UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA PANIFICADORA, EN LA PARROQUIA PUNZARA, PROVINCIA DE LOJA".

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

AUTOR: Cristhian Augusto Estrella Campoverde

DIRECTOR: Ing. Com. Oscar Aníbal Gómez Cabrera. MAE.

LOJA - ECUADOR

2017

CERTIFICACIÓN

Ing. Com. Oscar Aníbal Gómez Cabrera MAE, DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMRESAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA EN CALIDAD DE DIRECTOR DE TESIS;

CERTIFICA:

Haber realizado la dirección del trabajo de investigación de tesis denominada **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA PANIFICADORA, EN LA PARROQUIA PUNZARA, PROVINCIA DE LOJA"** realizado por el estudiante CRISTHIAN AUGUSTO ESTRELLA CAMPOVERDE, el mismo que cumple con los requerimientos técnicos y académicos para su presentación y sustentación.

Para efectos de la obtención del grado de Ingeniero Comercial, por lo que autorizo su presentación y sustentación y defensa publica de grado.

Loja Marzo de 2017

Ing. Com. Oscar Aníbal Gómez Cabrera MAE.

AUTORIA.

Yo **CRISTHIAN AUGUSTO ESTRELLA CAMPOVERDE,** declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximimos expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis el repositorio institucional – Biblioteca Virtual

Autor: Cristhian Augusto Estrella Campoverde

Firma:

Cedula; 1105103509

Fecha: marzo 2017

CARTA DE AUTORIZACION DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA DE REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL Y PULICACION ELECTRONICA DEL TEXTO COMLETO.

Yo Cristhian Augusto Estrella Campoverde, declaro ser el autor de la tesis titulada **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA PANIFICADORA, EN LA PARROQUIA PUNZARA, PROVINCIA DE LOJA",** como requisito para optar al grado de Ingeniero en Administración de Empresas: autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre al mundo la producción intelectual de la universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar los contenidos de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y el exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja a los 28 días del mes de marzo del dos mil diecisiete, firma el autor.

Firma:

Autor: Cristhian Augusto Estrella Campoverde

Cedula: 1105103509

Dirección: Loja, Cdla. Alegria Av. Eloy Alfaro y Manzana V-21

Correo Electrónico: **criss-star69@hotmail.com**

Celular: 0999203934

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de tesis: Ing. Com. Oscar Aníbal Gómez Cabrera MAE.

Tribunal de Grado:

PRESIDENTE Ing. Manfredo Gusberto Jaramillo Luna

VOCAL: Ing. Manuel Enrique Pasaca Mora

VOCAL: Ing. Santiago Javier Ludeña Yaguache

DEDICATORIA

Con profundo afecto y cariño la dedico a mi Universidad, cuna del saber que con verdadera democracia y honestidad sembraron en mi corazón la inquietud constante de la ciencia y de la investigación. A mi familia por el apoyo brindado para culminar esta meta.

Cristhian Augusto Estrella Campoverde

AGRADECIMIENTO

Con gran orgullo y satisfacción agradezco inmensamente a la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja por la calidad de formación educativa que me ha brindado y así poder culminar mi estudio en esta prestigiosa institución, y de manera especial quiero reconocer la labor realizada por el director de tesis el Ing. Oscar Gómez, quien me ha guiado durante este arduo proceso para poder culminar con éxito el deseo tan anhelado.

EL AUTOR

a. TEMA:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PANIFICADORA, EN LA PARROQUIA PUNZARA, PROVINCIA DE LOJA”.

b. **RESUMEN**

Este proyecto denominado: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PANIFICADORA, EN LA PARROQUIA PUNZARA, PROVINCIA DE LOJA”,** tiene como finalidad ayudar con la implementación de una empresa que permita crear algunas fuentes de trabajo, aprovechar los recursos existentes, creando un valor económico agregado y poner en práctica los conocimientos adquiridos, en beneficio de una sociedad que necesita que sus nuevos profesionales se inserten en la vida productiva y económica.

El objetivo general de la presente investigación, es realizar un estudio de factibilidad para la implementación de una empresa panificadora en la parroquia Punzara, provincia de Loja y como objetivo específico: Realizar un estudio de mercado, que me proporcione información para determinar la demanda y oferta de nuestros productos. Realizar un estudio técnico para establecer el tamaño del proyecto, localización, la ingeniería del mismo y el proceso productivo. Realizar un estudio administrativo, donde se pueda conocer la legalidad de la empresa, niveles jerárquicos, organigramas y manuales de funciones. Realizar un estudio financiero, para establecer la inversión total del proyecto, costos de producción, precios de venta, presupuestos proyectados, punto de equilibrio, estado de pérdidas y ganancias y flujos de caja. Realizar una evaluación financiera para determinar la viabilidad del proyecto, mediante el cálculo de indicadores financieros como él (VAN) Valor Actual Neto, (TIR) Tasa

Interna de Retorno, (RBC) Relación Beneficio Costo, (PRC) Periodo de Recuperación del Capital y Análisis de Sensibilidad.

Los métodos y técnicas de investigación utilizados fueron el método, el método inductivo, método deductivo, el método descriptivo, como técnicas se utilizó la observación directa, la encuesta fue aplicada a la población femenina población de la parroquia Punzara a una muestra de 371 personas los resultados fueron tabulados graficados e interpretados, de igual forma se aplicó encuestas a la oferta a 27 panaderías; datos que permitieron llegar a establecer las correspondientes conclusiones y recomendaciones.

En el estudio de mercado se determinó la oferta y la demanda existente, para luego determinar una demanda insatisfecha de 7´391,004 panes para el primer año, se determinó la capacidad instalada y la capacidad utilizada del proyecto es de 80% solo para el primer año.

Con el estudio de mercado se establecieron algunas técnicas de mercadeo enfocadas al marketing mix, las 4 p (producto, precio, plaza y promoción) que le permitirá a la futura empresa poder posicionarse en el mercado de la ciudad de Loja.

Con el estudio técnico se llegó a analizar el tamaño y localización de la empresa, la capacidad instalada y utilizada, así como la mejor ubicación dentro de la ciudad, la misma que se encuentra ubicada en el Barrio ciudad

Alegría, ya que cuenta con las mejores condiciones para que una empresa de esta categoría se pueda desarrollar con facilidad.

En el Estudio administrativo de la empresa se determinó la estructura orgánica-funcional de la empresa con sus respectivos organigramas y el manual de funciones.

La empresa hará el comercio bajo la razón social BREAD Panificadora Cía. Ltda., con un accionista, su misión será producir y comercializar pan, para satisfacer con calidad y precios competitivos la demanda de la ciudad de Loja.

✓ En el estudio financiero, se determinó el presupuesto, para así conocer determinar la inversión del proyecto que es de 32.844,67 dólares, La empresa productora de pan contará con dos tipos de inversiones una interna que asciende a $ 22.845,67 correspondientes al 70% y con capital ajeno o financiado a través de BANECUADOR que asciende a $ 10.000,00 es decir al 30%, el proyecto tiene una capacidad utilizada del 80% de su capacidad instalada dando un total de 1´331.200 panes al año, los costos totales para el primer año será de $ 102.844,66, lo cual determina un costo unitario de $ 0,10 por cada pan, el margen de utilidad del 30% lo q da un precio de venta al público de $ 0,13 y un total de ingresos de $133.698,06; el punto de equilibrio para el primer año en función de la capacidad

instalada estará en el 59,23%, y en función de las ventas estará en $79.191,74.

En la evaluación del proyecto para establecer la ejecución se analizó los siguientes indicadores como el Valor Actual Neto de $18.325,19; Tasa Interna de Retorno de 36,68 %; Relación Beneficio Costo es de $1.24 por cada dólar invertido la empresa gana 30 centavos de dólar; Periodo de Recuperación de Capital es de 1 año, 9 mes y 7 días; Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos del 15,15% y el análisis de sensibilidad en la disminución en los ingresos del 11,65 %, por lo cual el proyecto es sensible y es factible.

Finalmente se realizan las conclusiones y recomendaciones, bibliografía consultada, los anexos respectivos y el índice general.

ABSTRACT.

This project called "FEASIBILITY PROJECT FOR THE IMPLEMENTATION OF A BAKING COMPANY IN THE PUNZARA PARK, PROVINCE OF LOJA", aims to help with the implementation of a company that allows to create some sources of work, take advantage of existing resources, creating An economic value added and put into practice the knowledge acquired, for the benefit of a society that needs its new professionals to be inserted in the productive and economic life.

The general objective of the present investigation is to carry out a feasibility study for the implementation of a bakery company in the parish of Punzara, Loja province, and as a specific objective: To carry out a market study, to provide me with information to determine the demand and supply Of our products. Conduct a technical study to establish the size of the project, location, engineering of the project and the production process. Conduct an administrative study, where you can know the legality of the company, hierarchical levels, organizational charts and function manuals. Carry out a financial study to establish the total investment of the project, production costs, sales prices, projected budgets, breakeven point, profit and loss statements and cash flows. Carry out a financial evaluation to determine the feasibility of the project, by calculating financial indicators like it (NPV) Net Present Value (IRR) Internal Rate of Return, (RBC) Cost Benefit Ratio (PRC) Sensitivity Analysis.

The research methods and techniques used were method, inductive method, deductive method, descriptive method, as techniques were used direct observation, the survey was applied to the female population of the Punzara parish to a sample of 371 people the Results were tabulated graphically and interpreted, likewise applied surveys to the offer to 27 bakeries; Data that allowed us to establish the corresponding conclusions and recommendations.

In the market study the existing supply and demand was determined, then determined an unsatisfied demand of 7'391,004 loaves for the first year, the installed capacity was determined and the capacity used of the project is 80% only for the first year.

With the market study, some marketing techniques were focused on the marketing mix, the 4 p's (product, price, place and promotion) that will allow the future company to position itself in the market of the city of Loja.

With the technical study, it was possible to analyze the size and location of the company, the installed and used capacity, as well as the best location within the city, which is located in Barrio Alegria, Conditions for a company of this category can be easily developed. In the administrative study of the company was determined the organic-functional structure of the company with their respective organizational charts and the manual of functions. The company will trade under the corporate name BREAD Baker Company.

Ltda., With a shareholders, its mission will be to produce and commercialize bread, to satisfy with quality and competitive prices the demand of the city of Loja.) In the financial study, the budget was determined, so as to determine the investment of the project, which is $ 32,844.67. The bread production company will have two types of investments: an internal one that amounts to $ 22,845.67 corresponding to 70 % And with foreign capital or financed through BANECUADOR that amounts to $ 10,000.00 or 30%, the project has a capacity utilization of 80% of its installed capacity giving a total of 1'064,960 loaves a year, with a Annual increase of 5% reaching the last year of life at 100%, total costs for the first year will be $ 102,844.66, which determines a unit cost of $ 0.10 per bread, the profit margin Of 30% what gives a retail price of $ 0.13 and a total income of $ 133,698.06; The break-even point for the first year based on installed capacity will be at 59.23%, and depending on sales will be at $ 79,191.74. In the evaluation of the project to establish execution, the following indicators were analyzed: Net Present Value of $ 18,325.19; Internal Rate of Return of 36.68%; Cost Benefit ratio is $ 1.24 per dollar invested the company earns 30 cents; Period of Capital Recovery is 1 year, 9 months and 7 days; Sensitivity Analysis indicates that the project supports an increase in costs of 15.15% and sensitivity analysis in the decrease in revenues of 11.65%, which is why the project is sensible and feasible. Finally, the conclusions and recommendations are made, bibliography consulted, the respective annexes and the general índex.

c. INTRODUCCION.

La importancia del presente trabajo de investigación radica en analizar la factibilidad para la implementación de una empresa panificadora, en la parroquia punzara, provincia de Loja, que ofrezca un producto de calidad y a un precio asequible para el consumidor, como una nueva oportunidad de inversión, dando como resultado la creación de nuevas fuentes de trabajo y fomentar la diversificación en la producción del pan aprovechando el alto poder nutritivo.

El presente trabajo de investigación se estructura de la siguiente manera, en primera instancia consta de un estudio de mercado el mismo que permitió determinar la aceptación, gustos y preferencias por el pan, en la parroquia Punzara; se aplicaron encuestas tanto para la demanda como a locales que producen este producto.

Con la realización del estudio de mercado se permitió determinar que el mercado requiere un producto de calidad y a un precio asequible para el consumidor, el pan tendrá una presentación de una funda plástica para su traslado bajo la marca de “Bread Panificadora” Cía. Ltda.

Para la publicidad de la empresa se tomó las consideraciones de los encuestados la misma que menciono que se tiene preferencia por la radio con mayor aceptación en el medio.

Los presupuestos de inversión, se estructuro en activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, dándonos un total de la inversión requerida para la puesta en marcha del proyecto, el sistema de financiamiento de la inversión se hará a través de dos tipos de inversión una interna y otra externa con crédito bancario del BANECUADOR, con una tasa de interés preferencial para la ejecución de esta clase de proyectos.

Con el estudio técnico se estableció el tamaño y localización con la finalidad de determinar la capacidad de producción del pan. La ingeniería del proyecto se refiere a la parte técnica, operativa y de producción además incluye la selección de procesos de dotación del servicio, especificación de equipos, estructuras y recursos humanos, entre otros.

En el estudio organizacional del proyecto se determinó su estructura orgánica funcional y posicional, con una base legal y su manual de funciones.

El estudio financiero permitió determinar los recursos económicos necesarios para la instalación y funcionamiento de la empresa, así como las fuentes donde se obtendrán los recursos económicos, tanto internos como externos, que son la base fundamental para la ejecución del proyecto, el mismo que cuenta con una inversión total respaldada de los respectivos presupuestos, los costos de producción, costos unitarios e ingresos por ventas, luego se detallan los estados financieros, hasta llegar a la evaluación financiera en la que se verificó la viabilidad del proyecto con sus

respectivos indicadores financieros, Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio Costo (B/C), Periodo de Recuperación de Capital (PRC) y Análisis de Sensibilidad, tanto con incremento en los costos y con disminución en sus ingresos.

Lo que demuestra que el proyecto en estudio es factible de realizarse y por ende es conveniente su ejecución.

Finalmente, se determinaron las conclusiones y recomendaciones a las que se llegó a más de sus anexos e índice de contenidos.

d. REVISION DE LITERATURA

Antecedentes

Reseña histórica del pan.

(Lozoya, 2013) La palabra pan proviene del latín pannus, que significa masa blanca. Es probable que en sus orígenes el pan fuera elaborado sin levadura. Históricamente, el pan siempre ha estado presente en el devenir de la humanidad.

(wikipedia, 2014) El pan acompaña a la alimentación de la humanidad desde 8000 a.C. La entrada del cereal en la dieta humana aparece en el ser humano primitivo cuando este deja de ser nómada para ser sedentario.

- **Egipto**

(Hidalgo, 2015) Las excelentes condiciones que el río Nilo ofrecía para el cultivo de cereales, obedecía a sus constantes crecidas. Se han encontrado datos por los que se sabe que en la IV dinastía, en el año 2700 A. de C., se elaboraba pan y un tipo de galletas. El alimento de los egipcios pobres se componía principalmente de pan.

La evolución en la panificación se produjo de forma importante durante esta civilización, ya que fueron los egipcios los que descubrieron la fermentación y con ella el verdadero pan, el pan fermentado, los egipcios se dedicaron

en mayor medida al cultivo de trigo. Se puede decir que el pueblo egipcio consolidó las técnicas de panificación y creó los primeros hornos para cocer el pan, en este sentido en el año 4000 A. de C. fue desenterrado un horno en las excavaciones próximas a Babilonia.

- **El pan del mundo griego.**

(Hidalgo, 2015) Una vez que Grecia adopta el invento del pan, a través de las relaciones comerciales con los egipcios, lo perfecciona. Fueron los griegos, en el siglo III A. De C los que hicieron un arte de la panadería, crearon más de setenta panes diferentes, los panaderos griegos inventaban formas variadas a los panes utilizados para fiestas religiosas, probaban diferentes masas panaderas: trigo, cebada, avena, salvado, centeno e incluso masa de arroz; añadiendo a estas, especias, miel, aceites, frutos secos.

El pan comenzó siendo para los griegos un alimento ritual de origen divino, pero luego pasó a convertirse en el sustento popular, símbolo de la comida por excelencia.

- **El pan de la época romana**

(Hidalgo, 2015) En un principio, en el pueblo romano se restringe la elaboración del pan. Preferían alimentarse de gachas y papillas; el pan se consideraba por el pueblo como algo ajeno, nada alcanzable; sólo aparecía en las comidas de los señores poderosos.

En el año 30 A. De C. Roma cuenta con más de 300 panaderías dirigidas por profesionales cualificados griegos; en estas los procesos de elaboración y cocción eran realizados por diferentes profesionales; el precio estaba perfectamente regulado por los magistrados y en el año 100, en época del emperador Trajano, se constituye una primera asociación de panaderos: el Colegio Oficial de Panaderos de carácter privilegiado.

Los romanos mejoraron los molinos, las máquinas de amasar, y los hornos de tal manera, que, hoy en día se denomina "horno romano" al horno de calentamiento directo.

- **El pan en la Edad Media.**

(Hidalgo, 2015) En Europa, el cultivo de cereales descendió, y con ello vinieron los periodos de hambre, la escasez del alimento base, la escasez del pan. En las épocas de más hambre, el pan es el alimento más preciado. En muchos lugares de Europa los monasterios se convirtieron en los principales productores de pan.

Las ciudades en la Edad Media empiezan a cobrar importancia, y ya en el siglo XII surgen los primeros gremios de artesanos de todo tipo de profesionales. Así, el gremio panadero se asocia y se constituyen como profesionales del pan. Al ser el pan alimento base de la población, en esta época, al igual que en Roma, la producción y distribución del pan está regulada por el gobierno.

- **El pan en la época moderna**

(Hidalgo, 2015) A finales siglo XVIII, progresa de agricultura, las investigaciones sobre la harina y se consigue la mejora en técnica del molino; aumenta la producción del trigo y se consigue una harina mejor. El precio del pan baja al aumentar la oferta y el pan blanco.

En el siglo XIX se inventa el molino de vapor; así fueron evolucionando los sistemas de panificación y se añade una nueva fase a la elaboración del pan: la aireación de la masa; aparece un nuevo tipo de levadura y surgen técnicas mecánicas para amasar el pan; con estas mejoras la industria del pan va creciendo de manera rápida.

Beneficios del pan.

- Es un alimento rico en carbohidratos complejos, es decir, que se absorbe lentamente y aporta energía durante horas.
- Es rico en vitaminas del grupo B con función energética.
- Importante para personas con mucha actividad mental, estrés y depresión.
- Alimento básico e indispensable en las familias.
- Aporta proteínas vegetales procedentes del grano de cereal el pan de trigo abunda una proteína denominada gluten que hace posible que la harina sea panificable.
- Son fuente importante de proteínas, hierro, zinc, niacina y vitaminas del complejo B.
- El pan es rico en fibra, sobre todo los integrales. Su consumo aporta numerosos beneficios a la salud al haberse demostrado la relación entre el consumo de fibra y una menor prevalencia de enfermedades como la diabetes y la hipocolesterolemia, además de su papel como regulador intestinal.
- (Garrido, 2015) El pan aporta vitaminas, especialmente del grupo B, que nuestro cuerpo solo es capaz de almacenar en pequeñas cantidades. La vitamina B1 o Tiamina es esencial en el metabolismo glucémico de todos los tejidos, especialmente del cerebro y del corazón.

Importancia de consumir pan.

(Garcia I. , 2012) Es indispensable consumir teniendo en cuenta las sustancias nutritivas que aporta, debe formar parte de nuestra dieta, tratando de estar presente en todas las comidas del día desde el desayuno hasta la cena.

Un menú sin pan, aumentaría el porcentaje del total de calorías provenientes de las grasas y proteínas, alejándose considerablemente el patrón de la dieta equilibrada, en el que el cerca del 50% del total de calorías de la alimentación deben proceder de alimentos ricos en hidratos de carbono, el 15% y 18% de alimentos ricos en proteínas (carnes, huevos, pesado y lácteos) y el 30 % y 35% restante de alimentos ricos en grasas.

Las personas diabéticas deben controlar más la cantidad de aquellos alimentos que contienen hidratos de carbono, ya que su organismo no los puede utilizar de manera normal. Esto significa que deben evitar, puesto que sufrirán continuas bajas de azúcar en la sangre.

Variedad de pan

Cuadro N°1

• **Torta de dulce** • **Enrollados** • **Cachos** • **Pan integral** • **Pan especial** • **Yema de sal**	• **Yema de dulce** • **Pan de cebolla** • **Pan de agua** • **Pan de ajo** • **Pan de maíz** • **Pan de leche**
• **Bollo** • **Moldes de Queso** • **Empanadas** • **Pan Biscocho** • **Palanquetas especiales**	• Pan de guineo • Pan suizo • Pan de pascua • Pan de chocolate • Pan de frutas

Fuente: Panaderías Cuidad de Loja
Elaboración: El Autor

MARCO TEORICO:

Empresa.

