

**“PROYECTO DE INVERSIÓN:
CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE PRODUCCIÓN
Y COMERCIALIZACIÓN
DE WAFFLES PARA
LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

INTRODUCCIÓN

- PRODUCTOS NO DISPONIBLES
- DEMANDA INSATISFECHA
- S&P500 (Crecimiento de las Ventas 6% y tasa de retorno 20%)
- ESPECTATIVAS EN MERCADO LOCAL.

🌐 ¿Qué es un waffle?

🌐 Diferencia entre pancake y crepe

🌐 Sector al que Pertenece



Estudio de Mercado

Parte I. Investigación de Mercado

Objetivo General:

🌐 Posicionamiento

Objetivos Específicos:

🌐 Proporción de la población

🌐 Disposición de pago

🌐 Características del producto

Diseño de la Investigación

INVESTIGACION EXPLORATORIA y CUALITATIVA

- 🌐 Información Secundaria
- 🌐 Observación directa
- 🌐 Focus Group (Sabor, Aroma, Precio, Apariencia)
- 🌐 Planteamiento de las hipótesis *Ho*

FOCUS GRUOP

Sabor

¿Qué opinas sobre el sabor del producto?

60% Muy bueno

40% Bueno

¿Qué ingredientes le agregarías?

miel, fruta, canela en polvo, crema, gelatina,
leche condensada, helados.

¿Con que lo acompañarías?

jugo, leche, café, agua, gaseosa, yogurt, chocolate.

Presentación

¿Qué presentación te gustaría que tenga el producto? Llamativa

FOCUS GRUOP

Aroma

¿Cómo calificarías el aroma que percibiste del producto?

70 % Rico ; 30 % Bueno

Precio

Cuánto crees que debería costar este producto?

40% entre \$1.00 y \$1.50

50% entre \$1.50 y \$2.00

10% entre \$2.00 y \$3.00.

Otros

¿Has probado algo similar en algún otro lugar, en donde?

80% no ; 20% si en el extranjero.

¿Cómo llamarías a lo que degustaste?

20% lo llamaría waffle

40% lo llamaría pancake o tarta

40% no respondió



Diseño de la Investigación

OBSERVACIÓN DIRECTA

- 🌐 Dunkin' Donuts
- 🌐 Churrín Churrón
- 🌐 Paty Crepes
- 🌐 Crepes & Waffles



Hipótesis

Primera Hipótesis: El 20% de los Guayaquileños conocen los waffles.

Segunda Hipótesis: El 50% de la población de Guayaquil estaría dispuesta a consumir el waffle.

Tercera Hipótesis: La predisposición de pago es del orden del 1 - 1.50 USD por parte de los consumidores potenciales.

Cuarta Hipótesis: La disposición de pago de los potenciales consumidores es independiente de su edad.

Quinta Hipótesis: El nivel de ingreso de los potenciales consumidores es independiente de su disposición de pago.

Sexta Hipótesis: La frecuencia de consumo es independiente al nivel de ingresos.

Diseño de la Investigación

INVESTIGACIÓN CONCLUYENTE

 **PROBLEMA** (Porcentaje de la población que consumirá waffles desconocido)

 **FUENTES DE DATOS PRIMARIOS** (Características de los encuestados: Hombres y Mujeres de 15 años en adelante, nivel socioeconómico medio)

 **RECOPIACION DE LOS DATOS** (Encuestas)

 **DISEÑO DE LA MUESTRA** 

 **PROCESAMIENTO DE LOS DATOS** 

Frecuencia Muestra Piloto

Población Guayaquil:

2.038.364 hab.

Porcentaje de Nivel Socioeconómico medio y medio alto:

33.9%

(2.038.364*0.339)

N = 691.005

TIPO DE DATOS	FRECUENCIA	PORCENTAJES	ACUM.
1	34	0,567	0,567
2	26	0,433	1,000
	60		

p =

0,567

$$n = \frac{1}{\frac{1}{n_0} + \frac{1}{N}}$$

$$n_0 = \frac{Z_{\alpha/2}^2 \hat{p}(1 - \hat{p})}{d^2}$$

Fuente: Estadística aplicada a la Empresa y a la Economía (Allen Webster)

Nivel de Confianza 95%		
Z =	1,96	
P =	0,567	
N =	691.005,00	
d	n ₀ =	n=
0,01	9433,26	9.306,22
0,02	2358,32	2.350,29
0,03	1048,14	1.046,55
0,04	589,58	589,08
0,05	377,33	377,12



Cuadro No. 2.8 Primera Hipótesis

Ho: El 20% de los Guayaquileños conocen los waffles.

H_a: Una proporción diferente al 20% conoce los Waffles.

Método Utilizado: Prueba de Hipótesis.

Desviación =	7.8	$Z = \frac{x - \mu}{\sigma}$
Media =	0,224	
Z Calculada =	1,154	
Z Crítico =	1,960	
Z Crítico > Z Calculado		

Resultado: Hipótesis Nula no se rechaza.

Cuadro 2.9 Segunda Hipótesis

Ho: El 50% de la población de Guayaquil estaría dispuesta a consumir el waffle.

Ha: Una proporción diferente al 50% de Guayaquil estaría dispuesta a consumir el waffle.

Método Utilizado: Prueba de hipótesis.



Desviación =	9,746	$Z = \frac{x - \mu}{\sigma}$
Media =	0,97	
Z Calculada =	16,82	
Z Crítico =	1,960	
Z Crítico > Z Calculado		



Resultado: Hipótesis Nula se rechaza



Cuadro No. 2.10 **Tercera Hipótesis**

Ho: La predisposición de pago es del orden del 1 - 1.50 USD por parte de los consumidores potenciales.

H_A: La predisposición de pago es superior a 1.50 USD por parte de los consumidores potenciales.

Método Utilizado: Prueba de Hipótesis.



Desviación =	0,674	$Z = \frac{x - \mu}{\sigma}$
Media =	1,59	
Z Calculada =	16.97	
Z Crítico =	1,96	
Z Crítico > Z Calculado		



Resultado: Hipótesis Nula es rechazada.

Cuadro No. 2.11 **Cuarta Hipótesis**

Ho: La disposición de pago de los potenciales consumidores es independiente de su edad.

H_A: La disposición de pago de los potenciales consumidores depende de su edad.

Método Utilizado: Chi-Cuadrado.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	26,750 ^a	9	,002
Likelihood Ratio	13,227	9	,153
Linear-by-Linear Association	3,583	1	,058
N of Valid Cases	380		

a. 7 cells (43,8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,16.

Resultado: Hipótesis Nula se rechaza.



Cuadro No. 2.12 Quinta Hipótesis

H₀: El nivel de ingreso de los potenciales consumidores es independiente de su disposición de pago.

H_A: La disposición de pago de los potenciales consumidores es dependiente de su nivel de ingresos.

