facilita el orden de salida del inventario.

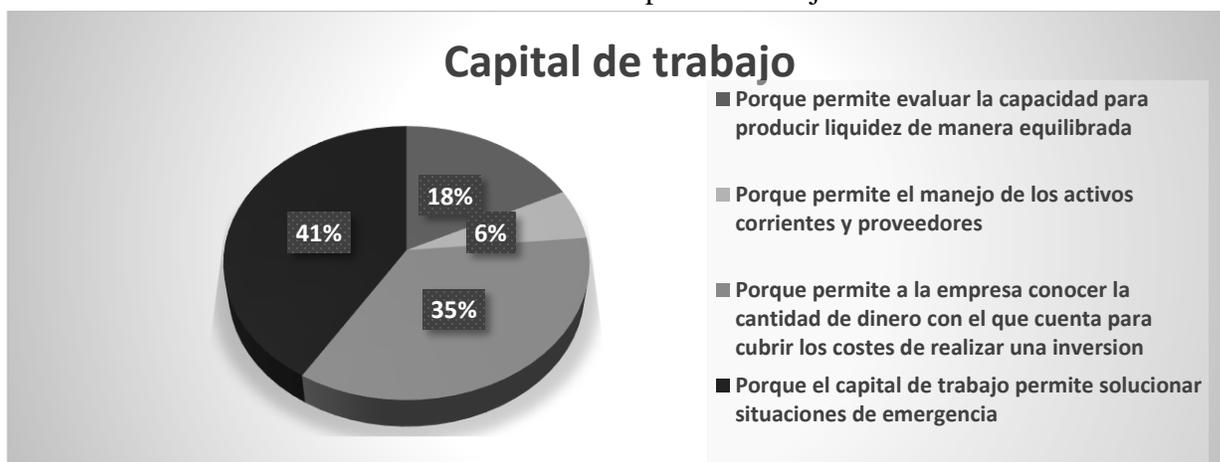
PREGUNTA N°14. ¿Por qué cree usted que es importante la administración eficiente del capital de trabajo?

Tabla 14. Administración eficiente del capital de trabajo

Tabulación		
Importancia	Frecuencia	Porcentaje
Porque permite evaluar la capacidad para producir liquidez de manera equilibrada	6	18%
Porque permite el manejo de los activos corrientes y proveedores	2	6%
Porque permite a la empresa conocer la cantidad de dinero con el que cuenta para cubrir los costes de realizar una inversión	12	35%
Porque el capital de trabajo permite solucionar situaciones de emergencia	14	41%
Total	34	100%

Fuente: *Tabla elaborada por el grupo de investigación.*

Gráfica 16. Administración eficiente del capital de trabajo.



Fuente: Gráfico elaborado por el grupo de investigación.

Análisis:

De los datos obtenidos 14 de las panaderías y/o pastelerías que representan el 41% del total, consideran que el capital de trabajo sirve para solucionar situaciones de emergencia, mientras que 12 de los encuestados que son el segundo grupo más representativo con el 35%, indican que permite a la empresa conocer la cantidad de dinero del que dispone para realizar una inversión, es una ventaja competitiva ante la competencia contar con los recursos, los insumos, bienes y dinero obtenido por más aporte de los accionistas o por préstamos para que la empresa invierta en publicidad para promocionar el producto, o para la inversión en maquinaria para elaborar nuevos productos y solucionar problemas.

PREGUNTA N°15. ¿Para cuántos años se realizan las proyecciones de los presupuestos?

Tabla 15. Proyecciones de presupuestos.

Tabulación		
Periodo de tiempo	Frecuencia	Porcentaje
1 a 3 años	31	91%
3 a 6 años	3	9%
6 a 9 años	0	0%
Total	34	100%

Fuente: Tabla elaborada por el grupo de investigación.

Gráfica 17. Proyecciones de presupuestos.



Fuente: Gráfico elaborado por el grupo de investigación.

Análisis:

De los resultados obtenidos 31 de las panaderías y/o pastelerías que representan el 91% de los datos, realizan proyecciones de presupuestos de 1 a 3 años, esto beneficia a la empresa para hacer comparaciones entre los niveles de ventas de un año a comparación con otro año, los costos de adquisición de materia prima, y a determinar cuáles gastos se pueden ajustar, las proyecciones sirven como indicador de crecimiento de la empresa en

base a comparar el año actual con lo proyectado y 9% de los encuestados realizan proyecciones de 3 a 6 años.

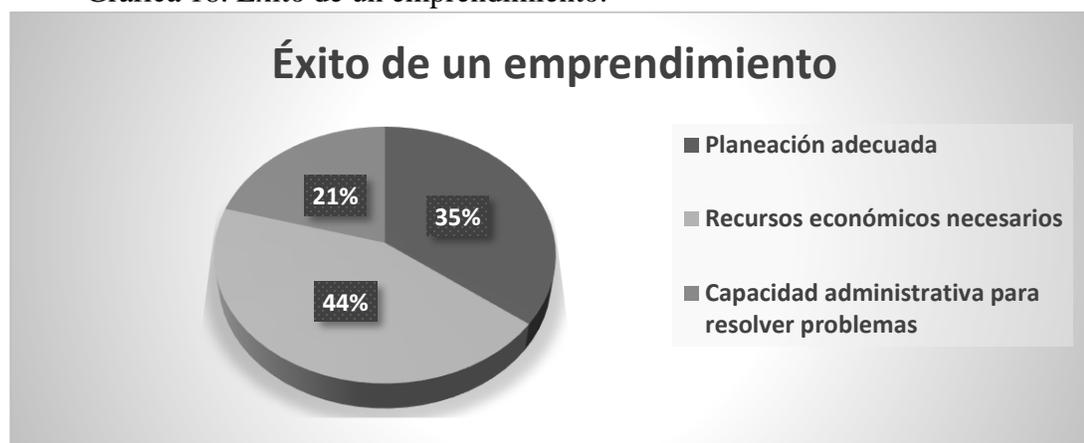
PREGUNTA N°16. ¿Cuál cree usted que es la base principal para lograr el éxito de un emprendimiento/proyecto?

Tabla 16. Éxito de un emprendimiento.

Tabulación		
Base del éxito	Frecuencia	Porcentaje
Planeación adecuada	12	35%
Recursos económicos necesarios	15	44%
Capacidad administrativa para resolver problemas	7	21%
Total	34	100%

Fuente: Tabla elaborada por el grupo de investigación.

Gráfica 18. Éxito de un emprendimiento.



Fuente: Gráfico elaborado por el grupo de investigación.

Análisis:

De la población encuestada 15 de las panaderías y/o pastelerías que representan el 44%, consideran que tener los recursos económicos necesarios es lo que determina el éxito de un negocio, contar con el capital de inversión, con los muebles, y con los insumos para elaborar productos que son comercializados y que le generen valor a la empresa, el contar con estos recursos le facilita a una persona a poner en marcha un negocio, y a lograr una

estabilidad económica, mientras que 12 que son el segundo grupo más grande con el 35% mencionan que la planeación adecuada también determina el éxito de un negocio por que se reducen los riesgos, se proveen los cambios, y se tiene un plan de cómo reaccionar cuando aparezca un problema, o para cuando no se están cumpliendo los objetivos.

PREGUNTA N°17. ¿Para usted cuál es el mejor indicador para medir el crecimiento del negocio?

Tabla 17. Indicadores para medir el crecimiento.

Tabulación		
Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Rentabilidad de la empresa	8	24%
Crecimiento constante de los clientes	10	29%
Satisfacción de los clientes	16	47%
Total	34	100%

Fuente: Tabla elaborada por el grupo de investigación.

Gráfica 19. Indicadores para medir el crecimiento.



Fuente: Gráfico elaborado por el grupo de investigación.

Análisis:

De los resultados obtenidos 16 de las panaderías y/o pastelerías que representan el 47% del total de los datos, consideran que la satisfacción de los clientes es el mejor indicador

para medir el crecimiento de un negocio por el hecho de que un cliente satisfecho se convierte en un cliente habitual y puede promocionar los productos y marca de la empresa, mientras que 10 de los encuestados que son el segundo grupo más representativo con el 29%, menciona que el crecimiento constante en los clientes aparte de ser un indicador de rentabilidad también beneficia a la empresa porque si se mantiene el crecimiento de los clientes, se incrementan las ventas y las utilidades del negocio.

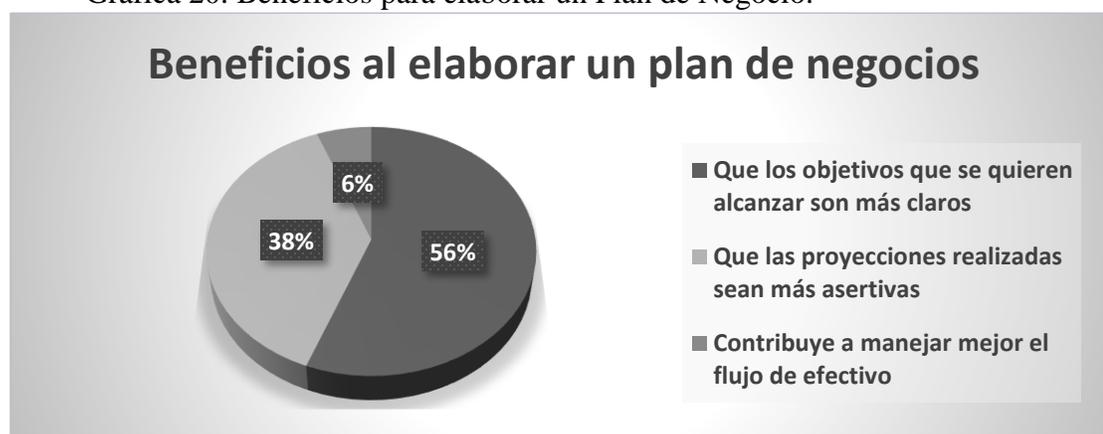
PREGUNTA N°18. ¿Cuál considera usted, que sea el mayor beneficio al elaborar un plan de negocio?

Tabla 18. Beneficios para elaborar un Plan de Negocio

Tabulación		
Beneficios	Frecuencia	Porcentaje
Que los objetivos que se quieren alcanzar son más claros	19	56%
Que las proyecciones realizadas sean más asertivas	13	38%
Contribuye a manejar mejor el flujo de efectivo	2	6%
Total	34	100%

Fuente: Tabla elaborada por el grupo de investigación.

Gráfica 20. Beneficios para elaborar un Plan de Negocio.



Fuente: Gráfico elaborado por el grupo de investigación.

Análisis:

De la población encuestada 19 de las panaderías y/o pastelerías que representan el 56%, consideran para que el plan de negocios tenga éxito se deben definir objetivos claros, estos deben ser específicos y medibles, esto le sirve al negocio como un documento de control verificando si los objetivos planteados se van cumpliendo, si esto es así se va por buen camino, de lo contrario se está fallando en algo, mientras que 13 de los encuestados que son el segundo grupo más representativo con el 38%, indican que otro beneficio es que las proyecciones son más asertivas y ayuda a definir datos del mercado potencial, datos de los costos, datos de las ventas y a conocer los cambios en el sector.

2.1.8 Diagnóstico de la investigación

En base a la encuesta realizada, se elaboraron cruces de variables de las siguientes preguntas:

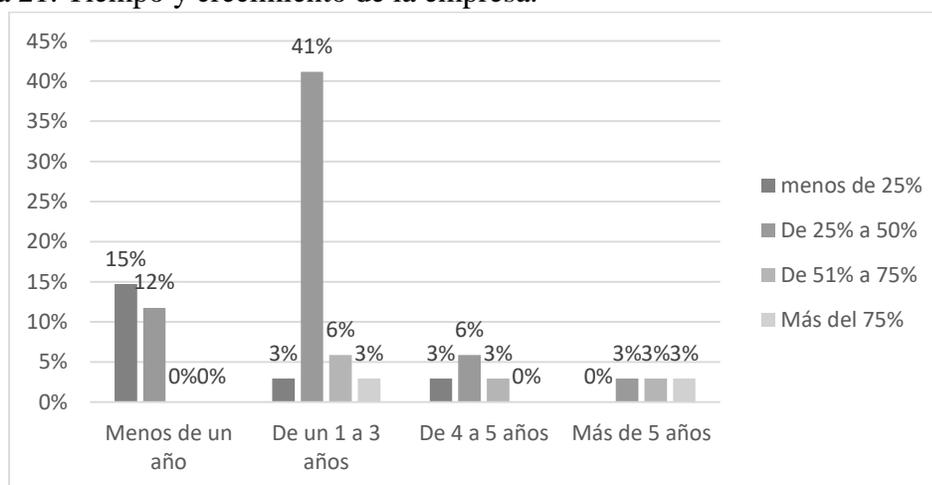
El primer cruce de variables es en relación a las preguntas ¿cuánto tiempo lleva operando el negocio? y en termino de ventas ¿Qué tanto ha crecido la empresa en los últimos cinco años?

Tabla 19. Tiempo y crecimiento de la empresa.

Tiempo	Crecimiento				Total general
	menos de 25%	De 25% a 50%	De 51% a 75%	Más del 75%	
Menos de un año	15%	12%	0%	0%	26%
De un 1 a 3 años	3%	41%	6%	3%	53%
De 4 a 5 años	3%	6%	3%	0%	12%
Más de 5 años	0%	3%	3%	3%	9%
Total general	21%	62%	12%	6%	100%

Fuente: Tabla elaborada por el grupo de investigación.

Gráfica 21. Tiempo y crecimiento de la empresa.



Fuente: Gráfico elaborado por el grupo de investigación.

Análisis:

Como puede observarse en la gráfica, de las panaderías y/o pastelerías encuestadas en su mayoría han obtenido un crecimiento aceptable, ya que si se analizan aquellas que tienen menos de un año las cuales conforman un 26%, hay un 12% que creció entre 25% a 50%, de igual manera se observa que hay un 6% entre las que crecieron un 6%, por lo que puede concluirse que a pesar de que existe mucha competencia el nivel de demanda también es alto.

El segundo cruce de variables es en relación a las preguntas ¿cuál es la política de cuentas por cobrar? y ¿cuándo la empresa realiza sus compras al crédito cuál es su política de pago?

Tabla 20. Relación de las cuentas por cobrar y las cuentas por pagar.

Cuentas por cobrar	Cuentas por pagar			Total general
	Crédito a 15 días	Crédito a 30 días	Realiza sus compras únicamente al contado	
Crédito a 15 días	3%	3%	6%	12%
Crédito a 30 días	0%	3%	3%	6%
Realiza sus ventas únicamente al contado	18%	3%	62%	82%
Total general	21%	9%	71%	100%

Fuente: *Tabla elaborada por el grupo de investigación.*

Gráfica 22. Relación de cuentas por cobrar y las cuentas por pagar.



Fuente: Gráfico elaborado por el grupo de investigación.

Análisis:

Como se puede observar en la gráfica el 88% realiza sus ventas únicamente al contado, además el 62% de ese porcentaje realiza sus compras al contado, ya que cuentan con la suficiente liquidez para saldar sus costos en el momento de recibir la materia prima necesaria para abastecer su inventario, así también se puede visualizar que hay un 3% que realiza tanto ventas como compras con un crédito de 15 días, al igual que hay un 3% que realiza tantas ventas como compras con crédito de 30 días.