(GUILLERMO, Sala Parres, 2015) Una empresa es un ente que, a partir de materia primas, gracias a unos factores productivos y con una adecuada organización, obtiene unos bienes o servicios capaces de satisfacer necesidades en la gente y que por eso precisamente los adquiere, lo que reporta a la empresa un beneficio.

Proyecto de Inversión.

Proyecto de Inversión (Conceptualización)

La definición de (ORTEGA, 2006), define proyecto de inversión como un paquete de inversiones, insumos y actividades diseñado con el fin de eliminar o reducir varias restricciones al desarrollo, para lograr productos o beneficios, en términos del aumento de la productividad y del mejoramiento de la calidad de vida de un grupo de beneficiarios dentro de un determinado periodo de tiempo. El especialista (Urbina, 2001) en su libro de evaluación de proyectos de inversión, define proyecto de inversión como un plan al cual se le asigna un monto de capital y se le proporcionan insumos de diferente naturaleza (materiales, humanos, etc.) de modo que se obtenga un bien o servicio, haciendo un uso racional de los fondos disponibles.

Ciclo De Vida de los Proyectos.

El ciclo de vida de un proyecto, de acuerdo a la mayoría de los autores, comprende tres etapas:

- Pre-inversión (Estudios).
- Inversión (Ejecución).
- Operación (Funcionamiento).

- **La etapa de pre-inversión** consta a su vez de varias fases, la Idea que es la parte de identificación preliminar de un proyecto para la solución de un problema, sin que medie ningún tipo de análisis preliminar que indique la viabilidad del mismo, sólo cuenta con el nombre del proyecto, una breve descripción del mismo y el problema o necesidad a resolver; el Perfil que es la fase donde se realiza una primera prueba de viabilidad de la idea, considerando un número mínimo de elementos que en un análisis inicial permita su justificación, se elabora a partir de la información existente, el juicio común y la experiencia; el Estudio de Pre-Factibilidad que profundiza la investigación, basando su información, principalmente, en fuentes secundarias (revisiones bibliográficas), lo cual le permite definir con aproximación los aspectos de mercado, técnicos y financieros y por último el Estudio de Factibilidad que es un documento completo que permite un examen crítico y la toma de decisiones formales, se elabora sobre antecedentes más precisos, obteniéndose la información, principalmente de fuentes primarias, o sea, encuestas y/o entrevistas.

- **Etapa de la inversión o ejecución** está conformada por 3 etapas:

1. Planificación de la ejecución y diseño definitivo: Abarca la elaboración e implementación de un diseño organizacional para la ejecución del proyecto, incluye la planificación y programación, 17 los procedimientos técnicos, administrativos, financieros y legales, el sistema de información y control, planos y diseños finales. El estudio de factibilidad debe contener todo lo anterior.

2. Negociaciones, Trámites y Contratos: Incluye acuerdos finales entre los organismos involucrados, cumplimiento de las condiciones previas a los desembolsos, trámites legales, pliegos de cargos y especificaciones técnicas para actos públicos, contrataciones de obras y firmas de convenios.

3. Ejecución: Es la fase donde se comienza a concretar todo el proyecto. Se llevan a cabo las obras físicas, se adquiere la máquina y equipo, se capacita el recurso humano y otras actividades propias a la puesta en marcha del proyecto y paralelo a lo anterior se efectúa la supervisión y control respectivo (seguimiento y evaluación).

- **Etapa de la Operación**.

(PADILLA, 2006) La fase de operación es aquella donde la inversión ya materializada está en ejecución. Una vez instalado, el proyecto entra en operación y se inicia la generación del producto (bien o servicio), orientado a la solución del problema o a la satisfacción de la necesidad que dio origen al mismo.

ESTUDIO DE MERCADO.

(BACA Urbina Gabriel, 2010) Se denomina a la primera parte de la investigación formal de la investigación. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta el análisis de precios y el estudio de la comercialización.

(Còrdoba, Padilla, 2011) En el estudio de mercado se tiene que:

- Es el punto de partida de la presentación detallada del proyecto.
- Sirve para los análisis técnicos, financieros y económicos.
- Abarca variables sociales y económicas.

Recopila y analiza antecedentes para ver la conveniencia de producir y atender una necesidad.

Análisis de la demanda.

(MORALES & Antonio, 2009), es un estudio que permite conocer claramente cuál es la situación de la demanda del producto, se analiza el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función de la cual será el proyecto. Consiste en determinar la cantidad de producto que necesita el mercado para satisfacer la demanda en el momento actual y durante la vida útil del proyecto.

Con el análisis de la demanda se busca determinar y cuantificar las fuerzas de mercado que actúan sobre los requerimientos de un producto por parte del mercado y así mismo establecer las oportunidades del producto para satisfacer dichos requerimientos del mercado.

A la demanda se la puede considerar de varios puntos de vista como son:

Demanda Potencial: Está constituida por la cantidad de bienes y servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto, en el mercado

Demanda Real: Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan actualmente en el mercado**.**

Demanda Efectiva: Cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen restricciones productos de la situación económica, el nivel de ingresos u otros factores que impedirían que puedan acceder al producto aunque quisieran hacerlo.

Estudio de la Oferta.

(BACA Urbina Gabriel, 2010) Es la cantidad de bienes o servicio que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

Oferta.

(BACA Urbina Gabriel, 2010) El propósito que persigue el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio.

Marketing Mix.

(KOTLER Philips, 2006) Son las herramientas que utilizan la empresa para implementar las estrategias de Marketing y alcanzar los objetivos establecidos; estas herramientas son conocidas también como las cuatro P del Marketing.

Producto.

(SAPAG & Reinaldo, 2013), es el resultado de un esfuerzo creador que tiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles (empaque, color, precio, calidad, servicios, marca y la reputación del vendedor) los cuales son percibidos por sus compradores (reales y potenciales) como capaces de satisfacer sus necesidades o deseos.

El precio.

(SAPAG & Reinaldo, 2013), es la cantidad monetaria a lo que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y demanda está en equilibrio.

Plaza.

(SAPAG & Reinaldo, 2013) La comercialización es un proceso que hace posible que el productor haga llegar el bien o servicio proveniente de su unidad productiva al consumidor o usuario, en las condiciones óptimas de lugar y servicio. Es importante conocer que para la comercialización se utiliza los canales de distribución los cuales están concebidos como el camino que siguen los productos a pasar de manos del productor al consumidor o usuario final y en función del cual se puede incrementar su valor.

Promoción.

(SAPAG & Reinaldo, 2013) La promoción es el elemento de la mezcla de marketing que sirve para informar, persuadir, y recordar al mercado la existencia de un producto y su venta, con la esperanza de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del receptor o destinatario. Las empresas promocionan sus productos y su imagen ante el mercado. Una

empresa nueva necesita antes de nada promocionarse para que el mercado se entere de su existencia y poder vender sus productos.

ESTUDIO TÉCNICO.

(FERNANDEZ, SAUL, 2007) Se define y se justifica el proceso de producción y la tecnología a emplear para obtener el producto, además, se define el tamaño del proyecto y los costos relacionados con la producción, la operación y el monto de las operaciones a realizar para que el proyecto inicie su operación.

Tamaño de un proyecto.

(SAPAG Nassir, 2011) El tamaño de un proyecto muestra su relación con el número de unidades a producir, el número de consultas médicas que atender, la cantidad de empresas a las que prestar servicios contables o el número de cursos a dictar en un periodo de tiempo.

Capacidad.

(PADILLA, 2006) Se establece la cantidad de producción o de prestación de servicio por unidad de tiempo.

Capacidad instalada.

(VARGAS Sanchez, 2006) Es el conjunto de recursos productivos de que dispone la empresa y pueden ser utilizados para producir. Estos recursos pueden ser naturales, instalaciones, líneas de producción de la misma o diferente tecnología, conocimiento, permisos y licencias.

Capacidad utilizada.

(ROSENBERG J M, 2012) Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un período determinado. En proyectos nuevo está normalmente es inferior a la capacidad instalada en los primeros años y generalmente luego de transcurrido medio período de vida de la empresa ésta se estabiliza y es igual a la capacidad instalada.

Localización del proyecto.

(FERNANDEZ, SAUL, 2007) Se define la macro localización y la micro localización del proyecto en función a la ubicación del mercado meta, la materia prima, la mano de obra disponible, así como la infraestructura disponible.

Macro localización.

En la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva.

Descripción del producto.

(Cuellar G, 2011) La descripción del bien o servicio debe mostrar las especificaciones físicas del producto. Para ello será necesario identificar la materia prima (insumos), que se utilizarán y los procesos tecnológicos necesarios para su fabricación.

Proceso de producción.

(BACA Urbina Gabriel, 2010) El proceso de produccion es el procedimeinto tecnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de oinsumos, y se identifica como la transformacion de una serie de materias primas para convertirlas en articulos mediante una determinada funcion de manufactura.

Distribución de la Planta.

(REYES Ponce Agustin, 2010) La misión del diseñador es encontrar la mejor ordenación de las áreas de trabajo y del equipo en aras a conseguir la máxima economía en el trabajo al mismo tiempo que la mayor seguridad

y satisfacción de los trabajadores. La distribución en planta implica la ordenación de espacios necesarios para movimiento de material, almacenamiento, equipos o líneas de producción, equipos industriales, administración, servicios para el personal.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL.

(CORDOVA Padilla, 2012)El diseño de la estructura organizativa requiere fundamentalmente de la definición de la naturaleza y contenido de cada puesto de la organización. Al caracterizar de esta forma cada cargo de ella, se podrá estimar el costo en remuneraciones administraciones del proyecto. Para esto será preciso diseñar las características del trabajo y las habilidades para asumir los deberes responsabilidades.

Base Legal.

(ROSALES A, 2005) Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley, entre ellos tenemos:

Acta constitutiva.

(ROSALES A, 2005) Es el documento certificatorio de la conformación legal de la empresa, en él se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.

La razón social o denominación.

(ROSALES A, 2005) Es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la Ley.

Domicilio.

(ROSALES A, 2005) Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto, deberá indicar clara- mente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica.

Objeto de la sociedad.

(ROSALES A, 2005) Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir o generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.

Capital social.

(ROSALES A, 2005) Debe indicarse cuál es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como este se ha conformado.

Tiempo de duración de la sociedad.

(ROSALES A, 2005) Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo operará.

Administradores.

Según (ROSALES A, 2005)**,** manifiesta que ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona que será quién responda por las acciones de la misma.

Estructura Empresarial.

(VASQUEZ Victor Hugo, 2015) Es la forma que adopta la empresa estableciendo pautas de coordinación e la totalidad de los recursos para mejorar la relación y regulación de las actividades que se realizan diariamente

Organigrama.

(GOMEZ Guillermo, 2012), los organigramas son representaciones gráficas de los diferentes niveles de autoridad, que van de mayor a menor jerarquía. Cada puesto se representa por medio de un rectángulo que encierra el nombre del puesto y en ocasiones el nombre de quien lo ocupa: la unión de los cuadros mediante líneas representa los canales de autorización y responsabilidad.

Los organigramas son útiles instrumentos de organización y nos revelan:

- Interpretación
- La división de funciones.
- Los niveles jerárquicos.
- Las líneas de autoridad y responsabilidad.
- Los canales formales de la comunicación.
- La naturaleza lineal o asesoramiento del departamento.
- Los jefes de cada grupo de empleados, trabajadores, etc.
- Las relaciones que existen entre los diversos puestos de la empresa en cada departamento o sección de la misma.

Tipos de Organigrama.

Para (FISICO M, 2016)**,** existen algunos tipos de organigrama:

- ✓ **Estructurales:** Representan las unidades que componen la empresa.
- ✓ **Funcionales:** Indica las funciones que se desarrollan en las unidades.
- ✓ **Personales:** Especifican las diferentes personas y su posición en la organización.

Manual de Funciones.

Es un documento que se prepara en una organización con el fin de delimitar las responsabilidades y las funciones de sus funcionarios. En este manual se agrupan todas las actividades relacionadas con el funcionamiento y operación de la institución o de unidad organizativa especifica. Este manual documenta los conocimientos, experiencia y tecnología de la institución, para hacer frente a sus retos y funciones, con el propósito de cumplir adecuadamente con su misión.

ESTUDIO FINANCIERO.

(FERNANDEZ, SAUL, 2007) El objetivo de este apartado es determinar, por medio de indicadores financieros, la rentabilidad del proyecto, para lo

cual es necesario estimar en detalle los ingresos, así como los costos de inversión inicial y los costos de operación del proyecto.

Inversiones.

(Nicolas & Eduardo, 2014) Se refieren a las erogaciones o flujos negativos que ocurren al comienzo de la vida económica de un proyecto y que representa desembolsos de efectivo para la adquisición de activos de capital, tales como terreno, edificio, maquinarias y equipos. Es importante destacar q deben incluirse los costos de transporte y los costos de instalación relacionados. Así mismo se deben incluir como parte de las inversiones los incrementos en el capital de trabajo de la empresa causado por el proyecto.

Inversiones en activos fijos.

(BACA Urbina Gabriel, 2010) Se entiende por activos tangibles (que se puede tocar) o fijos, los bienes propiedad de la empresa, como terreno, edificio, maquinaria equipo, inmobiliario, vehículo de transporte, herramientas y otros. Se llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de el sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas.

Inversiones en activos diferidos.

(BACA Urbina Gabriel, 2010)Se entiende por activo diferido o intangible el conjunto de bienes propiedad de la empresa necesarios para el funcionamiento y que incluyen: patentes de invención, marcas diseños comerciales o industriales, nombres comerciales, asistencia técnica o transferencia de tecnología, gastos pre operativos, de instalación y puesta en marcha, contratos de servicios (luz, teléfono, télex, agua, servicios notariales) estudios que tiendan a mejorar en el presente o en el futuro el funcionamiento de la empresa, como estudios administrativos o de ingeniería.

Inversiones en el capital de trabajo.

(SELDON Arthur, 2010) La definición más básica de capital de trabajo se considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que conocemos como activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios)

Financiamiento.

(SAPAG Nassir, 2011) El financiamiento es el mecanismo el cual tiene por finalidad obtener recursos con el menor costo posible. Tiene como principal ventaja la obtención de recursos y el pago en años o meses posteriores a

un costo de capital fijo llamado interés, por lo general es una tasa de interés es compuesto lo que significa que son capitalizados cada mes.

Costos de producción.

(TORAL Rocio, 2013) Son aquellos costos que se originan en el departamento de producción y estos se clasifican en costos primos, costos indirectos de fabricación y costos de operación.

Costo Primo.

(TORAL Rocio, 2013) Es la suma de la materia prima directa y la mano de obra directa.

Costos indirectos de fabricación.

(TORAL Rocio, 2013) Son aquellos costos que están relacionados con el acabado del producto como, por ejemplo: materia prima indirecta, mano de obra indirecta, combustible y lubricantes, mantenimiento de maquinaria, consumo de servicios básicos (agua, luz, teléfono), útiles de oficina, depreciación de maquinaria, depreciación de herramientas, etc.

Costos de Operación.

(TORAL Rocio, 2013) Son aquellos costos que se originan en el departamento de operativo como son: departamento de administración, ventas y financiero.

Costos de administración.

(BACA Urbina Gabriel, 2010) Como su nombre lo indica, los costos que provienen de realizar la función de administración en la empresa. Sin embargo, tomados en un sentido amplio, no solo significa los sueldos del gerente o director general y de los contadores, auxiliares, secretarias, así como los gastos generales de oficina.

Costos de venta.

(TORAL Rocio, 2013) El departamento o gerencia de ventas, también es llamado de mercadotecnia, en este sentido vender no significa solo hacer llegar el producto al intermediario o consumidor final; sino que implica una actividad más amplia. Mercadotecnia puede abarcar entre otras muchas actividades, como por ejemplo la investigación o el desarrollo de nuevos productos y de nuevos mercados adoptados a los gustos, preferencias y necesidades del consumidor; el estudio y estratificación de mercados, la competencia, la adecuación de publicidad, la tendencia de las ventas.

Costos financieros.

(BACA Urbina Gabriel, 2010) Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos con préstamos. Algunas veces estos costos se incluyen en los generales y de administración, pero lo correcto es registrarlos por separado, ya que un capital prestado puede tener usos muy diversos y no hay por qué cargarlos a un área específica.

Punto de equilibrio.

(TORAL Rocio, 2013) Es una representación gráfica o algebraica de las relaciones existentes entre: Volumen, costos, ingresos de una organización.

Si el volumen de una unidad productiva crece, necesariamente los costos y los ingresos también crecen.

Costos.

(TORAL Rocio, 2013) Son los desembolsos que se realizan por la adquisición de bienes o servicios en el departamento de producción y que al final de un determinado periodo contable se puede recuperar. Ej. Adquisición de materiales.

Gastos.

(TORAL Rocio, 2013) Son desembolsos que se realizan en el area administrativa, por la adquisicion de bienes o servicios, los mismos que no son recuperables. Ejemplo. Utiles de oficina.

Costos Fijos.

(TORAL Rocio, 2013) Son aquellos cuyo monto total no se modifica de acuerdo con la actividad de produccion. En otras palabras, se puede decir que los Costos Fijos varian con el tiempo mas que con la actividad; es decir; se presentan durante un periodo de tiempo aun cuando no haya alguna actividad de produccion.

Costos variables.

(TORAL Rocio, 2013) Son aquellos que estan en funcion del volumen de la produccion y de las ventas, o sea, varian en forma proporcional a las fluctuaciones de la produccion de un periodo.

Estado de resultados.

(BACA Urbina Gabriel, 2010) La finalidad del análisis del estado de resultados o de perdida y ganancia es calcular la unidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta y se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurra la planta y los impuestos que debe pagar.

Flujo de caja.

(RODRIGUEZ Carlos, 2013) Se entiende por flujo de caja o flujo de fondos los flujos de entradas y salidas de caja o efectivo, en un periodo dado. El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de la empresa.

EVALUACIÓN FINANCIERA.

(SAPAG Nassir, 2011) El estudio de evaluación económica - financiera es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Esto sirve para ver si la inversión propuesta será económicamente rentable. En la evaluación económica - financiera se toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo mediante indicadores financieros.

Valor actual neto (VAN).

(HERNANDEZ Abraham, 2011) El valor actual neto, más conocido por las siglas de su abreviación, VAN, es una medida de los excesos o pérdidas en los flujos de caja, todo llevado al valor presente (el valor real del dinero cambia con el tiempo). Es por otro lado una de las metodologías estándar que se utilizan para la evaluación de proyectos.

Formula:

VAN= Sumatoria de Flujos Netos – Inversión

Tasa interna de retorno (TIR).

(MEZA Orozco J. d., 2011) Es que ella es la máxima tasa de interés a la que un inversionista estaría dispuesto a pedir prestado dinero para financiar la totalidad del proyecto, pagando con los beneficios (flujos netos de efectivo) la totalidad del capital y de sus intereses, sin perder un solo centavo.

La TIR utilizada para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto se toma como referencia lo siguiente:

- Si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.
- Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.

Formula:

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN\ Menor}{VAN\ Menor - VAN\ Mayor}\right)$$

Relación beneficio costo (RB/C).

(FOLLETO, 2010) Relación Beneficio Costo (RCB) El indicador financiero beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

B/C > 1 Se puede realizar el proyecto.

B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto.

B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto.

Fórmula:

$$\frac{INGRESOS\ ACTUALIZADOS}{EGRESOS\ ACTUALIZADOS}$$

Periodo de recuperación del capital (PRC).

(BACA Urbina Gabriel, 2010) Consiste en determinar el numero de periodos, generalmente en años, requeridos para recuperar la inversion inicial emitida, por medio de los flujos de efectivos futuros que generara el proyecto.

Formula:

PRC = *Año anterior a cubrir la Inversión* + $\frac{Inversión - \sum Primero\ Flujos}{Flujo\ Año\ que\ supera\ la\ inversión}$

Análisis de sensibilidad.

(AGUIRRE Juan Antonio, 2011) Un análisis de sensibilidad varía parámetros claves de un proceso para determinar la sensibilidad de los resultados a la variación en cada partida. La pregunta que el análisis de sensibilidad trata de contestar es: "¿Qué sucede si las cosas no ocurren como se esperaba?"

Así podremos darnos cuenta que en dos inversiones donde estaríamos dispuestos a invertir una misma cantidad, el grado de riesgo y las utilidades se pueden comportar de manera muy diferente, por lo que debemos analizarlas por su nivel de incertidumbre, pero también por la posible ganancia que representan.

Fórmula:

Diferencia de TIR = TIR del proyecto – nueva TIR.

% Variación = $\frac{\text{Diferencia de TIR}}{\text{TIR del proyecto}}$

Sensibilidad = $\frac{\text{\% Variacion}}{\text{Nueva TIR}}$

e. MATERIALES Y METODOS

Para el desarrollo de la presente investigación en el cual se desarrolló el estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de pan en la parroquia Punzara, se requirió utilizar los materiales y métodos siguientes:

MATERIALES

- Esferos
- Porta minas
- Borrador
- Cuaderno de apuntes
- Hojas de papel bon
- Una impresora
- Un computador
- Calculadora
- Un escritorio

MÉTODOS

Los métodos de investigación que se utilizaron en el presente trabajo investigativo son:

Método descriptivo

La investigación descriptiva se ocupa de la descripción de datos y características de una población. El objetivo es la adquisición de datos objetivos, precisos y sistemáticos que pueden usarse en promedios, frecuencias y cálculos estadísticos similares.