Método Utilizado: Chi-Cuadrado.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14,901 ^a	9	,094
Likelihood Ratio	18,049	9	,035
Linear-by-Linear Association	3,708	1	,054
N of Valid Cases	380		

a. 6 cells (37,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,57.

Resultado: Hipótesis Nula no se rechaza.

Cuadro No. 2.13 Sexta Hipótesis

H₀: La frecuencia de consumo es independiente al nivel de ingresos.

H_A: La frecuencia de consumo es dependiente del nivel de ingresos.

Método Utilizado: Chi-Cuadrado.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	34,946 ^a	15	,003
Likelihood Ratio	37,699	15	,001
Linear-by-Linear Association	11,840	1	,001
N of Valid Cases	380		

a. 7 cells (29,2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,38.

Resultado: Hipótesis Nula se rechaza.



Justificación de Objetivos

Objetivos Específicos:

🌐 Proporción de la población →

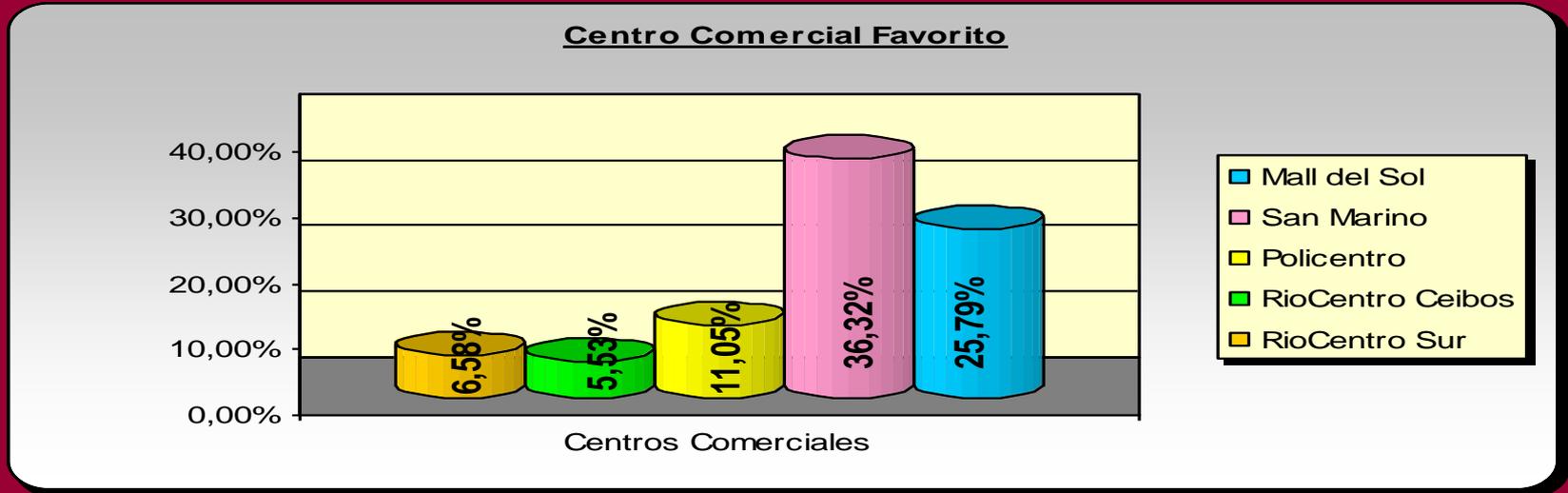
🌐 Disposición de pago →

🌐 Características del producto

Objetivo General:

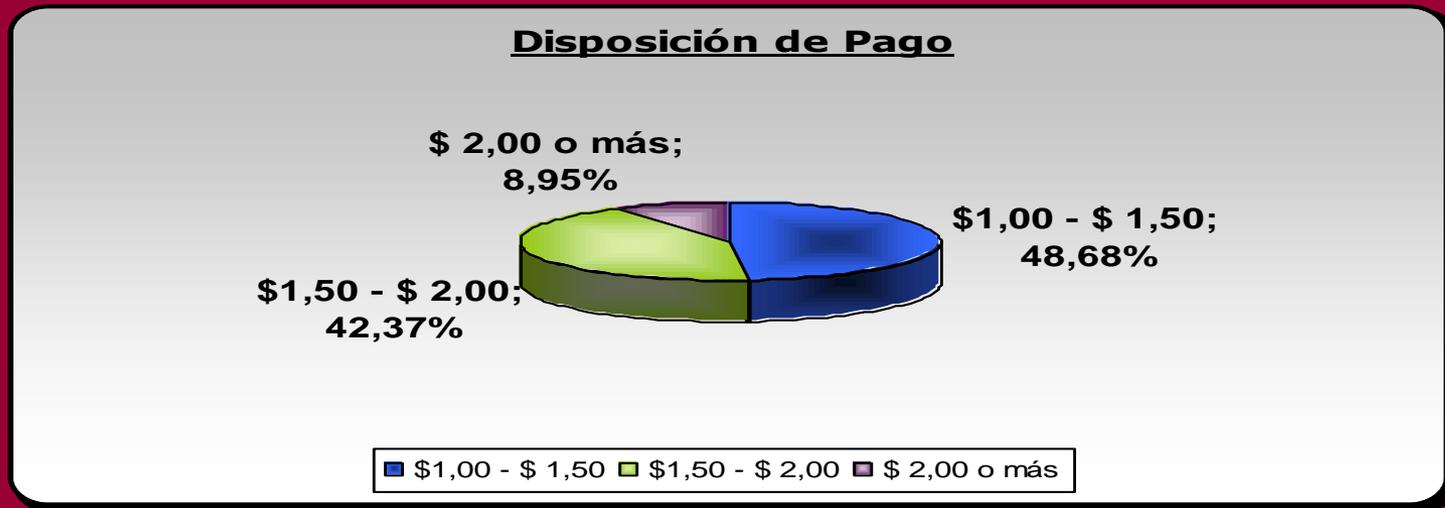
🌐 Posicionamiento →

Proporción de la Población de Consumidores de Waffles



- El 36.32 % de la muestra visitan San Marino, según la Investigación de Mercado.
- De este porcentaje el 25.26% visita el patio de comidas
- De este porcentaje las personas dispuestas a consumir waffles es 23.68%
- De este porcentaje los consumidores que estarían dispuestos a pagar más de \$1.50 es 12.63%
- Entonces se deduce que la proporción de la población dispuesta a consumir waffles es del 0.27% ($0.3632 * 0.2526 * 0.2368 * 0.1263$)
- San Marino → 1'000.000 de visitas/mes
- La cantidad estimada de visitas que se espera es 2700 al mes

Disposición de Pago



Características de Productos Complementarios

Bebidas Preferidas:

Gaseosas, jugos y leche/chocolate.

Sabores Preferidos de Helados:

Chocolate, frutilla y ron pasas.