Como se observa en los resultados obtenidos de los encuestados el 56% respondió que elaboran presupuestos en su negocio.

Cuando se habla de presupuestos podemos decir que estos son importantes ya que permiten administrar adecuadamente los ingresos y egresos, el principal objetivo es brindar a la organización una mayor visión financieramente y así tomar mejores decisiones que ayude al crecimiento de la misma. Además, prepara a las empresas para hacerle frente a los posibles cambios que puedan surgir en el tiempo, sobre todo en este momento cuando los negocios se han visto afectados a causa del covid-19, a causa de este

problema muchos se han visto con la necesidad de redimensionar y reenfocar los negocios con nuevos objetivos, e incluso adentrarse a nuevos mercados, la elaboración presupuestos puede prever y ayudar a afrontar económicamente esta época de crisis.

El 47% de los encuestados realiza Plan Estratégico de Comercialización, el cual es un documento que resume la información obtenida del mercado, los objetivo y las acciones que se deben realizar para cumplir las metas establecidas, es un proyecto que se puede hacer para un año, entre los beneficios que se tiene es que ayudan a mejorar la rentabilidad, disminuir costos y que las personas reconozcan el producto y la marca.

El 44% de los encuestados piensa que el contar con los recursos económicos necesarios es la base principal para lograr el éxito de un emprendimiento, En consecuencia, los recursos económicos son imprescindibles para llevar a cabo el proyecto y poder adquirir los instrumentos necesarios para que el negocio pueda mantenerse operando, es necesario decidir de qué manera se obtendrá la inversión si será con capital propio, se buscaran inversionistas o ayuda de instituciones financieras como lo es el Banco.

Sin embargo, para que una inversión sea rentable a través de una actividad tiene que ser recuperada con la utilización o la explotación del proyecto o negocio, es por eso que se debe realizar el estudio necesario para determinar dicho proyecto será tanto factible como viable.

El 56% de los encuestados considera que el mayor beneficio al elaborar un plan de negocio es que los objetivos que se quieren alcanzar son más claros.

Entre otros beneficios que tiene un plan de negocio es que permite obtener un mayor conocimiento de todo lo relacionado al emprendimiento, ordenar las ideas y resalta

cuestiones que se habían pasado por alto, proporciona las herramientas para prevenir futuros inconvenientes, a poder preparar estrategias para enfrentar aquellos problemas que sean inevitables.

Un plan bien elaborado incluso puede resultar importante a la hora de conseguir inversionistas o el otorgamiento de créditos para llevar a cabo el proyecto, ya que proporciona información de que tan rentable puede llegar hacer.

2.1.9 Validación de la Hipótesis

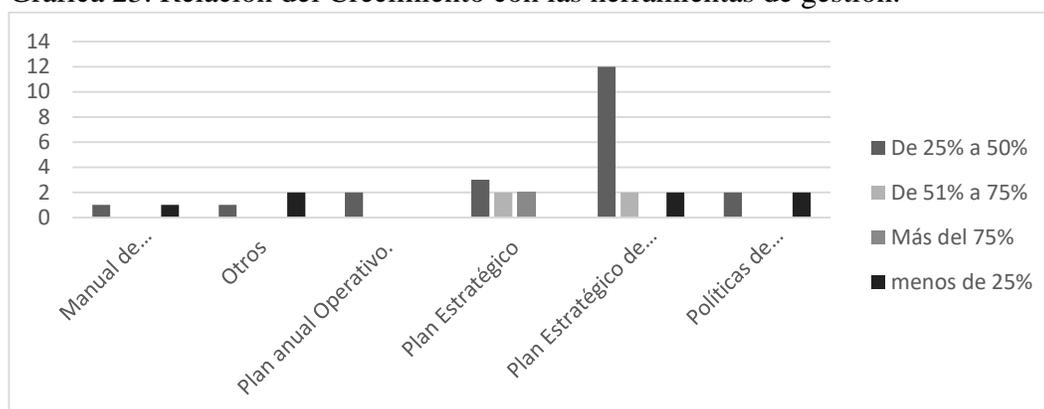
Para validar la Hipótesis de investigación planteada en el capítulo I, se relacionaron las preguntas ¿Que tanto ha crecido la empresa en los últimos cinco años? y ¿Cuáles de las siguientes herramientas de gestión utiliza la empresa para lograr los objetivos estratégicos?

Tabla 21. Relación del Crecimiento con las herramientas de gestión.

PREGUNTAS 2 Y 4	CRECIMIENTO				
	HERRAMIENTAS DE GESTIÓN	De 25% a 50%	De 51% a 75%	Más del 75%	menos de 25%
Manual de Organización	3%	0%	0%	3%	5.88%
Otros	3%	0%	0%	6%	8.82%
Plan anual Operativo.	6%	0%	0%	0%	5.88%
Plan Estratégico.	9%	6%	6%	0%	20.59%
Plan Estratégico de comercialización.	35%	6%	0%	6%	47.06%
Políticas de organización	6%	0%	0%	6%	11.76%
Total general	62%	12%	6%	21%	100.00%

Fuente: Tabla elaborada por el grupo de investigación.

Grafica 23. Relación del Crecimiento con las herramientas de gestión.



Fuente: Grafico elaborado por el equipo de investigación.

La validación se realizó por medio del método de Chi cuadro, mediante la fórmula:

$$\chi^2_{calc} = \sum \frac{(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

En donde:

f_o = Frecuencia del valor observado.

f_e = Frecuencia del valor esperado.

En primer lugar, se plantearon la hipótesis nula e hipótesis alternativa, a partir de la hipótesis general, las cuales se muestran a continuación:

Hipótesis de Investigación.

- En qué medida el diseñar un plan de negocios para evaluar la factibilidad financiera y viabilidad puede fortalecer el crecimiento del emprendimiento de la panadería y pastelería ubicada en el municipio de Mejicanos.

Hipótesis nula:

- El diseñar un plan de negocios para evaluar la factibilidad financiera y la viabilidad no fortalecerá el crecimiento del emprendimiento de la panadería y pastelería ubicada en el municipio de Mejicanos.

Hipótesis alternativa:

- El diseñar un plan de negocios para evaluar la factibilidad financiera y la viabilidad puede ayudar al crecimiento del emprendimiento de la panadería y pastelería ubicada en el municipio de Mejicanos.

Así mismo se determinaron los valores observados y esperados a partir de los resultados obtenido en la encuesta:

Tabla 22. Valores observados.

HERRAMIENTAS DE GESTIÓN	VALORES OBSERVADOS				Total general
	CRECIMIENTO DE LOS INGRESOS				
	menos de 25%	De 25% a 50%	De 51% a 75%	Más del 75%	
Manual de Organización	1	1	0	0	2
Otros	2	1	0	0	3
Plan anual Operativo.	0	2	0	0	2
Plan Estratégico	0	3	2	2	7
Plan Estratégico de Comercialización	2	12	2	0	16
Políticas de organización	2	2	0	0	4
Total general	7	21	4	2	34

Fuente: *Tabla elaborada por el grupo de investigación.*

Tabla 24. Comprobación de Chi- Cuadrado.

Comprobación			
0.840	0.045	0.235	0.118
3.094	0.393	0.353	0.176
0.412	0.473	0.235	0.118
1.441	0.405	1.681	6.126
0.508	0.454	0.007	0.941
1.681	0.090	0.471	0.235
TOTAL, CHI-CUAD. MUESTRAL			20.532

Fuente: *Tabla elaborada por el grupo de investigación.*

Conclusión: Como puede observarse el resultado de Chi-cuadrado muestral es menor al Chi-cuadrado crítico; por lo tanto, se acepta la hipótesis nula, ya que no hay evidencia estadística suficiente para decir que el crecimiento de las panaderías y pastelerías está relacionada al uso de una determinada herramienta de gestión.

No obstante, se puede observar que independientemente de la herramienta de gestión que utilicen, las empresas han crecido en un cierto porcentaje.

CAPITULO III: PROPUESTA PARA LA PASTELERIA Y PANADERIA MAGIC BAKERY UBICADA EN EL MUNICIPIO DE MEJICANOS.

3.1 RESUMEN EJECUTIVO

Por la gran demanda que existe en El Salvador de consumo de pan dulce y pasteles, específicamente en el municipio de Mejicanos lugar en donde las preferencias de consumo de estos alimentos es muy variada y exigen que estos productos cumplan con las características de mayor calidad, mayor sabor y mejores precios, la investigación está enfocada a este sector y se planteó el desarrollo del proyecto del emprendimiento de una panadería y pastelería ubicada en la zona céntrica de Mejicanos para la producción y comercialización de diferentes tipos de pan y pasteles (repostería), ofreciendo a los consumidores productos de gran calidad a precios accesibles y con la innovación en sabores y en presentación de estos, así poder atraer la atención de los clientes a probar algo nuevo y delicioso para satisfacer sus gustos y preferencias.

Con la implementación de este negocio se busca satisfacer las necesidades que surgen en algunas personas de probar algo nuevo en cuanto a presentación y sabor, con los recursos financieros necesarios y con la capacidad técnica adecuada se producirán y venderán pan dulce y pasteles a base de frutas, frutos secos, manteca, mantequilla, azúcar, cítricos para dar sabor y aromatizar, huevos, leche y otros ingredientes, para obtener un producto terminado de gran calidad que será vendido en el local o distribuido a pequeñas tiendas.

Para el funcionamiento óptimo del negocio se cuenta con la maquinaria y equipo necesario para la producción, entre los cuales tenemos: el horno, amasadoras de harina,

clavijeros, paletas, cilindros, rodillos, batidoras, mesas, latas y estantes. La fuente de financiamiento del proyecto es a través de fondos propios y préstamo bancario con una inversión inicial de \$5,500, de los cuales \$1,500 son fondos propios, y los \$4,000 restantes son por un préstamo al Banco Cuscatlán a 5 años plazo, con un interés del 9.95% anual.

3.2 GENERALIDADES DE LA EMPRESA

ASPECTOS GENERALES

Nombre: Panadería y pastelería “Magic Bakery”

Logo:



Giro: Comercial

Misión:

Satisfacer la necesidad y gusto de los clientes, con productos únicos con altos estándares calidad.

Visión:

Ser una empresa líder en la elaboración y distribución de productos fabricados con materiales de la más alta calidad.

3.3 ANÁLISIS DE MERCADO

Segmento de mercado

Los productos elaborados y comercializados por este emprendimiento están dirigidos a todo tipo de público (mujeres, hombres, niños), sin importar su estatus económico, género o profesión.

Cubrimiento geográfico del plan de negocio

Los productos ofrecidos por la panadería y pastelería están dirigidos a las personas residentes del municipio de Mejicanos zona céntrica y sus alrededores, ubicado en el departamento de San Salvador.

Evaluación de la idea de negocio como oportunidad de mercado

Considerando el gran consumo de pan dulce, de pasteles, y de repostería en el municipio de Mejicanos surge la idea de emprender con una panadería y pastelería que cumpla con los estándares de calidad, sabor y precio que demandan los consumidores de este sector.

Las panaderías producen diferentes tipos de pan dulce, más de la mitad de estas también producen pan francés, las pastelerías producen postres y pasteles, ambas ofrecen gran variedad de productos que satisfacen las preferencias de los consumidores, entre los productos más consumidos por las personas de este sector se encuentran los pasteles para celebraciones, el pan menudo, entre otros.

Con la innovación en el sabor y calidad del pan dulce y pasteles, se busca llegar a un mercado más amplio, sin importar las edades de las personas, situación económica o género, se pretende ofrecer al público ese producto que cubra sus preferencias, con la meta

de llegar al mayor porcentaje de la población que consume pan dulce y pasteles en el municipio de Mejicanos.

Análisis del Sector y entorno empresarial

Poder de negociación del cliente

Los consumidores de pan dulce, cake y repostería eligen que tipo de bien quieren adquirir según qué necesidad quieren satisfacer, la elección del lugar donde quieren comprar este producto es dependiendo de las características del negocio y de los servicios que se les ofrezca, para la elección influye mucho la calidad del producto y el precio en que se ofrece, aunque la mayoría de las personas prefieren un bien de calidad sin importar el precio a un bien barato de mala calidad.

Las panaderías y pastelerías con el paso de tiempo están innovando en sus productos y en sus servicios, ampliando locales o asignando zonas para que las personas puedan consumir el producto en espacios cómodos y agradables, también están realizando ventas a domicilio con todo estos se busca tener esa ventaja competitiva para que la elección del cliente siempre este inclinada a consumir el producto que se le ofrece.

Poder de negociación del proveedor

El poder de negociación de los proveedores depende en gran medida de las características del sector en donde están ubicados, como lo son el número de proveedores y la importancia que estos tienen en la cadena de valor, el poder de aumentar los precios de los insumos y materias primas o el de disminuir la calidad de los bienes que ofrecen, la panadería y/o pastelería debe seguir una estrategia de integración con sus proveedores para garantizar de forma eficaz la producción y rentabilidad del negocio y debe realizar

acuerdos y contratos cuando los proveedores son escasos o para cuando el precio de la materia prima es demasiado costoso.

La amenaza de nuevos competidores

En el sector de la industria manufacturera específicamente en la panificación, la competencia en el mercado de producción y venta de pan dulce y pastelería es muy alta, debido a cada día nuevos competidores entran al mercado ofreciendo productos similares que pueden competir agresivamente con precios más bajos y con mejor calidad, y estos factores influyen para atraer la atención de los consumidores.

La amenaza de productos y servicios sustitutos

Es de gran importancia para el negocio estar a la vanguardia del mercado y de cómo los cambios e ingresos de nuevos productos pueden afectar a la empresa, el surgimiento de productos sustitutos que satisfacen las mismas necesidades de consumir algún tipo de pan o repostería perjudican a la empresa en su rentabilidad y disminución de sus ventas, estos productos influyen mucho en la toma de decisiones de los consumidores sobre qué productos adquirir debido a que muchos de estos se compran a un menor precio o a mejor calidad.

La rivalidad entre los competidores existentes

La competitividad que existe en la industria entre competidores es muy alta, el número de negocios dedicados a comercializar pan dulce y postres es muy grande, todos buscan que el producto o servicio que elija el consumidor sea el suyo antes que el de los demás.

Para lograr captar la atención de los consumidores se debe invertir en publicidad, incentivar al cliente a través de diferentes promociones, ofrecer productos innovadores, prestar servicios de calidad que acerquen más a las personas al negocio.

Análisis del mercado potencial del sector comercio

Análisis de la competencia

De acuerdo con la información obtenida por la Alcaldía Municipal de Mejicanos, en el municipio existen 67 panaderías y/o pastelerías (Ver anexo 1) quienes producen y comercializan productos similares que se ofrecen al mercado, siendo el mayor competidor Panadería el Rosario, una empresa ya establecida en el mercado con el reconocimiento de la población por su marca y sus productos que cuenta con 31 sucursales en todo el país y 2 de estas en el municipio de Mejicanos.

Análisis de proveedores

Debemos identificar quienes nos van a proveer las materias primas, insumos, herramientas y maquinaria para la puesta en marcha y operación del negocio, dependiendo el número de proveedores en el sector y los precios que ofrezcan de sus bienes así será el poder de negociación entre empresa y proveedor, siendo dos proveedores los principales que abastecerán la materia prima de esta empresa.

