

# UNIVERSIDAD AUTONOMA GABRIEL RENE MORENO

FACULTAD DE CONTADURIA PUBLICA

(CICLO COMUN)



## RINCON DEL POSTRE

	Nombre Completo	Nro. de Registro
Participantes:	Jhojayda Balvina Rojas Veizaga	224099744
	Dante Arebalo flores	218141793
	Juan David Arteaga Cespedes	224034251
	Reina Coro Portillo	224035029

**Materia:** METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION INV-150 "M"

**Docente:** Dra. Beatriz Suarez Seoane

**Semestre:** II – 2024

Santa Cruz, Estado Plurinacional de Bolivia

# Índice

1.	DIAGNOSTICO .....	6
1.1.	identificación de fortaleza, oportunidades, debilidades y amenazas.....	6
2.	MARCO METODOLOGICO.....	6
2.1.	Idea del proyecto.....	6
2.2.	Delimitación del proyecto.....	7
2.3.	Justificación.....	7
2.4.	OBJETIVOS.....	7
3.	MARCO TEORICO.....	8
3.1.	Marco referencial .....	8
3.1.1.	Panorama del mercado.....	8
3.1.2.	Potencialidad de menús.....	8
3.1.3.	Importancia de los microemprendimientos.....	9
3.1.3.1.	Características de unos microemprendimientos.....	9
3.2.	Marco Conceptual.....	11
3.2.1.	Inventario de materia prima.....	11
3.2.2.	Costo de producción.....	12
3.2.3.	Costo unitario.....	12
3.2.4.	Costo variable.....	12
3.2.4.1.	Características de los costos variables.....	13
3.2.4.2.	Tipos de costos variables.....	13
4.	DESARROLLO PRACTICO DEL PROYECTO.....	14
4.1.	Costos y presupuestos.....	14
4.1.1.	Materia prima.....	14
4.1.2.	Equipo de embalaje.....	14
4.1.3.	RECETAS.....	15
4.1.4.	VALOR POR RECETA.....	18
4.1.5.	DETERMINACION DE UTILIDAD.....	21
5.	BALANCE DE APERTURA.....	22
6.	PRODUCTOS Y RESULTADOS.....	23
6.1.	Productos.....	23
6.2.	Resultados.....	23
6.2.1.	Logros.....	23
6.2.2.	Dificultades.....	23
7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	23
7.1.	Conclusiones.....	23
7.2.	Recomendaciones.....	23

## **DEDICATORIA**

Queremos dedicar este proyecto principalmente a Dios que nos ha dado la vida y fortaleza para poder realizarlo, entrando en una etapa más de nuestras vidas guiándonos a pesar de los problemas, dificultades que hemos tenido al ser nuevos en la universidad.

Cada enseñanza que hemos recibido de nuestra licenciada se quedará con nosotros y serán de gran utilidad para la nueva etapa que enfrentemos, llevaremos siempre con nosotros los valores y enseñanzas que nos dio.

## **AGRADESIMIENTO**

El agradecimiento a este proyecto va dirigido primero a Dios ya que sin la bendición y su amor no lo hubiéramos podido realizar, también para nuestra Licenciada Beatriz Suarez Seoane, que gracias a sus conocimientos, valores y su gran paciencia que tuvo con nosotros pudimos realizar nuestro proyecto así mismo, a nuestros padres y a nuestras familias.

## **INTRODUCCION**

El presente proyecto fue elaborado para la implementación de un negocio de pay. En nuestro proyecto se realizará la cotización de la apertura del negocio en la cual se evaluarán los costos de los ingrediente y equipo de embalaje que necesitaremos, para llevar a cabo Nuestro objetivo, así mismo veremos Los costos de cada pay y la ganancia que se obtendrá del emprendimiento.

En nuestro proyecto, exploraremos el panorama del mercado y la potencialidad que tiene este emprendimiento. También se realizará un presupuesto detallado de los materiales de la materia prima y equipo de embalaje.