Sabores de mermeladas preferidas:

Frutilla y mora.



Plan de Marketing

 Plan del Negocio 

 Estrategias de Marketing 

Plan de Negocio

Misión

Ofrecer un producto de excelente calidad, manteniendo los procesos productivos en el mejor nivel, que permita tener a nuestros clientes satisfechos tanto con nuestros precios como con nuestros servicios, garantizando así que el proceso de compra sea repetitivo.

Visión

Ser líderes en el mercado de comidas contando con una marca ya posicionada y una empresa en crecimiento; abriendo nuevos puntos de ventas en todo el país y con miras a vender franquicias a nivel nacional e internacional.

Plan de Negocio

Objetivos

- Dar a conocer un producto nuevo y crear un hábito de consumo del mismo.
- Aprovechar nicho de mercado y obtener rentabilidad a partir de esto.
- Ofrecer variedad y servicio novedoso.
- Expandir el negocio

Fortalezas

- Sistema de producción que garantiza extender la durabilidad de los waffles y de sus variantes (12 meses).
- Con cantidades pequeñas de cada ingrediente se logra obtener muchas unidades de waffles.
- La capacidad instalada puede soportar un aumento de hasta un 76% en la demanda.

Oportunidades

- Ser pioneros en el mercado guayaquileño con este tipo de producto.
- Ser proveedores de waffles a nivel nacional.
- Ofrecer nuevos y novedosos tipos de waffles al consumidor.
- La estabilidad en los costos de la materia prima, pueden permitir mantener estabilidad en los precios.

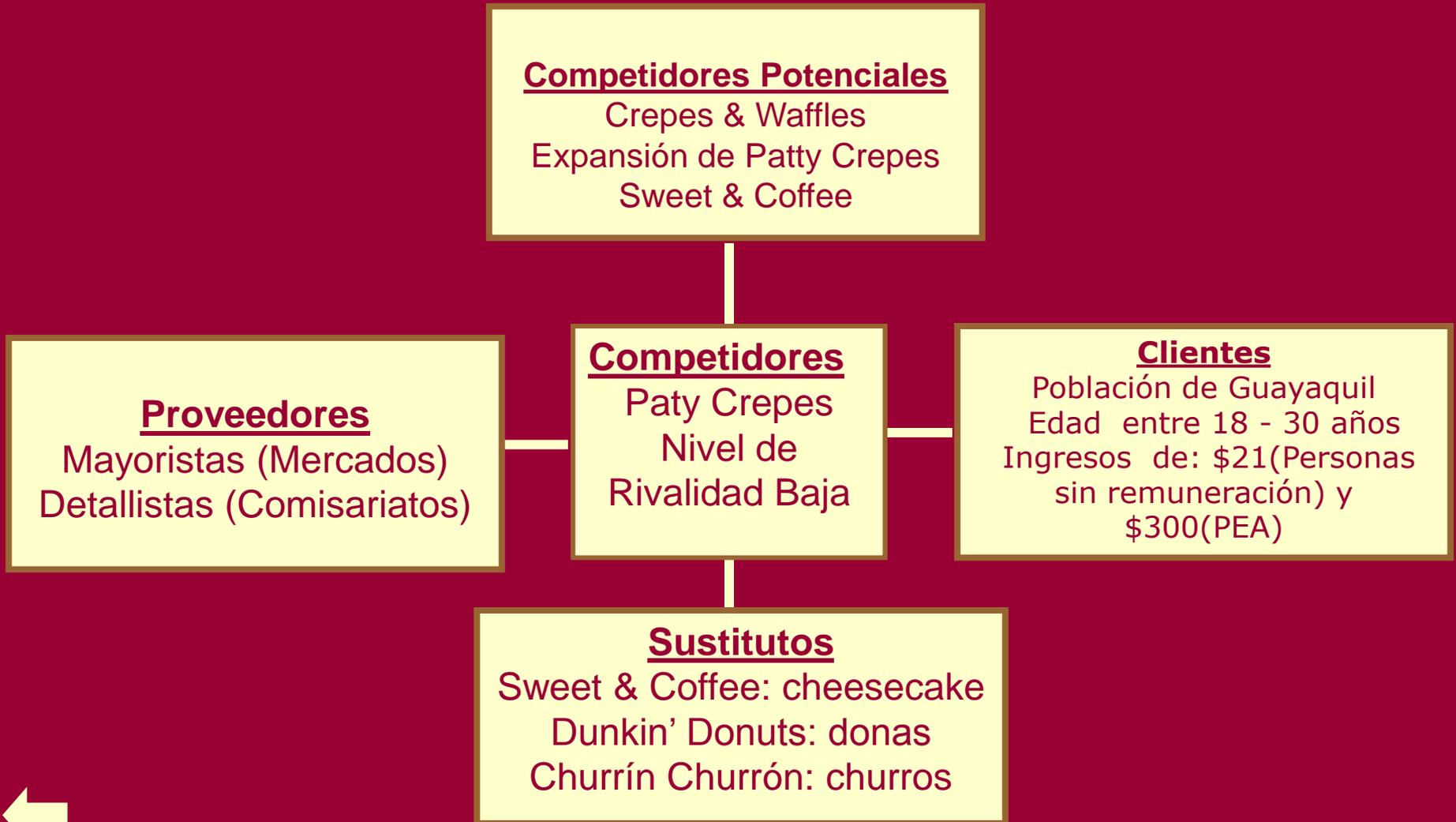
Amenazas

- Muchos productos sustitutos al waffle en el mercado.
- Que Crepes & Waffles u otra franquicia internacional de waffles abra un punto de venta en la ciudad de Guayaquil.
- El caso en que algún sector que produce un determinado insumo paralice sus actividades por problemas macroeconómicos.

Debilidades

- Poco nivel de experiencia por parte del recurso humano en cuanto a la producción y comercialización de waffles.
- El producto no está posicionado en el mercado guayaquileño.
- Recursos económicos limitados

Cinco Fuerzas de Porter



Estrategias de Marketing

 Producto

 Precio

 Promoción

 Plaza

Producto

Marca, Slogan



Beneficios

- Sabor
- Variedad
- Aroma
- Diversión
- Precio



Variedades de Producto

1. Banachochips Waffle
2. Fruticream Waffle
3. Waffle Pasión
4. Waffle Loco
5. Honey Waffle
6. Wafflito

1



2



3



4



5



6



Precio

	PRODUCTO	COSTO	MARGEN (100%)	P.V.P	MARGEN X PROD.	PRECIO DE VENTA FINAL
1	BANA - CHOCHIPS	0,74	\$ 0,74	\$ 1,48	101,57%	\$ 1,50
2	FRUTI CREAM WAFFLE	0,49	\$ 0,49	\$ 0,98	122,84%	\$ 1,20
3	WAFFLE PASSION	0,59	\$ 0,59	\$ 1,18	118,96%	\$ 1,40
4	WAFFLE LOCO	0,80	\$ 0,80	\$ 1,60	112,44%	\$ 1,80
5	HONEY WAFFLE	0,61	\$ 0,61	\$ 1,22	115,05%	\$ 1,40
6	WAFFLITO	0,72	\$ 0,72	\$ 1,44	104,18%	\$ 1,50

Promoción

Estrategia de Posicionamiento

Objetivo: Crear Expectativas



Etapa de Pre-Apertura

“Atrévete a tener una nueva experiencia, pronto te diremos donde”

“Atrévete a tener una nueva experiencia, pronto te diremos como”

Etapa Introducción

- Degustaciones.
- Entrega de llaveros, bolígrafos, stickers.
- Difusión por prensa escrita y radio.