Análisis del producto

El producto elaborado por este negocio busca satisfacer las necesidades que surgen en los consumidores de pan dulce y repostería, entre las principales características que las personas buscan en el producto son, la calidad, el sabor y el precio resaltando más las dos primeras, debido a que la mayoría de los consumidores prefieren que el producto sea de

buena calidad y de mayor sabor sin importar demasiado el precio, presentación o empaque que este tenga.

Las panaderías y pastelerías que ofrecen este tipo de bienes al mercado deben contar con los recursos económicos, financieros, capacidad técnica y administrativa necesaria para cumplir con estas características preferibles por los consumidores y que realmente determinan la compra de pan dulce y pasteles, se deben tener normas que cumplan con las especificaciones y estándares de calidad y sabor, cumpliendo con lo anterior se tiene la ventaja ante la competencia y se puede garantizar la rentabilidad y funcionamiento del negocio.

Estrategia de precio

La estrategia de precios se determina según el segmento de mercado al que será dirigido el producto que en este caso son a hombres, mujeres y niños sin importar su edad o ingresos, se venderán productos a precios accesibles para el público, también se tomará de referencia los precios que establece la competencia, los costos incurridos en la compra de materia prima, en los costos de mano de obra y en los costos de elaboración de los productos, un vez analizado todo esto se asignaran los precios de los productos.

Estrategia de promoción

En este apartado se tiene el objetivo de influir en la actitud, decisión y comportamiento del cliente para que adquiera el producto ofrecido, utilizando herramientas como la publicidad, promoción de los productos, relaciones públicas, redes sociales, marketing directo, ventas personalizadas entre otros.

3.4 ANALISIS TÉCNICO

3.4.1 Datos Generales del municipio de Mejicanos

Mejicanos es un municipio del departamento de San Salvador, El Salvador.

Según el censo oficial de 2007, tiene una población de 140.751 habitantes, lo que lo convierte en el quinto municipio más poblado del país, y el tercero en el departamento.

El municipio pertenece al Área Metropolitana de San Salvador, y tiene un área de 22,12 km², y una altitud de 630 metros sobre el nivel del mar.

Entre sus tradiciones está, las fiestas patronales de Mejicanos son celebradas en el mes de agosto en honor a la Virgen de la Asunción. Por otra parte, una tradición culinaria del municipio es el plato de yuca que actualmente se da en dos presentaciones, hervida y frita (en aceite), y se acompaña de fritada o merienda (diferentes recortes obtenidos del cerdo), chicharrón o moronga.

Para la localización de la planta y el local de ventas es el municipio de Mejicanos, ya que es el municipio que facilitará la obtención de recursos y acceso directo.

3.4.2 Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto

3.4.2.1 Selección y cantidad de la maquinaria

Tabla 25. Maquinaria y equipo para la panadería y pastelería.

Maquinaria y equipo para la panadería y pastelería					
Ítem	Nombre	Precio	Ítem	Nombre	Precio
1	Horno	\$1,050.00	7	Clavijeros	\$200.00
2	Amasadora de harina	\$1,200.00	8	Paletas	\$55.00
3	Cilindro	\$350.00	9	Rodillos	\$24.00
4	Batidora	\$190.00	10	Mesas	\$225.00
5	Raspa	\$8.00	11	Cámara	\$2,649.00
6	Latas	\$120.00	12	Estantes	\$115.00

Fuente: *Tabla elaborada por el grupo de investigación.*

3.4.2.2 Análisis de la disponibilidad de los suministros e insumos

Para seleccionar los proveedores con los que contará la panadería y pastelería Magic Bakery se utilizarán los criterios siguientes:

- Calidad
- Precio
- Servicio

3.5 ANÁLISIS ECONÓMICO

Para realizar el estudio Económico y Financiero se tomó de base la información proporcionada por la señora María de Torres dueña de una panadería y pastelería, quien brindo la información que se presenta continuación sobre los ingresos, Costos y Gastos obtenidos en los años 2018 y 2019, los cuales permitieron realizar las proyecciones necesarias para realizar el proyecto:

Tabla 26. Ingresos, costos y gastos obtenidos en 2019.

CUENTA	2018			2019		
	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
INGRESOS	\$ 1,140.94	\$ 4,563.76	\$ 54,765.10	\$ 1,190.00	\$ 4,760.00	\$ 57,120.00
COSTOS						
MATERIA PRIMA	\$ 671.37	\$ 2,685.46	\$ 32,225.52	\$ 688.50	\$ 2,754.00	\$ 33,048.00
AZUCAR	\$ 45.83	\$ 183.32		\$ 47.00	\$ 188.00	
GAS	\$ 43.88	\$ 175.52		\$ 45.00	\$ 180.00	
MANTECA	\$ 91.66	\$ 366.64		\$ 94.00	\$ 376.00	
DE HARINA	\$ 417.35	\$ 1,669.39		\$ 428.00	\$ 1,712.00	
SAL	\$ 3.41	\$ 13.65		\$ 3.50	\$ 14.00	
LEVADURA	\$ 19.50	\$ 78.01		\$ 20.00	\$ 80.00	
HARINA SUAVE	\$ 46.81	\$ 187.22		\$ 48.00	\$ 192.00	
HUEVOS	\$ 2.93	\$ 11.70		\$ 3.00	\$ 12.00	
GASTOS DE OPERACIÓN		\$ 1,613.00	\$ 19,356.00		\$ 1,637.50	\$ 19,650.00
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		\$ 756.50	\$ 9,078.00		\$ 768.75	\$ 9,225.00
SUELDO		\$ 600.00			\$ 600.00	
LUZ		\$ 45.00			\$ 52.50	
AGUA		\$ 14.00			\$ 18.75	
ALQUILER DE LOCAL		\$ 87.50			\$ 87.50	
PAPELERIA Y UTILES		\$ 10.00			\$ 10.00	
GASTOS DE VENTA		\$ 856.50	\$ 10,278.00		\$ 868.75	\$ 10,425.00
SUELDOS		\$ 700.00			\$ 700.00	
LUZ		\$ 45.00			\$ 52.50	
AGUA		\$ 14.00			\$ 18.75	
ALQUILER DE LOCAL		\$ 87.50			\$ 87.50	
PAPELERIA Y UTILES		\$ 10.00			\$ 10.00	
TOTAL COSTOS Y GASTOS		\$ 4,298.46	\$ 51,581.52		\$ 4,391.50	\$ 52,698.00

Fuente: Tabla elaborada por el grupo de investigación.

Cabe aclarar que la investigación se llevó a cabo con los datos de los años 2018 y 2019, ya que por motivos de la pandemia la panadería y pastelería se vio obligada a cerrar unos meses.

Presupuesto de ingresos.

De acuerdo a la información proporcionada por una panadería y pastelería los ingresos semanales obtenidos en el 2019 eran por un aproximado de \$1,190.00, por lo que se determinó que los ingresos en el año fueron por un monto estimado de \$57,120.00.

Para realizar las proyecciones se tomaron en cuenta los ingresos obtenidos en el año 2018 por la panadería y pastelería los cuales fueron por un monto de \$54,765.10, por lo que, al compararlos con lo obtenido en el 2019, se determinó un crecimiento del 4.3%.

Es por ello que se estableció que para los años 2024, 2025 y 2026, los ingresos aumentarían un 4% constantemente, mientras que en el año 2022 y 2023 no habría incremento, puesto que el negocio estaría comenzando a operar.

Tabla 27. Ingresos Proyectados

PROYECCION DE INGRESOS						
Zona	Δ%	2022	2023	2024	2025	2026
Ingresos semanales	4%	\$1,190.00	\$1,190.00	\$1,241.17	\$1,294.54	\$1,350.21
Ingresos mensuales		\$4,760.00	\$4,760.00	\$4,964.68	\$5,178.16	\$5,400.82
Ingresos Anuales		57,120.00	\$ 57,120.00	\$59,576.16	\$62,137.94	\$64,809.87
				Proyecto	\$300,763.97	

Fuente: *Tabla elaborada por el grupo de investigación.*

Presupuesto de Costos.

Para realizar las proyecciones se tomaron en cuenta los Costos obtenidos en los años 2018 y 2019 los cuales fueron por un monto de \$32,225.52 y \$33,048.00 respectivamente, determinando un porcentaje de crecimiento de 2.5%.

Es por ello que se estableció que para los años 2024, 2025 y 2026, los costos de venta aumentarían un 2.5% constantemente, mientras que en los años 2022 y 2023 no habría incremento.

Tabla 28. Costo de venta proyectado

	%	2022	2023	2024	2025	2026
Costo de ventas	2.55	\$33,048.00	\$ 33,048.00	\$33,891.47	\$34,756.47	\$35,643.54

Fuente: *Tabla elaborada por el grupo de investigación.*

Presupuesto de gastos.

Para realizar las proyecciones de los Gastos de venta se tomaron en cuenta los obtenidos en los años 2018 y 2019 los cuales fueron por un monto de \$10,278.00 y \$10,425.00 respectivamente, determinando un porcentaje de crecimiento de 1.43%.

De igual forma, Para realizar las proyecciones de los Gastos de Administración se tomaron en cuenta los obtenidos en los años 2018 y 2019 los cuales fueron por un valor de \$9,078.00 y \$9,225.00 respectivamente, determinando un porcentaje de crecimiento de 1.62%.

Es por ello que se estableció que para los años 2024, 2025 y 2026, los Gastos de venta aumentarían 1.43%, mientras que los gastos de administración incrementarían 1.62% constantemente; sin embargo, en los años 2022 y 2023 no habría incremento.

Tabla 29. Gastos proyectados

DETALLE DE GASTOS PROYECTADOS							
Rubros	%	2022	2023	2024	2025	2026	Proyecto
Gastos de Venta	1.43%	\$10,425.00	\$10,425.00	\$10,574.10	\$10,725.34	\$10,878.74	\$ 53,028.18
Gastos de Administración	1.62%	\$ 9,225.00	\$ 9,225.00	\$ 9,374.38	\$ 9,526.18	\$ 9,680.44	\$ 47,031.00
Depreciación		\$ 1,049.80	\$ 1,049.80	\$ 1,049.80	\$ 1,049.80	\$ 1,049.80	\$ 5,249.00
Intereses bancarios		\$ 368.90	\$ 301.21	\$ 226.48	\$ 143.96	\$ 52.84	\$ 1,093.39
TOTAL		\$21,068.70	\$21,001.01	\$21,224.76	\$21,445.28	\$21,661.81	\$106,401.56

Fuente: *Tabla elaborada por el grupo de investigación.*

Utilidad de Operación.

Tabla 30. Utilidad del proyecto

Utilidad Proyectada					
Cuentas	2022	2023	2024	2025	2026
Ingresos	\$ 57,120.00	\$ 57,120.00	\$ 59,576.16	\$ 62,137.94	\$ 64,809.87
Menos					
Costo de Ventas	\$ 33,048.00	\$ 33,048.00	\$ 33,891.47	\$ 34,756.47	\$ 35,643.54
Gastos de Operación	\$ 20,699.80	\$ 20,699.80	\$ 20,998.28	\$ 21,301.32	\$ 21,608.97
Gasto Financiero	\$ 368.90	\$ 301.21	\$ 226.48	\$ 143.96	\$ 52.84
Utilidades	\$ 3,003.30	\$ 3,070.99	\$ 4,459.93	\$ 5,936.19	\$ 7,504.51

Fuente: *Tabla elaborada por el grupo de investigación.*

Depreciación.

La maquinaria a depreciar estará comprendida por una vitrina refrigerante, horno industrial, amasadora de harina y el cilindro (Ver Anexo 3) que de acuerdo al artículo 30 de la ley de Impuesto Sobre la Renta, se depreciaran un 20% cada año.

Tabla 31. Depreciación de maquinaria

Concepto	Monto	Vida útil	Monto a depreciar	2022	2023	2024	2025	2026
Vitrina refrigerante	\$2,649.00	20%	\$529.80	\$529.80	\$529.80	\$529.80	\$529.80	\$529.80
Horno	\$1,050.00	20%	\$210.00	\$210.00	\$210.00	\$210.00	\$210.00	\$210.00
Amasadora de harina	\$1,200.00	20%	\$240.00	\$240.00	\$240.00	\$240.00	\$240.00	\$240.00
Cilindro	\$350.00	20%	\$70.00	\$70.00	\$70.00	\$70.00	\$70.00	\$70.00
Total a depreciar			\$1,049.80	\$1,049.80	\$1,049.80	\$1,049.80	\$1,049.80	\$1,049.80

Fuente: Tabla elaborada por el grupo de investigación.

Financiamiento para la Inversión Inicial.

De acuerdo a la información proporcionada se estableció que la inversión inicial será por un monto de \$5,500.00, de los cuales \$4,000.00 serán obtenidos por medio de un préstamo y \$1,500.00 será capital propio.

Para determinar el WACC se utilizó la siguiente formula:

$$WACC = K_e \times (E/(E+D)) + K_d \times (1-T) \times (D/(E+D))$$

En donde:

K_e : es la tasa de costo de oportunidad de los accionistas.

E: es capital que han aportado los accionistas

D: es la cantidad de deuda financiera contraída

K_d : es la tasa de costo de la deuda financiera

T: es la tasa de impuestos.

$(1 - T)$: este término se denomina escudo fiscal.

Inversión inicial \$5,500.00

Tabla 32. Determinación del WACC

Estructura financiamiento	Monto	Tasa	tasa con escudo fiscal	peso fuente financiamiento	Tasa ponderada
Banco Cuscatlán	\$4,000.00	10%	7%	72.73%	5.09%
Fondos propios	\$1,500.00	17.83%	0	27.27%	4.86%
Total	\$5,500.00			WACC	9.95%

Fuente: Tabla elaborada por el grupo de investigación.

Es importante mencionar que la tasa de fondos propios se determinó mediante la fórmula de la TMAr la cual se muestra a continuación:

$$TMAr = i + f + if$$

En donde:

i = premio al riesgo

f = inflación

Premio al riesgo:

Este valor fue obtenido mediante el porcentaje de riesgo país calculado por el banco de inversión JP Morgan, el cual el día 6 de enero en El Salvador alcanzó el 15.03 %.

Inflación:

Los datos fueron obtenidos mediante la página electrónica del Banco Central de Reserva, tomando como base el numeral 1.1 Alimentos y Bebidas no Alcohólicas.

Procedimiento:

Tabla 33. Cálculo de TMar.

Año	Inflación acumulada al cierre del año	100% + inflación anual acumulada
2017	2.49	102.49
2018	0.36	100.36
2019	1.2	101.20
2020	0.37	100.37
2021	7.96	107.96
f = inflación media anual		2.44%
i = premio al riesgo		15.03%
TMar =		17.83%

Fuente: *Tabla elaborada por el grupo de investigación.*

Gastos Financieros

Como se mencionó anteriormente se realizará un préstamo por un monto de \$4,000.00 para obtener los fondos necesarios para la inversión, el cual será por medio del Banco Cuscatlán.