El método se lo aplicó en la redacción del proyecto, especialmente en lo referente a la interpretación racional y el análisis objetivo de los hechos o fenómenos que se encuentren en la obtención de datos e información que fueron aplicados en la construcción de las fases del proyecto.

Método deductivo.

Este método se lo utilizó en el muestreo estadístico, para obtener los datos que se aplicaron a los dos tipos de encuestas a una muestra representativa del universo determinándose hechos importantes en el fenómeno investigado y establecer las respectivas conclusiones y recomendaciones.

Método inductivo

El presente método nos permitió determinar la demanda potencial, real, efectiva, la oferta y la demanda insatisfecha, así como la aceptación de la implantación de la empresa panificadora en la parroquia Punzara.

TÉCNICAS

Como técnicas fue fundamental utilizar las siguientes:

La observación directa

La observación directa es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno tomar información y registrarla para su posterior análisis. La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos.

Esta técnica ayudó a determinar la realidad del entorno objeto de estudio, destacando las características para identificar las ventajas y sus desventajas frente al mercado, así como observar cómo se desenvuelven las empresas similares a las del proyecto en estudio.

Encuesta

Esta técnica tiene la finalidad de obtener información mediante la elaboración de un cuestionario de preguntas que fue aplicado directamente a los ofertantes de la parroquia Punzara, el mismo que sirvió para obtener datos exactos sobre la oferta de los productos en el mercado en lo relacionado a los panes; información que será clave para el funcionamiento de la empresa, posteriormente se realizó otro cuestionario dirigida a las familias de la parroquia Punzara , aplicándose un total de 371 encuetas; se utilizó con el fin de obtener información para la realización del estudio de mercado permitiendo determinar la demanda del pan en la parroquia.

POBLACION Y MUESTRA

POBLACION.

La población es el conjunto total de individuos, que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado.

Para el cálculo del tamaño de la muestra se realizó una segmentación, para lo cual acudimos al Municipio de la ciudad de Loja encontrando la población de la parroquia Punzara que es de 39916 habitantes; en base a la tasa de crecimiento poblacional de 2.65 % proporcionada por el INEC la misma que fue proyectada a los cinco años de vida útil del proyecto.

PROYECCION DE LA POBLACION.

$$Pf = Po\ (1+R)^n$$

Donde:
Pf: población final
Po: población inicial
R: tasa de crecimiento (2.65%)
N: número de años (6)
Pf 2016= Po 2010$(1+0.0265)^6$
Pf 2016= 39.916$(1+0.0265)^6$
Pf 2016= 39.916(1.169)
Pf 2016= 46.698

Cuadro N°2
Proyección de la población (2010-2016)

AÑOS	Población	Tasa de crecimiento	Integrantes por familias	Numero por familias
2010	39.916	2,65	4	9.979
2011	40.973	2,65	4	10.243
2012	42.059	2,65	4	10.515
2013	43.174	2,65	4	10.794
2014	44.318	2,65	4	11.080
2015	45.492	2,65	4	11.373
2016	46.698	2,65	4	11.675

Fuente: Censo INEC 2010
Elaboración: El Autor

MUESTRA

La muestra es un subconjunto fielmente representativo de la población. La fórmula que se utilizará para determinar el tamaño de la muestra de la población objeto de estudio, es la siguiente:

FORMÚLA:

$$N = \frac{Z^2.N.p.q}{E^2(N-1) + Z^2.p.q}$$

En donde:

n Tamaño de la muestra

Z 95% margen de confiabilidad igual a 1.96 según la tabla tipificada de o a z

N Población de la parroquia Punzara (al año 2015)

p Probabilidad de que el evento ocurra 0.5

q Probabilidad de que el evento no ocurra 0.5

E 5% del margen de error.

$$n = \frac{(1.96)^2\ (11.675)\ (0.5)\ (0.5)}{(5\%)^2\ (11.675) + (1.96)^2\ (0.5)\ (0.5)}$$

$$n = \frac{(3.84)(2.908,75)}{30.047}$$

$$n = \frac{11.169,60}{30.047}$$

n = 371

PROCEDIMIENTO

Aplicados los instrumentos de la investigación se procede a organizar la información para presentarla a través de cuadros y gráficos estadísticos con su respectivo análisis o interpretación; información que permitió realizar el análisis de la oferta la demanda y demanda insatisfecha y proponer estrategias de mercado.

En base al estudio técnico se procedió a realizar del tamaño y localización optima del proyecto, considerando los factores que influyen para el efecto así mismo se estableció el análisis de la ingeniería del proyecto considerando aspectos como el componente tecnológico el proceso productivo los flujogramas de procesos entre otros y se presentó una propuesta de la estructura orgánica funcional de la empresa objeto de estudio.

Posteriormente a ello se hizo un análisis económico financiero para determinar el monto de la inversión y la forma de cómo se va a financiar la empresa; así mismo se procedió a elaborar en base a esta información los presupuestos e ingresos y gastos.

Una vez obtenido este conjunto de información se realizó los cálculos de los indicadores financieros como son: VAN (Valor Actual Neto), TIR (Tasa Interna de Retorno), RB/C (Relación Beneficio Costo), PR/C (Periodo de Recuperación de Capital), y análisis de sensibilidad, los mismos que se realizan en base al flujo de caja.

Por último se determinó las conclusiones y recomendaciones.

f. RESULTADOS

Resultados de las encuestas aplicadas a los clientes

1. ¿Consumen ustedes pan?

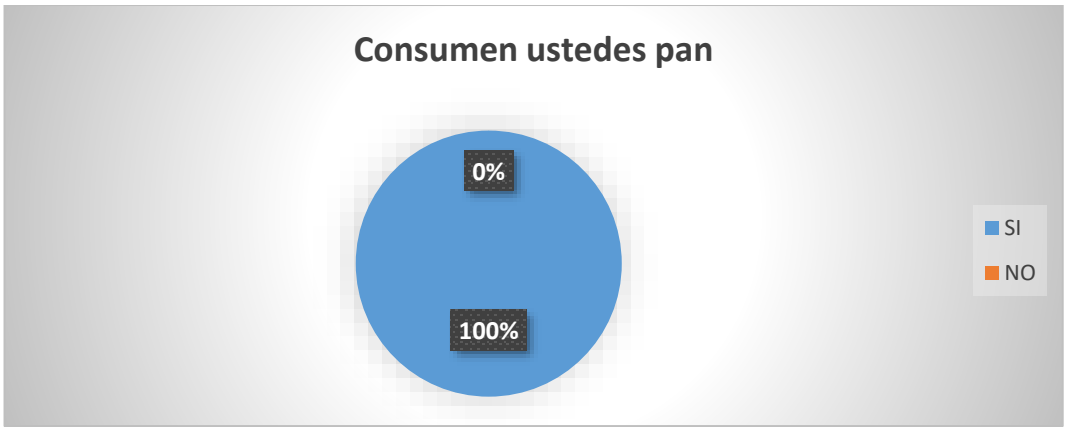
Cuadro N° 3

Consumen ustedes pan

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	**371**	**100%**
NO	**0**	**0%**
Total	**371**	**100%**

Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

Gráfico N° 1



Análisis e interpretación:

De las 371 encuestas: 100% indicaron que si consumen pan; mientras que el 0% dijeron que no. Esto anticipa una buena demanda para el producto.

2. ¿Con que frecuencia adquiere el pan?

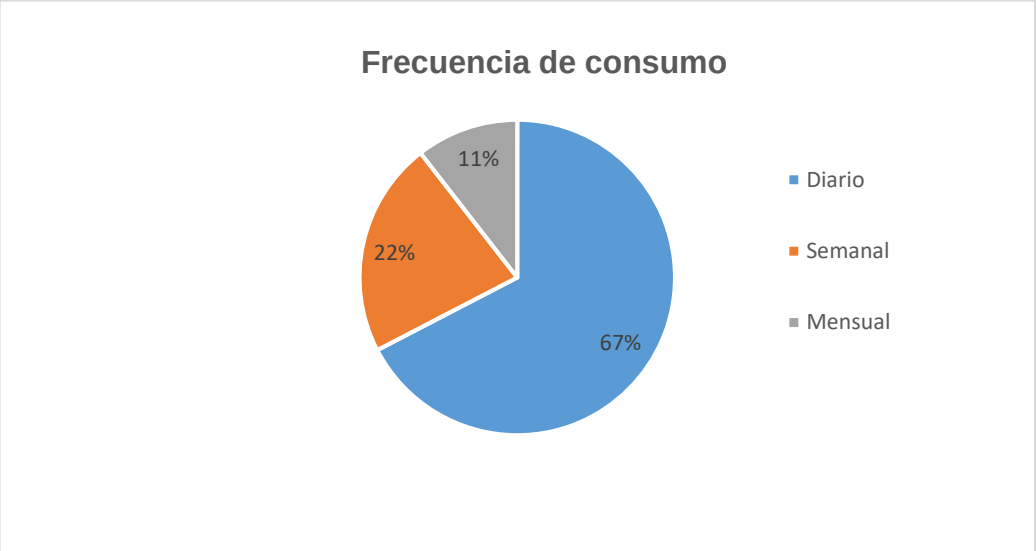
Cuadro N°4

Frecuencia de consumo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Diario	250	67%
Semanal	82	22%
Mensual	39	11%
Total	371	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

Gráfico N° 2



Análisis e Interpretación:

De las 347 encuestas: 67% de las familias consumen pan diariamente; mientras que el 22% consumen semanal y un 11% de consumen pan mensualmente; factor que se considera para la producción.

3. ¿Qué cantidad de pan consume?

Cuadro N°5

Cantidad de consumo

VARIABLE	CANTIDAD	FRECUENCIA	(XM)	F*XM	TOTAL
DIARIO	(1-4)	177	2	354	129.210
	(5-8)	49	6	294	107.310
	(9-12)	15	10	150	54.750
	(13-14)	9	13,5	121,5	44.348
	SUBTOTAL	250		919,5	206.408
SEMANAL	(1-4)	15	2	30	1.560
	(5-8)	16	6	96	4.992
	(9-12)	43	10	430	22.360
	(13-14)	8	13,5	108	5.616
	SUBTOTAL	82		664	34.528
MENSUAL	(1-4)	9	2	18	216
	(5-8)	15	6	90	1.080
	(9-12)	10	10	100	1.200
	(13-14)	5	13,5	67,5	810
	SUBTOTAL	39		275,5	3.306
	TOTAL ANUAL	371		1859	244.242

Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

Promedio al año= 244.242 / 371

Promedio al año= 658,33 = 658 panes al año.

Análisis e Interpretación:

Para determinar el promedio de consumo de pan se realizó de la siguiente manera: Se suma los subtotales de la semana, mensual y anual que da un total dándonos un total de 244.242 se lo dividió para 371 que es el total de las encuestas y de las familias que manifestaron que si consumirían pan; determinando un mercado importante para la producción, dando un total anual de 658 unidades al año.

4. ¿Cuál es el pan de su preferencia?

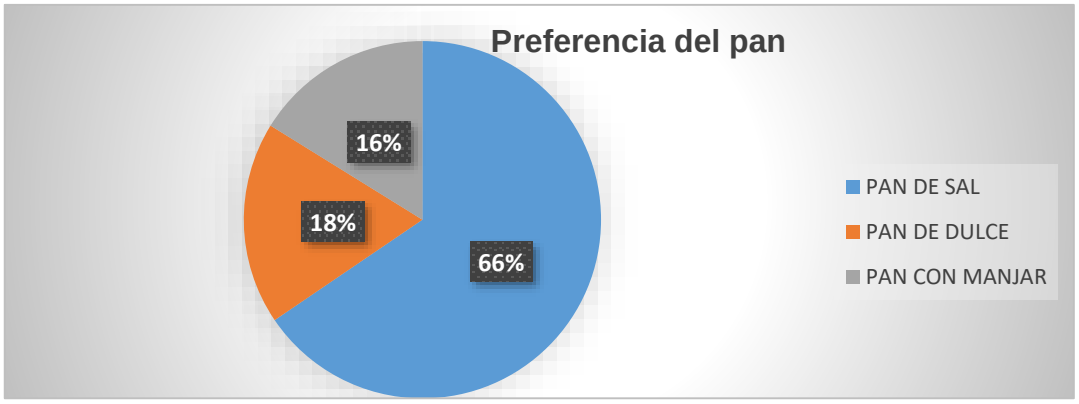
Cuadro N°6

Preferencia del pan

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Pan de sal	243	65%
Pan de dulce	68	18%
Pan con manjar	60	16%
Total	371	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

Gráfico N°3



Análisis e Interpretación:

De las 371 encuestas: 66% manifiestan que prefieren el pan de sal; mientras que el 18% consumen el pan de dulce y el 16% consumen el pan de manjar factor importante al momento de producir los panes.

5. **¿Conoce usted el valor nutritivo del pan?**

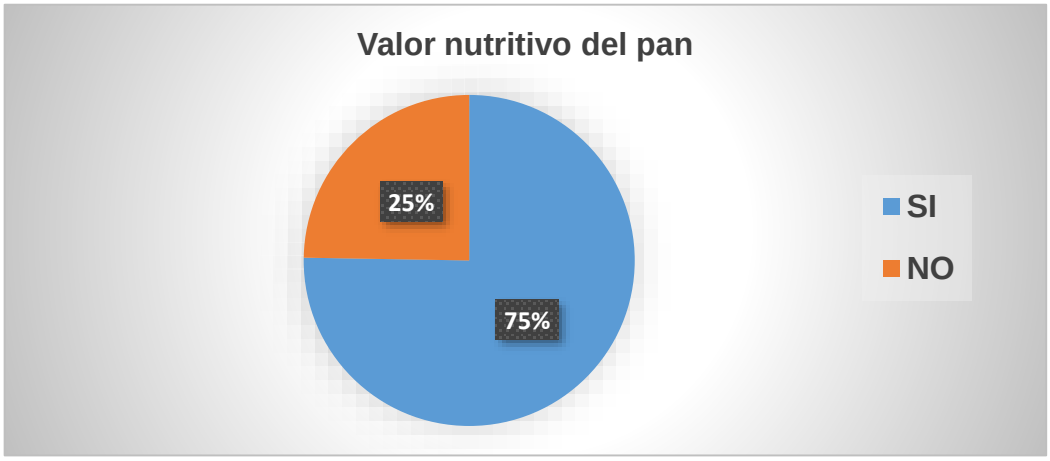
Cuadro N°7

Valor nutritivo del pan

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	279	75%
No	92	25%
Total	371	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

Gráfico N° 4



Análisis e Interpretación:

De las 371 encuestas: 75% manifiestan que si conocen el valor nutritivo del pan; mientras que el 25% manifiestan que no conocen el valor nutritivo del mismo; permitiéndonos de esta manera brindar al cliente atención personalizada para de esta manera captar clientes.

6. **¿Usted estaría dispuesto a adquirir nuestro nuevo producto?**

Cuadro N°8

Adquisición del pan

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	368	99%
No	3	1%
Total	371	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

Grafico N°5

Análisis e Interpretación:

De las 371 encuestas: 99% mencionaron que Si estarían dispuestos a adquirir los panes de la nueva empresa; mientras1% no lo harían. A este factor que manifestó que no adquirirían, se lo debe tener presente para a través de la publicidad y promociones captarlos.

7. **¿Estaría de acuerdo con la implementación de una panificadora en la parroquia Punzara?**

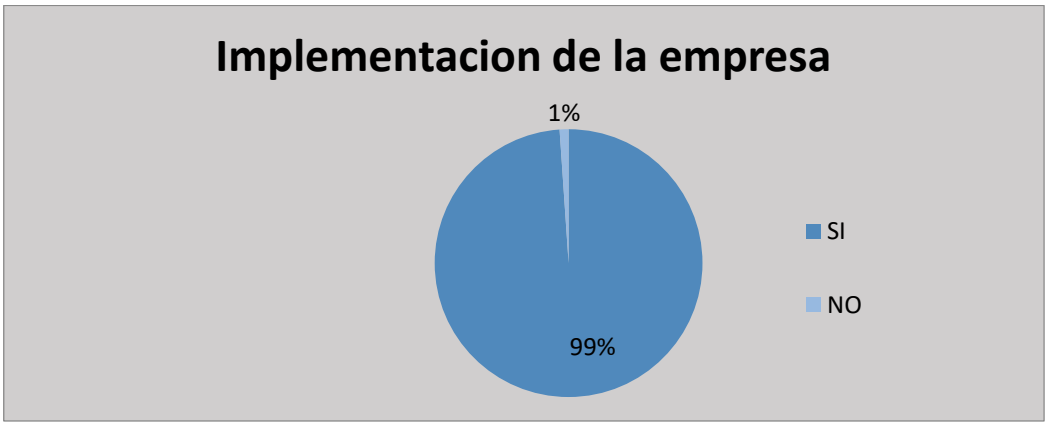
Cuadro N°9

Implementación de la empresa

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	365	99%
No	3	1%
Total	368	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

Grafico N°6



Análisis e Interpretación:

De las 368 encuestas: 99% mencionaron que Si estarían de acuerdo con la implementación de la empresa panificadora; mientras que el 1% no lo están. A este factor que manifestó que no están de acuerdo, se lo debe tener presente para a través de la publicidad captarlos.

8. ¿Qué características usted considera cuando comprar el pan?

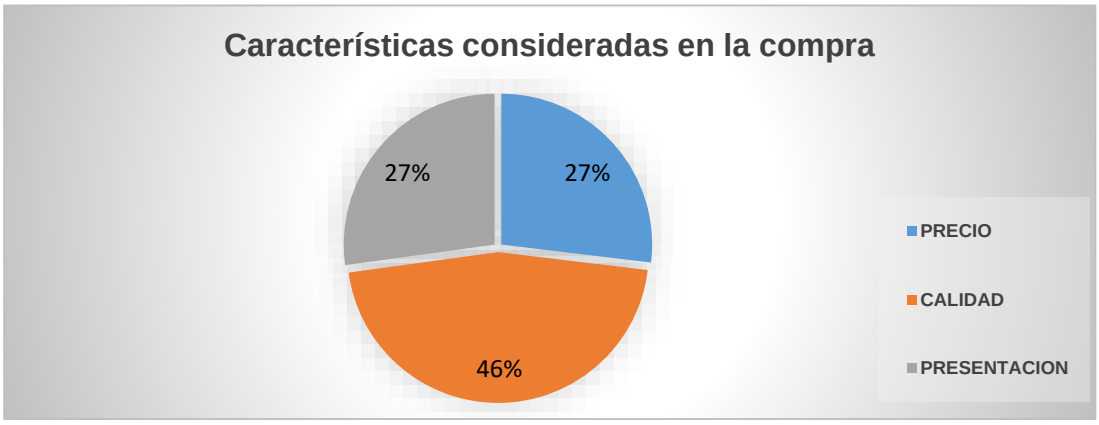
Cuadro N°10

Características consideradas en la compra

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Precio	99	27%
Calidad	168	46%
Presentación	98	27%
Total	365	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

Grafico N° 7



Análisis e Interpretación:

De las 365 encuestas: 46% consideran a la hora de la compra la calidad; mientras que el 27% consideran la presentación y el 27% el precio, son detalles que la empresa debe tomar en cuenta al momento de vender los panes.

9. ¿Dónde le gustaría adquirir el pan?

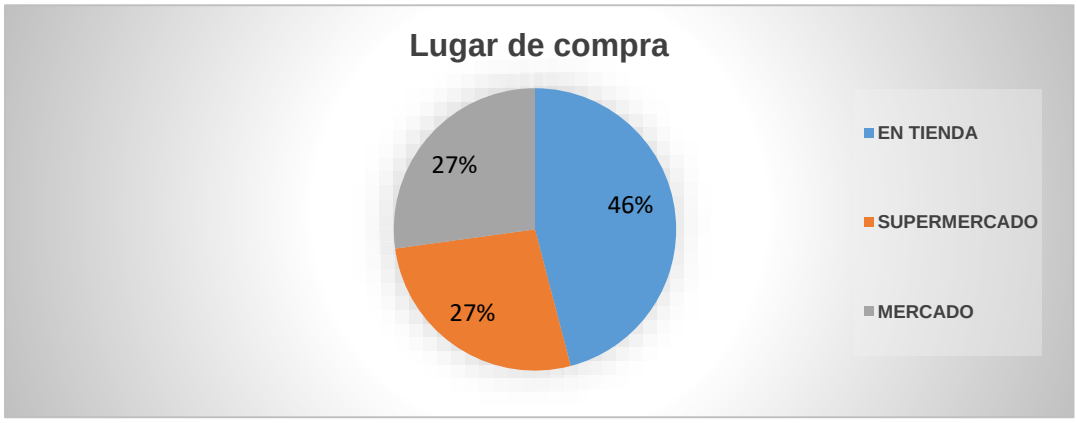
Cuadro N°11

Lugar de compra

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
En tienda	169	46%
Supermercado	98	27%
Mercado	98	27%
Total	**365**	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

Grafico N°8



Análisis e Interpretación:

De las 365 encuestas: 46% mencionaron que compran el pan en tiendas; mientras que el 27% lo adquieren en supermercados y el 27% lo compran en mercado lo que determina que para el proyecto será beneficioso que exista un mercado poco explotado.