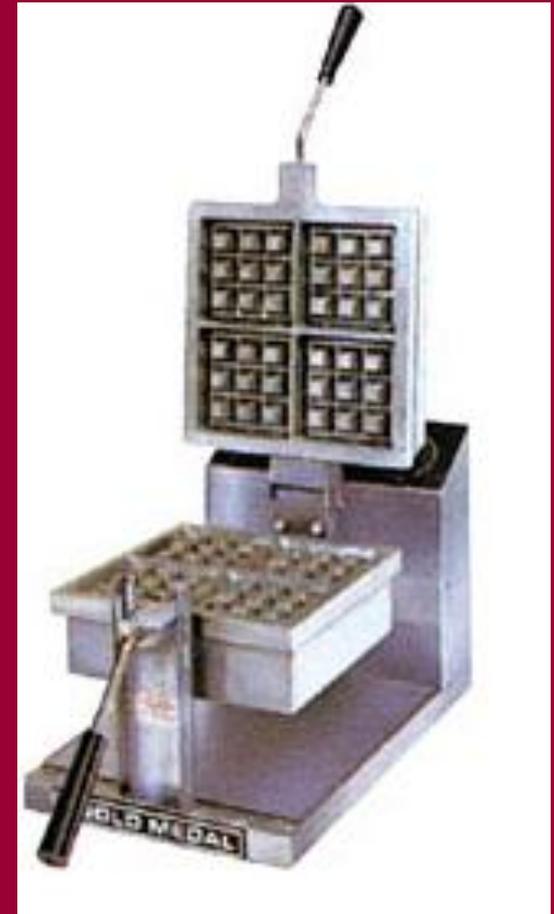
Etapa Puesta en Marcha

- Publicidad en radios.
- Intervención de Wafflito en eventos.

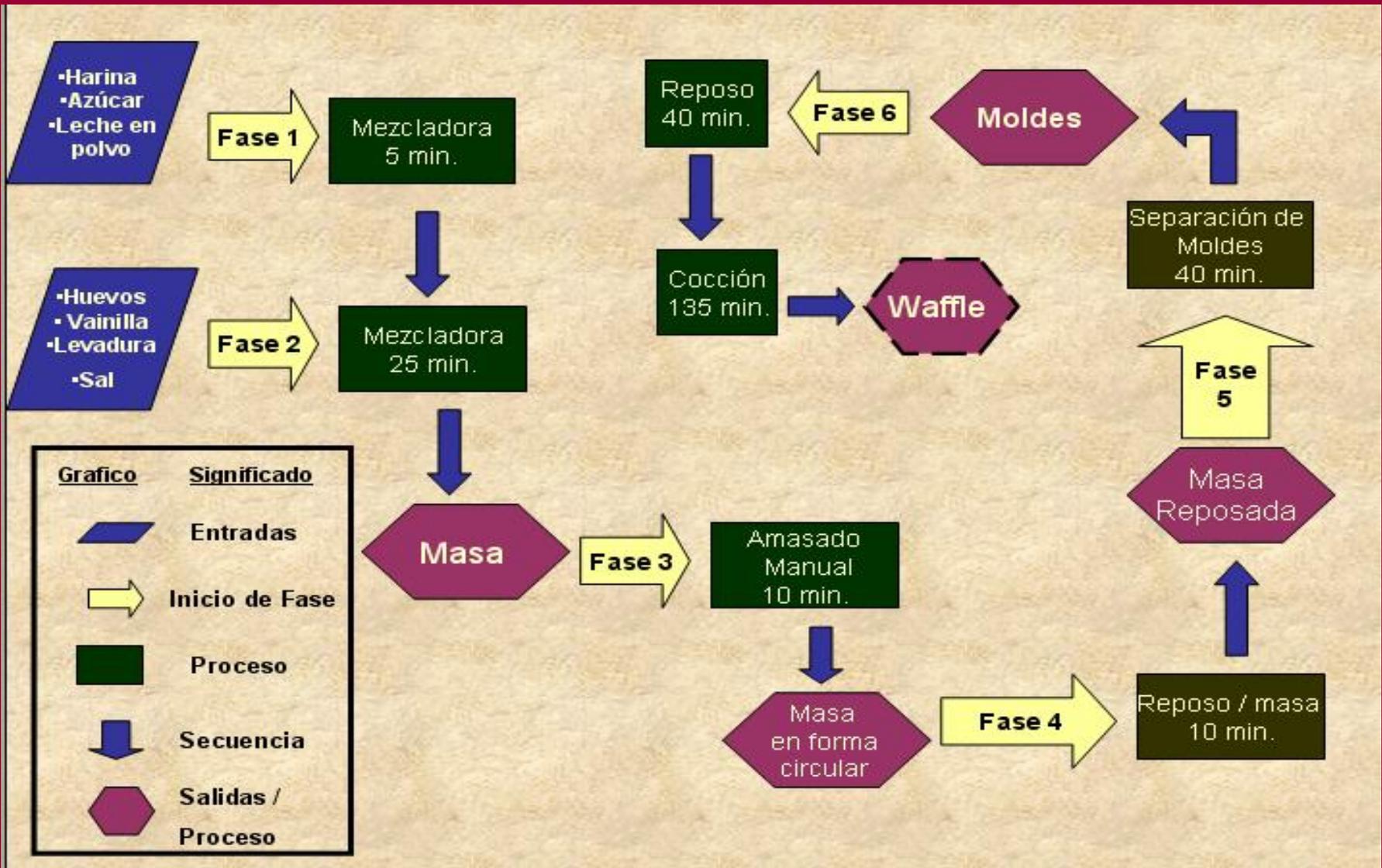
Plaza

La distribución de los waffles se realizará en el punto de venta del centro comercial San Marino.

Estudio Técnico



Flujo de Producción



TIEMPO ESTÁNDAR

Tiempo Estándar de Producción (90 waffles)	
Tarea	Tiempo Std.
Pesaje	20 min.
Mezclado y Amasado	30 min.
Amasado Manual	10 min.
Reposo de Masa	10 min.
Separación de Moldes	40 min.
Reposo de Masa	40 min.
Cocción	135 min.
Total	285min. (4horas, 45 min.)