Este emprendimiento surge debido que en la universidad U.G.R.M. no se encuentran muchos lugares donde la gente pueda consumir este postre, que al estar por la zona de la universidad U.G.R.M. es considerada como una zona estratégica.

## 1. DIAGNOSTICO

### 1.1. identificación de fortaleza, oportunidades, debilidades y amenazas

#### ANALISIS FODA

FORTALEZA	APORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>• Receta Única</li><li>• Ingredientes Naturales</li><li>• Atención Personalizada</li><li>• Flexibilidad</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Creciente Interés por Productos Artesanales</li><li>• Redes Sociales</li><li>• Eventos y Catering</li></ul>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Limitada Capacidad de Producción</li><li>• Falta de Recursos Financieros</li><li>• Dependencia del Mercado Local</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Competencia</li><li>• Cambios en las Preferencias del Consumidor</li><li>• Condiciones Económicas</li></ul>

## 2. MARCO METODOLOGICO

### 2.1. Idea del proyecto

"Rincón del Postre" será un emprendimiento que ofrecerá deliciosos pies, donde se brindará una experiencia única de sabores a los clientes mediante la combinación de ingredientes frescos y un servicio excepcional. En el área contable, están trabajando en la realización del balance inicial para determinar cuánto capital se necesita para iniciar el negocio de pays, además de elaborar los presupuestos para conocer el costo de cada uno.

## **2.2. Delimitación del proyecto**

El proyecto se delimitará dentro de la universidad donde se realizará el análisis de los costos de producción, los activos que se necesita, como el capital necesario para incursionar en la inversión necesaria.

## **2.3. Justificación**

El pie es un postre versátil con una rica tradición que se adapta a diversos gustos y preferencias. A través de este emprendimiento buscamos ofrecer una experiencia agradable con el cliente, con productos elaborados con un rico sabor siendo de agrado para todos.

Ofreciendo estos postres en un tamaño personal donde será un producto mas accesible en cuanto a tamaño y precio, sino también a un mercado que busca probar estos sabores sin adquirirlo a un precio alto. Esto es ideal para personas que desean disfrutar de un postre sin exceso, parejas que buscan una opción para compartir o incluso para ocasiones especiales en las que se prefieran distintos sabores en pequeñas porciones.

## **2.4. OBJETIVOS**

### **a) Objetivo general**

Determinar los costos totales de producción y ventas de pay, para la apertura de un negocio.

### **b) Objetivos principales**

- Realizar un estudio de mercado sobre su producción
- Ofrecer una variedad de pie acorde a la calidad
- Implementar estrategias de marketing para obtener ventas

## **3. MARCO TEORICO**

### **3.1. Marco referencial:**

#### **3.1.1. Panorama del mercado. –**

El mercado del pay ha experimentado un crecimiento constante en los últimos años, impulsado por la demanda de opciones personalizadas que se adaptan a los

gustos y necesidades de los consumidores. En este contexto, "Rincón del Postre" ha respondido a esta tendencia

Los consumidores buscan constantemente nuevas experiencias gastronómicas y sabores únicos, lo que mantiene el mercado del pay sólido y prometedor. Sin embargo, es fundamental que "Rincón del Postre" considere las preferencias y tendencias del mercado al iniciar su negocio. Realizar un estudio de mercado y definir su público objetivo será clave para el éxito del emprendimiento, permitiéndole satisfacer la demanda actual y anticiparse a futuras tendencias en el mercado.

### **3.1.2. Potencialidad de menús**

El pay es un producto versátil al que se le pueden agregar casi cualquier tipo de ingrediente, lo que lo convierte en un postre ideal para experimentar en la creación de nuevas recetas. Su capacidad de adaptarse a los gustos de cada comensal ha permitido que el pay se integre en las gastronomías de todos los países donde se presente.

Este plato horneado se elabora introduciendo una pasta en un recipiente y llenándolo con una mezcla de ingredientes dulces o salados. Existen diferentes estilos de pay: el pay relleno, que tiene una base pastelera que cubre el recipiente y deja el relleno expuesto, y el pastel de corteza superior, donde el relleno se coloca en el fondo del plato y se cubre antes de hornear. Esta versatilidad y adaptabilidad hacen del pay una opción popular en los comensales.