10. ¿Cuánto paga en la actualidad por cada unidad de pan?

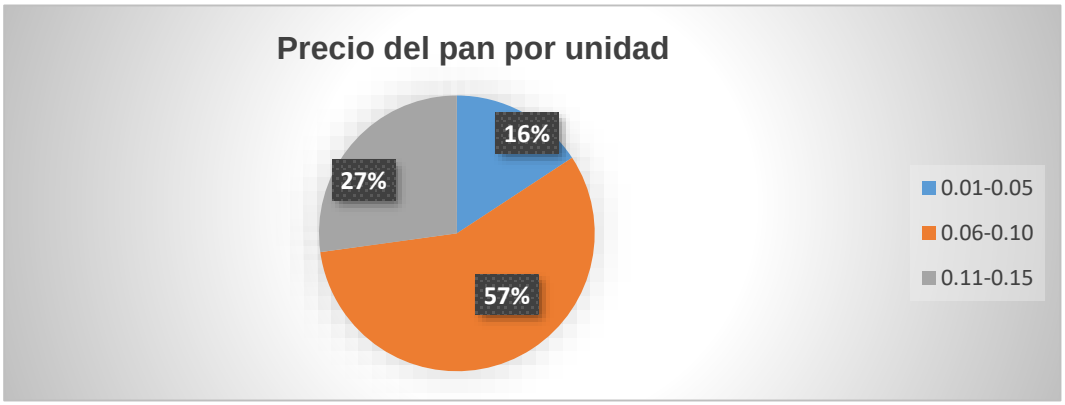
Cuadro N° 12

Precio del pan por unidad

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
0.01 a 0.06 ctvs.	58	16%
0.07 a 0.12 ctvs.	207	57%
0.13 a 0.18 ctvs.	100	27%
Total	**365**	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

Grafico N° 9



Análisis e Interpretación:

De las 365 encuestas: 57% mencionaron que pagan por unidad de pan en promedio (0.01 a 0.05 ctvs.); mientras que el 27% pagan en promedio (0.06 a 0.10 ctvs.) y el 16% pagan en promedio (0.11 ctvs. a 0.15) ; determinando que es un producto de consumo al cual lo consumen todos los días .

11. ¿Al adquirir el pan como le gustaría que sea la presentación del producto?

Cuadro N°13

Presentación del producto

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
En cartón	14	4%
En funda de papel	318	87%
Encuestas	33	9%
Total	365	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

Grafico N°10

Análisis e Interpretación:

De las 365 encuestas: 87% manifestaron que la presentación del pan sea en Cartón, mientras que en 9% les gusta en cesta y el 4% les gusta en cartón; información que servirá a la hora de vender el producto.

12. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría enterarse de la nueva panificadora?

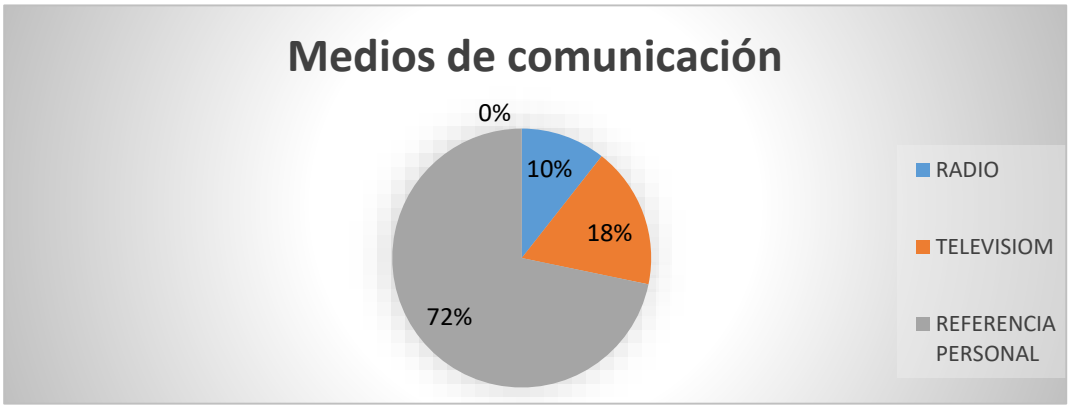
Cuadro N°14

Medios de comunicación

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Radio	39	11%
Televisión	65	18%
Referencia personal	261	72%
Total	365	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

Grafico N°11



Análisis e Interpretación:

De las 365 encuestas: 72% contestaron que la nueva empresa se promocionen a través de preferencia personal; mientras que 18% por medio de la televisión; y el 10% le gustaría que se promocione la empresa por medio de la radio. Información que nos servirá para establecer los medios de publicidad que hará uso la nueva empresa.

Resultados de las encuestas aplicadas a los ofertantes.

1. **¿Usted vende pan?**

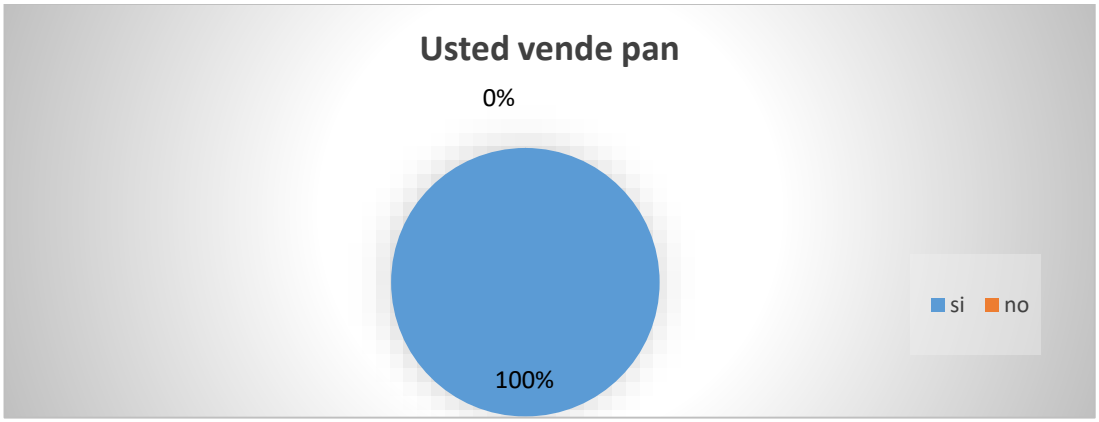
Cuadro N°15

Usted vende pan

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	27	100%
No	0	0
Total	27	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

Grafico N° 12



Análisis e Interpretación:

De las 27 encuestas: contestaron que el 100% venden pan; mientras que no hay un valor negativo que no lo haga. Determinando q en la parroquia Punzara existe una gran aceptación por el producto.

2. ¿Qué cantidad de pan vende mensualmente?

Cuadro N°16

Cantidad de pan que vende mensualmente

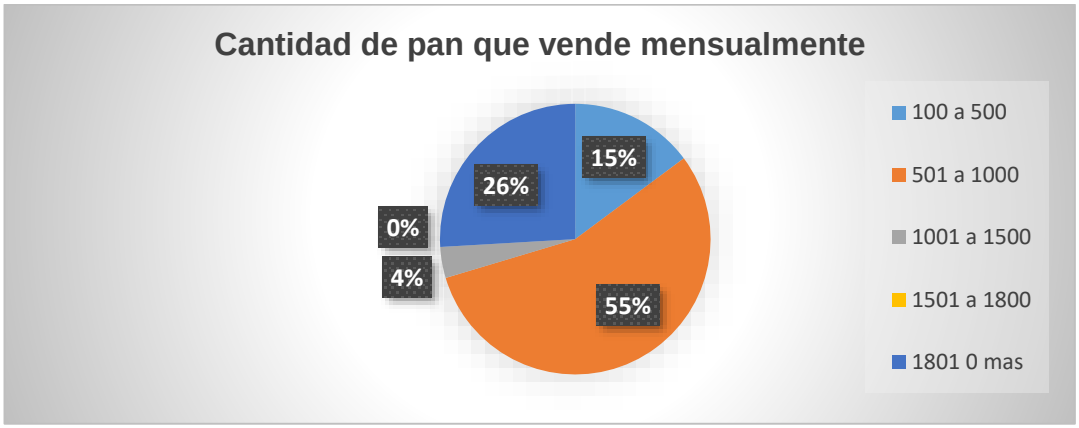
Alternativa	Frecuencia	XM	F*XM	Porcentaje
100 a 500	4	250	1000	15%
501 a 1000	15	750	11250	56%
1001 a 1500	1	1250	1250	4%
1501 a 1800	0	1750	0	0%
1801 0 mas	7	1801	12607	26%
Total	27		**26107**	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

Promedio de venta mensual = $\bar{X} = \frac{\sum fxm}{n}$

Promedio de venta mensual = 26.107 x 12 = **313.284 panes al año.**

Grafico N°13



Análisis e Interpretación:

De las 27 encuestas: 55% contestaron que venden el pan en promedio de 100 a 500 panes mensuales, mientras que el 26% nos dicen que venden de 501 a 1000 panes venden mensualmente; el 15% venden de 1001 a 1500 panes mensuales y el 4% venden de 1801 o más panes mensual; determinando un promedio de consumo de 313.284 panes al año.

3. **¿Cuál es el precio de venta?**

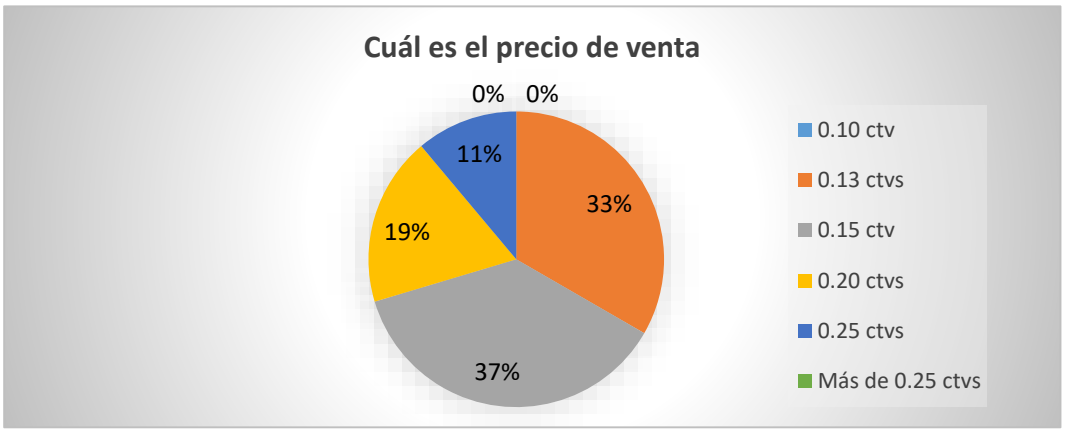
Cuadro N° 17

Precio de venta

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
0.10 ctvs.	0	0%
0.13 ctvs.	9	33%
0.15 ctvs.	10	37%
0.20 ctvs.	5	19%
0.25 ctvs.	3	11%
Más de 0.25 ctvs.	0	0%
Total	**27**	**100%**

Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

Grafico N°14



Análisis e Interpretación:

De las 72 encuestas: 37% contestaron que el precio de venta es de 0,15ctvos; mientras que el 13% lo venden en 0.13ctvs; el 19% lo venden en 0,20ctvs y el 11% lo venden en 0,10ctvs.

4. **¿Tiene publicidad para dar a conocer su producto?**

Cuadro N°18

Tiene publicidad

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	17	63%
No	10	37%
Total	27	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

Grafico N°15

Análisis e Interpretación:

De las 27 encuestas: 63% contestaron qué si realizan publicidad; mientras que el 37% no lo hacen. Factor importante que nos servirá para que la empresa pueda realizar publicidad y llegar a posicionarse de mejor forma en el mercado.

5. **¿Cuál es la presentación da su producto?**

Cuadro N°19

Presentación de su producto

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Fundas plásticas	27	100%
Fundas de papel	0	0%
Canastas	0	0%
Cartones	0	0%
Total	**27**	**100%**

Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

Grafico N° 16

Análisis e Interpretación:

De las 27 encuestas: 100% contestaron que la presentación de su producto es de funda plástica; mientras que los restantes son negativos.

Factor importante que nos servirá para que la empresa tener la mejor presentación para el producto.

g. DISCUSION

Estudio de mercado

Con el estudio de mercado se va a determinar la oferta, la demanda, las preferencias, los gustos de los potenciales clientes para así poder satisfacer sus requerimientos.

Análisis de la demanda

Entendida la demanda como el número de unidades de un determinado bien que los consumidores están dispuestos a adquirir durante un periodo determinado. Según condiciones como precio, calidad, ingresos, gustos y preferencias.

Demanda Potencial.

La demanda potencial está constituida por los productos que podrían ser consumidos por los demandantes de un mercado.

Para determinar la demanda potencial se consideró la pregunta N° 1 que si consumen ustedes pan; a lo cual tenemos que el 100% manifestó que si lo hacen (Cuadro N°2).

Para la proyección de la demanda potencial, se toma en consideración el año 2016 que es de 11.675 familias con una tasa de crecimiento

poblacional de 2.65% proporcionados por el INEC; cuyos datos se representa a continuación.

Cuadro N°20

Demanda potencial

AÑOS	Familias	Demanda potencial 100%
1	11.984	11.984
2	12.301	12.301
3	12.627	12.627
4	12.962	12.962
5	13.306	13.306

Fuente: Encuesta n°1
Elaboración: El autor

Demanda Real o Actual

Está constituida por la cantidad de bienes que se consumen de un producto específico en el mercado. De acuerdo al estudio de mercado se pudo determinar que la totalidad es de un 99% (Cuadro N° 8) de las familias que si están de acuerdo que se llegara a implementar una panadería en la parroquia Punzara, compraría nuestros productos.

Cuadro N°21

Demanda real

AÑOS	Familias	Demanda real 99%
1	11.984	11.864
2	12.301	12.178
3	12.627	12.501
4	12.962	12.832
5	13.306	13.173

Fuente: Encuesta n°6
Elaboración: El autor

Demanda Efectiva

Es la cantidad de bienes que en la práctica son requeridos por el mercado, pero que no se puede satisfacer ya que pueden existir restricciones debido a la situación económica, a la falta del producto o cualquier otro inconveniente. La demanda efectiva la tomamos basándonos en la pregunta Nº 7 (Cuadro Nº 6) que hace referencia a la pregunta que si estaría dispuesto a adquirir nuestro producto, para lo cual tenemos un 99% que manifiesto que sí. Para la proyección de la demanda efectiva nos basamos en la tasa de crecimiento poblacional que es del 2,65% (INEC) cuyos datos se representa a continuación.

Cuadro N°22

Demanda efectiva

AÑOS	Demanda real 99,00%	Demanda efectiva 99,00%
1	11.864	11.864
2	12.178	12.178
3	12.501	12.501
4	12.832	12.832
5	13.173	13.173

Fuente: Encuesta 7
Elaboración: El autor

Consumo per cápita

Para poder establecer el consumo per-cápita del pan en la parroquia Punzara, se realizó el siguiente procedimiento: El total de la adquisición anual que es 244.242 panes, lo dividimos para el número de encuestados que es de 371, nos da un total de 658 panes al año.

Cuadro N°23

Consumo per cápita

Detalle	Frecuencia	XM	F*XM
diario	250	920	**206.408**
semanal	82	664	**34.528**
Mensual	39	276	**3.306**
Total	**371**		244.242

Fuente: Encuesta N| 3
Elaboración: El autor

$$CPA \frac{C.A}{N^{\underline{o}}\ Encuestas} = \frac{244.242}{371} = 658{,}33 = 658 \text{ panes al año.}$$

.

Demanda efectiva en producción

Para establecer la demanda efectiva en producción de panes se tomó en consideración de la demanda efectiva calculada en el cuadro Nº 22 y el promedio de adquisición de consumo anual que es de 658 panes. (Cuadro Nº23) dándonos una demanda en producción de 7.806.535 cuyos datos se representa a continuación.

Cuadro N°24

Demanda efectiva en producción

Años	Población	Familias	Demanda potencial 100%	Demanda real 99%	Demanda efectiva 99%	Consumo promedio	Demanda futura
0	**46698**	**11.675**					
1	47935	11.984	11984	11.864	11.864	658	7.806.535
2	49206	12.301	12301	12.178	12.178	658	8.013.409
3	50510	12.627	12627	12.501	12.501	658	8.225.764
4	51848	12.962	12962	12.832	12.832	658	8.443.747
5	53222	13.306	13306	13.173	13.173	658	8.667.506

Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

Análisis de la oferta.

La oferta es la cantidad de productos que se encuentran disponibles para ser consumidos.

Para proyectar la oferta nos basamos en la pregunta .N° 2 que dice que cantidad de pan vende mensualmente; dándonos como resultado lo siguiente:

Cuadro N°25

Oferta

Promedio de venta mensual = 26.107
Promedio de venta anual = 26.107 x 12 = **313.284 panes al año.**

Fuente: Encuesta n° 2
Elaboración: El autor

Proyección de la Oferta

En la ciudad de Loja existen 27 panaderías dedicada a la producción de pan por lo tanto la oferta es de 313.284 por ser un producto nuevo en el mercado con una tasa inflacionaria del 0,19% al año datos proporcionados por SRI.

Fórmula:

$$\textbf{P.O} = \frac{\textbf{Año Actual - Año Anterior}}{\textbf{Año Actual}}$$

$$\textbf{P.O} = \frac{27 - 22}{27} = 0{,}19$$

TASA INFLACIONARIA = **O, 19%**

Cuadro N°26
Proyección de la Oferta

Año	Oferta
0	313284
1	371300
2	440059
3	521551
4	618135
5	732604

Fuente: Encuesta N° 25
Elaboración: El autor

ANALISIS DE LA DEMANDA INSATISFECHA

La diferencia entre la oferta y la demanda efectiva permitirá obtener la demanda insatisfecha de pan en el mercado de la parroquia Punzara. Para el primer año la demanda es de 7´806.535 panes anual y la oferta de 371.300 panes, la diferencia de estas nos da como resultado una demanda insatisfecha de 7´435.236 panes al año. En el cuadro siguiente se realizan las operaciones para determinar esta demanda.

Cuadro N°27
Demanda insatisfecha

Años	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
1	7´806.535	371.300	7´435.236
2	8´013.409	440.059	7´642.109
3	8´225.764	521.551	7´854.464
4	8´443.747	618.135	8´072.447
5	8´667.506	732.604	8´296.206

Fuente: Encuesta oferta, cuadro N°24 - 25
Elaboración: El autor

PLAN DE COMERCIALIZACION.

PRODUCTO.

El producto que brindaremos se constituye en uno de los más grandes complementos en la pirámide alimenticia mismo que contribuye al desarrollo nutricional en su dieta diaria, mejorando su salud y su calidad de vida.

El producto que se va a ofrecer es pan el cual tiene presentación de manera individual para el consumo familiar en la parroquia Punzara, provincia de Loja.

La importancia de emprender este proyecto radica en el papel de satisfacer a las familias que desean adquirir el producto con la finalidad de una mejor alimentación, cuidando su salud además, pretendemos fomentar e incrementar la industrialización y comercialización en la parroquia Punzara.

PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO.

La presentación del producto se dará a conocer para el cliente, a través de publicidad y a la vez en las fundas de plásticas impresas misma que llevaran la marca y el logotipo en colores llamativos, además contienen peso por unidad de producto, beneficio, ingredientes, registro sanitario, fecha de elaboración y caducidad, código de barras entre otros, es indispensable decir que dichas fundas para expandir el producto tienen,

medidas de acuerdo a la cantidad del producto que el consumidor adquiera.

La marca con la que se identifica el producto será **BREAD PANIFICADORA**, nombre relacionado con los elementos constitutivos del producto.

Grafico N°17

El diseño del logo tipo de la empresa y el empaque son los siguientes:

EMPAQUE

Grafico N°18

Dir. Barrió Ciudad alegría Calle Av. Elov Alfaro y S/N

LOGOTIPO

Grafico N°19

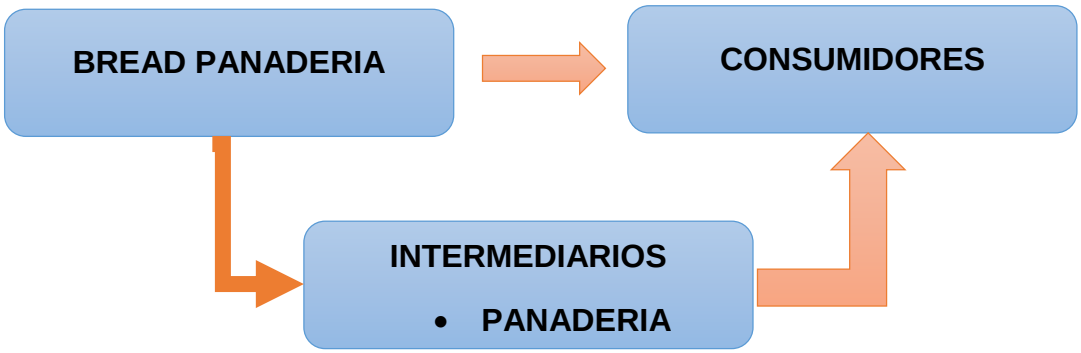
PRECIO.