Producción Real Utilizada

Producción Real (PR)

$$\text{PR} = \text{Capacidad Instalada} * \text{Productividad}$$

$$\text{PR} = 616 \text{ hrs.} * 24.05 \%$$

$$\text{PR} = 148,16 \text{ hrs.}$$

Producción Real en unidades (PRU)

$$\text{PRU} = \text{Capacidad Real} / \text{TIEMPO ESTÁNDAR}$$

$$\text{PRU} = 148.16 \text{ hrs} / 0.053 \text{ hrs.}$$

$$\text{PRU} = 2796$$

Calendario de Actividades

Área/ Actividades	Lun.	Mar.	Miérc.	Jue.	Vie.	Sáb.	Dom.
Cocina	libre	E 1	E 1	E 1	E 1	E 1	E 1
Caja	E 2	libre	E 2	E 2	E 2	E 2	E 2
Ser. Cliente	E 3	E 3	libre	E 3	E 3	E 3	E 3
Soporte	E 4	E 4	E 4	libre	E 4	E 4	E 4

Estructura de Costos

COSTO BANA - CHOCHIPS						
MATERIALES	Cantidad Base	UND.	COSTO	Cantidad por Waffle	Und.	Costo Total
WAFFLE BASICO			\$ 0,20			\$ 0,20
GUINEO	1	und.	\$ 0,03	1	und.	\$ 0,03
HELADO	1	bola	\$ 0,21	1	bola	\$ 0,21
CREMA DE CHOCOLATE	650	gr.	\$ 2,23	32,5	gr.(1 crd a.)	\$ 0,11
CHISPAS DE CHOCOLATE	250	gr.	\$ 1,57	12,5	gr.	\$ 0,08
COSTO TOTAL						0,63

DETERMINACION DEL TIEMPO ESTÁNDAR	
	TIEMPO
TIEMPO DE PRODUCCION	4,75
TIEMPO DE ARMADO	0,22
TOTAL EN HORAS	4,97

Estructura de Costos

DETERMINACION DEL COSTO DE LA M.O.			
Costo por hora	Tiempo de Producto Total	Tiempo de Producción Total por waffle	Costo M.O. por waffle.
0,99	4,97	0,055	0,09

M.O.I. (MANO DE OBRA INDIRECTA)	\$ 0,00
M.I.F.(MATERIALES INDIRECTOS DE FABRICACION)	\$ 123,32
G.I.F (GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACION)	\$ 21,19
CIF MENSUAL	\$ 144,51
CIF POR UNIDAD	<u>\$ 0,013</u>

ESTRUCTURA DE COSTOS POR PRODUCTO

BANA - CHOCHIPS	
MAT.DIRECTO	0,63
M.O.DIRECTA	0,09
C.I.F.	0,013
TOTAL	\$ 0,74

WAFFLE LOCO	
MAT.DIRECTO	0,70
M.O.DIRECTA	0,09
C.I.F.	0,013
TOTAL	0,80

FRUTI CREAM WAFFLE	
MAT.DIRECTO	0,38
M.O.DIRECTA	0,09
C.I.F.	0,013
TOTAL	\$ 0,49

HONEY WAFFLE	
MAT.DIRECTO	0,50
M.O.DIRECTA	0,09
C.I.F.	0,013
TOTAL	\$ 0,61

WAFFLE PASSION	
MAT.DIRECTO	0,48
M.O.DIRECTA	0,09
C.I.F.	0,013
TOTAL	\$ 0,59

WAFFLITO	
MAT.DIRECTO	0,62
M.O.DIRECTA	0,09
C.I.F.	0,013
TOTAL	\$ 0,72

Margen de Contribución por Producto

	PRODUCTO	COSTO	MARGEN (100%)	P.V.P	MARGEN X PROD.	PRECIO DE VENTA FINAL	MARGEN DE CONTRIBUCION
1	BANA - CHOCHIPS	0,74	\$ 0,74	\$ 1,48	101,57%	\$ 1,50	\$ 0,76
2	FRUTI CREAM WAFFLE	0,49	\$ 0,49	\$ 0,98	122,84%	\$ 1,20	\$ 0,71
3	WAFFLE PASSION	0,59	\$ 0,59	\$ 1,18	118,96%	\$ 1,40	\$ 0,81
4	WAFFLE LOCO	0,80	\$ 0,80	\$ 1,60	112,44%	\$ 1,80	\$ 1,00
5	HONEY WAFFLE	0,61	\$ 0,61	\$ 1,22	115,05%	\$ 1,40	\$ 0,79
6	WAFFLITO	0,72	\$ 0,72	\$ 1,44	104,18%	\$ 1,50	\$ 0,78

CAPM

$$(a)*(b) + (c) = 6.00\% \times 1,5 + 4,51\% = \mathbf{13.51\%}$$

CAPM= 4,6% + 1,091(14%)	
Rf =	0,046
Rm - Rf =	0,14
B =	1,091
CAPM =	19,34%



Riesgo país, el cual es de 6,00%.



La volatilidad relativa entre el mercado de acciones y el mercado de bonos en países emergentes: $\sigma_{ACC} / \sigma_{BON} = 1,5$



La prima por riesgo de mercado en un país desarrollado como los Estados Unidos: 4,51%.

Punto de Equilibrio Multiproducto

CF : Costo Fijo

$$CV : \sum_{i=1}^n C_i Q_i$$

Ci : Costo Variable del Artículo i

Qi : Cantidad del Artículo i

Pi : PVP..del Artículo i

$$I : \text{Ingreso por las Ventas} = \sum_{i=1}^n P_i Q_i$$

Función Objetivos:

$$CF + \sum_{i=1}^n C_i Q_i = \sum_{i=1}^n P_i Q_i$$

Sujeto a :

$$\frac{Q_i}{6} = 1/6$$

$$\sum_{i=1}^n Q_i$$

$$Q_i \geq 1$$

Inversión Inicial

INVERSION	\$ 33.230,89
Inversión Activo Fijo	\$ 13.633,00
Maquinarias	\$ 9.283,00
Balanza	\$ 30,00
Amasadora	\$ 330,00
4 Waffleras	\$ 3.670,00
Refrigeradora	\$ 313,00
Cocineta	\$ 40,00
Equipos	\$ 3.400,00
Sistema de A/C.	\$ 1.500,00
Computador	\$ 900,00
Caja Registradora	\$ 1.000,00
Mobiliarios	\$ 950,00
Letrero principal	\$ 500,00
Menú Borrado	\$ 250,00
2 Exhibidores 2 estantes	\$ 200,00
Enceres de Cocina	\$ 64,79
Capital de Operación	\$ 2.081,07
M.D.F. (Mat directos de Fabricación)	\$ 561,85
M.I.F. (Mat Indirectos Fabricacion)	\$ 123,32
Costos Adicionales (Bebidas)	\$ 1.395,90