Banco Cuscatlán

Préstamo: \$4,000.00

Plazo: 5 años, 60 meses

Interés: 10% mensual

Cuota: \$84.89

Capital + intereses = \$5,093.39

$\$5,093.39 - \$1,018.68 = \$4,074.71$

Resumen:

Tabla 34. Tabla de amortización

Fecha	Periodo	Pago capital	Pago interés	Total, cuota	Saldo
2022	12	\$ 649.78	\$ 368.90	\$ 1,018.68	\$ 4,074.71
2023	12	\$ 717.46	\$ 301.21	\$ 1,018.68	\$ 3,056.03
2024	12	\$ 792.20	\$ 226.48	\$ 1,018.68	\$ 2,037.36
2025	12	\$ 874.72	\$ 143.96	\$ 1,018.68	\$ 1,018.68
2026	12	\$ 965.84	\$ 52.84	\$ 1,018.68	\$ 0.00

Fuente: *Tabla elaborada por el grupo de investigación.*

3.6 ANÁLISIS FINANCIERO

Tabla 35. Flujo de caja proyectado

MAGIC BAKERY, S.A. DE C.V.						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO DE LOS AÑOS 2022 A 2026						
Expresado en Dólares US\$ de los Estados Unidos de América						
AÑOS	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Inversión Inicial	- \$5,500.00					
Ingresos	\$57,120.00	\$57,120.00	\$59,576.16	\$62,137.94	\$64,809.87	
Costos	\$33,048.00	\$33,048.00	\$33,891.47	\$34,756.47	\$35,643.54	
Gastos	\$19,650.00	\$19,650.00	\$19,948.48	\$20,251.52	\$20,559.17	
Depreciación	\$1,049.80	\$1,049.80	\$1,049.80	\$1,049.80	\$1,049.80	
Valor de Rescate	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$38,677.16	
utilidad antes de ISR y Reservas	<u>\$3,372.20</u>	<u>\$3,372.20</u>	<u>\$4,686.41</u>	<u>\$6,080.15</u>	<u>\$46,234.52</u>	
Impuesto sobre La Renta	\$843.05	\$843.05	\$1,171.60	\$1,520.04	\$11,558.63	
Utilidad Neta	<u>\$2,529.15</u>	<u>\$2,529.15</u>	<u>\$3,514.81</u>	<u>\$4,560.11</u>	<u>\$34,675.89</u>	
+ Depreciación	\$1,049.80	\$1,049.80	\$1,049.80	\$1,049.80	\$1,049.80	
Total Flujo del Proyecto	<u>- \$5,500.00</u>	<u>\$3,578.95</u>	<u>\$3,578.95</u>	<u>\$4,564.61</u>	<u>\$5,609.91</u>	<u>\$35,725.69</u>
VAN del proyecto	\$30,215.54					
Tasa de Descuento	9.95%					
Tasa Interna de Retorno	88.91%					
Flujo del Inversionista						
Pago de Intereses	\$276.67	\$225.91	\$169.86	\$107.97	\$39.63	
Pago de Capital	\$4,000.00	\$649.78	\$717.46	\$792.20	\$874.72	\$965.84
Flujo del Inversionista	<u>-\$1,500.00</u>	<u>\$2,652.50</u>	<u>\$2,635.58</u>	<u>\$3,602.55</u>	<u>\$4,627.23</u>	<u>\$34,720.22</u>
Tasa de Descuento	17.83%					
VAN del Inversionista	\$22,535.36					
TIR del Inversionista	201.12%					

Análisis VAN.

Primero que nada, el valor actual neto (VAN) es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. Si tras medir los flujos de los futuros ingresos y

egresos y descontar la inversión inicial queda alguna ganancia, significa que el proyecto es viable.

El resultado que se obtiene al calcular el VAN tiene tres posibles respuestas:

$VAN > 0$. Significa que el proyecto es positivo o viable y vale la pena arriesgar e invertir.

$VAN = 0$. Significa que el proyecto dará como resultado la tasa de retorno esperada o deseada.

$VAN < 0$. Significa que el proyecto es inviable o no vale la pena invertir.

Por lo que al analizar los resultados obtenidos se determinó que:

En cuanto al VAN del proyecto el resultado indica que es viable, ya que el desembolso que se debe realizar para poner en marcha el proyecto es de \$5,500.00, mientras que al realizar el cálculo se obtuvo un monto de \$30,215.54, lo cual nos indica que el valor actual de los flujos futuros de dinero es mayor que la inversión inicial.

En el caso del VAN del Inversionista, de igual manera los resultados obtenidos indican que es viable; puesto que, la inversión inicial que se debe realizar es de \$1,500.00 y que luego de descontar los flujos futuros y traerlos al Valor Presente, se obtiene un excedente o Ganancia económica de \$22,535.36.

Como se observa de los valores obtenido tanto en el VAN del proyecto como del inversionista el resultado es mayor que cero, por lo que la puesta en marcha del negocio resulta viable.

Análisis de la TIR.

La tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.

El resultado que se obtiene al calcular TIR dice que:

Si $TIR > k$, el proyecto de inversión será aceptado. En este caso, la tasa de rendimiento interno que se obtiene es superior a la tasa mínima de rentabilidad exigida a la inversión.

Si $TIR = k$, se acepta.

Si $TIR < k$, el proyecto debe rechazarse. No se alcanza la rentabilidad mínima que pide la inversión.

En donde k es la tasa de descuento de flujos elegida para el cálculo del VAN.

Por lo que al analizar los resultados obtenidos se determinó que:

En el caso de la TIR del proyecto:

La tasa de descuento es de 9.95%, mientras que el proyecto indica una rentabilidad de 88.91%; por lo que, de acuerdo a los criterios de la TIR indica que es rentable.

Para el caso de la TIR del inversionista, el resultado indica que el proyecto otorga una Rentabilidad del 201.12%, lo que significa que el resultado obtenido es mayor al esperado por el inversionista, el cual es por un 17.83%.

Por lo tanto, se satisface la rentabilidad requerida por el inversionista, la cual se obtuvo al sumar el costo de capital de 5.81% más el riesgo país de 10.65% y que se explica en el cálculo del wacc.

Con base a lo expuesto anteriormente se concluye que la puesta en marcha del proyecto resulta tanto viable como rentable.

Cabe mencionar que para determinar el valor de rescate se hizo por medio la fórmula del valor actual de una renta perpetua, la cual se muestra a continuación:

$$VA = \frac{C}{i - g}$$

En donde:

C: es el valor de la Renta perpetua.

i: es la tasa de descuento adecuada a dicha renta.

g: indica la tasa de crecimiento anual del proyecto una vez entra en fase de estabilización.

Por lo que al sustituir los valores nos dan un valor de salvamento de \$38,677.16, de acuerdo al siguiente procedimiento:

C: \$5,234.40 (Flujo neto de efectivo)

i: 17.83% (Ke)

g: 4% (porcentaje de crecimiento antes determinado)

Sustituyendo:

$$VA = \$5,234.40 / (17.83\% - 4\%)$$

$$VA = \$38,677.16$$

Estado de Resultados Proyectado.

Tabla 36. Estado de Resultados Proyectado

MAGIC BAKERY, S.A. DE C.V.					
ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO DE LOS AÑOS 2022 A 2026					
DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA					
AÑOS	2022	2023	2024	2025	2026
INGRESOS	\$ 57,120.00	\$ 57,120.00	\$ 59,576.16	\$ 62,137.94	\$ 64,809.87
Menos:					
COSTO Y GASTOS	\$ 54,116.70	\$ 54,049.01	\$ 55,116.23	\$ 56,201.74	\$ 57,305.36
Costo de Ventas	\$ 33,048.00	\$ 33,048.00	\$ 33,891.47	\$ 34,756.47	\$ 35,643.54
Gastos de operación	\$ 20,699.80	\$ 20,699.80	\$ 20,998.28	\$ 21,301.32	\$ 21,608.97
Gastos Financieros	<u>\$ 368.90</u>	<u>\$ 301.21</u>	<u>\$ 226.48</u>	<u>\$ 143.96</u>	<u>\$ 52.84</u>
UTILIDAD DE OPERACIÓN	\$ 3,003.30	\$ 3,070.99	\$ 4,459.93	\$ 5,936.19	\$ 7,504.51
Menos:					
Impuesto s/la Renta 25%	\$ 750.83	\$ 767.75	\$ 1,114.98	\$ 1,484.05	\$ 1,876.13
Reserva Legal	\$ 157.67	\$ 161.23	\$ 234.15	\$ 311.65	\$ 393.99
UTILIDAD DEL PROYECTO	\$ 2,094.80	\$ 2,142.01	\$ 3,110.80	\$ 4,140.50	\$ 5,234.40

Como se observa en el Estado de Resultados Proyectado la Utilidad de operación de cada uno de los ejercicios es positiva e incrementa constantemente en cada uno de los años, esto se debe a que los ingresos son mayores a los Costos y Gastos.

En los ejercicios del 2022 y 2023 los Costos y Gastos representan un 95% respecto a los ingresos, mientras que para el 2024, 2025 y 2026 un 93%, 90% y 88% respectivamente.

Así mismo la Utilidad del proyecto es positiva e incrementa constantemente en cada uno de los ejercicios.

En conclusión, con los resultados obtenido se puede observar que el proyecto resulta tanto Viable como Rentable, por lo que es aceptable la propuesta para llevar a cabo dicho proyecto.

3.7 ANÁLISIS LEGAL

Se procede a realizar los siguientes trámites correspondientes al área legal que incluyen a permisos, inscripciones, solvencias y documentación de legalización, presentadas de la siguiente manera:

1. **ISSS** proporciona gratuitamente los formularios de Inscripción de Patrono y Registro de Firma. (Ver anexo 4)

Formularios para presentar al momento de la inscripción:

- Formulario de Inscripción para Empleadores
- Formulario de Registro de Firmas

2. **AFP** Para inscribir la empresa en la AFP Confía llenar el siguiente formulario:

- Formulario para el Registro de Empleadores al SEPP. (Ver anexo 5)

3. **Inscripciones en el Ministerio de Trabajo (MINTRAB).**

Inscripción de establecimientos de una persona jurídica.

- Formulario de inscripción de persona jurídica (Ver anexo 6)

4. **NIT, NRC, IVA Y PAGO A CUENTA (MMHH).**

Inscripción en el Ministerio de Hacienda (Ver anexo 7)

- Inscripción del NIT
- Formulario F-210
- Formulario de IVA F07
- Formulario de Pago a Cuenta F14

5. REGISTRO DE COMERCIO (CNR).

Requisitos para inscribir la sociedad:

- Solicitud de matrícula de empresa y registro de Local (es), Sucursal (es) o Agencia (s) de persona jurídica por primera vez. (Ver anexo 8)

6. Solvencia Municipal (ALCALDIA).

Requisitos para el trámite de registro de una persona jurídica en la Alcaldía de Mejicanos.

- Formulario Único de Comercio (Ver anexo 9)

CONCLUSIONES

La mayoría de los emprendimientos, no cuentan con un plan de negocios, documento que les sirva de guía para determinar qué estrategias implementar para alcanzar los objetivos que se plantearon que les indique que actividades deben realizar para estudiar el mercado, la competencia y el producto, así como los análisis económicos y financieros que deben hacerse para lograr que la empresa sea rentable.

Las micro y pequeñas empresas no poseen los conocimientos necesarios para realizar un estudio económico que le sirva al negocio para determinar con más exactitud los ingresos y egresos que genera la empresa, al no conocer los datos exactos no pueden analizar de forma correcta la situación económica, se les dificulta tomar decisiones acertadas de que gastos se deben ajustar, en que invertir el dinero para que ayude a mejorar las utilidades del emprendimiento.

Además de los presupuestos de compras, ventas y operación estos negocios no elaboran presupuestos de producción que vayan en relación con las estimaciones hechas por el de venta, que cantidad de producto se venderá, tampoco elaboran presupuestos de flujo de caja que le indique a la empresa con cuánto dinero contará en un periodo determinado.

Conocer la inversión exacta que se hace en el inventario es de gran importancia para la empresa y se deben aplicar diferentes tipos de costeo para calcular datos más acertados de lo que se adquiere en materia prima, insumos, herramientas y maquinaria, sin embargo, se identificó que el 94% de estos negocios solo utilizan el método PEPS para evaluar sus

inventarios no realizan otros métodos que calculen con más exactitud lo invertido en el inventario.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a todos los empresarios elaborar un plan de negocios en el cual se detallen los procesos, actividades y estrategias que deben poner en práctica los integrantes del negocio para alcanzar las metas planteadas, y se deben planificar objetivos claros, medibles y alcanzables.

Se sugiere la elaboración de un estudio económico para determinar los gastos innecesarios que hace la empresa, identificar en qué áreas se puede invertir para mejorar la producción o para la elaboración de un nuevo producto y así fomentar el crecimiento del negocio.

Se recomienda elaborar los presupuestos antes mencionados ya que son de gran importancia para el éxito y funcionamiento del negocio por el hecho de si se elaboran presupuestos de ventas también es necesario elaborar uno de producción, para estimar cuánto se debe producir en relación a lo establecido de cuánto se pretende vender; asimismo, elaborar un presupuesto de flujo de caja en el cual se proyectará el tiempo, la cantidad y la forma en que entrara el dinero a la empresa para llevar a cabo las estrategias y alcanzar los objetivos planteados.

Se recomienda aplicar más métodos de costeo para evaluar lo que ingresa al inventario debido a que alguna materia prima, herramientas o maquinaria no son en su totalidad utilizadas de forma rápida y pasa más tiempo en el almacén, se debe poner en práctica

más acciones que ayuden a controlar mejor estos insumos y así evitar pérdidas por vencimiento o fallas en maquinaria por falta de uso.

BIBLIOGRAFIA

Asamblea Legislativa, Ley de Fomento Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa., N° Decreto: 67, 2021.

Asamblea Legislativa, Ley del Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios, N° Decreto: 418, 2019.

Asamblea Legislativa, Ley de Impuesto Sobre la Renta, N° Decreto: 345, 2019.

Asamblea Legislativa, Ley de Protección al Consumidor, N° Decreto: 282, 2019.

Asamblea Legislativa, Constitución de la República de El Salvador, Decreto Legislativo N° 38, 15 de diciembre 1983, publicado en el Diario Oficial N° 234 Tomo 281 el 16 de diciembre 1983, última modificación el 09 de mayo de 2012.

Asamblea Legislativa, Código de Comercio, Decreto Legislativo N° 671, 8 de mayo 1970, publicado en el Diario Oficial N°140 Tomo 228 el 31 de julio 1970, última modificación 29 de septiembre 2021.

Asamblea Legislativa, Código de Trabajo, Decreto Legislativo N° 995, 28 de abril de 1988, publicado en el Diario Oficial N°86 Tomo 299 el 5 de noviembre 1988, última modificación 06 de noviembre 2019.

Asamblea Legislativa, Código Tributario, Decreto Legislativo N° 230, 14 de diciembre de 2000, publicado en el Diario Oficial N°241 Tomo 349 el 31 de julio 1972, última modificación 31 de octubre 2019.

Asamblea Legislativa, Código de salud, Decreto Legislativo N° 995, 28 de abril de 1988, publicado en el Diario Oficial N°86 Tomo 299 el 5 de noviembre 1988, última modificación 04 de junio 2021.

Ayala,S, Fino,G, (2015). *Un Enfoque Administrativo y de Control Interno*. Bogota, D,C, Colombia.

Baca.G (2010). *Evaluación de Proyectos*. (Sexta Ed.) Mexico D.F., mexicana.

Chiavenato,I (2004). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. (Séptima Ed), McGraw-Hill Interamericana.

Gitman. L, ” *Fundamentos de inversión*”.

Goodstein,L(2014). *Planeación Estratégica Aplicada*. Editorial MCGraw Hill.