Al observar el mercado de la industria Panificadora y luego de realizar variadas visitas a locales de expendio de este producto los mismo que son nuestros principales competidores nos hemos podido percatar que nuestro producto puede desarrollar variadas estrategias de precio las mismas que se podrán implantar una vez que el presente proyecto, se establezcan, se conozcan los costos de producción, a más del análisis de otros factores como los precios de los productos de la competencia que se expenden en el mercado, el poder adquisitivo de la población y un porcentaje conveniente de utilidad. Con el análisis de estas variables se tratará de establecer un precio razonable ya que de éste depende en muchos casos la introducción adecuada del mercado sin dejar de lado otras variables como la calidad, la oportunidad en la entrega, etc.

PLAZA.

El nuevo producto que se ofrecerá Bread PANIFICADORA Cía. Ltda. Será producido y comercializado. Con motivo que sea más atractivo a nuestros clientes contaremos con una instalación en el Barrio Ciudad Alegría, para su adecuada distribución y colocación en el mercado se ha optado por dos canales de distribución que permitan llegar con el producto a diversos hogares en el menor tiempo posible y asegurar las ventas de mismo.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN.



Este canal de distribución se lo emplea, debido a que haremos la distribución a intermediarios (panaderías); y, éstos a su vez venderán a los diferentes clientes (usuario final).Para ello la empresa contara con su propia bodega y camión repartidor para la adecuada entrega a los diversos distribuidores, esto representara para la empresa que el producto se

comercialice y se dé a conocer en el menor tiempo posible, lo que va a incidir notablemente en los ingresos para la empresa.

PUBLICIDAD.

La publicidad para dar a conocer nuestro producto se basara en la utilización de las respuestas obtenidas a través de los encuestados mismos que manifiestan su predilección por las estaciones de radio que tienen mayor frecuencia. y a cogida por las personas encuestas a través de cuñas radiales, así mismo nuestra empresa optara por la publicidad en periódicos de la localidad, y finalmente vía internet; en los cuales se dará a conocer, a los clientes potenciales el producto y servicio que ofreceremos; además los beneficios que se obtiene al consumir el producto.

ESTACIONES RADIALES.

Debido a la gran aceptación que tienen las estaciones radiales en nuestra localidad hemos considerado pasar cuñas en la emisora de mayor aceptación local, al igual las cuñas se pasaran en horarios de mayor rating.

ESTUDIO TECNICO

Definición.

El objetivo del estudio técnico, para el presente proyecto de inversión, es determinar la posibilidad de ofrecer pan, con calidad, concibiendo la unidad productiva con un tamaño y localización adecuados de la planta, tratando de que todos estos recursos sean utilizados de la manera más óptima; y, la ingeniería del proyecto en donde se justifica técnicamente la propuesta.

Localización.

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida al logro de la mayor rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social). El objetivo es llegar a determinar el sitio donde se instalará la empresa BREAD Panificadora Cía. Ltda., que estará ubicada al sur de la ciudad de Loja, en el Barrio Ciudad Alegría parroquia Punzará. Su localización está determinada por factores favorables como: disponibilidad de terreno, vías de comunicación y presencia de servicios básicos que son necesarios para el funcionamiento de la empresa.

Macrolocalización.

Hemos considerado que la empresa productora y comercializadora de Pan, Bread Panificadora Compañía Limitada, estará localizada en Sudamérica, en la República del Ecuador, en la provincia, cantón y ciudad de Loja en la parroquia Punzara en el Barrio Ciudad Alegría, debido a razones legales, como es la ordenanza Municipal existente para la ubicación de empresas de producción y las condiciones de infraestructura básica que están listas para proceder a la instalación de la empresa.

Grafico N° 20

MACRO LOCALIZACION DE LA EMPRESA

Microlocalización.

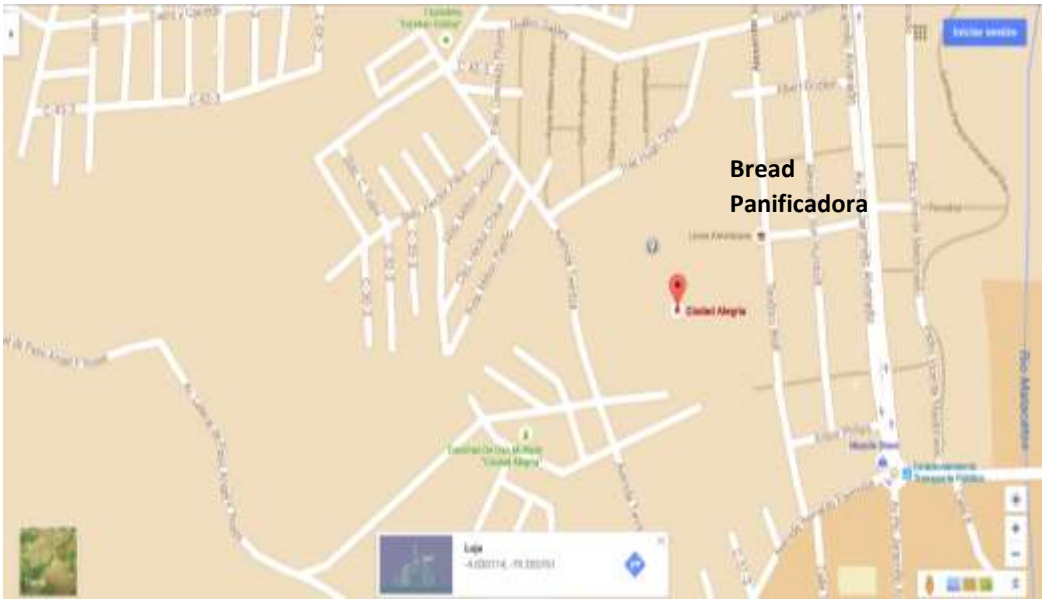
En lo referente a la micro localización y por tratarse de una empresa que no necesita de áreas grandes para su desarrollo, se ubicará en el Barrio Ciudad Alegría, lugar propicio para la implantación de esta unidad productiva. Se toma en cuenta los criterios:

- Al haber calles y avenidas debidamente construidas que conectadas con el centro operativo interno del mercado conformado por las familias de la ciudad de Loja; permiten la facilidad para el transporte de materia prima y productos terminados, movilización de personal, etc.

- El sector se encuentra en la actualidad con un suministro invariable de energía eléctrica a fin de hacer funcionar la maquinaria de la fabricación de masas para la elaboración del pan, así mismo existe agua potable y servicios sanitarios de alcantarillado para aguas servidas y pluviales

Grafico N°21

Mapa del Barrio Ciudad Alegría



TAMAÑO DE LA PLANTA.

Este aspecto tiene que ver con la capacidad productiva durante la vida útil del proyecto, se considera la capacidad productiva en función de unidades de producto en relación del tiempo

CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad de producción es de 2 hornos cada horno contiene 10 latas en cada bandeja contiene 32 panes, cada horneada tendrá una duración de 60 min, es decir un total de 640 unidades por cada horneada.

Trabajando las 24 horas en función a la máquina, producimos un total de 15.360 panes al día; esto multiplicado por los 7 días a la semana (lunes a domingo) nos da un total de 107.520 panes; y por las 52 semanas al año nos da un total de 5´591.040 panes al año.

Cuadro N° 28
Capacidad instalada de acuerdo a la maquina

2 hornos	Capac / horno	Capacidad de lata	Producción por cada horneada en 1 hora	Horneada al día	Producción al día	Producción semanal	Producción año
	10 latas	32 panes	640	24	15.360	107.520	5´591.040

Elaboración: El autor

CAPACIDAD UTILIZADA

La empresa comenzara laborando de Lunes a Viernes con dos máquinas hormadoras de pan la cual tendrá 8 horas de producción; cada horno contiene 10 latas en cada bandeja contiene 32 panes, cada horneada tendrá una duración de 60min, es decir un total de 640 unidades por cada horneada. Trabajando las 8 horas diarias producimos un total de 5.120 panes al día; esto multiplicado por los 5 días a la semana nos da un total de 25.600 panes; y por las 52 semanas al año nos da un total de 1´331,200 panes al año.

Cuadro N°29
Capacidad utilizada

2 hornos	Capac / Horno	Capacidad de lata	Producción por cada horneada en 1 hora	Horneada al día	Producción al día	Producción semanal	Producción al año
	10 latas	32 panes	640	8	5.120	25.600	**1´331.200**

Elaboración: El autor

PARTICIPACIÓN DEL MERCADO

Para establecer la participación que tendrá el proyecto se toma en cuenta la capacidad insatisfecha del mercado del pan la misma que es de 7’435.236, este valor lo dividimos para la capacidad utilizada la misma que es de 1’064.960 dándonos como resultado una participación del mismo del 14,32%.

Cuadro N°30

Participación del Mercado

Años	Demanda Insatisfecha	Capacidad Utilizada	Participación en el mercado
1	7’435.236	1’331.200	17,90%
2	7’642.109	1’331.200	17,42%
3	7’854.464	1’331.200	16,95%
4	8’072.447	1’331.200	16,49%
5	8’296.206	1’331.200	16,05%

Fuente: Cuadro N° 27- 29
Elaboración: El autor

Cuadro N°31

Maquinaria y equipo

Cantidad	Articulo	Características	Gráfico
2	**Horno Industrial**	• Capacidad para 10 latas • Acero inoxidable • Tecnología digital para los controles de temperatura y tiempo.	
1	**Mesa**	• Elemento necesario para el mezclado de la masa	
1	**Batidora Industrial**	• Acero inoxidables, con motores y engranajes robustos	

1	**Cocina Industrial**	• Con seis quemadores • Tubería para gas y planchas de acero inoxidable	
1	**Cilindro**	• Válvula de tipo industrial y libra presión	

Fuente: Juan El Jury
Elaboración: El autor

Cuadro N°32
Herramientas

Cantidad	Articulo	Características	Gráfico
1	**Espátulas**	• Fabricado de acero inoxidable y mango de plástico	
1	**Bandejas**	• Fabricado de plástico, diámetro mayor de 30 cm	
1	**Pinzas**	• Acero inoxidables, Ideales para manipular pan	
1	**Cuchillos**	• Mango de aluminio y cuerpo a base de acero inoxidable tipo tamaño normal.	

Fuente: Almacén Ferrimar
Elaboración: El autor

Distribución de la Planta

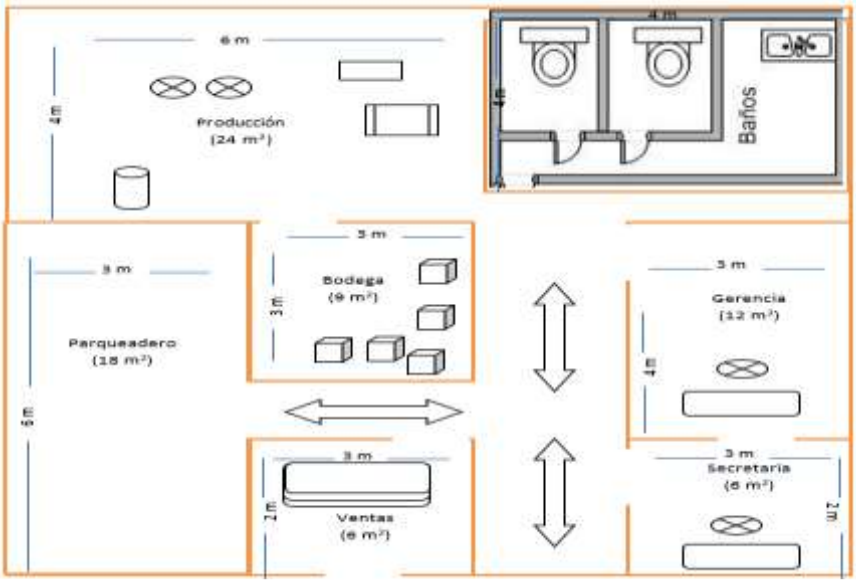
Además de la localización, diseño y construcción de la planta es importante estudiar con detenimiento el problema de la distribución interna de la misma, para lograr una disposición ordenada y bien planeada de la maquinaria y equipo, acorde con los desplazamientos lógicos de las materias primas y de los productos acabados, de modo que se aprovechen eficazmente el equipo, el tiempo y las aptitudes de los trabajadores.

Las instalaciones necesarias para una pequeña empresa de este giro incluyen, entre otras, las siguientes áreas:

- Producción 24m^2
- Bodega 9m^2
- Baños 16m^2
- Gerencia 12m^2
- Secretaria 6m^2
- Ventas 6m^2
- Parqueadero 18m^2

Cuadro N°33

Distribución de la Planta.



Proceso de Producción.

El proceso de fabricación para el pan, se puede definir con las siguientes fases y actividades:

- **Recepción de la Materia Prima:** En este punto se mantendrá total cuidado, pues la materia prima (harina) principal insumo del producto, no podrá tener contacto directo con el ambiente. Tiempo empleado 10 minutos.

- **Revisión y Control:** Al retirar los sacos harineros de nuestras bodegas, para iniciar con el proceso productivo, es necesario que se supervisen los sacos de manera que ninguno se haya roto y apolillado. Al abrirlo, es totalmente necesario, que se haga con gran cuidado, de forma que no quede alguna hilacha del tejido del saco en la harina, pues ésta fácilmente podría entrar en las fases siguientes del proceso y aparecer en el producto final, tiempo estimado 10 minutos.

- **Proceso de Mezclado:** En esta etapa, la harina mezclada con los demás ingredientes, la cantidad dependerá de los niveles de producción alcanzados. Normalmente ésta máquina es capaz de contener un quintal, es decir un saco o 80 kg de harina. En esta fase, se le agrega el agua y los demás aditivos (sal, levadura, mantequilla, vainilla) en su proporción justa. Para un quintal la proporción de los aditivos es la

- siguiente: La cantidad de agua que se le adhiere representa un 50 a 60% del total de harina. Requiere de un tiempo de 20 minutos.

  - **Control de Calidad** Se realizó una revisión minuciosa para determinar si la masa se encuentra totalmente homogénea, si no existen grumos y si se encuentra apta para continuar a la siguiente etapa, en caso de existir algún inconveniente, se debe regresar a la etapa anterior para mezclar una vez más a fin de lograr la consistencia necesaria, tiempo empleado 5 minutos.

  - **Fermentación y Leudado:** Se pone a fermentar y leudad la masa, de manera tal, que la masa pueda ser estirada y alcance un grosor para el corte apropiado. En esta etapa del proceso el maestro panadero debe añadir harina cruda a la masa y a los rodillos de la máquina, de manera, que la masa no se pegue en ellos. Una vez estirada la masa esta se debe tomar con tal cuidado para posteriormente dejarla sobre el mesón en el cual se hará el cortado tiempo empleado 15 minutos.

  - **Proceso de Corte y formado:** El proceso de corte se hace sobre un mesón de madera limpio y en excelentes condiciones. El corte se realiza con unos moldes metálicos. El maestro panadero solo tiene que cargar o golpear respectivo molde sobre la masa. La velocidad de corte dependerá de la experiencia que tenga dicho maestro.

Posteriormente al corte, la masa será depositada en unas bandejas metálicas para su posterior proceso de cocción. 20 min.

- **Horneado:** Es el proceso de cocción por medio de calor seco que generalmente se efectúa en un horno. Consiste en someter a un alimento a la acción del calor sin mediación de ningún elemento líquido.

Flujograma de Procesos.

El flujograma constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta el proceso productivo: en la cual se realizaran dos fases la primera de 120 minutos en la preparación de la materia prima y la segunda fase describe el proceso de horneado de los panes dando un total de 480 minutos en el día (8 horas)

Cuadro N° 34

Diagrama del proceso de la preparación de los materiales para día.

(640 panes diarios*2 hornos)

ACTIVIDAD	TIEMPO
RECEPCION DE LA MATERIA PRIMA	40 min
REVISION Y CONTROL	30 min
PROCESO DE MEZCLADO	60 min
CONTROL	20 min
FERMENTACION Y LEUDADO	40 min
CORTE Y FORMADO	30 min
HORNEADO	60 min
	480 min

Cuadro N°35

Diagrama del proceso de recorrido de la preparación de los materiales para día.

Fases	Operación	Transporte	Inspección	Operación	Demora	Almacenamiento	Descripción del proceso (actividades)	Tiempo / minutos
1							Recepción de materia prima	40
2							Revisión y control	30
3							Proceso de mezclado	60
4							Control	20
5							Fermentación y leudado	40
6							Corte y formado	30
7							Horneado	60
7	3	0	2		1	1	Totales	480

Elaboración: El autor

DISEÑO ORGANIZACIONAL

El análisis administrativo pretende establecer los aspectos relacionados con la organización legal y administrativa de la empresa. La empresa pretende cumplir con todos los requisitos legales necesarios para poder iniciar las operaciones como una empresa legalmente constituida en la ciudad de Loja.

Base Legal.- Para su operación se crea la empresa cumpliendo con lo que exige la Constitución Política del Estado, Ley de Compañías, Código de trabajo y más leyes concordantes y conexas, así como también sus reglamentos y normas que tengan relación con la iniciación y desarrollo de toda actividad empresarial o de producción el país. Para la implementación de esta empresa se adoptará la forma jurídica de Compañía de Responsabilidad Limitada, cuyo capital es aportaciones por las socias para

que una empresa se constituya legalmente la Superintendencia de Compañías exige el cumplimiento de los siguientes requisitos mismos que se detallan a continuación:

- **Razón Social:** Esta empresa estará constituida jurídicamente como Compañía de Responsabilidad Limitada y su razón social será: **"BREAD Panificadora Cía. Ltda."**

- **Objeto:** El objeto principal de la compañía será de ofrecer pan de banana en la ciudad.

- **Domicilio:** El domicilio de la presente compañía estará ubicado en la ciudad de Loja.

- **Nacionalidad:** La compañía será de nacionalidad ecuatoriana, por tanto está sujeta a las leyes vigentes en el Ecuador y a los estatutos que se elaboren dentro de ella.

- **Duración:** El Plazo de duración será constituida por el lapso de diez años a partir de su fecha de inscripción.

- **Capital:** La empresa estará conformada por 2 socias, las cuales, en base a la necesidad de inversión del proyecto, establecerá el monto individual de sus aportaciones, y con ello, el capital social.

Derecho de las Socias

Las Socias tendrán los siguientes derechos:

- Intervenir en las decisiones y deliberaciones de la compañía.
- Percibir los beneficios que le correspondan de acuerdo a su participación en el capital social pagado.
- No puede obligárseles a incrementar su participación social.
- Puede pedir la revocatoria de la designación del gerente.
- Puede convocar a junta general en base a lo dispuesto por la ley de Compañías.

Obligaciones de las Socias.

Las obligaciones de las socias en este tipo de compañía, entre otras, son las siguientes:

- Pagar a la empresa la participación suscrita.
- Cumplir con los deberes impuestos por el contrato social.
- No entrometerse en los actos administrativos de la compañía.

Estructura empresarial

Para el cumplimiento de las actividades la empresa **BREAD Panificadora Cía. Ltda.** Requiere de una estructura vertical en donde todas sus obligaciones y decisiones recaen sobre la gerencia, además la empresa

cuenta con un área administrativa (gerente y secretaria-contadora) y 1 vendedora.

Determinación de los niveles jerárquicos.

Es el conjunto de órganos agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que posean. En nuestra empresa únicamente se cuenta con el nivel ejecutivo, nivel de apoyo y nivel operativo.