Gastos Administrativos	\$ 17.516,82
Gastos Legales	\$ 1.400,00
Gastos de Permiso	\$ 400,00
Gastos de Constitución	\$ 1.000,00
Gastos de Oficinas y Alquiler	\$ 12.271,00
Alquiler y Alicuota	\$ 12.056,00
Oficinas y Decoraciones	\$ 215,00
Gastos de Entrenamiento	\$ 600,00
Curso de Entrenamiento	\$ 600,00
Gastos de Publicidad	\$ 3.245,82
Medios de Comunicación	\$ 2.690,82
Radio	\$ 320,00
Prensa escrita	
Revistas	\$ 501,76
Periódicos	\$ 799,06
Volantes	\$ 210,00
Degustaciones	\$ 400,00
Wafflito - Impulsadoras	\$ 300,00
Disfraz – Vestuarios	\$ 100,00
Difusión vía correo electrónico	\$ 60,00
Material POP	\$ 555,00
Llaveros	\$ 180,00
Stickers	\$ 75,00
Monederos	\$ 210,00
Bolígrafos	\$ 90,00
Globos wafflitos	\$ 8,00

Estado de Resultados Proyectado (Proceso Productivo)

ESTADO DE RESULTADOS DEL PROCESO PRODUCTIVO						
		1	2	3	4	5
1	INVENTARIO INICIAL	\$ 1.546,96	\$ 53,11	\$ 54,18	\$ 55,26	\$ 56,37
2	COMPRA DE MATERIALES DIRECTOS	\$ 16.432,35	\$ 16.760,99	\$ 17.096,21	\$ 17.438,14	\$ 17.786,90
3	COSTO DE MATERIALES DIRECTOS DISPONIBLES PARA USARSE (1+2)	\$ 17.979,31	\$ 16.814,11	\$ 17.150,39	\$ 17.493,40	\$ 17.843,27
4	INVENTARIO FINAL	\$ 53,11	\$ 54,18	\$ 55,26	\$ 56,37	\$ 57,49
5	COSTO DE MATERIALES DIRECTOS USADOS (3-4)	\$ 17.926,20	\$ 16.759,93	\$ 17.095,13	\$ 17.437,03	\$ 17.785,77
6	COSTO DE MAÑO DE OBRA DIRECTA	\$ 2.960,93	\$ 3.020,15	\$ 3.080,55	\$ 3.142,16	\$ 3.205,00
7	COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCION	\$ 1.734,12	\$ 1.768,80	\$ 1.804,17	\$ 1.840,26	\$ 1.877,06
8	DEPRECIACION	864,3	864,3	864,3	864,3	864,3
9	COSTO INDIRECTO DE PRODUCCION (7+8)	\$ 2.598,42	\$ 2.633,10	\$ 2.668,47	\$ 2.704,56	\$ 2.741,36
10	COSTO DE PRODUCCION INCURRIDOS DURANTE EL PERIODO (COSTO DE PRODUCTOS FABRICADOS) (5+6+9)	\$ 23.485,54	\$ 22.413,17	\$ 22.844,15	\$ 23.283,75	\$ 23.732,14

Estado de Resultados Proyectado

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO (ANUAL)

		1	2	3	4	5
1	VENTAS	\$ 71.334,00	\$ 72.760,68	\$ 74.215,89	\$ 75.700,21	\$ 77.214,22
2	COSTO DE PRODUCTOS FABRICADOS	\$ 23.485,54	\$ 22.413,17	\$ 22.844,15	\$ 23.283,75	\$ 23.732,14
3	MARGEN BRUTO (1 - 2)	\$ 47.848,46	\$ 50.347,51	\$ 51.371,74	\$ 52.416,46	\$ 53.482,08
4	SUELDO DE VENTA	\$ 9.560,43	\$ 9.751,64	\$ 9.946,67	\$ 10.145,60	\$ 10.348,51
5	GASTOS FIJOS	\$ 4.399,84	\$ 4.487,84	\$ 4.577,59	\$ 4.669,15	\$ 4.762,53
6	GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 17.516,82	\$ 17.867,16	\$ 18.224,50	\$ 18.588,99	\$ 18.960,77
7	GASTOS FINANCIEROS	\$ 1.993,85	\$ 1.680,00	\$ 1.328,49	\$ 943,79	\$ 493,85
8	DEPRECIACION	\$ 864,30	\$ 864,30	\$ 864,30	\$ 864,30	\$ 864,30
9	- AMORTIZACION GASTOS PUESTA EN MARCHA	\$ 3.503,36	\$ 3.503,36	\$ 3.503,36	\$ 3.503,36	\$ 3.503,36
10	Utilidad antes Participación (3-4-5-6-7-8-9)	\$ 10.009,86	\$ 12.193,21	\$ 12.926,83	\$ 13.710,27	\$ 14.548,75
11	15% IMP. TRABAJADORES	\$ 1.501,48	\$ 1.828,98	\$ 1.939,02	\$ 2.056,54	\$ 2.182,31

Estado de Resultados Proyectado

11	15% IMP. TRABAJADORES	\$ 1.501,48	\$ 1.828,98	\$ 1.939,02	\$ 2.056,54	\$ 2.182,31
12	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS (UAI)	\$ 8.508,38	\$ 10.364,23	\$ 10.987,81	\$ 11.653,73	\$ 12.366,44
13	25 % IMP. RENTA	\$ 2.127,09	\$ 3.048,30	\$ 3.231,71	\$ 3.427,57	\$ 3.637,19
14	UTILIDAD NETA (12 -13)	\$ 6.381,28	\$ 7.315,93	\$ 7.756,10	\$ 8.226,16	\$ 8.729,25
15	VALOR DE SALVAMENTO (10 AÑOS)					\$ 2.426,50
16	VALOR COMERCIAL (5 AÑOS)					\$ 363,00
17	UTILIDAD DEL EJERCICIO (14+15+16)	\$ 6.381,28	\$ 7.315,93	\$ 7.756,10	\$ 8.226,16	\$ 11.518,75
18	UTILIDAD INICIAL	-	\$ 6.381,28	\$ 13.697,21	\$ 21.453,31	\$ 29.679,47
19	UTILIDAD ACUMULADA	\$ 6.381,28	\$ 13.697,21	\$ 21.453,31	\$ 29.679,47	\$ 41.198,22