Hidalgo,O,Correa,H,(2018). *Plan de negocios. Un enfoque practico en el sector comercio*. (Primera ed.) Machala – Ecuador, UTMACH

Koontz, H, Weihrich H (2004). *Administración Un Perspectiva Global*. (12ª.Ed), McGraw-Hill Interamericana.

Las Normas Internacionales de información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades (NIIF para PYMES).

Mintzberg H., Quinn J.B. (1993). *El Proceso Estratégico, Conceptos, contexto y casos* (Segunda ed.). México: Prentice Hall Hispanoamericana, SA

Restituto Sierra Bravo. (2001). *Técnicas de Investigación Social. Teoría y ejercicios*. Decimocuarta ed. Madrid

Serrano A. (2011). *Administración I y II* (Segunda ed.). San Salvador, El Salvador: (Talleres Gráficos UCA).

Sampieri,R,(2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta Ed.) México, Editorial Mexicana.

Varela. (2010) *Estudio de Factibilidad Técnico Económico*.

Weinberger Villarán, K. (2009). *Plan de negocio herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio* (Segunda ed.). Perú: Nathan Associates Inc

ANEXOS.

Panaderías y pastelerías registradas en la Alcaldía de Mejicanos.



**ALCALDÍA
DE MEJICANOS**
DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR
EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

**UNIDAD DE ACCESO A LA
INFORMACION PÚBLICA**

CONSTANCIA DE RECEPCION DE SOLICITUD

Jasmin Elizabeth Ramos Posada, mayor de edad, estudiante, del domicilio de Ciudad Delgado, Departamento de San Salvador, portadora de su Documento Único de Identidad Número cero cinco cero nueve seis ocho dos cinco - ocho, ha interpuesto una solicitud de Acceso a la información Pública, a las dos cuarenta y dos minutos, el día veinte de agosto del año dos mil veintiuno, a esta unidad solicitando la información siguiente:

- Información relacionada con las panaderías y pastelerías, ubicadas en el municipio de Mejicanos, nombre y dirección, esto con el fin de recabar información esencial para desarrollar nuestro trabajo de graduación de la Universidad de El Salvador -

El número asignado de referencia es: **UAIP 200821** que le servirá para realizar las consultas respectivas. Además se le informa, que si la institución cuenta con la información antes detallada se le notificará en el menor tiempo posible, que no podrá ser mayor de **10 días hábiles**, y conforme a lo establecido en el artículo 71 de la LAIP, a partir de la fecha de presentación de su solicitud, siempre y cuando sean horas hábiles de lo contrario será al siguiente día hábil, con una fecha aproximada de entrega el día 3 de septiembre de 2021, la cual queda sujeta a cambio si hubiere prevención a la solicitud interpuesta. Para cualquier notificación usted ha definido que se le notifique en esta unidad y deja número de contacto (503) 69762120; y la modalidad en la que se requiere la información una copia simple. Cualquier consulta puede realizarla al correo electrónico: uaip@mejicanos.gob.sv

Mejicanos, 20 de agosto de 2021

Licda. Claudia Pérez



**ALCALDÍA
DE MEJICANOS**

DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR
EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

**UNIDAD DE ACCESO A LA
INFORMACIÓN PÚBLICA**

RESOLUCION DE LA UNIDAD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA.

Admitida la solicitud de información presentada por Jasmín Elizabeth Ramos Posada, estudiante, del domicilio de Ciudad Delgado, departamento de San Salvador, con documento único de identidad número cero cinco cero nueve seis ocho dos cinco - ocho; de fecha veinte de agosto del presente año, en la que solicita que esta Unidad le proporcione:

- Información relacionada con las panaderías y/o pastelerías ubicadas en el municipio de Mejicanos, esto con el fin de recabar información esencial para desarrollar nuestro trabajo de graduación de la Universidad de El Salvador.

Del análisis de la presente solicitud y de conformidad a lo establecido en los Artículos 2, 4, 9, y 50 literales d) i) y j, de la Ley de Acceso a la Información Pública (LAIP) se procede a gestionar la información requerida al Departamento de Catastro.

Hágase valer el derecho a la información a la ciudadana. Lo cual puede conllevar a la entrega de la información que la interesada solicita en los plazos que ordena el Art. 71 y artículo 72 de la Ley de Acceso a la Información Pública (LAIP) donde establece la obligación del Oficial de Información de resolver por escrito y notificar la resolución en el plazo al solicitante, sin embargo, la misma ley prevé casos en los cuales no es posible entregar la información solicitada.

La Ley de acceso a la información pública en su Art. 65 determina la obligación de motivar las resoluciones con mención breve pero suficiente de sus fundamentos, precisándose las razones de hecho y derecho que determinaron e indujeron a la entidad a adoptar su decisión y con base a las facultades legales da la respuesta a la solicitud.

MOTIVACIÓN DEL ACCESO A LA INFORMACION.

El Art. 70 de la Ley de Acceso a la Información Pública, establece que el Oficial de Información tramitará la solicitud a la unidad administrativa que tenga o pueda poseer la información, con objeto de que esta la localice, verifique su clasificación y en su caso le comunique la manera en que se encuentra disponible.



**ALCALDÍA
DE MEJICANOS**
DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR
EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

**UNIDAD DE ACCESO A LA
INFORMACION PÚBLICA**

En cumplimiento del artículo antes relacionado, se transmitió el requerimiento bajo la referencia **UAIP 200821** al Departamento de catastro. Quien hace entrega de lo solicitado a esta unidad por medio de un memorándum y adjunta información solicitada.

Notifíquese la presente resolución según se ha señalado en la solicitud antes relacionada.

Entréguese resolución de información en la ciudad de Mejicanos, departamento de San Salvador, a las once y cuarenta y cinco minutos del día veintiséis de agosto del año dos mil veintiuno.

ENTRÉGUESE Y ARCHÍVESE



Licda. Claudia Pérez

Oficial de Información

REGISTRO DE PANADERIAS Y PASTERIAS

#	Cuenta	Dirección de operaciones	Nombre comercial
1		5da AV NTE C. PRINCIPAL DE COLONIA CASI #2	PANADERIA VAGUE 7
2		PRIMERA CALLE PONIENTE #28 B LOTE INTERIOR	PANADERIA ROSALIS
3		PRIMERA CALLE PONIENTE #5	PANADERIA EL ROSARIO (CASA DE VEREDA 1)
4		SEGUNDA CALLE PONIENTE #8	PANADERIA EL ROSARIO (SALA DE VEREDA 2)
5		AVENIDA CASTRO NORAN #5	PASTELERIA MARY
6		QUINTA CALLE PONIENTE Y BARRIO EL CALVARIO #33	PANADERIA VERONICA
7		AVENIDA 14 DE DICIEMBRE #3 LOCAL 1	CHERRY'S CAKE
8		PRIMERA AVENIDA NORTE #9-C,	PASTERIA MERCY 2
9		AVENIDA JUAN ABERLE #5-BIS	PANADERIA ABERLE
10		PRIMERA AVENIDA NORTE # 3	PANADERIA ALEJANDRA
11		HOY QUINTA CALLE PONIENTE # 6 BARRIO SANTA LUCIA QUINTA CALLE PONIENTE LOTES # 4	PANADERIA MERCEDES
12		COLONIA SANTA LUCIA CALLE PRINCIPAL #13	PANADERIA EL CHINO
13		COMUNIDAD JARDIN 3 PASAJE 1-C #29	PANADERIA REY DE REYES
14		FINAL CALLE SAN JOSE PASAJE #4 CASA #5	PANADERIA BERTA
15		CALLE EL CONVENTO ENTRE 9 Y 11	PANADERIA PRIMAVERA
16		CALLE A CUSCATANCINGO ENTRADA A COLONIA LAS MARGARITAS #30 BIS	PANADERIA LOPEZ
17		COL UNIVERSITARIA NTE POLIGONO B #1 CALLE JULIO E MEJIA	PANADERIA ROSA MARGARITA
18		COLONIA LA FORTUNA PASAJE 3 CASA #19	PANADERIA FABIO
19		URB SANTA MARIA CALLE LAS ACACIAS BLOCK B CASA #22	PANADERIA MIRIAN
20		COLONIA KENNEDY CALLE PRINCIPAL #72	PANADERIA SABIA
21		COLONIA SANTA MARIA CALLE MAGISTERIAL #1 BLOCK G	PANADERIA NILDA
22		URBANIZACION DOLORES CALLE B ORIENTE #6	PANADERIA SOFFY
23		URBANIZACION Y PASAJE COLONIAL #16	PANADERIA DANIELITA
24		URB Y AV DOLORES SEGUNDA ETAPA BLOCK K #12	JEHOVA JIRETH
25		COLONIA PALMIRA PRIMERA AVENIDA NORTE Y NOVENA CALLE PONIENTE POLIGONO D CASA #1	PANADERIA PANELLAZ
26		BARRIO DELICIAS DEL NORTE MASAJE MEXICO CASA #2	PANADERIA JENY
27		AVENIDA CENTRAL CALLE A MARIONA #1 BARRIO DELICIAS DEL NTE	PANADERIA EL DON DE DIOS
28		COLONIA JUANITA CALLEJON EL DIABLO CASA #7-BIS	PANADERIA ALFREDO
29		FINAL COL ESPAÑA #2 C EL PROGRESOCOSTADO DE C GABRIELA MISTRAL	PANADERIA KARITO
30		COLONIA SANTA ROSA PASAJE LOS PINOS #8	PANADERIA TRIGUEROS
31		CALLE ZACAMIL #2 FRENTE A EDIFICIO 599	PANADERIA GABY
32		CENTRO URBANO JOSE SIMEON CAÑAS PASAJE #2 CASA #2	PANADERIA EL ROSARIO (INDUSTRIA)
33		CALLE ZACAMIL FRENTE AL MERCADITO LOCAL #13	PANADERIA LA MARQUE

# Cuenta	Dirección de operaciones	Nombre comercial
34	RES LINCOLN PASAJE #10 PONIENTE POLIGONO H CASA #27	PANADERIA JUAN URQUIJELA
35	COND IMPEP EDIFICIO 0-10 APARTAMENTO #12	VENTA DE PAN ESTRELLA
36	CENTRO URBANO JOSE SIMEDM CAÑAS PASAJE #2 CASA #2, MEXICANOS	EL ROSARIO (COMERCIO)
37	29 AVENIDA NORTE URBANIZACION LAS AZALEAS SERIDA 2 CASA #41	PANADERIA YOLI
38	CALLE AL VOLCAN QUINTA EL JACALITO CANTON SAN MIGUEL LOTE B #6	LIDO
39	RES ESMERALDA POLIGONO F CASA #8	PANADERIA SHADDAI
40	AVENIDA MAGISTERIAL RES LOS ALAMOS PASAJE #6-BLOCK C #17	PANADERIA TRIGO MIEL
41	RES LOS ALAMOS AVENIDA MAGISTERIAL Y CALLE ZACAMIL CASA #36 LOCAL #5	PANADERIA ARTURO
42	RES MONTEBELLO, POLIGONO A #36-A, BOULEVARD CONSTITUCION	PANADERIA ISABEL MONTEBELLO
43	BOULEVARD CONSTITUCION, RES MONTEBELLO #34-A	VENTA DE PAN ISABEL
44	CONDIS JARDINES DEL ESCORIAL CALLE SIERRA MADRE BLOCK A #2-05	PANADERIA SARAI
45	URBANIZACION METROPOLIS NORTE CALLE CASTRO MORAN Y AVENIDA A #57	PANADERIA NILA
46	RES VILLA VENETTO GRUPO 10 CASA # 6	PAN TRADICIONAL
47	CENTRO COMERCIAL URICENTRO METROPOLIS LOCAL #19	EL ROSARIO (SALA DE VENTAS METROPOLIS)
48	URBANIZACION ALTURAS DE SAN RAMON CALLE AL VOLCAN POLIGONO C CASA #15	PANADERIA JIREH
49	CALLE AL VOLCAN PASAJE SAN JOSE # 10	PANADERIA DAMICELA
50	RES METROPOLIS SENDA 7 POLIGONO C, CASA #150	PANADERIA EMELY
51	LOTIFICACION SANTA GERTRUDIS BLOCK B CASA # 12 Y AVENIDA NAPOLEON MARTINEZ	PANADERIA (SANTA GERTRUDIS)
52	RES MONTEBELLO Y CALLE SIERRA MADRE POLIGONO H CASA #1	PANADERIA MICHELLE
53	UNICENTRO COMERCIAL METROPOLIS LOCAL 14	PANADERIA TECLA
54	UNICENTRO METROPOLIS LOCAL #61	PANADERIA SANTA EDUVIGIS
55	CALLE AL VOLCAN CONTIGUO A QUINTA TREJO	PANADERIA ZOILITA
56	CALLE AL VOLCAN CONTIGUO AL JACALITO PASAJE #2 #7	PANADERIA ESTEBAN HENRIQUEZ
57	COLONIA VILANOVA AVENIDA 28 DE FEBRERO # 9	PANADERIA LETICIA
58	CANTON SAN MIGUEL LOTIFICACION SANTA ISABEL LOTE #6	PANADERIA ALFREDO MARTINEZ ARIAS
59	URBANIZACION LA GLORIA CALLE LA GLORIA BLOCK D-4 #1	PANADERIA SARI
60	URBANIZACION LA GLORIA CALLE LA GLORIA BLOCK A-1 #2	PANADERIA SARI (2)
61	AVENIDA PLAN DEL PITO PASAJE FRISCA LOCAL #2	PANADERIA DAYSI
62	URBANIZACION SAN PEDRO PASAJE # 1-E SUR CASA # 6	PANADERIA SAN PEDRO
63	RES DEL BOSQUE CALLE LOS CHORROS #45	PANADERIA ANA DEL CID
64	RES DEL BOSQUE CALLE LOS CHORROS Y PASAJE EL IMPOSIBLE CASA # 47	PANADERIA MIGUEL
65	RES LA GLORIA POLIGONO A-10 CASA #5,	PASTELERIA DULCES TENTACIONES
66	RES SAN PEDRO POLIGONO #28-A #5	PANADERIA ISABEL
67	URBANIZACION RES SAN PEDRO, POLIGONO 10-B, CASA # 3	PANADERIA SAN PEDRO

Encuesta.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS



Dirigido a: Contadores Públicos, Gerentes y Administradores de las panaderías y pastelerías ubicadas en el municipio de Mejicanos.

Objetivo: Recopilar información que contribuya a conocer la situación actual de las panaderías y pastelerías del municipio de Mejicanos, por lo tanto, se le solicita de la manera más atenta posible nos pueda colaborar con responder las siguientes preguntas.

Indicaciones: A continuación, se le presentan una serie de preguntas, por favor responda de la manera que considere correcta.

1. ¿Cuánto tiempo lleva operando el negocio?

- Menos de 1 año
- De un 1 a 3 años
- De 4 a 5 años
- Más de 5 años

2. En termino de ventas ¿Qué tanto ha crecido la empresa en los últimos cinco años?

- menos de 25%
- De 25% a 50%
- De 51% a 75%
- Más del 75%

3. ¿Cuáles de las siguientes herramientas de gestión utiliza la empresa para lograr los objetivos financieros?

- Presupuestos
- Administración de capital de trabajo
- Administración de flujo de caja
- Indicadores financieros (razones financieras)
- Evaluación de margen de contribución/punto de equilibrio
- Otro

Especifique_____.