En los pay Podemos encontrar diferentes sabores como ser:

- Pay de limon
- Pay de manzana
- Pay de maracuya

### 3.1.3. Importancia de las microempresarios

Los microempresarios son una parte esencial de la economía mundial. Se los llama de diferentes maneras: microempresas, negocios pequeños o emprendimientos de escala reducida.

Un microempresario se refiere a un tipo de empresa o actividad empresarial que es pequeña en escala y en operaciones. Estas empresas suelen ser gestionadas por una o pocas personas y, generalmente, tienen un alcance limitado en términos de empleados, ingresos, como también alcance geográfico.

A pesar de su tamaño reducido, los microempresarios son fundamentales para la economía de todos los países, ya que representan el 50% del Producto Bruto Interno a nivel mundial, y contribuyen significativamente a la generación de empleo y al crecimiento económico.

#### 3.1.3.1. Características de una microempresarios

- **Tamaño reducido:** los microempresarios son pequeños en tamaño y alcance. Generalmente, cuentan con un número limitado de empleados, y los propietarios suelen realizar la mayor parte del trabajo, involucrándose en diversas áreas del negocio. Esta cercanía con las operaciones les permite adaptarse rápidamente a las necesidades del mercado y ofrecer un servicio más personalizado a sus clientes.
- **Inversión inicial baja:** Los microempresarios tienden a requerir una inversión inicial relativamente baja en comparación con las empresas más grandes. Esto los hace accesibles para emprendedores con pocos recursos.
- **Flexibilidad:** Los microempresarios suelen ser flexibles en términos de operaciones y estrategia. Esto permite a los propietarios adaptarse rápidamente a las cambiantes condiciones del mercado y las necesidades de los clientes.

- **Enfoque local:** Muchos microemprendimientos tienen un enfoque local y sirven a comunidades específicas. Así, logran construir relaciones cercanas con los clientes y mantener una base de clientes leales.
- **Diversidad de sectores:** Los microemprendimientos pueden encontrarse en una amplia variedad de sectores, desde la gastronomía y la artesanía hasta los servicios profesionales y la tecnología. Esta diversidad refleja la creatividad y la adaptabilidad de los emprendedores.
- **Ventajas de empezar un microemprendimiento:** Es importante señalar que, si bien los microemprendimientos ofrecen muchas ventajas, también presentan desafíos y responsabilidades. Su éxito depende en gran medida de la dedicación del emprendedor, sus habilidades empresariales y la demanda del producto o servicio en el mercado local. Sin embargo, para muchos, las ventajas de tener un microemprendimiento superan los desafíos.
- **Independencia y autonomía:** Como propietario de un microemprendimiento, tenés el control total sobre tu negocio. Podés tomar decisiones importantes sobre la dirección, las estrategias y las operaciones de tu empresa sin depender de un jefe o superior.
- **Flexibilidad:** Los microemprendimientos suelen ser flexibles en términos de horarios y ubicación de trabajo. Esto te permite adaptar tu negocio a tus necesidades personales y familiares, lo que puede mejorar tu calidad de vida. También si empezás a Tomar personal sus horarios pueden ser flexibles.
- **Menor inversión inicial:** los microemprendimientos requieren una inversión mucho menor en comparación con las empresas más grandes. Esto hace que sea más accesible para personas con recursos financieros limitados.
- **Menor riesgo financiero:** Como la inversión inicial es baja y las operaciones son más pequeñas, los microemprendimientos tienden a tener menos riesgo financiero en comparación con las empresas de mayor escala. Esto significa que, en caso de dificultades financieras, es más fácil de manejar y recuperarse.
- **Aprendizaje continuo:** Gestionar un microemprendimiento implica una variedad de tareas y responsabilidades, desde la administración hasta el

marketing. Esto te brinda la oportunidad de aprender constantemente y adquirir una amplia gama de habilidades comerciales.