Flujo de Caja Proyectado

	0	1	2	3	4	5	
1	FLUJO DE INGRESOS OPERATIVOS		\$ 71.334,00	\$ 72.760,68	\$ 74.215,89	\$ 75.700,21	\$ 77.214,22
2	COSTOS DE FABRICACION		\$ 23.485,54	\$ 22.413,17	\$ 22.844,15	\$ 23.283,75	\$ 23.732,14
3	GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 17.516,82	\$ 17.867,16	\$ 18.224,50	\$ 18.588,99	\$ 18.960,77
4	COSTOS FIJOS		\$ 13.960,27	\$ 14.239,47	\$ 14.524,26	\$ 14.814,75	\$ 15.111,04
5	FLUJO DE EGRESOS OPERATIVOS		\$ 54.962,63	\$ 54.519,80	\$ 55.592,91	\$ 56.687,49	\$ 57.803,95
6	FLUJO OPERACIONAL (1-5)		\$ 16.371,37	\$ 18.240,88	\$ 18.622,98	\$ 19.012,73	\$ 19.410,27
7	GASTOS FINANCIEROS		\$ 1.993,85	\$ 1.680,00	\$ 1.328,49	\$ 934,79	\$ 493,85
8	DEPRECIACION		\$ 864,30	\$ 864,30	\$ 864,30	\$ 864,30	\$ 864,30
9	AMORTIZACION		\$ 3.503,36	\$ 3.503,36	\$ 3.503,36	\$ 3.503,36	\$ 3.503,36
10	FLUJO DE EGRESO FINANCIERO (7+8+9)		\$ 6.361,52	\$ 6.047,67	\$ 5.696,15	\$ 5.302,46	\$ 4.861,52
11	FLUJO DE CAJA ANTES DE IMPUESTOS		\$ 10.009,86	\$ 12.193,21	\$ 12.926,83	\$ 13.710,27	\$ 14.548,75
12	15 % TRABAJADORES		\$ 1.501,48	\$ 1.828,96	\$ 1.939,02	\$ 2.056,54	\$ 2.182,31
13	25 % <u>IMP.RENTA</u>		\$ 2.502,46	\$ 3.048,30	\$ 3.231,71	\$ 3.427,57	\$ 3.637,19
14	FLUJO DE CAJA DESPUES DE IMPUESTOS (11 - 12 - 13)		\$ 6.005,91	\$ 7.315,93	\$ 7.756,10	\$ 8.226,16	\$ 8.729,25

Flujo de Caja Proyectado

15	PRESTAMO	\$ 16.615,44					
16	INVERSION	\$ 33.230,89					
17	+ DEPRECIACION		\$ 864,30	\$ 864,30	\$ 864,30	\$ 864,30	\$ 864,30
18	+AMORTIZACION GASTOS PUESTA EN MARCHA		\$ 3.503,36	\$ 3.503,36	\$ 3.503,36	\$ 3.503,36	\$ 3.503,36
19	+AMORTIZACION GASTOS FINANCIEROS		\$ 2.615,43	\$ 2.929,28	\$ 3.280,80	\$ 3.674,49	\$ 4.115,43
	CAPITAL DE TRABAJO	\$ 4.511,50					\$ 4.511,50
20	VALOR DE SALVAMENTO (10 ANOS)						2426,50
21	VALOR COMERCIAL (5 ANOS)						363,00
22	FLUJO NETO DE EFECTIVO(9+10+11)	\$ -21.127,01	\$ 7.758,15	\$ 8.754,31	\$ 8.842,96	\$ 8.919,33	\$ 16.282,55
23	SALDO INICIAL DE CAJA		\$ -	\$ 7.758,15	\$ 16.512,45	\$ 25.355,42	\$ 34.274,75
24	SALDO FINAL DE CAJA		\$ 7.758,15	\$ 16.512,45	\$ 25.355,42	\$ 34.274,75	\$ 50.557,29

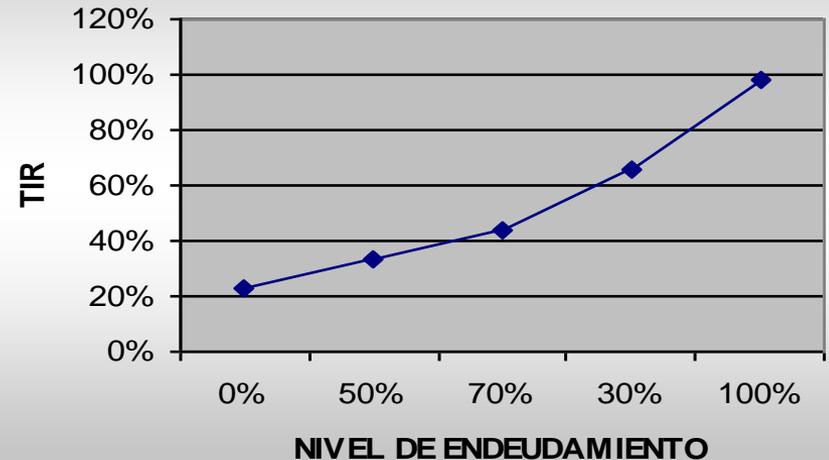
Análisis de Payback

PERIODO (AÑOS)	SALDO INVERSION	FLUJO DE CAJA	RENTABILIDAD EXIGIDA	RECUPERACION INVERSION
1	\$ 33.230,89	\$ 7.758,15	\$ 6.426,85	\$ 1.331,29
2	\$ 31.899,60	\$ 8.754,31	\$ 1.693,08	\$ 7.061,22
3	\$ 24.838,37	\$ 8.842,96	\$ 1.710,23	\$ 7.132,73
4	\$ 17.705,64	\$ 8.919,33	\$ 1.725,00	\$ 7.194,33
5	\$ 10.511,30	\$ 16.282,55	\$ 3.149,04	\$ 13.133,50
TOTAL DE RECUPERACIÓN				\$ 35.853,08

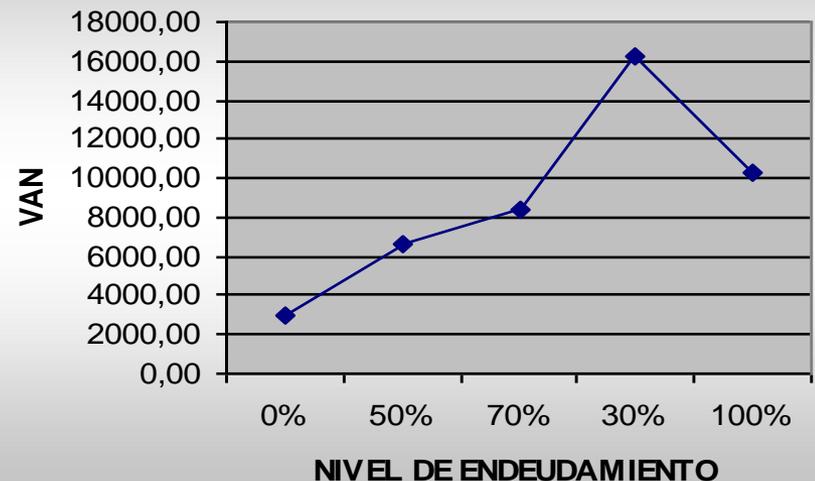
Análisis de Sensibilidad (Apalancamiento)