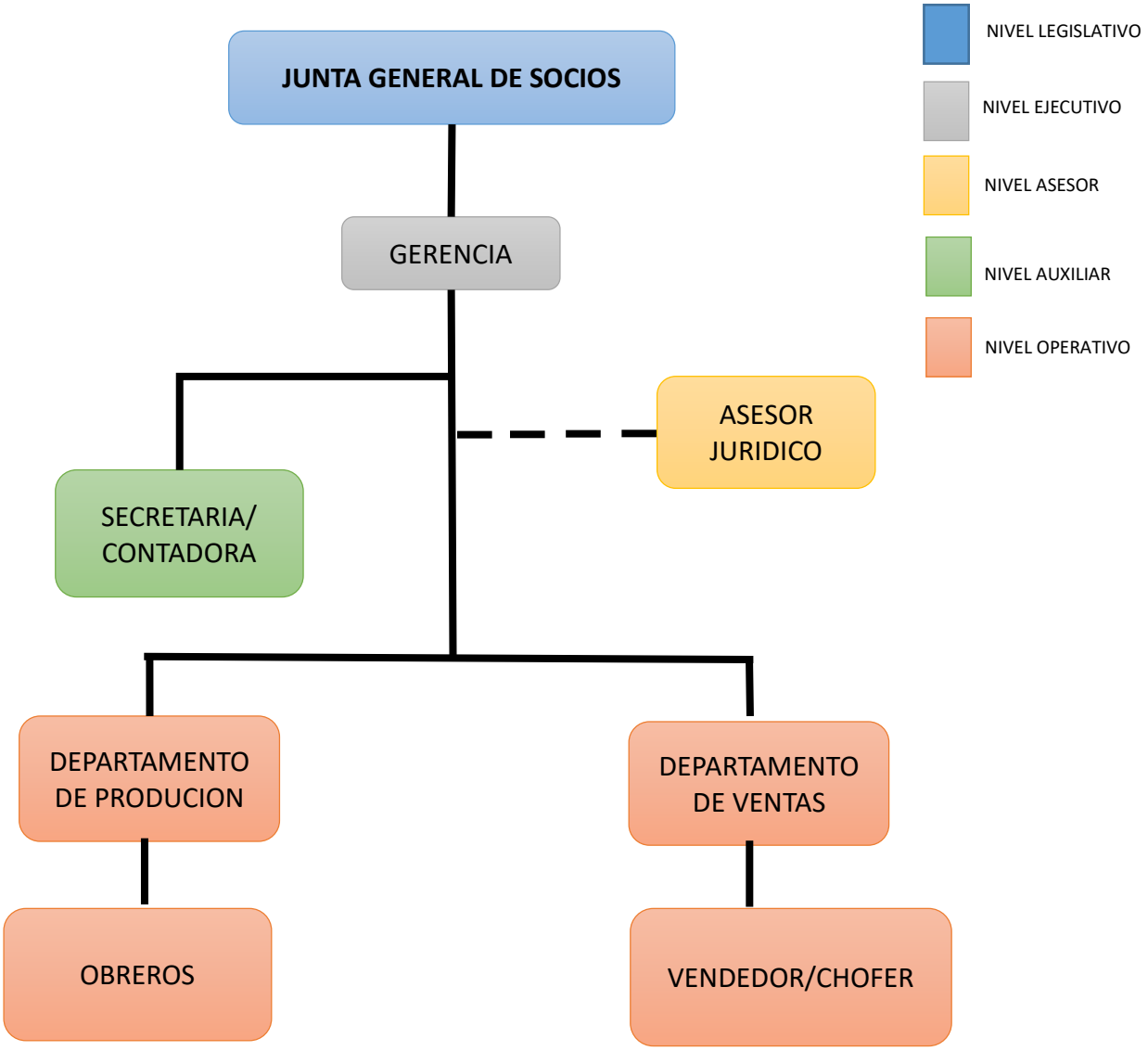
Nivel Ejecutivo: Lo constituye el gerente que será nombrado por los socios.

Nivel De Apoyo: En este nivel se encuentra la secretaria contadora que tiene relación directa con las actividades administrativas.

Nivel Operativo: Conformado por el jefe de producción y 2 obreros y un vendedor.

Cuadro N°36

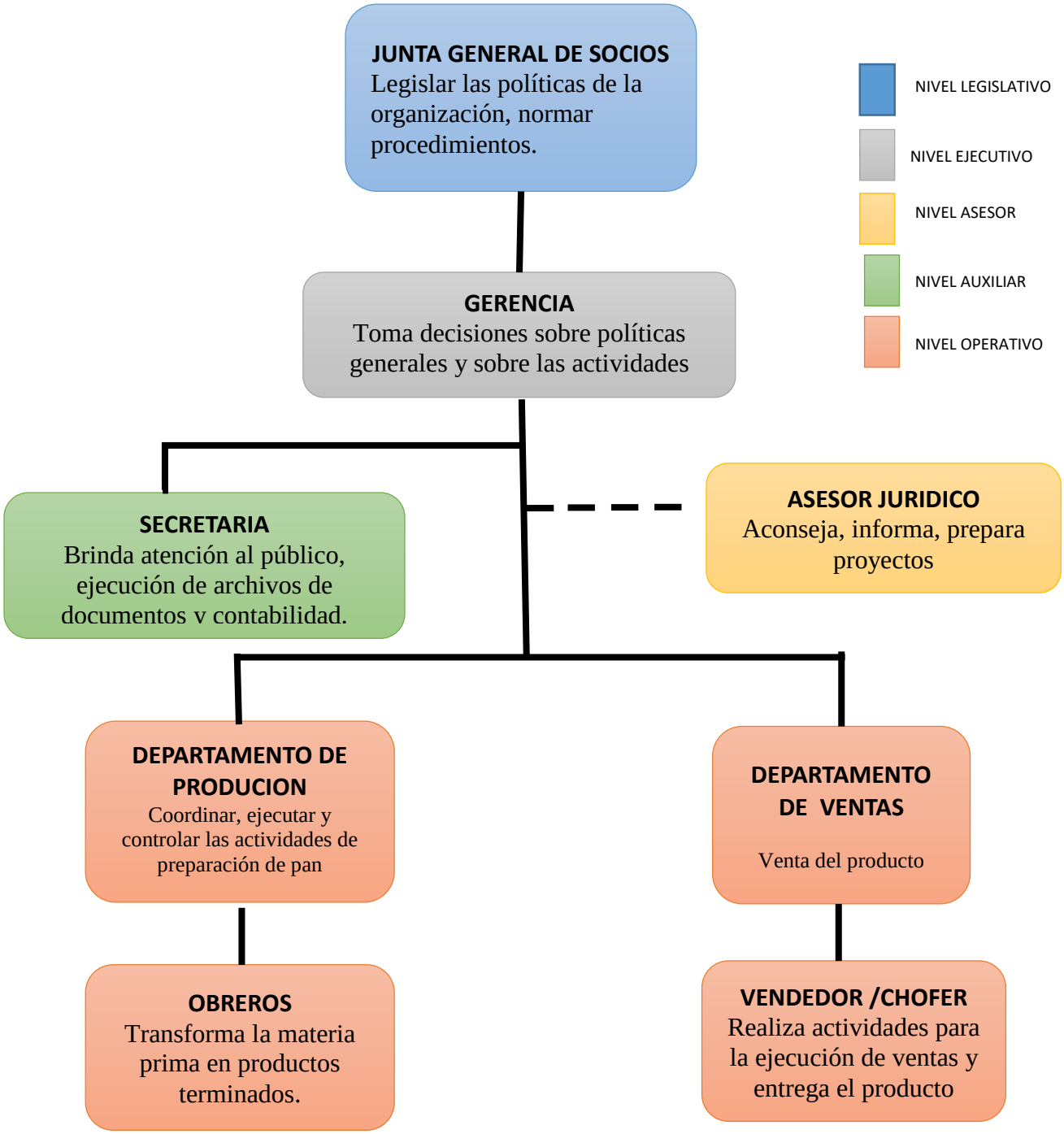
Organigrama Estructural de la Empresa Bread Panificadora Cía. Ltda.



Elaboración: El autor

Cuadro N°37

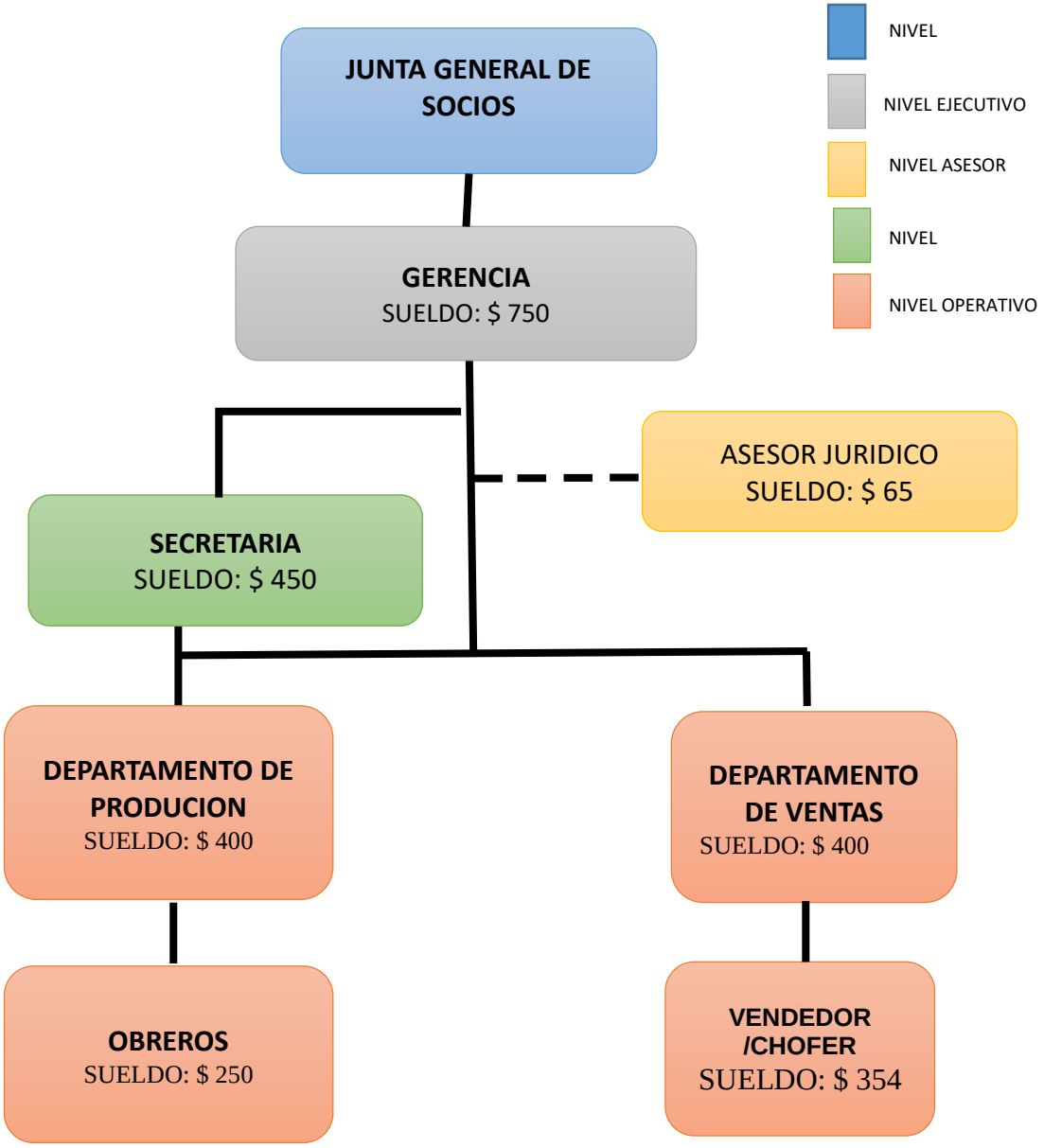
Organigrama Posicional de la Empresa Bread Panificadora Cía. Ltda.



Elaboración: El autor

Cuadro N°38

Organigrama Posicional de la Empresa Bread Panificadora Cía. Ltda.



Elaboración: El autor

Manual De Funciones

Manual de Funciones. Establece los cargos y obligaciones que les corresponde efectuar a cada uno de los ejecutivos y trabajadores de la organización. Concreta también la dirección de mando que ejecuta cada división.

NIVEL JERÁRQUICO: Nivel Ejecutivo	
Código: 001	
Nombre del puesto : gerente	
INMEDIATO SUPERIOR: Junta General de Socios	
SUPERVISA A: todos los empleados	
NATURALEZA DEL TRABAJO: Planifica, organiza, dirige y evalúa todas las actividades de la empresa	
FUNCIONES: • Planificar las actividades a realizarse • Organiza en forma coordinada los recursos económicos- financieros, humanos, materiales, etc. • Controla la ejecución del plan para realizar los ajustes correspondientes. • Ejerce la representación legal, judicial de la empresa.	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: • Supervisar y controlar las actividades bajo su mando, actividades de la empresa, usando su criterio profesional para la solución de los problemas inherentes a su cargo	
REQUISITOS MÍNIMOS: • Título de ingeniero comercial, economista o carreras afines • Experiencia 1 años en actividades similares • Calidad de gestión, liderazgo y confiabilidad. Tener buenas relaciones interpersonales, presencia y facilidad de palabra.	

NIVEL JERÁRQUICO: : Nivel Asesor	
CÓDIGO: 002	
NOMBRE DEL PUESTO : Asesor Jurídico	
INMEDIATO SUPERIOR: Gerente	
SUPERVISA A: No aplica	
NATURALEZA DEL TRABAJO: Controlar las actividades legales de la empresa, asesorar e informar sobre aspectos legales.	
FUNCIONES: • Asesorar a los directivos sobre aspectos legales • Representar conjuntamente con el Gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa • Participar en sesiones, juntas de accionistas y jefes departamentales.	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: • Mantiene autoridad funcional más no de mando en razón de que asesora y recomienda pero no toma decisiones además su participación es eventual.	
REQUISITOS MÍNIMOS: • Título superior en jurisprudencia (abogado) • Experiencia mínima de 3 años en trabajos similares • Conocimiento de los programas básicos Excel, Word, etc. • Buenas relaciones interpersonales.	

NIVEL JERÁRQUICO: Nivel Auxiliar	
CÓDIGO: 003	
NOMBRE DEL PUESTO : Secretaria	
INMEDIATO SUPERIOR: Gerente	
SUPERVISA A: No aplica	
NATURALEZA DEL TRABAJO: Realizar labores de secretaría, y asistencia directa al Gerente de la empresa.	
FUNCIONES: • Redactar oficios, memorándums, circulares de la empresa. • Atender al público en general y asignarles las entrevistas con el Gerente. • Mantener el archivo de documentación recibida y entregada. • Controlar la asistencia del personal. • Asistir de manera adecuada al Gerente de la empresa.	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: • Requiere de responsabilidad y conocimiento de secretariado, y tener buenas relaciones interpersonales.	
REQUISITOS MÍNIMOS: • Título de Secretaria Ejecutiva • Experiencia de 1 año en funciones similares • Cursos de relaciones humanas interpersonales	

NIVEL JERÁRQUICO: Nivel Operativo	
CÓDIGO: 007	
NOMBRE DEL PUESTO : Pandero	
INMEDIATO SUPERIOR: Gerente	
SUPERVISA A: No aplica	
NATURALEZA DEL TRABAJO: Se encarga de la producción del pan desde su elaboración hasta el almacenaje para su posterior comercialización.	
FUNCIONES: • Es el responsable de los materiales y herramientas que se empleen en la ejecución de las actividades. • Informa de todas las actividades realizadas y de los inconvenientes encontrados a su inmediato superior.	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: • Requiere de iniciativa y buena disposición en las tareas asignadas.	
REQUISITOS MÍNIMOS: • Bachiller • Experiencia en panadería y pastelería	

ESTUDIO FINANCIERO

Inversiones y Financiamiento

Dentro del análisis financiero de la empresa, la determinación de las inversiones y el financiamiento son partes fundamentales, se podrá determinar el monto a invertir en el proyecto y las fuentes que financiarán el mismo.

Inversiones

Es la cantidad de recursos financieros, su objetivo es definir la cuantía de los requerimientos de activos de la empresa y se clasifican en:

Inversiones en Activos Fijos

Son las inversiones que se realizan en comprar bienes tangibles, se utilizan para garantizar la operación del proyecto entre ellos tenemos:

Maquinaria y Equipo: Son aquellos instrumentos que permiten realizar la transformación de la materia prima en el producto pan.

Cuadro N°39

MAQUINARIA Y EQUIPO			
Descripción	**Cantidad**	**V. Unitario**	**V. Total**
Horno industrial de 10 bandejas	2	800	1600
Batidora Semi industrial Marca Hamilton Beach	1	250	250
Cocina Industrial	1	400	400
Amasadora Industrial	1	100	100
Cilindros de Gas	2	85	170
TOTAL		**1635**	**2520**

Fuente: Almacenes Juan Eljury
Elaborado: El autor

Herramientas: Están constituidas por instrumentos manuales que se utilizaran par el proceso de producción.

Cuadro N°40

HERRAMIENTAS			
Descripción	**Cantidad**	**V. unitario**	**V. Total**
juego de cuchillos Tramontina (docena)	1	12	12
Bandejas plásticas	5	2	10
Espátulas	3	3,5	10,5
Cucharetas	3	2	6
Total		19,5	38,5

Fuente: Almacenes Ciudad
Elaborado: El autor

Muebles y Enseres: En este rubro se incluyen los valores correspondientes al mobiliario que facilitara la comodidad y adecuación del área administrativa y producción para el uso del personal y de los clientes.

Cuadro N° 41

Muebles y enseres administrativo			
Descripción	**Cantidad**	**Unitario**	**V. Total**
Escritorio ejecutivo	1	100,00	100,00
Silla ejecutiva	1	90,00	90,00
Total			**190,00**

Fuente: Mueblerías de la Ciudad de Loja
Elaborado: El autor

Cuadro N° 42

Muebles y enseres producción			
Descripción	**Cantidad**	**Unitario**	**V. Total**
Escritorio tipo secretaria	1	75,00	75,00
Mesas de trabajo	2	125,00	250,00
Sillas	4	4,50	18,00
Perchas	2	100,00	200,00
Escritorio tipo secretaria	1	75,00	75,00
Total			**543,00**

Fuente: Mueblerías de la Ciudad de Loja
Elaborado: El autor

Equipo de oficina: Servirán para desarrollar con mayor rapidez y eficiencia las actividades dentro del área administrativa de la empresa.

Cuadro N° 43

Equipo De Oficina			
Descripción	**Cantidad**	**V. Unitario**	**V. Total**
Teléfono	1	45,00	45,00
Perforadora	1	2,50	2,50
Grapadora	2	2,25	4,50
Archivadores	6	1,00	6,00
Calculadora	2	2,25	4,50
Sumadora	1	45,00	45,00
Caja Registradora	1	60,00	60,00
Flash Memory	2	8,00	16,00
Total		166,00	183,50

Fuente: SincroNet.
Elaborado: El autor

Equipo de Computo: Servirán para desarrollar con mayor rapidez y eficiencia las actividades del gerente y la secretaria-contadora

Cuadro N° 44

Equipo de computo			
Descripción	**Cantidad**	**V. unitario**	**V. Total**
Computadora	1	550,00	550,00
Impresora	1	200,00	200,00
Regulador de voltaje	1	90,00	90,00
Total		840,00	840,00
Reinversión			
1° reinversión	840,00	2,65%	862,26
2° reinversión	862,26	2,65%	885,11
3° reinversión	885,11	2,65%	908,57

Fuente: Toners Cía. Ltda.
Elaborado: El autor

Vehículo: Tomando en consideración que la empresa debe transportar materia prima y realizar la distribución del producto terminado

CUADRO N° 45

Vehículo			
Descripción	**Cantidad**	**V. unitario**	**V. Total**
Camioneta	1	10.000	10.000
TOTAL			**10.000**
Reinversión			
1° Reinversión	10.000	2,65%	10.265
2° Reinversión	10.265	2,65%	10.537
3° Reinversión	10.537	2,65%	10.816

Fuente: Feria de Carros de la Ciudad de Loja.
Elaborado: El autor

CUADRO N° 46
RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

Descripción	**Valor**
Maquinaria y Equipo	2.520
Herramientas	39,00
Equipo de Computo	908,57
Equipo de Oficina	183,50
Muebles Enseres parte administrativa	190,00
Muebles y enseres para producción	543,00
Vehículo	10.816
Total	**15.200**

Elaborado: El autor

Inversiones en Activos Diferidos.

Son aquellos gastos ocasionados en la fase de formulación e implementación del proyecto, antes de entrar en operación. Desde la fase de implementación hasta la fase de operación la organización debe reunir todos los aspectos de ley exigibles para poder operar sin restricción alguna, los cuales se describen a continuación:

Cuadro N° 47

Inversiones en activos diferidos.

CONCEPTOS	MONTO INDIVIDUAL	MONTO TOTAL
Constitución de la empresa	10.000	10.000
Patentes y registro de marca	300,00	300,00
Permiso de funcionamiento	200,00	200,00
Total	10.500,00	**10.500,00**

Fuente: Asesoramiento Profesional
Elaboración: El autor

El estudio está proyectado para cinco años, por lo tanto la amortización de este activo se detallado de la siguiente forma:

Cuadro N°48
Amortización de Activos diferidos

Año	Activo Diferido	Amortización	Saldo final
1	10.500,00	2.100,00	8.400,00
2	8.400,00	2.100,00	6.300,00
3	6.300,00	2.100,00	4.200,00
4	4.200,00	2.100,00	2.100,00
5	2.100,00	2.100,00	0,00

Elaboración: El autor

Inversiones en Activos Circulantes

Llamado también capital de trabajo, es la suma de todos los gastos pre-operativos de una empresa, se incluye un encaje mínimo de imprevistos (5%).

Materia Prima Directa.

Son todos los componentes básicos para la obtención del producto terminado; su cantidad está relacionada con la capacidad de la planta, y su costo depende de la calidad y del lugar donde se encuentren los proveedores. El siguiente presupuesto es para **665.600** unidades de pan.