- **Potencial de crecimiento:** Aunque comienzas pequeño, un microemprendimiento exitoso tiene el potencial de crecer con el tiempo. Puedes expandir tus operaciones, aumentar tus ingresos y contratar empleados adicionales si así lo deseas.
- **Contribución a la economía local:** Los microemprendimientos contribuyen al generar empleo y fomentar el comercio en la comunidad. Esto puede tener un impacto positivo en tu barrio o pueblo.
- **Posibilidad de innovación:** Como propietario de un microemprendimiento, tenés la libertad de experimentar y probar nuevas ideas y enfoques sin la burocracia y la rigidez en la que muchas veces se encuentran en empresas Más grandes.

## **3.2. Marco Conceptual**

### **3.2.1. Inventario de materia prima**

Son los materiales o insumos esenciales que pasan por un riguroso proceso de mano factura, producción o construcción para ser convertidos en un producto en proceso o determinado.

Llevar un minucioso inventario de materias primas permitirá un registro y abastecimiento, llevando un control en tiempo real de estos inventarios.

### **3.2.2. Costo de producción**

Los costos de producción (también llamados costos de operación) son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento. En una compañía estándar, la diferencia entre el ingreso (por ventas y otras entradas) y el costo de producción indica el beneficio bruto.

### **3.2.3. Costo unitario**

El costo unitario es el monto que invierte una empresa para construir o realizar una unidad de un producto en particular. Esta medida es de carácter contable y debe incluir todos los costos fijos y variables que se asocian con la producción de cualquier bien o servicio.

El costo unitario es el gasto que debe realizar una empresa por producir, almacenar, mercadear y vender la unidad de un producto individual. Este concepto es un sinónimo de los términos costo de venta y mercancía vendida.

### **3.2.4. Costo variable**

Los costos variables son aquellos costos que pueden variar dependiendo de la cantidad de bienes o servicios que una empresa produce. Esto significa que, cuanto mayor sea el volumen de producción, mayor será el valor de los costos variables.

Los costos variables se modifican según la cantidad de unidades producidas. Un ejemplo básico podría ser este: a mayor número de pedidos, mayor cantidad de empaques para envolverlos. Algunos de estos gastos variables, son:

- Materia prima
- Mano de obra.
- Hacking (envase, empaque y embalaje).
- Transporte.
- Comisiones sobre ventas.
- Servicios que intervienen en la producción (como energía eléctrica, agua)

#### **3.2.4.1. Características de los costos variables**

- Aumentan o disminuyen conforme a la escala de producción.
- No son comparables entre industrias diferentes. A saber, no es lo mismo un fabricante de ropa que un fabricante de tornillos. La fuerza laboral, el proceso de

producción, la maquinaria y otros elementos son distintos y, por ende, también lo son los tipos de gastos variables.

- También, los costes variables se modifican según las ventas de un negocio. Por ejemplo, si un negocio minorista vende más durante una época, sus gastos de envíos y embalajes también aumentarán en proporción, ocasionando que los gastos variables en total sean mayores que en épocas de menor demanda
- Se contraponen a los costos fijos, que no varían según la actividad productiva o ventas generadas por la empresa.

#### **3.2.4.2. Tipos de costos variables**

- **Costo variable proporcional**

Este tipo de costo variable está estrictamente relacionado con la actividad de la empresa y varía según el volumen de producción.

- **Costo variable progresivo**

Aumenta según lo producido; por ejemplo, cuantas más horas se lleve un producto en estar listo, más se les pagará a los empleados por ese tiempo.

- **Costo variable regresivo**

Son costos que dependen del nivel de producción, se mantienen proporcionales, por ejemplo: a más demanda, menor costo. Identificar los tipos de costos variables ayuda a visualizar claramente si los resultados obtenidos son suficientes o es tiempo de proponer nuevos rumbos o estrategias en tu empresa. Para el cálculo de los costos variables es indispensable tener en cuenta que existen costos variables totales y costos variables unitarios.