NIVEL DE ENDEUDAMIENTO	VAN	TIR
0%	\$ 2.933,64	23%
50%	\$ 6.576,03	33%
70%	\$ 8.362,90	44%
30%	\$ 16.257,35	66%
100%	\$ 10.218,43	98%

**ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL TIR
(APALANCAMIENTO FINANCIERO)**

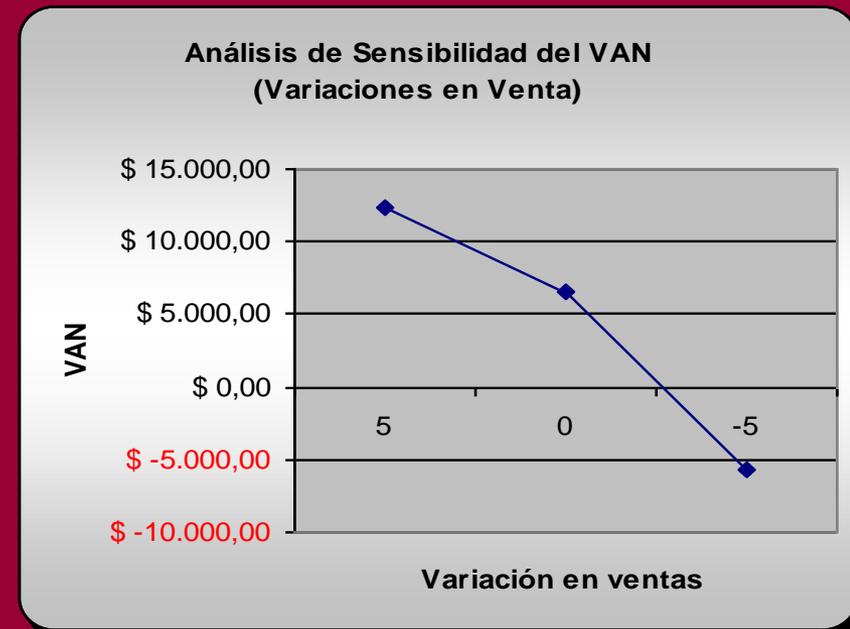
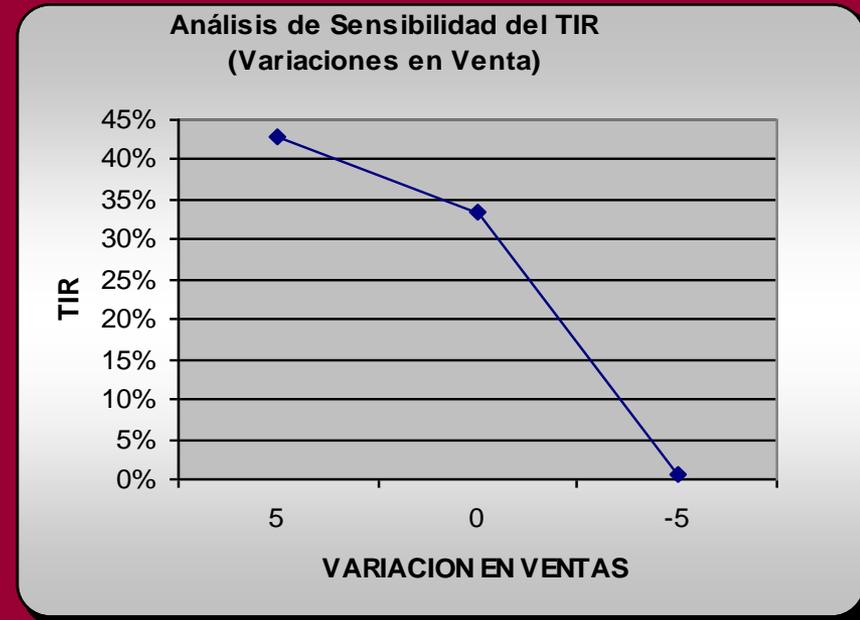


**ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL VAN
(APALANCAMIENTO FINANCIERO)**



Análisis de Sensibilidad (Ventas)

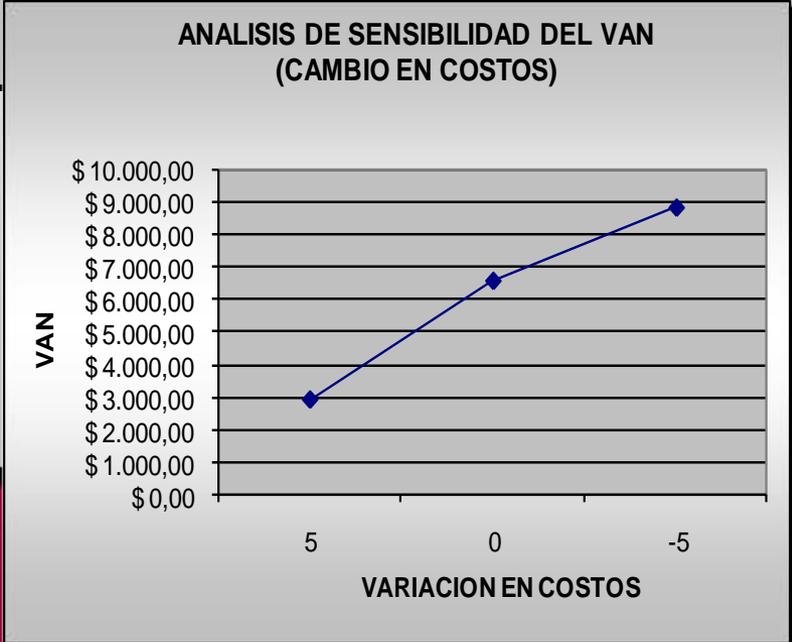
ANALISIS DE SENSIBILIDAD		
CAMBIO EN VENTAS		
	VAN	TIR
INCREMENTO DE 5%	\$ 12.318,43	43%
SITUACION ACTUAL	\$ 6.576,03	33%
DECRECIMIENTO DE 5%	\$ -5.670,49	1%



TIR

40%
35%
30%
25%
20%
15%
10%
5%
0%

5



Conclusiones y Recomendaciones

- La aceptación del waffle en el mercado guayaquileño es del 93%.
- El precio al cual se puede comercializar el waffle es en promedio de 1.47 USD.
- Incrementar el número de puntos de ventas, en su defecto patrocinar franquicias.
- Realizar promociones en base al producto con mayor aceptación.
- Tener presente la creación de nuevos productos.

Conclusiones y Recomendaciones

- El proyecto contempla soportar una demanda del 70% adicional.
- El proyecto económicamente es viable, ya que cuenta con un VAN de \$ 6.576,03, con una TIR de 33%.
- El proyecto es muy sensible ante un cambio las ventas.
- La tasa interna de retorno depende del nivel de riesgo que el inversionista quiera asumir.