4. ¿Cuáles de las siguientes herramientas de gestión utiliza la empresa para lograr los objetivos estratégicos?

- Políticas de organización
- Manual de Organización
- Plan anual Operativo.
- Plan Estratégico
- Plan Estratégico de Comercialización
- Otros Especifique:_____.

5. ¿Qué tipos de presupuestos elabora la empresa?

- Presupuestos de ventas
- Presupuestos de compras
- Presupuestos de operación
- Presupuestos de tesorería
- Otros presupuestos Especifique:_____

6. ¿Qué ventajas considera que tiene el elaborar presupuestos para la empresa?

- Contribuye al manejo financiero de la empresa.
- Ayuda a conocer los excedentes o faltantes de fondos.
- Mejora la planeación y seguimiento oportuno de la situación económica de la empresa

Ayuda a la correcta planificación de los costos de producción.

7. ¿Cada cuánto la empresa evalúa los presupuestos con lo ejecutado?

Mensual

Semestral

Anual

8. ¿Cuál fue la fuente de financiamiento del negocio?

Capital propio

Préstamo bancario

Capital propio y préstamo bancario

9. ¿Cuál cree que es el principal obstáculo para emprender un negocio de panadería y/o pastelería?

Limitaciones financieras

Inexperiencia

Miedo al fracaso

Falta de apoyo de instituciones públicas y privadas

10. ¿Cuál es la política de cuentas por cobrar?

Crédito a 15 días

Crédito a 30 días

Crédito a 45 días

Más de 45 días de crédito

Realiza sus ventas únicamente al contado

11. ¿Cuándo la empresa realiza sus compras al crédito cuál es su política de pago?

Crédito a 15 días

- Crédito a 30 días
- Crédito a 45 días
- Más de 45 días Especifique: _____
- Realiza sus compras únicamente al contado

12. ¿En promedio, cual es la rotación del inventario de producto terminado?

- 1 a 3 días
- 4 a 6 días
- 7 a 9 días
- Más de 10 días

13. ¿Qué método de costeo utiliza para el inventario?

- Primeras entradas, primeras salidas (PEPS)
- Ultimas entradas, primeras salidas (UEPS)
- Costo promedio
- Otro método de costeo

14. ¿Porque cree usted que es importante la administración eficiente del capital de trabajo?

- Porque permite evaluar la capacidad para producir liquidez
- Porque permite el manejo de los activos corrientes y proveedores de manera equilibrada.
- Porque permite a la empresa conocer la cantidad de dinero con el que cuenta para cubrir los costes de realizar una inversión
- Porque el capital de trabajo permite a la solucionar situaciones de emergencia

15. ¿Para cuántos años se realizan las proyecciones de los presupuestos?

- 1 a 3 años
- 3 a 6 años

6 a 9 años

16. ¿Cuál cree que es la base principal para lograr el éxito de un emprendimiento/proyecto?

Planeación adecuada

Recursos económicos necesarios

Capacidad administrativa para resolver problemas

17. ¿Para usted cuál es el mejor indicador para medir el crecimiento del negocio?

Rentabilidad de la empresa

Crecimiento constante de los clientes.

Satisfacción de los clientes

18. ¿Cuál considera usted, que sea el mayor beneficio al elaborar un plan de negocio?

Que los objetivos que se quieren alcanzar son más claros.

Que las proyecciones realizadas sean más asertivas.

Contribuye a manejar mejor el flujo de efectivo.

Cotizaciones de la Maquinaria.

Nombre	Precio	Imagen de referencia
<p>Vitrina refrigerante</p>	<p>\$2,649.00</p>	
<p>Horno</p>	<p>\$1,050.00</p>	
<p>Amasadora de harina</p>	<p>\$1,200.00</p>	
<p>Cilindro</p>	<p>\$350.00</p>	

Inscripción en el ISSS

Formulario de Inscripción de Empleadores

INSTITUTO SALVADOREÑO DEL SEGURO SOCIAL					
AVISO DE INSCRIPCIÓN DE PATRONO					
					1. No. Patronal
2. Nombre del Patrono (Juración Social si se trata de persona jurídica)					
Apellido Patrono		Apellido Materno		Nombre	
				Apellido del Esposo	
3. Dirección del Patrono (Particular o Oficina)					Telefono: _____
					Fax: _____
					Celular: _____
Departamento		Municipio	Ciudad	Calle	Número de C. /a
4. Documento de Identidad Personal					
C.I.D. No. _____		M.P. _____		Correo Electrónico: _____	
Carné de Residencia No. _____		Pasaporte No. _____			
5. Nombre Comercial del Centro de Trabajo					
6. Dirección del Centro de Trabajo					Telefono: _____
					Fax: _____
					Celular: _____
Departamento		Municipio	Ciudad	Calle	Número de Casa
7. Actividad Principal de la Empresa			8. Cantidad de Trabajadores	9. Monto Estimado de Seguro	10. Fecha Supuesto a Régimen
					Día Mes Año
11. Lugar y Fecha de Escritura			12. Firma y Sello del Patrono		
Departamento		Municipio	Día	Mes	Año
PARA USO EXCLUSIVO DEL ISSS					
Fecha de Inscripción		COD. Seguro Patronal	COD. Dirección Patrono	COD. DIR. CRO de T.S.	COD. ASESOR ECONOMICA
Día	Mes	Año			COD. CUBIC de ASESOR
C. SAFISSS 130101015					

13. Seguridad de Derecho			
Hecho con Fecha _____		Bajo el No. _____ del Libro _____ de Fs. _____ a Fs. _____	
14. Persona Jurídica			
Nombre de los Socios		Firma	Tipo de Documento de Identidad
			Número de Documento de Identidad
15. Representante Legal			
Nombre		Firma	No. de Documento de Identidad Personal
16. Dirección del Representante Legal			
Departamento		Municipio	Ciudad
			Calle
			Número de Casa
PARA USO EXCLUSIVO DEL ISSS			
Observaciones: _____			
Documento anexo: _____			
PARA USO DEPARTAMENTO DE INSPECCIÓN			
Empleado Responsable		Vt. Sr. del Supervisor	
Revisión	Localización	Confirmación	Digitación
			Control de Calidad

Formulario de Registro de Firmas



INSTITUTO SALVADOREÑO DEL SEGURO SOCIAL REGISTRO DE FIRMAS

Fecha de Solicitud: _____		Número patronal:
Día	Mes	
Nombre del Patrono: _____		
Personas Autorizadas		
Nombre	Cargo o puesto desempeñado	Firmas
Nombre y Firma de Patrono o Representante Legal _____		Sello de la Empresa
		C. SAFISSS 130101132

Inscripción en la AFP

Formulario para el Registro de Empleadores al SEPP.

FORMULARIO PARA EL REGISTRO DE EMPLEADORES AL SEPP			
			
Lugar y fecha de la solicitud: <input style="width: 100%;" type="text"/>			
INFORMACIÓN DEL EMPLEADOR			
Tipo de persona: <input type="checkbox"/> Natural <input type="checkbox"/> Jurídica		Tipo de empleador: <input type="checkbox"/> Público <input type="checkbox"/> Privado	
NIT: <input style="width: 100%;" type="text"/>			
Número patronal del ISSS: <input style="width: 100%;" type="text"/>			
Nombre: <input style="width: 100%;" type="text"/>			
Razón Social: <input style="width: 100%;" type="text"/>			
Nombre Comercial: <input style="width: 100%;" type="text"/>			
Dirección: <input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/>			
Departamento: <input style="width: 100%;" type="text"/>			
Municipio: <input style="width: 100%;" type="text"/>			
País de origen del empleador: <input style="width: 100%;" type="text"/>			
Actividad económica: <input style="width: 100%;" type="text"/>			
Teléfono: <input style="width: 25%;" type="text"/> - <input style="width: 25%;" type="text"/> <input style="width: 25%;" type="text"/> - <input style="width: 25%;" type="text"/>			
Fac: <input style="width: 25%;" type="text"/> - <input style="width: 25%;" type="text"/>			
Correo electrónico: <input style="width: 100%;" type="text"/>			
Nombre del Representante Legal: <input style="width: 100%;" type="text"/>			
Nombre del contacto en la empresa: <input style="width: 100%;" type="text"/>			
Correo electrónico del contacto: <input style="width: 100%;" type="text"/>			
Favor completar todos los campos del formulario, con letra de imprenta.			
DOCUMENTOS REQUERIDOS A EMPLEADORES: Fotocopia de NIT del empleador Fotocopia de la tarjeta patronal del ISSS Fotocopia de la tarjeta del IVA (si aplica) Fotocopia de DUI del representante del empleador	_____ Nombre y firma Representante Legal o Apoderado con facultad de representación	_____ Sello de la empresa	

Inscripción en el Ministerio de Trabajo

Inscripción de establecimientos de una persona jurídica

	<p>DIRECCIÓN GENERAL DE INSPECCIÓN DE TRABAJO INSCRIPCIÓN DE ESTABLECIMIENTOS FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN DE PERSONA JURÍDICA</p>		<p>MINISTERIO DE TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL</p>
<p>RG-VL-DI-DIC-16</p>			
<p>Señor Director General de Inspección de Trabajo Ministerio de Trabajo y Previsión Social Presente</p>			
<p>(INFORMACIÓN PERSONAL DE REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO)</p>			
<p>Yo, _____, con Documento de Identidad _____ y NIT _____ en mi calidad de _____ de la Sociedad denominada _____ que se puede abreviar _____ del domicilio de _____ la cuál fue constituida por Escritura Pública otorgada en la Ciudad de _____ a las _____ horas y _____ minutos del día _____ del mes de _____ del año _____ con giro o actividad económica principal _____</p>			
<p>(INFORMACIÓN DE LA SOCIEDAD)</p>			
<p>Inscrita bajo el Número _____ de Folios _____ al _____ del Libro Número _____ del Registro de Sociedades, con fecha de Inscripción _____; y con Credencial de Representante Legal inscrita bajo el Número _____ del Libro _____ del Registro de Sociedades de Folios _____ al _____ y con fecha de inscripción _____ (En caso de no agregar Credencial, indicar número de cláusula en donde se designe al representante legal o administrador único) _____ NIT de la empresa _____ correo Electrónico _____ Nombre del Representante Legal: _____</p>			
<p>Por este medio vengo a solicitarle a favor de mi representada por PRIMERA VEZ la inscripción del centro de trabajo en el Registro de Establecimientos, que para el efecto lleva la Dirección General de Inspección de Trabajo para dar cumplimiento a lo que establece el Art. 55 de la Ley de Organización y Funciones del Sector Trabajo y Previsión Social y para ello proporciono la siguiente información:</p>			
<p>(OTROS DATOS DE LA SOCIEDAD)</p>			
<p>Dirección del Centro de Trabajo: _____</p>			
<p>Teléfono: _____</p>			
<p>(Si posee establecimientos o sucursales adjuntar en documento aparte direcciones, teléfonos, correos electrónicos y responsables de cada establecimiento, en este caso anotar en este espacio la dirección de la casa matriz)</p>			
<p>Si posee Trabajadores(as) a domicilio adjuntar un libro autorizado por la Dependencia correspondiente de la Dirección General de Inspección de Trabajo, que deberá contener la siguiente información :</p>			
<p>1*) El nombre y apellido de sus trabajadores(as) y la dirección del lugar donde viven. 2*) La cantidad y naturaleza de la obra u obras encomendadas. 3*) La cantidad, calidad y precio de las materia primas que suministra. 4*) La fecha de entrega de materia prima a cada trabajador(a) y la fecha en que éstos(as) deben devolver los respectivos artículos ya elaborados; y 5*) El monto del salario. (Art. 72 del Código de Trabajo)</p>			
<p>Según Balance al: _____ Presentado al Número _____ con un activo de (letras y números) _____</p>			
<p>(INFORMACIÓN INDISPENSABLE)</p>			
<p>La designación de la persona que representará al Titular de la Empresa y establecimiento _____ (Esta persona deberá ser diferente al Representante Legal de la Persona Jurídica; ser persona nacional y adjuntar fotocopia de Documento Único de Identidad). San Salvador, a los _____ días del mes de _____ de _____</p>			
<p>f. _____</p>		<p>Sello</p>	

INSTRUCCIONES PARA LLENAR EL FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN DE ESTABLECIMIENTOS DE UNA PERSONA JURÍDICA

AL PRESENTE FORMULARIO DEBERÁ ADJUNTARSE LA DOCUMENTACIÓN SIGUIENTE:
1) Copia del formulario que contiene la solicitud; 2) Copia de Escritura de Constitución; 3) Copia de Credencial del Representante Legal; 4) Copia de Balance del último período fiscal; 5) Copia del Poder correspondiente en el caso de que la solicitud sea elaborada por un Apoderado de la Sociedad; 6) Copia del NIT de la Persona Jurídica; 7) Copia del documento de identidad del Representante Legal; 8) Copia del NIT del representante legal; 9) Copia del Documento Único de Identidad de la persona designada para representar al titular de la Empresa o Establecimiento.

Disposiciones Legales aplicables:

Art. 55 y 56 de la Ley de Organización y Funciones del Sector Trabajo y Previsión Social

Art.55. Todo patrono está en la obligación de inscribir su empresa o establecimiento en los Registros que llevarán la Dirección General de Inspección de Trabajo y las Oficinas Regionales de Trabajo.

La inscripción deberá hacerse en la Oficina Regional correspondiente.

El interesado solicitará por escrito la inscripción, proporcionando los datos que en seguida expresa, los cuales deberán consignarse en el asiento respectivo:

- a) Nombre del patrono y de la empresa o establecimiento, así como la dirección de uno y otro;
 - b) Nombre del representante legal de la persona jurídica propietaria, cuando proceda, así como los datos relacionados con la personalidad jurídica de la misma;
 - c) Actividad principal de la empresa o establecimiento y su activo;
 - d) Número de inscripción en el Registro de Comercio de la escritura de constitución, si se tratare de una sociedad mercantil y el número de inscripción de la credencial del representante legal de la misma, en los casos previstos por la ley; y
 - e) La designación de la persona que representará al titular de la empresa o establecimiento.
- La sola designación lleva implícita la concesión de las facultades generales del mandato y de las especiales que enumera el Art. 113 del Código de Procedimientos Civiles, inclusive de la transigir, y con él se entenderán las demandas y reclamaciones, quedando facultado para intervenir en ellas. (SUSTITÚYASE POR EL ART. 69 CÓDIGO PROCESAL CIVIL Y MERCANTIL)

Dicha inscripción deberá actualizarse cada año.

Todo cambio de los datos indicados en este Artículo, se informará a la respectiva Oficina para la modificación del asiento.

El patrono sustituto está también obligado a inscribir la empresa o establecimiento.

Art. 56 La falta de inscripción de una empresa o establecimiento, hará incurrir a su Titular en una multa de QUINIENTOS HASTA DIEZ MIL COLONES (o su equivalente en dólares), de acuerdo a la capacidad económica del infractor.

Para los efectos judiciales y administrativos, la certificación de la inscripción de una empresa o establecimiento expedida por el funcionario competente, hará fe, respecto de la existencia de la persona jurídica titular y de la calidad de quienes han de representarla.