#### 4. DESARROLLO PRACTICO DEL PROYECTO

##### 4.1. Costos y presupuestos

##### 4.1.1. Materia prima

<b>PRODUCTO</b>	<b>VALOR POR UNIDAD</b>	<b>UNIDADES ADQ.</b>	<b>TOTAL ADQUIRIDO</b>
manteca	14 bs	2 kl	28 bs
azúcar impalpable	10 bs	1 kl	10 bs
sal	2,5 bs	2 kl	5 bs
huevos	28 bs	1 maple	28 bs
harina	7 bs	3 kl	21 bs
esencia de vainilla	3 bs	5 unidades	15 bs
azúcar	6 bs	3 kl	16 bs
limón	0.2 bs	25 unidades	5 bs
manzana	1.67 bs	10 unidades	16.70 bs
maracuyá	0.40 bs	25 unidades	10 bs
cremor tártaro	10 bs	5 bolsitas	50 bs
almidón de maíz	5 bs	3 cajitas	15 bs
<b>TOTALES</b>			<b>219.70 bs</b>

##### 4.1.2. Equipo de embalaje

<b>PRODUCTO</b>	<b>VALOR POR UNIDAD</b>	<b>UNIDADES ADQ.</b>	<b>TOTAL, ADQUIRIDO</b>
Servilletas	10 bs	1 unidades	10 bs
Cucharas desechables	8 bs	1 paquete	8 bs
Envase	1 bs	50 unidades	50 bs
Moldes de pay	10 bs	12 unidades	120 bs
Impresiones de logo	0.13 bs	50 unidades	6.50 bs
<b>TOTALES</b>			<b>194.50 bs</b>

### 4.1.3. RECETAS

- **Receta de pay de limón**

Cada receta de pay esta proporcionada para salir 4 pay por cada receta individualmente

<b>INGREDIENTES</b>	
<b>MASA SABLEE</b>	
manteca	75 g.
azúcar impalpable	50 g.
sal	1 pizca.
yema de huevo	1 u.
esencia de vainilla	1 cdta.
Harina	125 g.
<b>RELLENO DE CREMA DE LIMO</b>	
azúcar	50 g.
manteca	25 g.
yema de huevo	2 u.
jugo de limón	50 cc.
agua	50 cc.
Almidon de maíz	15 g.
ralladura de Limón	C/n
<b>CUBIERTA DE MERENGUE ITALIANO</b>	
azúcar	140 g.
agua	35 cc.
claras de huevo	70 g.
jugo de limon	1 cdta
cremor tartaro	20 g.

- **Receta de pay de maracuyá**

Cada receta de pay esta proporcionada para salir 4 pay por cada receta individualmente

<b>INGREDIENTES</b>	
<b>MASA SABLEE</b>	
manteca	75 g .
azúcar impalpable	50 g.
sal	1 pizca
yema de huevo	1 u.
esencia de vainilla	1 cdta.
Harina	125 g.
<b>RELLENO DE CREMA DE MARACUYA</b>	
azúcar	50 g.
manteca	25 g.
claras de huevo	2 u.
jugo de maracuyá	50 cc.
Agua	50 cc.
Almidón de maíz	15 g.
<b>CUBIERTA DE MERENGUE ITALIANO</b>	
azúcar	135 g.
agua	35 cc.
claras de huevo	70 g.
jugo de maracuyá	1 cdta.
cremor tártaro	20 g.

- **Receta de pay de manzana**

Cada receta de pay esta proporcionada para salir 4 pay por cada receta individualmente.

<b>INGREDIENTES</b>	
<b>MASA SABLEE</b>	
manteca	75 g.
azúcar impalpable	50 g.
sal	1 pizca
yema de huevo	1 u.
esencia de vainilla	1 cda
Harina	125 g.
<b>RELLENO DE CREMA DE MANZANA</b>	
azúcar	50 g.
manteca	25 g.
yema de huevo	2 u.
jugo de manzana	50 cc.
Agua	50 cc.
ralladura de manzana	c/n
Almidón de maíz	15 g .
<b>CUBIERTA DE MERENGUE ITALIANO</b>	
azúcar	135 g.
agua	35 cc.
claras de huevo	70 g.
jugo de manzana	1 cda
cremor tartaro	20 g.