CUADRO N° 49

Balance de Producción			
Descripción	**Libras**	**Producción de pan**	**Total**
Harina	1	10	10
	32	10	640

Elaborado: El autor

640	panes	*	8	Horas	5120	512	libras
5120	Panes	*	5	días/ semana	12800	1280	libras
12800	Panes	*	4	semanas	51200	5120	libras
51200	panes	*	12	Meses	614400	61440	libras

Cuadro N° 50

Materia prima directa					
Descripción	**Unidad**	**Cantidad mensual**	**Valor unitario**	**Valor mensual**	**Valor anual**
Harina	Libras	5.120,00	0,40	2.048,00	24.576,00
Manteca vegetal	Libras	665,00	0,80	532,00	6.384,00
Mantequilla vegetal	Libras	200,00	0,75	150,00	1.800,00
Levadura	Libras	150,00	0,50	75,00	900,00
Huevos	Unidades	10.000,00	0,08	800,00	9.600,00
Sal	Libras	30,00	0,40	12,00	144,00
Azúcar	Libras	25,00	0,50	12,50	150,00
Vainilla	Litros	10,00	0,80	8,00	96,00
				3.637,50	**44.696,23**

Fuente: Distribuidora Distalsa
Elaboración: El Autor

Proyección de la Materia Prima Directa: La proyección se la realizará con el 3.32%, que es la tasa de inflación del año 2016.

Cuadro N°51

Años	Valor total
1	44696,232
2	46180,147
3	47713,328
4	49297,410
5	50934,084

Fuente: Tasa de inflación 2016 de 3.32%
Elaborado: El autor

Mano de Obra Directa: En este rubro se considera todo el gasto empleado en la contratación del personal que interviene directamente en el proceso

de producción, es decir aquellos que con su trabajo transforman la materia prima en producto terminado.

Cuadro N° 52

Mano de obra directa	
Especificaciones	**Obreros**
Sueldo básico	366,00
Décimo tercero (s.b/12)	30,50
Décimo cuarto (s.b/12)	30,50
Vacaciones (s.b/24)	15,25
Aporte del iess 11.15 %	32,83
Total de remuneración	475,08
Número de obreros	2
Total mensual	950,15
Total anual	11.401,80

Fuente: Inspectoría de Trabajo
Elaboración: El Autor

Proyección de la Mano de Obra Directa: La proyección se la realizará con el 3.32%, que es la tasa de inflación del año 2016.

Cuadro N°53

Proyección de mano de obra directa	
Años	**Cantidad**
1	11.401,80
2	11.780,34
3	12.171,45
4	12.575,54
5	12.993,05

Fuente: Tasa de inflación 2016 de 3.32%
Elaborado: El autor

Sueldos Administrativos: Conforman el gasto de los sueldos y salarios del personal que no intervienen directamente en el proceso de producción, pero que son necesarios para lograr el desarrollo óptimo de la empresa.

Cuadro N° 54

Especificaciones	Gerente	Secretaria / contadora
Sueldo básico	750,00	450,00
Décimo tercero (s.b/12)	62,50	37,50
Décimo cuarto (s.b/12)	62,50	37,50
Vacaciones (s.b/24)	31,25	18,75
Aporte iess 11.15%	67,26	40,36
Total de remuneración i-e	973,51	584,11
Total mensual	**1.557,62**	
Total anual	11.682,17	7.009,30
Total	18.691,48	

Fuente: Inspectoría de Trabajo
Elaboración: El Autor

Vendedor.

Es el sueldo designado al personal de ventas el mismo que se lo considera como gastos de ventas.

Cuadro N° 55

Especificaciones	Chofer - Vendedor
Sueldo Básico	366,00
Décimo Tercero (S.B/12)	30,50
Décimo Cuarto (S.B/12)	30,50
Vacaciones (S.B/24)	15,25
Aporte Iess 11.15%	32,83
Total de Remuneración I-E	475,08
Total Anual	5.700,90

Fuente: Inspectoría de Trabajo
Elaboración: El Autor

Proyección del vendedor /chofer: La proyección se la realizará con el 3.32%, que es la tasa de inflación del año 2016.

Cuadro N°56

Proyección del vendedor	
Años	**Cantidad**
1	5.700,90
2	5.890,17
3	6.085,72
4	6.287,77
5	6.496,53

Elaborado: El autor

Servicios Básicos: Son todos los pagos que se realizan por el agua, energía eléctrica y el teléfono.

Cuadro N°57

Servicios básicos				
Descripción	**Cantidad mensual**	**Valor unitario**	**Costo mensual**	**Costo anual**
Agua potable m3	200	0,096	19,2	230,4
Luz eléctrica kw/h	160	0,12	19,2	230,4
Total			38,4	460,8

Fuente: Municipio; EERSSA; CNT.
Elaboración: El Autor.

Proyección de los Servicios Básicos: La proyección se la realizará con el 3.32%, que es la tasa de inflación del año 2016.

CUADRO N° 58

Proyección de los servicio básico	
Años	**Total**
1	460,80
2	476,10
3	491,91
4	508,24
5	525,11

Elaborado: El autor

Suministros de Oficina: Es el gasto que se produce con la adquisición de material de oficina como: papel bond, facturas, esferográficos, etc.

Cuadro N° 59

Útiles de oficina				
Descripción	**Cant. Mensual**	**Costo unitario**	**Costo mensual**	**Costo anual**
Hojas de papel bond	1 resma	3,70	3,70	44,40
Facturas	1 libretin	7,00	7,00	84,00
Caja de clip mariposa	2	0,28	0,56	6,72
Caja de clip	2	0,18	0,36	4,32
Caja de esferos	1	1,35	1,35	16,20
Caja de lápiz mongol	2	0,20	0,40	4,80
Paq de hojas perforadas	2	0,40	0,80	9,60
Cuaderno de contabilidad	1	1,20	1,20	14,40
Porta clips	1	0,25	0,25	3,00
Porta esferos	1	0,40	0,40	4,80
Corrector liquido	1	0,65	0,65	7,80
Borrador pelikano blanco	2	0,20	0,40	4,80
Imprevistos 5%			0,85	10,24
Total			**17,92**	**215,082**

Fuente: Librerías de la localidad
Elaboración: El Autor

Proyección de suministros de Oficina: La proyección se la realizará con el 3.32%, que es la tasa de inflación del año 2016

Cuadro N°60

Proyección de útiles de oficina	
Años	**Valor**
1	215,082
2	222,22
3	229,60
4	237,22
5	245,10

Elaborado: El autor

Útiles de Aseo: Estos gastos se ocasionan al adquirir implementos necesarios para el mantenimiento y aseo de la empresa par el transcurso del año.

CUADRO N° 61

Útiles de aseo					
Descripción	**Unidad**	**Cantidad**	**V. Unitario**	**V. Mensual**	**V.anual**
Escobas	Unidad	2	1,5	3,00	36,00
Trapeadores	Unidad	2	1	2,00	24,00
Detergente multiuso	Fundas	3	1	3,00	36,00
Papel higiénico	Paca	2	4,5	9,00	108,00
Toallas	Unidad	2	1,5	3,00	36,00
Guantes	Pares	6	1,5	9,00	108,00
Desinfectantes	Galón	2	2	4,00	48,00
Recogedor de basura	Unidad	1	1	1,00	12,00
Total				**34,00**	**408,00**

Fuente: Almacenes Locales
Elaboración: Las Autoras

Proyección de Útiles de Aseo: La proyección se la realizará con el 3.32%, que es la tasa de inflación del año 2016

Cuadro N° 62

Proyección de útiles de aseo	
Años	**Valor**
1	408,00
2	421,55
3	435,54
4	450,00
5	464,94

Elaborado: El autor

Publicidad: En este rubro se incluyen todo los gastos que efectúa la empresa para conseguir una publicidad efectiva en la comercialización de su producción; así como una buena distribución.

Cuadro N°63

Publicidad					
Descripción	**Cantidades**	**Precio unitario**	**Total mensual**	**Meses**	**Costo unitario**
Radio (Matovelle)	16 anuncios	1	16	12	192
Radio (WG Mlenion)	16 anuncios	1,5	24	12	288
Total			40		480

Fuente: Radio de la ciudad
Elaboración: El Autor

Proyección de Publicidad: La proyección se la realizará con el 3.32%, que es la tasa de inflación del año 2016

Cuadro N°64

Proyección de publicidad	
Años	**Valor**
1	480
2	496
3	512
4	529
5	547

Fuente: Tasa de inflación 2016 de 3.32%
Elaborado: El autor

Arriendo: Son aquellos desembolsos que se tiene que realizar por el alquiler del local en donde va a funcionar la empresa.

Cuadro N°65

Arriendo		
Descripción	**V. Mensual**	**V. Anual**
Arriendo	200	2400
Total	200,00	2.400,00

Fuente: Localidad de la Cuidad de Loja
Elaboración: Las Autoras

Proyección del Arriendo: La proyección se la realizará con el 3.32%, que es la tasa de inflación del año 2016

Cuadro N° 66

Proyección de arriendo	
Años	**Valor**
1	2.400,00
2	2.479,68
3	2.562,01
4	2.647,06
5	2.734,95

Fuente: Tasa de inflación 2016 de 3.32%
Elaborado: El autor

Mantenimiento de Vehículo: Se tomara el 1% del valor del vehículo para en mantenimiento de cada mes y así poder tener el vehículo en perfecto estado y así entregar el producto a su destino.

Cuadro N°67

Mantenimiento de vehículo			
Dscripción	**Precio**	**Mantenimiento**	**Total**
Camioneta	10.000	1%	100,00
Total mensual			100,00
Total anual			1.200,00

Fuente: SRI (cálculo de activos)
Elaboración: El Autor

Proyección y Mantenimiento de Vehículo: La proyección se la realizará con el 3.32%, que es la tasa de inflación del año 2016

Cuadro N° 68

Años	Total
1	100,00
2	103,32
3	106,75
4	110,29
5	113,96

Fuente: tasa de inflación 2016 de 3.32%
Elaborado: el autor

Gasolina y Lubricantes: Son los gastos que se realiza en el vehículo de la empresa.

Cuadro N° 69

Lubricantes y combustible		
Descripción	**Valor mensual**	**Valor anual**
Gasolina	30	360
Lubricantes (aceite agua etc.)	30	360
Total	60	720

Fuente: Lubricadoras de la Ciudad de Loja
Elaborado: El autor

Proyección de Gasolina y Lubricantes: La proyección se la realizará con el 3.32%, que es la tasa de inflación del año 2016

Cuadro N° 70

Años	Total
1	720
2	743,90
3	768,60
4	794,12
5	820,48

Fuente: Tasa de inflación 2016 de 3.32%
Elaborado: El autor

Mantenimiento de Maquinaria Y Equipo: Para el desarrollo normal de las operaciones de la empresa y evitar posibles fallas en el proceso productivo, es necesario dar el respectivo mantenimiento a la maquinaria

Cuadro n° 71

Mantenimiento de maquinaria y equipo			
Rubro	**Cantidad**	**V. unitario**	**V. total**
Mantenimiento de maquinaria	2	10,00	20,00
Subtotal	**20,00**		

Fuente: sri (cálculo de activos)
Elaboración: el autor

Proyección Mantenimiento de Maquinaria Y Equipo: La proyección se la realizará con el 3.32%, que es la tasa de inflación del año 2016

Cuadro N° 72

Años	Total
1	20,00
2	20,66
3	21,35
4	22,06
5	22,79

Fuente: Tasa de inflación 2016 de 3.32%
Elaborado: El autor

Cuadro N° 73

RESUMEN DEL ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
MATERIA PRIMA DIRECTA	3.637,50	43.650,00
MANO DE OBRA DIRECTA	950,15	11.401,80
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	1.557,62	18.691,48
VENDEDOR	475,08	5.700,90
SERVICIOS BASICOS	38,40	460,80
UTILES DE OFICINA	17,92	215,08
UTILES DE ASEO	34,00	408,00
PUBLICIDAD	40,00	480,00
GAS	24,00	288,00
ARRIENDO	200,00	2.400,00
LUBRICANTES Y COMBUSTIBLE	60,00	720,00
MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA	10	200
MANTENIMIENTO VEHICULO	100	1200
TOTAL	**7.144,67**	**85.816,06**

Elaboración: El Autor

CUADRO N° 74
INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

ACTIVO FIJO	15.200
ACTIVO DIFERIDO	10.500
ACTIVO CIRCULANTE	7.144,67
TOTAL	**32.845,67**

Elaboración: El Autor

FINANCIAMIENTO

Para poner en funcionamiento la presente empresa se requieren 32.844,67 dólares, mismos que serán suministrados de la siguiente manera; el 70% con capital propio, por medio del aporte de las accionistas de la empresa; el 30% restante a través de un crédito concebido por el BAN (BAN) a una tasa de interés del 12,15% anual.

Cuadro N° 75

Financiamiento		
Descripción	**Cantidad**	**Porcentaje**
Capital interno	22.845,67	70%
Capital externo	10.000,00	30%
Total	32.844,67	**100%**

Elaboración: El Autor

Cuadro Nº76
Amortización de crédito

AMORTIZACIÓN BANECUADOR								
Año	**Semestre**	**Saldo Inicial**	**Amortiz.**	**Interés**	**Dividendo Semestral**	**Dividendo Anual**	**Saldo Final**	**Interés**
1	1	10000,00	1000,00	607,50	1607,50	3154,25	9000,00	1154,25
	2	9000,00	1000,00	546,75	1546,75		8000,00	
2	1	8000,00	1000,00	486,00	1486,00	2911,25	7000,00	911,25
	2	7000,00	1000,00	425,25	1425,25		6000,00	
3	1	6000,00	1000,00	364,50	1364,50	2668,25	5000,00	668,25
	2	5000,00	1000,00	303,75	1303,75		4000,00	
4	1	4000,00	1000,00	243,00	1243,00	2425,25	3000,00	425,25
	2	3000,00	1000,00	182,25	1182,25		2000,00	
5	1	2000,00	1000,00	121,50	1121,50	2182,25	1000,00	182,25
	2	1000,00	1000,00	60,75	1060,75			

Fuente: BANECUADOR
Elaborado: La Autora

Determinación de costos

Presupuesto proforma proyectada

Se considera a la suma de todas las erogaciones o desembolsos que se realizan durante un año, se calculará los presupuestos para cinco años, donde se determinara la rentabilidad del proyecto y los elementos indispensables para el correspondiente análisis o evaluación.

Cuadro N°77
Presupuesto proforma proyectada

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS PRIMOS					
Materia Prima Directa	44.696,23	46.180,15	47.713,33	49.297,41	50.934,08
Mano de Obra Directa	11.401,80	11.780,34	12.171,45	12.575,54	12.993,05
Total costos primos	56.098,03	57.960,49	59.884,78	61.872,95	63.927,13
COSTO DE PRODUCIÓN					
Vehículo	10.816,00	11.175,10	11.546,10,43	11.929,43	11.325,49
Maquinaria y Equipos	2.520,00	2.603,66	2.690,11	2.799,42	2.871,69
Muebles y Enseres	543,00	561,03	579,65	598,90	618,78
Equipos de Producción	39,00	40,29	41,63	43,01	44,44
Utiles de aseo	408,00	421,55	435,54	450,00	464,94
Depr.maquinaria y equipo	201,60	201,60	201,60	201,60	201,60
Amortiz. De Act. Diferido	2.100.00	2.100.00	2.100.00	2.100.00	2.100.00
Total Costos de Producción	14.527,60	15.003,23	3.948,53	16.022,36	15.526,94
Total de Costos de Prod	70.625,63	72.963,72	63.833,31	77.895,31	79.454,07
COSTOS DE OPERACIÓN					
GASTO ADMINISTRATIVOS					
Sueldos Administrativos	18.691,48	19,312,04	19,953,64	20,615,64	21,300,08
Arriendo local	2.400,00	2.479,68	2.562,01	2.647,06	2.734,95
Servicios Básicos	460,80	476,10	491,91	508,24	525,11
Útiles de oficina	215,08	222,22	229,60	237,22	245,10
Depr. Equipo de computo	223,98	223,98	223,98	223,98	223,98
Depr. de muebles y enseres	43,44	43,44	43,44	43,44	43,44
Depr. de equipos de computo	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00
Total Gastos Administrativo	22.874,78	4.285,42	4.390,94	4.499,94	4.612,58
GASTOS DE VENTA					
Publicidad	480	495,94	512,40	529,41	546,99
Vendedor	5790	5982,23	6180,84	6386,04	6598,06
combustible y lubricante	720	743,90	768,60	794,12	820,48
mantenimiento vehiculo	1200	1239,84	1281,00	1323,53	1367,47
Total de gastos de venta	8190,00	8461,91	8742,84	9033,11	9333,00
Total Costos de Operación	31.064,78	12.747,33	13.133,78	13.533,05	13.945,58
Gasto Financiero					
Interés del préstamo	1154,25	911,25	668,25	425,25	182,25
total de gastos financieros	1154,25	911,25	668,25	425,25	182,25
TOTAL DE COSTOS DE PRODUCCION	**102.844,66**	**86.622,29**	**77.635,34**	**91.853,61**	**93.581,91**

Presupuesto costos e ingresos.

Costo Unitario de Producción

Para obtener el costo unitario de producción se divide el costo total de producción para el número de unidades producidas:

$$\mathbf{CUP} = \frac{\textbf{Costo Total de Producción}}{\textbf{Número de Unidades Producidas}}$$

$$\mathbf{CUP} = \frac{102.844,66}{1´064.960}$$

$$\mathbf{CUP} = \mathbf{0,07}$$

El costo por pan es de 0,07**.**

Cuadro N°78

Costo unitario de producción

Años	Costos Totales	Unidades Producidas	Costo Unitario
1	102.844,66	1’331.200	0,07
2	86.622,29	1’331.200	0,07
3	77.635,34	1’331.200	0,07
4	91.853,61	1’331.200	0,07
5	93.581,91	1’331.200	0,07

Precio de venta al público.

Para establecer el precio de venta, se debe considerar siempre como base el costo total del producto, sobre el cual se adicionara un margen de utilidad.

Cuadro N°79

Precio de venta al público

Años	Costo Unitario	30%	P.V.P Promedio	Ventas Totales
1	0,07	0,03	0,10	133.698,06
2	0,07	0,03	0,10	112.608,98
3	0,07	0,03	0,10	100.925,94
4	0,07	0,03	0,10	119.409,69
5	0,07	0,03	0,10	121.656,48

Ingresos totales.

Para obtener los ingresos del pan, utilizamos el costo unitario del pan; luego se fija el margen de utilidad con el que contará la empresa; y por ultimo para obtener los ingresos se multiplica el número de unidades producidas generadas por el precio de venta al público (PVP).

La empresa para el primer año de vida obtiene ingresos de 133698,06 dólares.

Cuadro N°80

Ingresos totales

Años	Costos Totales	Unidades Producidas	Costo Unitario	30%	P.V.P Promedio	Ventas Totales
1	102.844,66	1’331.200	0,07	0,03	0,10	133.698,06
2	86.622,29	1’331.200	0,07	0,03	0,10	112.608,98
3	77.635,34	1’331.200	0,07	0,03	0,10	100.925,94
4	91.853,61	1’331.200	0,07	0,03	0,10	119.409,69
5	93.581,91	1’331.200	0,07	0,03	0,10	121.656,48

Elaborado: El Autor

Costos variables. Estos costos varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción.

Cuadro N°81
Distribución de costos

	Año 1		Año 2		Año 3		año 4		año 5	
COSTOS PRIMOS	**costos fijos**	**costos variables**	**costos fijos**	**costos variables**	**costos fijos**	**costos variables**	**costos fijos**	**costos variables**	**costos fijos**	**costos variables**
Materia Prima Directa		44.696,23		46.180,15		47.713,33		49.297,41		50.934,08
Mano de Obra Directa		11.401,80		11.780,34		12.171,45		12.575,54		12.993,05
Total costos primos										
COSTO DE PRODUCIÓN										
Vehículo	10.816,00		11.175,10		11.546,10,43		11.929,43		11.325,49	
Maquinaria y Equipos	2.520,00		2.603,66		2.690,11		2.799,42		2.871,69	
Muebles y Enseres	543,00		561,03		579,65		598,90		618,78	
Equipos de Producción	39,00		40,29		41,63		43,01		44,44	
Útiles de aseo	408,00		421,55		435,54		450,00		464,94	
Depr.maquinaria y equipo	201,60		201,60		201,60		201,60		201,60	
Amortiz. De Act. Diferido	2.100.00		2.100.00		2.100.00		2.100.00		2.100.00	
Total Costos de Producción	14.527,60		15.003,23		3.948,53		16.022,36		15.526,94	
Total de Costos de Prod.	14.527,60		15.003,23		3.948,53		16.022,36		15.526,94	
COSTOS DE OPERACIÓN										
GASTO ADMINISTRATIVOS										
Sueldos Administrativos	18.691,48		19,312,04		19,953,64		20,615,64		21,300,08	
Arriendo local	2.400,00		2.479,68		2.562,01		2.647,06		2.734,95	
Servicios Básicos	460,80		476,10		491,91		508,24		525,11	
Útiles de oficina	215,08		222,22		229,60		237,22		245,10	
Depr. Equipo de computo	223,98		223,98		223,98		223,98		223,98	
Depr. de muebles y enseres	43,44		43,44		43,44		43,44		43,44	
Depr. de equipos de computo	840,00		840,00		840,00		840,00		840,00	
Total Gastos Administrativo	22.874,78		4.285,42		4.390,94		4.499,94		4.612,58	
GASTOS DE VENTA										
Publicidad	480,00		495,94		512,40		529,41		546,99	
Vendedor	5.790,00		5.982,23		6.180,84		6.386,04		6.598,06	
combustible y lubricante		720,00		743,90		768,60		794,12		820,48
mantenimiento vehiculo		1.200,00		1.239,84		1.281,00		1.323,53		1.367,47
Total de gastos de venta										
Total Costos de Oper.	29.144,78		10.763,58		11.084,18		11.415,39		11.757,63	
Gasto Financiero										
Interés del préstamo	1.154,25		911,25		668,25		425,25		182,25	
total de gastos financieros	1.154,25		911,25		668,25		425,25		182,25	
TOTAL DE COSTOS DE PRODUCCION	44.826,63	58.018,03	26.678,06	59.944,23	15.700,96	61.934,38	27.863,00	63.990,60	27.466,82	66.115,09
TOTAL DE COSTOS DE OPERACIÓN	102.844,66		86.622,29		77.635,34		91.853,61		93.581,91	

Estado de pérdidas y ganancias

Conocido también como Estado de Resultados, o Estado de Rendimiento; es un documento contable que muestra la rentabilidad de la empresa durante un período determinado.