Formulario F07 (IVA)

F07 v12 **Pág. 1 / 2**

DECLARACIÓN Y PAGO DEL IMPUESTO A LA TRANSFERENCIA DE BIENES
MUEBLES Y A LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS

NÚMERO DE DECLARACIÓN: **15** **8**

SEÑOR CONTRIBUYENTE
 LA DECLARACIÓN DEBE ELABORARSE EXCLUSIVAMENTE EN
 DOLÁRES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA USA

PERIODO TRIBUTARIO	MES	AÑO	Marque con una X si está Deseleccionado Saldo por Aplicación de Art. 75-A del C.T.	486	9	Número de Declaración que Modifica	55	
--------------------	-----	-----	--	-----	---	------------------------------------	----	--

A. IDENTIFICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE

1	4	NIT	3	NRC	13	6
2	22	Apellido(s), Nombre(s) / Razón Social o Denominación				7
3	14	Actividad Económica Principal				0
4	9	Nombre Comercial				7
			7	16	Teléfono	7

B. VENTAS DE BIENES Y/O SERVICIOS

				DÉBITOS			
1	8	Ventas Internas Exentas	88	+	0.00	8	
2	8	Ventas Internas No Sujetas	88	+	0.00	8	
3	7	Ventas Gravadas por Cuenta de Tenores No Demarcadas Compromite de Liquidación con C.C.	88	+	0.00	4	
4	8	Ventas Gravadas por Cuenta de Tenores No Demarcadas Compromite de Liquidación con Facturas	88	+	0.00	2	
5	9	Exportaciones de Bienes (Fuera de Región Centroamericana)	89	+	0.00	1	
6	10	Exportaciones de Bienes (Región Centroamericana)	91	+	0.00	5	
7	11	Exportaciones de Servicios	94	+	0.00	5	
8	12	Ventas Internas Exentas No Sujetas a Proporcionalidad	93	+	0.00	0	
9	13	Ventas Estimadas a Zonas Francas y D.F.A. (Zona Cero)	93	+	0.00	7	
10	14	Ventas Internas Gravadas con Comprobante de Crédito Fiscal	95	+	0.00	3	
11	15	Ventas Internas Gravadas con Facturas	96	+	0.00	3	
12	16	Descontos, Rebajas, Descuentos u otras Deducciones sobre Ventas	97	-	0.00	2	
13	17	Operaciones Gravadas con Comprobante de Liquidación	98	+	0.00	6	
14	18	Operaciones con Comprobante de Liquidación gravadas (sea 2 y/o no sea)	98	+	0.00	6	
15	19	SUMA DE VENTAS (Casillas 88+89+90+91+92+93+94+95+96+97)	108	+	0.00	4	
16	21	Ventas Gravadas por Cuenta de Tenores Demarcadas (No debe incluirse en subtotales de casilla 108)			108		3
					SUMA DE DÉBITOS (Casillas 101+102+103+104+105+106)		4

C. COMPRA DE BIENES Y/O SERVICIOS

				CRÉDITOS			
20	22	Compras Internas Exentas y/o no sujetas	68	+	0.00	8	
21	23	Compras a sujetos exentos	68	+	0.00	8	
22	24	Importaciones Exentas y/o No Sujetas	75	+	0.00	0	
23	25	Importaciones Gravadas de Servicios	77	+	0.00	8	
24	26	Importaciones Gravadas (Fuera Región C.A.)	78	+	0.00	2	
25	27	Importaciones Gravadas de Mercancías (Dentro de Región C.A.)	79	+	0.00	5	
26	28	Compras Internas Gravadas			0.00	4	
27	29	Descontos, Rebajas, Descuentos u otras Deducciones sobre Compras			0.00	7	
					SUMA DE CRÉDITOS (Casillas 107+108+109+110+111+112+113+114)		3

OTROS CRÉDITOS

30	30	Remanente de Crédito del Periodo Anterior	178	+	0.00	2	
31	31	Reintegro Crédito Fiscal IVA por Exportación de bienes que se NoBaf. (Resolución)	178	-	0.00	4	
32	32	Crédito por Retención 12% IVA a proveedores (Art. 80 C.T.)	128	+	0.00	8	
33	33	Crédito IVA por Proporcionalidad Anual (Exceso del Débito)	132	+	0.00	3	
34	34	Crédito IVA por Ajuste de Proporcionalidad Anual (resultado Superior al adeudamiento Deducido)	133	+	0.00	2	
35	35	Crédito IVA por Ajuste de Proporcionalidad Anual (resultado Inferior al adeudamiento Deducido)	134	-	0.00	7	
36	36	Disminución de Saldo a Favor (Remanente de Crédito Fiscal) por aplicación del Art. 75-A del C.T.			0.00	0	
37	37	Crédito Proveniente de Débito Negativo	181	-	0.00	4	
38	38	SUMA DE COMPRAS (Casillas 68+69+70+71+72+73+74+75)	73	+	0.00	1	
39	39	REMANENTE CRÉDITO PERIODO SIGUIENTE (Si la Suma de los Créditos "Casilla 107" es Mayor que la Suma de los Débitos "Casilla 108")	186	+	0.00	6	
40	40	IMPUESTO DETERMINADO (Si la Suma de los Débitos "Casilla 102" es Mayor que la Suma de los Créditos "Casilla 107")	180	-	0.00	1	



DECLARACIÓN Y PAGO DEL IMPUESTO A LA TRANSFERENCIA DE BIENES

FDI v12

Pág. 2 / 2

MUEBLES Y A LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS

NÚMERO DE DECLARACIÓN

12 8

SEÑOR CONTRIBUYENTE
LA DECLARACIÓN DEBE ELABORARSE EXCLUSIVAMENTE EN
DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA USA

Table with columns: PERIODO TRIBUTARIO, MES, AÑO, Mensaje con una X si está Descontinuado, etc.

A. IDENTIFICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE

Table with columns: 1, 4, NIT, 3, NRC, 6

D. RETENCIÓN, PERCEPCIÓN Y ANTICIPO A CUENTA EFECTUADAS AL DECLARANTE

Table with columns: 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55. Rows include Anticipo a Cuenta IVA del 2%, Retención IVA efectuada al Declarante, etc.

E. MONTOS RETENIDOS Y PERCIBIDOS POR EL DECLARANTE

Table with columns: 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65. Rows include Percepción IVA del 1%, Retención IVA del 1% Tenencia de Bienes, etc.

F. MULTAS E INTERESES

Table with columns: 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72. Rows include Multa Impuesto, Multa Percepción 1%, Multa Anticipo a Cuenta del 2%, etc.

ÁREA DE RESPONSABILIDAD DEL DECLARANTE

Declaro bajo juramento que los datos contenidos en la presente declaración son verídicos y de la verdad. Manifiesto que hego planteando que incurre en sanciones administrativas y penales en caso de incumplir la normativa legal respectiva. Sanciones entre las cuales se encuentran las establecidas en los artículos 209-A y 209-B del Código Penal.

Nombre y Firma del Contribuyente, Representante Legal o Apoderado

Firma y Sello del Experto Autorizado

Formulario F14 (Pago a Cuenta)

F14 v15 Pág. 1/3



DECLARACIÓN MENSUAL DE PAGO A CUENTA, E IMPUESTO RETENIDO DE RENTA, OPERACIONES FINANCIERAS Y CONTRIBUCIÓN ESPECIAL PARA LA SEGURIDAD CIUDADANA Y CONVIVENCIA

NÚMERO DE DECLARACIÓN: 13 / 5

SEÑOR CONTRIBUYENTE
 LA DECLARACIÓN DEBE ELABORARSE EXCLUSIVAMENTE EN DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA

1	NET										PERIODO TRIBUTARIO		6	7	8	
											MEZ	JNO				
2	Apellido(s), Nombre(s), Razon Social o Denominación:															
3	INGRESOS BRUTOS															
4	Actividades Comerciales										0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
5	Actividades de Servicios															
6	Industria de la Construcción															
7	Actividades Industriales															
8	Actividades Agrícolas															
9	Otras Actividades No Sujetas a Retención															
10	Otros Ingresos															
11	TOTA INGRESOS										0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
12	Menos Rebajas y Deduciones Sobre Ventas															
13	Menos Ingresos Exentos y No Gravados															
14	Ingresos no incluidos en pago a cuenta por haber sido sujetos de retención										Monto Total Gravado		Monto Total Retenido			
15	Ingresos Gravados Sujetos de Pago a Cuenta										0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
16	Entero Computado de Pago a Cuenta (Cajilla 208 + Cajilla 210 + 0.2%) (Cajilla 211 + Cajilla 212 + 0.2%) (Cajilla 213 + Cajilla 214 + 1.75%)										0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
17	TOTAL ENTERO COMPUTADO DE PAGO A CUENTA (CAJILLA 208+210+16)										0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
18	Excedente de Pago a Cuenta Período Anterior															
19	Excedente Declaración Período Anterior															
20	Entero Cancelado de Pago a Cuenta en Declaración que Modifica (Solo si se declararon Modificatoria)															
21	ACREDITAMIENTO DEL EXCEDENTE RESULTANTE DEL IMPUESTO POR PAGOS A CUENTA DEL IMPUESTO COMPUTADO DE LA RENTA ORDINARIA (Si resulte negativo)										0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
22	AJUSTE POR DIFERENCIA DE SALDO EN DECLARACIÓN DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA MODIFICADA POR APLICACIÓN DEL ART. 74.6. DEL C.T.										0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
23	ACREDITACIÓN INDEPORTADORES AUTORIZADO										0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
24	Excedente Aplicado a Pago Cuenta Próximo Período															
25	TOTAL A PAGAR ENTERO PAGO A CUENTA										0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

26	CONCEPTO DE ENTERO ACREDITABLE PARA EL PERIODO DE RETENCIÓN	Número de Sujetos	Monto de Retención		Impuesto Retenido
			0.00	1.75%	
26	Servicios de Cuidado Permanente suministrados a dependientes de la familia	0	0.00	0.00	0.00
27	Servicios de Dependencia Laboral	0	0.00	0.00	0.00
28	Provisión de otros Servicios de Dependencia Laboral	0	0.00	0.00	0.00
29	Retenciones por Actos Ejecutivos	0	0.00	0.00	0.00
30	Retenciones por Actividades Agrícolas (Art. 712-196)	0	0.00	0.00	0.00
31	Retenciones por Servicios de Inversión y Negociación	0	0.00	0.00	0.00
32	Retenciones sobre Premios a Personas Domiciliadas (ganancias totales menores de 200)	0	0.00	0.00	0.00
33	Rentas a Personas Jurídicas Domiciliadas en conjunto con Intereses, Rendimientos y otras Utilidades procedentes de Depósitos en Dinero	0	0.00	0.00	0.00
34	Rentas a Personas Jurídicas Domiciliadas en conjunto con Intereses, Rendimientos o Utilidades procedentes de Títulos Valores	0	0.00	0.00	0.00
35	Rentas a Personas Jurídicas Domiciliadas en conjunto con Intereses, Rendimientos o Utilidades procedentes de Títulos Valores en el Exterior	0	0.00	0.00	0.00
36	Transferencias de Bienes Tangibles por Personas Jurídicas Domiciliadas	0	0.00	0.00	0.00
37	Transferencias de Bienes Intangibles por Personas Jurídicas Domiciliadas	0	0.00	0.00	0.00
38	Operaciones de Renta y Actividades a Rentas (Rendimiento de Capitales, Títulos Valores, Otros) a Personas Domiciliadas	0	0.00	0.00	0.00
39	Cuentas y Cuentas Inscritas Sujetas a Retención y Enteros	0	0.00	0.00	0.00
40	Valores Garantizados Seguros Social o Otro Tipo de Seguros	0	0.00	0.00	0.00
41	Rentas Dedicadas en el País por Personas No Domiciliadas	0	0.00	0.00	0.00
42	Retenciones sobre Premios a Personas No Domiciliadas	0	0.00	0.00	0.00
43	Pagos Efectuados a Casa Matriz por Filiales o Sucursales	0	0.00	0.00	0.00
44	Transferencias de Bienes Intangibles por Personas No Domiciliadas	0	0.00	0.00	0.00
45	Servicios Utilizados en el País por Actividades Originadas en el Exterior	0	0.00	0.00	0.00



DECLARACIÓN MENSUAL DE PAGO A CUENTA, E IMPUESTO RETENIDO DE RENTA, OPERACIONES FINANCIERAS Y CONTRIBUCIÓN ESPECIAL PARA LA SEGURIDAD CIUDADANA Y CONVIVENCIA

F54 v15

Pág. 2/3

NÚMERO DE DECLARACIÓN

SEÑOR CONTRIBUYENTE
LA DECLARACIÓN DEBE ELABORARSE EXCLUSIVAMENTE EN DOLÁRES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (US\$)

10	5
----	---

07	Otras Retenciones (por servicios personales)	100	0.00	3	100	0.00	4	100	0.00	7
08	Servicios de Calidad Permanente Informados en Declaración Anterior (caja 100) (Solo si es Declaración Modificatoria)	221				0.00	3			
09	Otras Retenciones, Sumatorias Informadas en Declaración Anterior (cajas de la 102 a la 190) (Solo si son servicios sucesivos)	220				0.00	3			
10	ENTERO COMPUTADO EN RETENCIÓN (Suma de Cajas 100 a Caja 190)					100			0.00	7
11	ENTERO PAGADO DE RETENCIONES EN DECLARACIÓN QUE MODIFICA (Solo si es Declaración Modificatoria) (Caja 200 + caja 201 + caja 220)					200			0.00	1
12	ACREDITACIÓN DE REINTEGRO DE IVA EXPORTADOR AUTORIZADO					220			0.00	8
13	PAGO INDEBIDO O EN EXCESO DEL PERIODO DE RETENCIONES (Si la operación de las Cajas 100-200 es negativa) (Indicar por escrito)								0.00	9
14	TOTAL ENTERO RETENCIONES ACREDITABLES (Si la Operación de las Cajas 100-200 es positiva)					100			0.00	7

INGRESOS GRAVADOS NO SUJETOS DE RETENCIÓN INGRESOS NO GRAVADOS Y GASTOS DE RETENCIÓN		Número de Sujetos	Monto Total Devolución
00	Ingresos gravados sin retención pagados por el agente de retención	207	0.00
01	Ingresos no gravados pagados por el agente de retención	401	0.00
02	Ajustos de retención (por aplicación del Art. 37 de la Ley y por Decreto Legislativo)	208	0.00