#### 4.1.4. VALOR POR RECETA

- **Receta de pay de Limón**

Cada receta de pay esta proporcionada para salir 4 pay por cada receta individualmente.

<b>INGREDIENTES</b>		
<b>MASA SABLEE</b>	<b>PORCIONES</b>	<b>COSTOS DE PORCIONES</b>
manteca	75 g.	<b>1,50 bs</b>
azucar impalpable	50 g.	<b>0.50 bs</b>
sal	1 pizca.	<b>0.02 bs</b>
yema de huevo	1 u.	<b>0.90 bs</b>
Esencia de vainilla	1 cdta.	<b>0.20 bs</b>
Harina	125 g.	<b>0.88 bs</b>
<b>RELLENO DE CREMA DE LIMO</b>	<b>PORCIONES</b>	<b>COSTOS DE PORCIONES</b>
azúcar	50 g.	<b>0.50 bs</b>
manteca	25 g.	<b>0.35 bs</b>
yema de huevo	2 u.	<b>1.80 bs</b>
jugo de limón	50 cc.	<b>1 bs</b>
Almidón de maíz	15 g.	<b>0.50 bs</b>
agua	50 cc.	<b>0 bs</b>
ralladura de limón	C/n	<b>0 bs</b>
<b>CUBIERTA DE MERENGUE ITALIANO</b>	<b>PORCIONES</b>	<b>COSTOS DE PORCIONES</b>
azucar	140 g	0.90 bs
agua	35 cc.	0 bs
claras de huevo	70 g.	0.90 bs
jugo de limon	1 cdta	1 bs
cremor tartaro	20 g.	1.50 bs
<b>EQUIPO DE ENBALAJE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO</b>
<b>Envase</b>	4 U.	4 bs
<b>Servilleta</b>	4 u.	0.08 bs
<b>Cuchara</b>	4 u.	0.64 bs
<b>Impresiones de logo</b>	4 u.	0.50 bs
<b>TOTALES</b>		<b>16.77 bs</b>

- **Receta de pay de maracuyá**

Cada receta de pay esta proporcionada para salir 4 pay por cada receta individualmente.

<b>INGREDIENTES</b>		
<b>MASA SABLEE</b>	<b>PORCIONES</b>	<b>COSTOS DE PORCIONES</b>
manteca	75 g.	1,50 bs
azúcar impalpable	50 g.	<b>0.50 bs</b>
sal	1 pizca	<b>0.02 bs</b>
yema de huevo	1 u.	<b>0.90 bs</b>
Esencia de vainilla	1 cdta.	<b>0.20 bs</b>
Harina	125 g.	<b>0.88 bs</b>
<b>RELLENO DE CREMA DE LIMO</b>	<b>PORCIONES</b>	<b>COSTOS DE PORCIONES</b>
azúcar	50 g.	<b>0.50 bs</b>
manteca	25 g.	<b>0.35 bs</b>
yema de huevo	2 u.	<b>1.80 bs</b>
jugo de maracuyá	50 CC.	1 bs
Agua	50 CC.	0 bs
Almidón de maíz	15 g.	<b>0.50 bs</b>
<b>CUBIERTA DE MERENGUE ITALIANO</b>	<b>PORCIONES</b>	<b>COSTOS DE PORCIONES</b>
azúcar	140 g.	0.90 bs
agua	35 cc.	0 bs
claras de huevo	70 g.	0.90 bs
jugo de maracuyá	1 cdta.	1 bs
cremor tártaro	20 g.	1.50 bs
<b>EQUIPO DE ENBALAJE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO</b>
<b>Envase</b>	4 U.	4 bs
<b>Servilleta</b>	4 u.	0.08 bs
<b>Cuchara</b>	4 u.	0.64 bs
<b>Impresiones de logo</b>	4 u.	0.50 bs
<b>TOTALES</b>		<b>16.77 bs</b>

- **Receta de pay de manzana**

Cada receta de pay esta proporcionada para salir 4 pay por cada receta individualmente.

<b>INGREDIENTES</b>		
<b>MASA SABLEE</b>	<b>PORCIONES</b>	<b>COSTOS DE PORCIONES</b>
manteca	75 g.	1,50 bs
azúcar impalpable	50 g.	<b>0.50 bs</b>
sal	1 pizca	<b>0.02 bs</b>
yema de huevo	1 u.	<b>0.90 bs</b>
esencia de vainilla	1 cdta.	<b>0.20 bs</b>
Harina	125 g,	<b>0.88 bs</b>
<b>RELLENO DE CREMA DE LIMO</b>	<b>PORCIONES</b>	<b>COSTOS DE PORCIONES</b>
azúcar	50 g.	<b>0.50 bs</b>
manteca	25 g.	<b>0.35 bs</b>
yema de huevo	2 u.	<b>1.80 bs</b>
jugo de manzana	50 cc.	1.67 bs
Agua	50 cc.	0 bs
ralladura de manzana	c/n	0 bs
Almidón de maíz	15 g.	<b>0.50 bs</b>
<b>CUBIERTA DEMERENGUE ITALIANO</b>	<b>PORCIONES</b>	<b>COSTOS DE PORCIONES</b>
azúcar	140 g.	0.90 bs
agua	35 CC.	0 bs
claras de huevo	70 g.	0.90 bs
jugo de manzana	1 cdta.	1.67 bs
cremor tártaro	20 g.	1.50 bs
<b>EQUIPO DE ENBALAJE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO</b>
<b>Envase</b>	4 U.	4 bs
<b>Servilleta</b>	4 u.	0.08 bs
<b>Cuchara</b>	4 u.	0.64 bs
<b>Impresiones de logo</b>	4 u.	0.50 bs
<b>TOTALES</b>		<b>17.44 bs</b>

#### 4.1.5. DETERMINACION DE UTILIDAD

Cada receta de pay esta proporcionada para salir 4 pay por cada receta individualmente.

- Pay de Limón

COSTO TOTAL DE PRODUCCION	UTILIDAD 43%	PRECIO DE VENTA
4.19 bs	1.81 bs	6 bs

- Pay de maracuyá

COSTO TOTAL DE PRODUCCION	UTILIDAD 43%	PRECIO DE VENTA
4.19 bs	1.81 bs	6 bs

- Pay de manzana

COSTO TOTAL DE PRODUCCION	UTILIDAD 40%	PRECIO DE VENTA
4.36 bs	1.64 BS	6 BS

## 5. BALANCE DE APERTURA

BALANCE DE APERTURA					
RINCON DEL POSTRE					
(Expresado en bolivianos)					
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>				<b>PASIVO CORRIENTE</b>	0,00
<b>ACTIVO DISPONIBLE</b>			414,20	<b>CUENTAS POR PAGAR</b>	
<b>CAJA MONEDA NACIONAL</b>	0,00			<b>CUENTAS POR PAGAR PROVEEDORES</b>	
				Cuentas por pagar	0,00
<b>ACTIVO REALIZABLE</b>	0,00	414,20			
<b>INVENTARIO DE INSUMOS</b>				<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	0,00
manteca	28,00				
azúcar impalpable	10,00				
sal	5,00			<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	
huevos	28,00			<b>PRESTAMO A LARGO PLAZO</b>	0,00
harina	21,00			<b>PRESTAMOS BANCARIOS</b>	0,00
esencia de vainilla	15,00			Prestamos banco Sol	0,00
azúcar	16,00				
limón	5,00				
manzana	16,70			<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>	0,00
maracuyá	10,00			<b>TOTAL PASIVOS</b>	
cremor tártaro	50,00				
almidón de maíz	15,00			<b>PATRIMONIO</b>	414,20
Servilletas	10,00			<b>CAPITAL/RESERVAS</b>	
Cucharas desechables	8,00			<b>CAPITAL</b>	
Envase	50,00			Capital social	414,20
Moldes de pay	120,00				
Impresiones de logo	6.50				
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>			0,00		
<b>BIENES DE USO</b>		0,00			
<b>MUEBLE Y ENSERES</b>		0,00			
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>					
<b>TOTAL ACTIVO</b>			414,20	<b>TOTAL PASIVO Y PATRONIO</b>	414,20