CONCEPTO DE ENTERO DEFINITIVO PARA EL SUJETO DE RETENCIÓN		Número de Sujetos	Monto Sujeto a Retención	Impuesto Retenido
03	Rentas a Personas Naturales Domiciliadas en el Exterior (Intereses, Premios y Otras Utilidades procedentes de Depósitos en el Exterior)	209	0.00	1
04	Rentas a Personas Naturales Domiciliadas en el Exterior (Intereses, Rendimientos e Utilidades procedentes de Títulos Valores)	208	1	262
05	Rentas a Personas Naturales Domiciliadas en el Exterior (Intereses, Rendimientos e Utilidades procedentes de Títulos Valores en el Exterior)	208	2	262
06	Premios y Ganancias a Personas Domiciliadas en el Exterior (Comercios, Rifas, Sorteos e Juegos de Azar e de Ficticias (por períodos de acceso de 200 días hábiles))	209	6	264
07	Rentas Dedicadas en el País por Personas No Domiciliadas con Rendimiento de Cuentas de Ahorro (Títulos Valores)	212	0	260
08	Transferencias por cuenta de terceros, de cuentas corrientes e ingresos e ingresos a Personas No Domiciliadas	214	4	268
09	Transferencias de Bienes Intangibles por Personas No Domiciliadas	218	1	272
10	Rentas Dedicadas en el País por Personas No Domiciliadas	216	6	274
11	Servicios Utilizados en el País por Activadores Originados en el Exterior	207	0	276
12	Pagos (Bancos a Casa Sector (no domiciliadas) por Filiales o Sucursales Domiciliadas)	209	6	278
13	Servicios de Transporte Internacional a personas No Domiciliadas	210	2	280
14	Comisiones por seguros, reaseguraciones, reaseguraciones, reaseguraciones y comisiones de Reaseguros No Domiciliadas	211	1	282
15	Servicios de Financiamiento por Instituciones Financieras No Domiciliadas	212	6	284
16	Operaciones con Intermedios con el Consentimiento de uso de Derechos de Bienes Tangibles e Intangibles a Sujetos No Domiciliados (pólizas, valores, intereses, etc.)	209	0	286
17	Prestaciones Fiscales	212	1	288
18	Premios y Ganancias a Personas No Domiciliadas Procedentes de Comercio Exterior (Intereses, Rendimientos e Utilidades)	214	3	290
19	Pago a accionistas de empresas a través de acciones, acciones, acciones, y acciones (Intereses, Rendimientos e Utilidades)	210	6	296
20	Transferencias de Bienes Tangibles e Intangibles a sujetos no domiciliados (rentas, intereses de cuentas corrientes, depósitos, valores, acciones, etc.)	212	1	294
21	Operaciones por pagos a accionistas de las operaciones de liquidación de empresas (Intereses, Rendimientos e Utilidades)	212	6	300
22	Pago a accionistas en distribución de capital o patrimonio (parte correspondiente a repatriación de dividendos e utilidades)	214	3	303
23	Pólizas, multas, arriendos e incrementos (rentas e intereses)	210	3	302
24	Otras Retenciones	208	6	302
25	ENTERO COMPUTADO EN RETENCIÓN PAGO DEFINITIVO (Suma de Cajas 206 a Caja 206+112+206+114+116+131+206)			300
26	ENTERO PAGADO DE RETENCIONES EN DECLARACIÓN QUE MODIFICA (Solo si es Declaración Modificatoria)			312
27	ACREDITACIÓN IVA EXPORTADORES AUTORIZADO			310
28	PAGO INDEBIDO O EN EXCESO DEL PERIODO DE RETENCIONES (Si la operación de las Cajas 100-300 es negativa) (Indicar por escrito)			318
29	TOTAL ENTERO RETENCIONES ACREDITABLES (Si la Operación de las Cajas 200-300 es positiva)			300

RETENCIONES POR OPERACIONES FINANCIERAS		Número de Sujetos	Monto Sujeto a Retención	Impuesto Retenido
30	Pago al Contador de la Liquidación (Solo si el sujeto de retención)	301	0	302
31	ENTERO COMPUTADO EN RETENCIÓN ACREDITABLE			300
32	Al Cheque (Entero definitivo, no acreditado para el sujeto de retención)	308	3	308
33	A las Transferencias Externas (Entero definitivo, no acreditado para el sujeto de retención)	308	1	309
34	Por Operaciones en el Mercado de Valores (Entero definitivo, no acreditado para el sujeto de retención)	319	6	315
35	Por Operaciones Internacionales (Operaciones de intermediación e intereses sobre depósitos) (Entero definitivo, no acreditado para el sujeto de retención)	322	1	312
36	ENTERO COMPUTADO EN RETENCIONES DEFINITIVAS (Suma de cajas 307 + 318 + 321 + 324)			318
37	TOTAL ENTERO DE RETENCIONES POR OPERACIONES FINANCIERAS (Suma de cajas 301 + 302)			318
38	ENTERO PAGADO DE RETENCIONES EN DECLARACIÓN QUE MODIFICA (Solo si es Declaración Modificatoria)			310
39	PAGO INDEBIDO O EN EXCESO DEL PERIODO DE RETENCIONES (Si la operación de las Cajas 300-330 es negativa) (Indicar por escrito)			310
40	TOTAL ENTERO RETENCIONES POR OPERACIONES FINANCIERAS (Si la operación de las Cajas 300-330 es positiva)			310

RENTAS Y GASTOS



DECLARACIÓN MENSUAL DE PAGO A CUENTA, E IMPUESTO RETENIDO DE RENTA, OPERACIONES FINANCIERAS Y CONTRIBUCIÓN ESPECIAL PARA LA SEGURIDAD CIUDADANA Y CONVIVENCIA

NÚMERO DE DECLARACIÓN: 10 5

SEÑOR CONTRIBUYENTE
LA DECLARACIÓN DEBE ELABORARSE EXCLUSIVAMENTE EN DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA US\$

RETENCIÓN POR CONTRIBUCIÓN ESPECIAL PARA LA SEGURIDAD CIUDADANA Y CONVIVENCIA				
CONCEPTO DE ENTERO	Número de Supletos	Monto Sujeto a Retención	Contribución Retenido	
001 Por Servicios de Telecomunicaciones	400	7.400	0.00	0.00
002 Por Servicios de Televisión por Suscripción	400	0.00	0.00	0.00
003 Por Servicios de Transmisión de Datos (Internet)	400	0.00	0.00	0.00
004 Por Transmisión de Dispositivos Tecnológicos y Accesorios	400	0.00	0.00	0.00
005 Por Autoservicio Disponibles y Servicios	400	0.00	0.00	0.00
TOTAL ENTERO COMPUTADO DE RETENCIONES POR CONTRIBUCIÓN ESPECIAL (suma de casillas 001-005-006-007-008)			0.00	0.00
CONTRIBUCIÓN CANCELADA EN LA IMPORTACIÓN DE SERVICIOS TECNOLÓGICOS				
			0.00	0.00
EXCIDENTE DE CONTRIBUCIÓN ESPECIAL DEL PERÍODO ANTERIOR				
			0.00	0.00
EXCIDENTE APLICABLE CONTRIBUCIÓN ESPECIAL PARA PRÓXIMO PERÍODO (Si la Operación de las Casillas 001-005-006-007 es Negativa)				
			0.00	0.00
TOTAL ENTERO DE CONTRIBUCIÓN ESPECIAL (Si la Operación de las Casillas 001-005-006-007 es Positiva)				
			0.00	0.00
ENTERO CANCELADO DE RETENCIONES POR CONTRIBUCIÓN ESPECIAL EN DECLARACIÓN QUE MUESTRA				
			0.00	0.00
PAGO SOBRODO O EN EXCESO DEL PERÍODO DE RETENCIONES si la Operación de las Casillas 001-005-006-007 es Positiva				
			0.00	0.00
TOTAL ENTERO DE RETENCIONES POR CONTRIBUCIÓN ESPECIAL si la Operación de las Casillas 001-005-006-007 es Positiva				
			0.00	0.00
VENTAS EXENTAS POR CONTRIBUCIÓN ESPECIAL				
			0.00	0.00

LIQUIDACIÓN DEL IMPUESTO				
100 TOTAL ENTERO PAGO A CUENTA, RETENCIONES, OPERACIONES FINANCIERAS Y CONTRIBUCIÓN ESPECIAL (suma de Casilla 10 + 20 + 30 + 40 + 50)			0.00	0.00
101 MULTA (Multa) Pago a Cuenta: 0.00 Retención: 0.00 Operación Financiera: 0.00 Crédito Especial: 0.00			0.00	0.00
102 INTERESES (Obligación aplica para Retenciones a partir del Período de enero de 2010)			0.00	0.00
TOTAL A PAGAR (Suma de Casilla 100 + Casilla 101 + Casilla 102)			0.00	0.00

DETALLE DE RETENCIONES A SUJETOS O ENTIDADES NO DOMICILIADAS				
Nombre(s), Apellido(s), Razón Social o Denominación	País / Residencia	NET o Número de Identificación Fiscal	Monto Sujeto a Retención	Impuesto Retenido
			0.00	0.00
TOTALES			0.00	0.00

Declaro bajo juramento que los datos contenidos en el presente declaración son expresión fiel de la verdad. Manifiesto que tengo conocimiento de las sanciones administrativas y penales en caso de incumplir la normativa legal respectiva. Sanciones entre las cuales se encuentran establecidas en los artículos 250 y 250-A del Código Penal.

Nombre y Firma del Contribuyente, Representante Legal o Apoderado: _____

USO EXCLUSIVO UNIDAD RECEPTORA

Firma y Sello del Receptor Autorizado: _____

B

Inscripción en el CNR.

Solicitud de matrícula de Empresa y Registro de Local



CNR Centro Nacional de Registros



CENTRO NACIONAL DE REGISTROS, REGISTRO DE COMERCIO
SOLICITUD DE MATRICULA DE EMPRESA Y REGISTRO DE LOCAL(ES), SUCURSAL(ES) O AGENCIA(S) DE
PERSONA JURÍDICA POR PRIMERA VEZ.

Señor Registrador del Departamento de Matriculas de Empresa y Registro de locales, agencias y sucursales del Registro de

Comercio, _____
 (Primer Nombre) (Segundo Nombre) (Tercer Nombre) (Primer Apellido)

_____ ; conocido por _____
 (Segundo Apellido) (Apellido de Casada)
 de _____ años de edad, _____ (profesión), con domicilio en el Municipio de _____, Departamento de _____; portador del Documento Único de Identidad número _____, con Número de Identificación Tributaria _____, actuando en mi calidad de _____ (Representante Legal/ Apoderado/ Gerente) de la sociedad (denominación o razón social): _____ que puede abreviarse: _____, inscrita en el Registro de comercio según asiento _____ del libro _____ de Sociedades, de nacionalidad _____, del domicilio de (municipio y departamento) _____.

(Si el Representante Legal es extranjero, manifestar clase de documento con el cual se identifica)

I) De conformidad con lo establecido en los artículos 411, romano I y 415, ambos del Código de Comercio; artículos 11, literal "e" y 63, ambos de la Ley de Registro de Comercio; y de los artículos 3, numeral 1, 9 y 10, todos del Reglamento de la Ley de Registro de Comercio, por este medio vengo a solicitar formalmente en nombre de mi representada MATRICULA DE EMPRESA Y REGISTRO DE LOCAL(ES), SUCURSAL(ES) O AGENCIA(S) POR PRIMERA VEZ correspondiente al año _____, para lo cual DECLARO BAJO JURAMENTO para los efectos legales que establece el artículo 86 reformado de la Ley de Registro de Comercio, la siguiente información:

1.- Nombre de la Empresa _____

2.- Naturaleza económica de la empresa (se refiere al sector productivo principal en el que se desarrolla):
 AGROPECUARIA() COMERCIAL() DE SERVICIO () INDUSTRIAL ()

3.- Actividad(es) Económica(s) que realiza la empresa (se refiere a la descripción de la actividad que desarrolla la empresa de acuerdo a la Naturaleza económica seleccionada en el numeral anterior):

4.- Dirección de la Empresa: _____

II) EMPRESA que posee Local(es), Sucursal(es) o Agencia(s), Nombre, con Naturaleza, Dirección y actividad económica siguientes: _____

(Si declara la existencia de más de una sucursal, agencia o local, y realiza actividades económicas distintas en cada uno de ellos, especifique la actividad y dirección de cada uno, agregando al 1o. ítem bajo aparte.)

III) Para los efectos legales de la presente solicitud, adjunto comprobante(s) de pago de los Derechos Registrales de Empresa y Registro de Local(es), agencia(s) o sucursal(s) correspondiente el año _____, número _____ y balance inicial de fecha _____; y

IV) Señalo para recibir Notificaciones los medios siguientes: Teléfono _____ Fax _____ correo electrónico _____, de los cuales autorizo indistintamente se utilice cualquiera de ellos; por lo que adicionalmente, comisiono a _____, con NIT _____ para recibir y retirar documentación y/o notificaciones del presente trámite. (relacionar nombre según documento de identidad)

 (Lugar y fecha de la solicitud)

Inscripción en la Alcaldía.

Formulario Único de Comercio



**ALCALDÍA
MEJICANOS**

ALCALDÍA MUNICIPAL DE MEJICANOS
GERENCIA FINANCIERA Y TRIBUTARIA - DEPARTAMENTO DE CATASTRO
 2206-9104 / 2272-7510

FORMULARIO ÚNICO DE COMERCIO
 (Favor escribir con letra legible y sin abreviaturas)

Fiscal No. Juan Alberto
 Calle 1ra y Masacalá por
 Mejicanos.
 (502) 2206-9100

I. TRÁMITE A REALIZAR

Apertura de cuenta ()	Traspaso ()	Cambio de razón social o dirección ()
Registro de publicidad ()	Cierre de cuenta ()	Otro: _____

II. DATOS GENERALES

Nombre del propietario/a: _____

DUI: _____ NIT: _____ N° de pasaporte: _____
(Si aplica)

Correo electrónico: _____ Teléfono(s): _____

Dirección de residencia: _____

Motivo de la inscripción: _____

Nombre del representante legal o apoderado: _____

DUI: _____ NIT: _____ N° de pasaporte: _____
(Si aplica)

Correo electrónico: _____ Teléfono(s): _____

Otro medio para notificación: _____

Dirección (Dentro del municipio): _____

Correo electrónico: _____ Teléfono(s): _____

III. DATOS DEL HECHO GENERADOR ECONÓMICO

Nombre del negocio o sociedad: _____

Nombre comercial: _____

Actividad específica: _____

Giro: Comercio() Industria() Servicio() Financiero() Agropecuario() Sector público ()

Dirección: _____

Fecha de inicio/Cierre de operaciones en el Municipio: Inicio ____/____/____ Cierre ____/____/____

IV. DATOS DEL INMUEBLE

Propietario(s) del inmueble donde se ejerce la actividad económica: _____

Número de cuenta de inmueble: _____

NIC CAESS: _____ NIS CAESS: _____ Medidor: _____

V. DECLARACIÓN JURADA

Declaro bajo juramento que la información contenida en el presente formulario, corresponde absolutamente a la realidad y que se adecua a las exigencias de la normativa municipal. Manifesto mi pleno conocimiento que el Gobierno Municipal de Mejicanos en ejercicio de sus atribuciones y funciones de inspección, verificación y fiscalización facultadas por el Código municipal, la Ley General Tributaria Municipal y la Ley de Impuestos a la Actividad Económica del Municipio de Mejicanos, puede proceder a sancionar si constatare falsedad en lo declarado, por lo que asumo la responsabilidad correspondiente para afrontar las acciones que la ley dispone.

Autorizo a: _____ DUI: _____

NIT: _____ que represente y retire, documentos relacionados con este trámite.

Nombre y firma de propietario o representante legal

Nombre y firma de la persona que realiza el trámite

SELLO

NOTA: PARA TODO TRÁMITE EN ESTE DEPARTAMENTO, EL SOLICITANTE DEBE ESTAR SOLVENTE CON EL PAGO DE SUS IMPUESTOS Y TASAS MUNICIPALES. TODA DOCUMENTACIÓN PRESENTADA EN FOTOCOPIA DEBERÁ SER CERTIFICADA POR NOTARIO O EN ORIGINAL PARA SU CONFIRMACIÓN. ESTA SOLICITUD TIENE VALIDEZ PARA UN MES. EN CASO CONTRARIO DEBERÁ SOLICITAR EL TRÁMITE NUEVAMENTE.