## **6. PRODUCTOS Y RESULTADOS:**

### **6.1. Productos**

- Cuadros de determinación de costo y presupuesto
- Balance inicial

### **6.2. Resultados**

#### **6.2.1. Logros**

Lograr un mejor entendimiento de los costos y beneficios de los pays. Logramos un breve conocimiento acerca de cómo es el mercado para la apertura de un microemprendimiento de pay.

#### **6.2.2. Dificultades**

Tuvimos dificultad mayormente con la búsqueda o averiguar los precios de los productos ya sea para la elaboración de los pays y también en ver cómo se maneja el mercado de la elaboración y venta de pays, a veces también con escoger una buena hora y día en la que podamos reunirnos ya que a veces alguno no podía, y nos faltó un poco de organización para terminar en menor tiempo el proyecto.

## **7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:**

### **7.1. Conclusiones**

Tras un análisis exhaustivo se concluye que los pays posee una base sólida para operar en el mercado local con una demanda establecida y un enfoque diferenciador también se identifica un potencial claro para expandir el producto a nuevas ubicaciones.

### **7.2. Recomendaciones**

El mercado de pays es un mercado muy interesante de conocer de cómo es la elaboración, los materiales todo esto se debe investigar para tener una base para empezar en el negocio.

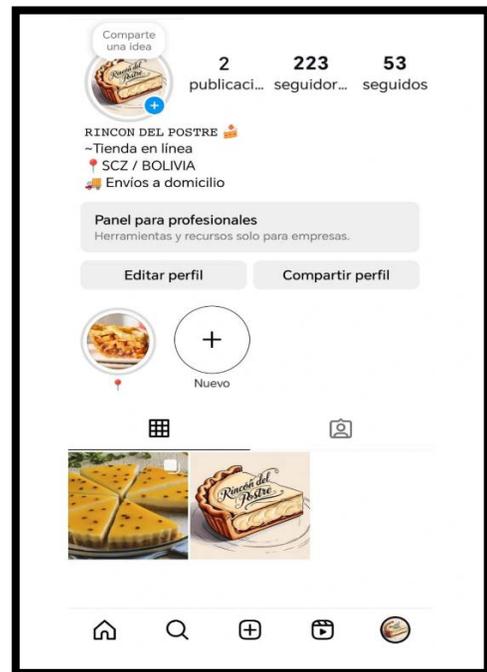
## BIBLIOGRAFIA

- La buena alimentación como motor del rendimiento académico. (2024, febrero 16). Fundación Beca - . <https://fundacionbeca.net/la-buena-alimentacion-como-motor-del-rendimiento-academico/>
- Velázquez, A. (2018, septiembre 30). Importancia del marketing digital para las empresas. QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-el-marketing-digital/>
- Velázquez, A. (2018, septiembre 30). Importancia del marketing digital para las empresas. QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-el-marketing-digital/>
- (S/f). Com.mx. Recuperado el 8 de noviembre de 2024, de <https://bind.com.mx/blog/control-de-inventarios/que-son-los-inventarios-de-materias-primas-y-productos-terminados#>
- Torres, D. (2024, abril 25). Qué son los costos variables, cómo calcularlos y ejemplos. Hubspot.es. <https://blog.hubspot.es/sales/costos-variables>
- ¿Qué es un balance de apertura? (s/f). Anfix.com. Recuperado el 8 de noviembre de 2024, de <https://www.anfix.com/diccionario/balance-de-apertura>

## ANEXOS



LOGO DEL EMPRENDIMIENTO



CUENTA DE INSTAGRAM



CUENTA DE FACEBOOK



CUENTA DE TIK TOK