- Ingresos: Están integrados por el resultado de las ventas u otros ingresos.

- Egresos: Se forma de la suma de los costos y gastos.

Cuadro N°82

Estado de pérdidas y ganancias

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	133.698,06	112.608,98	100.925,94	119.409,69	121.656,48
(-) Costos Totales	102.844,66	86.622,29	77.635,34	91.853,61	93.581,91
(=) Utilidad Bruta	30.853,40	25.986,69	23.290,60	27.556,08	28.074,57
(-) Participación a trabajador 15%	4.628,01	3.898,00	3.493,59	4.133,41	4.211,19
(=) Utilidad - Antes-impuesto	26.225,39	22.088,69	19.797,01	23.422,67	23.863,39
(-) Impuesto a la renta 22%	5.769,59	4.859,51	4.355,34	5.152,99	5.249,95
(=) Utilidad-antes-reserva	20.455,80	17.229,17	15.441,67	18.269,68	18.613,44
(-) Reserva legal 10%	2.045,58	1.722,92	1.544,17	1.826,97	1.861,34
(=) utilidad liquida	18.410,22	15.506,26	13.897,50	16.442,71	16.752,10

Determinación del punto de equilibrio

Para determinar el punto de equilibrio para la empresa **BREAD PANIFICADORA Cía. Ltda**. Se busca determinar un punto de balance entre los ingresos y los egresos, conocido también como punto muerto ya que en él no hay ni pérdidas ni ganancias.

Es así que cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado nos indica que no existen utilidades ni pérdidas.

Al punto de equilibrio lo hemos determinado en base a la función de las ventas y la capacidad instalada, los cuales detallamos claramente a continuación.

En función de Ventas. Se basa en el volumen de ventas y los ingresos monetarios que la empresa genera durante cada año de vida útil del proyecto.

En función de la capacidad Instalada. Se basa en la capacidad máxima de producción de la planta, determina el porcentaje de capacidad al que debe trabajar la empresa para que su producción pueda generar ventas que permitan cubrir los gastos.

Cálculo matemático del punto de equilibrio para el primer año

Método matemático.

En función de ventas

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{44826{,}63}{1 - \frac{58018}{133698}}$$

$$PE = \frac{44826{,}63}{1 - 0{,}434}$$

$$PE = \frac{44826{,}6}{0{,}5661}$$

$$PE = 79191{,}74$$

EN FUNCION A LAS UNIDADES PRODUCIDAS

$$PE = \frac{CF}{PVP - CUV} * 100 = \frac{44826{,}63}{0{,}13 - 0{,}05}$$

$$PE = \frac{44826{,}63}{0{,}08}$$

$$PE \quad 593566$$

$$CVU = \frac{CV}{UP} = \frac{58018}{1'331.200} = 0{,}054$$

EN FUNCION A LA CAPACIDAD INSTALADA.

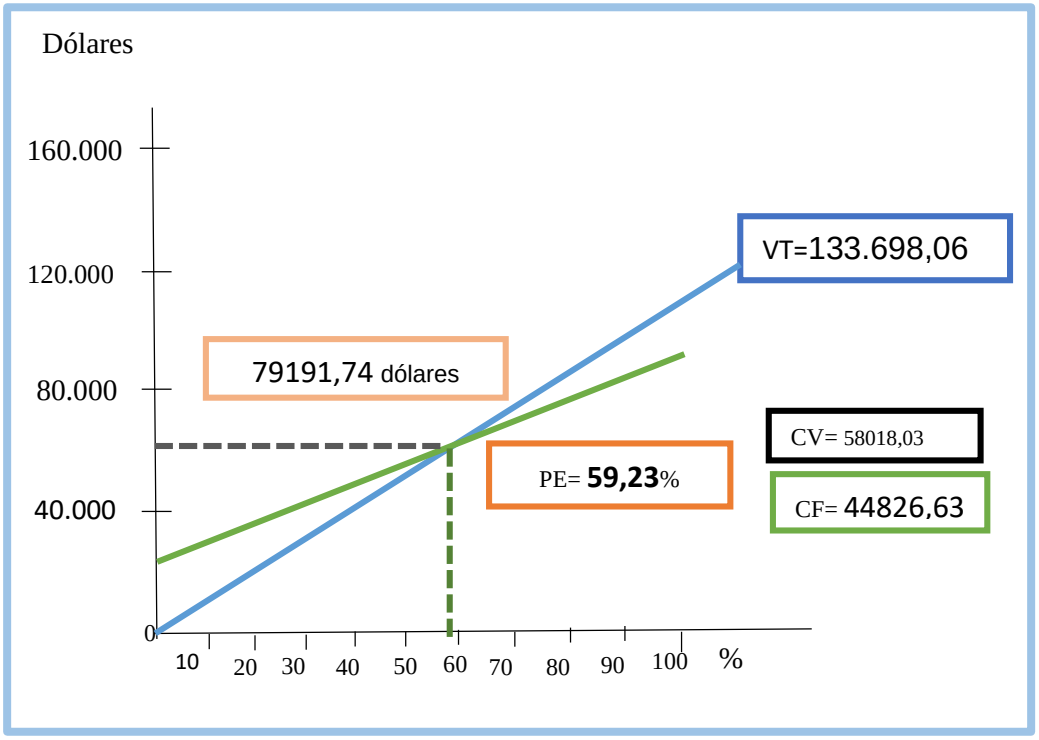
$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{44826{,}63}{133698{,}06 - 58018{,}03} * 100$$

$$PE = \frac{44826{,}63}{75680{,}03} * 100$$

$$PE = 0{,}5923 * 100$$

$$PE = 59{,}23\ \%$$

Gráfico: Nº22
Punto de equilibrio para el primer año



Análisis: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad del 59,23%, obteniendo una venta de 133.698,06 dólares. En este punto la empresa ni gana ni pierde.

Cálculo matemático del punto de equilibrio para el tercer año.

Método matemático.

En función de ventas.

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{15700{,}96}{1 - \frac{61934}{100926}}$$

$$PE = \frac{15700{,}96}{1 - 0{,}614}$$

$$PE = \frac{15701}{0{,}3863}$$

$$PE = 40640{,}44$$

EN FUNCION A LAS UNIDADES PRODUCIDAS

$$PE = \frac{CF}{PVP - CUV} * 100 = \frac{15700{,}96}{0{,}08 - 0{,}05}$$

$$PE = \frac{15700{,}96}{0{,}04}$$

$$PE \quad 554700$$

$$CVU = \frac{CV}{UP} = \frac{61934}{1'331.200} = 0{,}052$$

EN FUNCION A LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{15700{,}96}{100925{,}94 - 61934{,}38} * 100$$

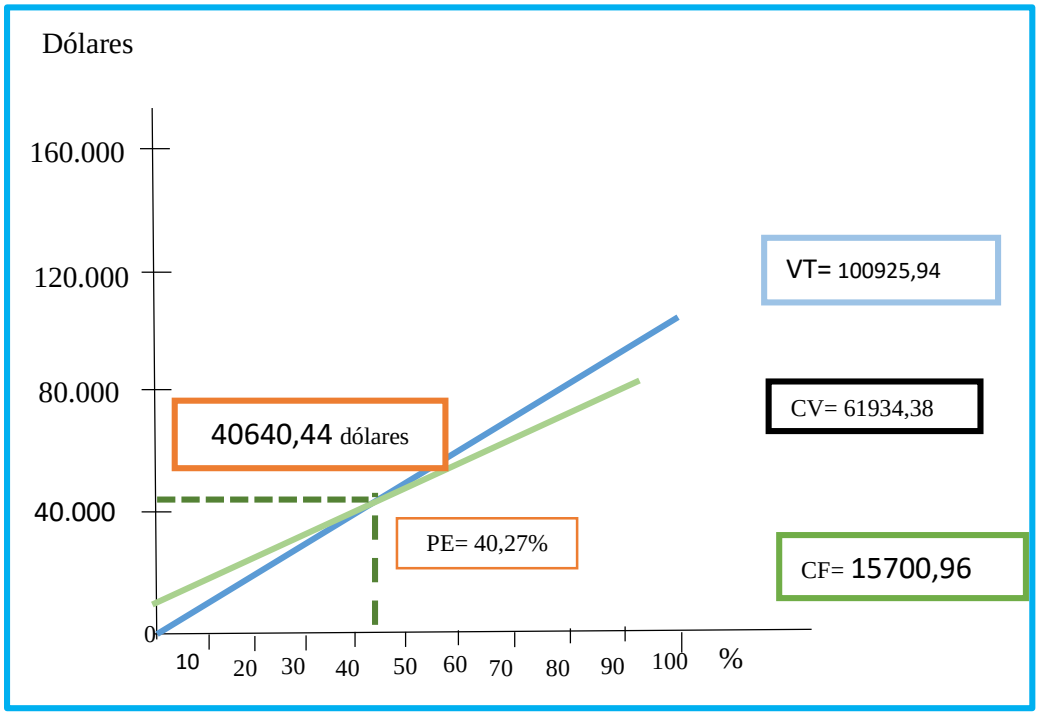
$$PE = \frac{15700{,}96}{38991{,}56} * 100$$

$$PE = 0{,}4027 * 100$$

$$PE = 40{,}27\ \%$$

Gráfico Nº 23

Método gráfico punto de equilibrio año tres



Análisis: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad del 40,27%, obteniendo una venta de 40640,44 dólares. En este punto la empresa ni gana ni pierde.

Cálculo matemático del punto de equilibrio para el quinto año.

En función a las ventas

$$P = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{27466{,}82}{1 - \frac{66115}{121656}}$$

$$PE = \frac{27466{,}82}{1 - 0{,}543}$$

$$PE = \frac{27466{,}8}{0{,}4565}$$

$$PE = 60162{,}64$$

EN FUNCION A LAS UNIDADES PRODUCIDAS

$$PE = \frac{CF}{PVP - CUV} * 100 = \frac{27466{,}82}{0{,}09 - 0{,}05}$$

$$PE = \frac{27466{,}82}{0{,}04}$$

$$PE \quad 680981$$

$$CVU = \frac{CV}{UP} = \frac{66115}{1'331.200} = 0{,}050$$

EN FUNCION A LA CAPACIDAD INSTALADA

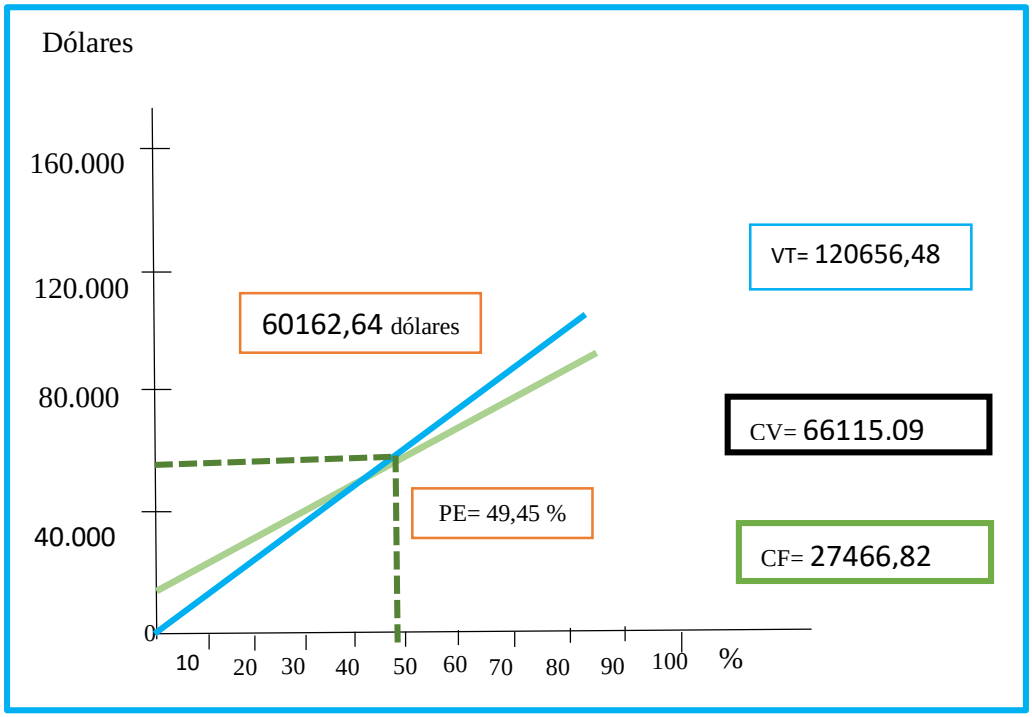
$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{27466{,}82}{121656{,}48 - 66115{,}09} * 100$$

$$PE = \frac{27466{,}82}{55541{,}39} * 100$$

$$PE = 0{,}4945 * 100$$

$$PE = 49{,}45\ \%$$

Gráfico: Nº 24
Método gráfico en función al quinto año.



Elaborado: El autor

Análisis: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad del 49,45%, obteniendo una venta de dólares. 60162,64 dolares este punto la empresa ni gana ni pierde.

EVALUACIÓN FINANCIERA.

La evaluación busca analizar la rentabilidad que puede generar la puesta en marcha del proyecto para cada uno de los inversionistas.

Esta evaluación consiste en aplicar indicadores combinados con operaciones matemáticas que permiten medir la rentabilidad del proyecto, es decir revelan si el proyecto es factible o no. Estos indicadores son: Flujo de Caja, Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio Costo (RBC), Periodo de Recuperación de Capital (PRC) y Análisis de Sensibilidad.

Flujo de caja.

Representa la diferencia entre los ingresos y los egresos, los flujos de caja inciden directamente en la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones o comprar activos.

Cuadro N°83
Flujo de caja.

	Año 0	Año 1	Año 2	Añ0 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Ventas		133.698,06	112.608,98	100.925,94	119.409,69	121.656,48
Valor Residual				168		2.863,00
Capital Interno	22.844,67					
Capital Externo	10.000,00					
TOTAL DE INGRESOS	**32.844,67**	**133.698,06**	**112.608,98**	**101.093,94**	**119.409,69**	**124.519,48**
EGRESOS						
Activos fijos	15.200,00					
Activos diferidos	10.500,00					
Activos circulantes	7.144,67					
Reinversión					223,98	
Costos totales		102.844,66	86.622,29	77.635,34	91.853,61	93.581,91
TOTAL EGRESOS	**32.844,67**	**102.844,66**	**86.622,29**	**77.635,34**	**92.077,59**	**93.581,91**
Utilidad bruta		30.853,40	25.986,69	23.458,60	27.332,10	30.937,57
Utili. Trabaja.15%		4.628,01	3.898,00	3.518,79	4.099,82	4.640,64
(=)Utilidad ante Impuesto		26.225,39	22.088,69	19.939,81	23.232,29	26.296,94
Impuesto renta 22%		5.769,59	4.859,51	4.386,76	5.111,10	5.785,33
Utilidad antes Reserva		20.455,80	17.229,17	15.553,05	18.121,18	20.511,61
(-) Deprec. Activo fijo		2101,78	2101,78	2101,78	2101,78	2101,78
(-) Amortización activo Diferido		2100	2100	2100	2100	2100
Utilidad antes de pago de interés		**24.657,58**	**21.430,95**	**19.754,83**	**22.322,96**	**24.713,39**
Amortización del capital		2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
FLUJO NETO DE CAJA	0,00	**22.657,58**	**11.168,82**	**11.943,22**	**10.585,05**	**12.293,37**

VALOR ACTUAL NETO.

El Valor Actualizado Neto (VAN) es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión. Proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto analizado en valor absoluto, es decir expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas.

Analíticamente se expresa como la diferencia entre el desembolso inicial (que no se actualiza ya que se genera en el momento actual) y el valor actualizado, al mismo momento, de los cobros y pagos futuros, a los que se denomina flujos de caja.

Los criterios de decisión basados en el VAN son:

Si el VAN es mayor a uno se hace la inversión

Si el VAN es menor a uno se rechaza la inversión

Si el VAN es igual a uno en indiferente para la inversión

VAN = FLUJO DE CAJA - INVERSIÓN

VAN = 51.169,86 – 32.844,67

VAN = 18325,19

$$\mathbf{F.A.} = \frac{\mathbf{1}}{(\mathbf{1}+\mathbf{i})\nabla\mathbf{n}} \qquad \mathbf{F.A.} = \frac{\mathbf{1}}{(\mathbf{1}+\mathbf{0.1215})\nabla\mathbf{1}} = \mathbf{0,89166}$$

Cuadro N°84

Valor Actual Neto

AÑOS	FLUJO NETO	TASA ACTUALIZADA 12,15%	FLUJO NETO ACTUALIZADO
0	32.844,67		
1	22.657,58	0,89166	20.202,93
2	11.168,82	0,79506	8.879,91
3	11.943,22	0,70893	8.466,88
4	10.585,05	0,63212	6.691,07
5	12.293,37	0,56364	6.929,06
Total			**51.169,86**
(-) Inversión			32.844,67
(=) VAN			**18.325,19**

Fuente: Cuadro 81
Elaborado: La Autora.

Análisis: El VAN es positivo lo que quiere decir que el proyecto es rentable. El valor actual neto del proyecto es de **18.325,19** dólares valor que el inversionista acumulará en un período de 5 años luego de recuperar la inversión.

Tasa interna de retorno

La Tasa Interna de Retorno (TIR), nos indica el porcentaje de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia de la empresa la misma que esta expresada en porcentajes.

Cuadro N°85
Tasa interna de retorno

Años	Flujo neto	Factor 36%	Van (menor)	Factor 37%	Van (mayor)
1	22.657,58	0,73529	16.659,99	0,7299	16.538,38
2	11.168,82	0,54066	6.038,51	0,5328	5.950,67
3	11.943,22	0,39754	4.747,93	0,3889	4.644,72
4	10.585,05	0,29231	3.094,12	0,2839	3.004,77
5	12.293,37	0,21493	2.642,27	0,2072	2.547,23
SUMAN			**33.182,81**		**32.685,77**
Inversión			32.844,67		32.844,67
			338,14		**-158,90**

Fuente: Cuadro 81
Elaborado: La Autora.

$$\mathbf{TIR} = \mathbf{Tm} + \mathbf{Dt} * \left(\frac{\mathbf{VAN\ menor}}{\mathbf{VAN\ menor} - \mathbf{VAN\ mayor}}\right)$$

$$\mathrm{TIR} = 36 + 37 * \left(\frac{338{,}14}{497{,}04}\right) = 0{,}6803\%$$

$$\mathbf{TIR} = \mathbf{36{,}68\%}$$

Análisis: La TIR es de 36,68%, siendo superior a la tasa de inversión que es del 12,15% lo que significa que el proyecto es rentable, recomendándose su ejecución.

Relación Beneficio/Costo

La relación beneficio/costo toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto.

Cuadro N°86
Relación Beneficio/Costo

Años	Costo original	Factor 12,15%	Costo actualizado	Ingreso original	Factor 12,15%	Ingreso actualizado
1	102.844,66	0,89166	91.702,777	133.698,06	0,89166	119.213,61
2	86.622,29	0,79506	68.870,166	112.608,98	0,79506	89.531,22
3	77.635,34	0,70893	55.037,872	100.925,94	0,70893	71.549,23
4	91.853,61	0,63212	58.062,950	119.409,69	0,63212	75.481,84
5	93.581,91	0,56364	52.746,726	121.656,48	0,56364	68.570,74
Total			**326.420,491**			424.346,64

Fuente: Cuadro 77
Elaborado: La Autora.

$$R\left({}^{B}/_{C}\right)\frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$$

$$R\left({}^{B}/_{C}\right)\frac{\mathbf{3}424.346,64}{\mathbf{326.420,491}} = 1,30 \text{ Dólares}$$

Análisis.- El proyecto se acepta por que la R (B/C) es mayor al costo de capital, por cada dólar invertido se obtendrá $ 0,30 centavos de ganancia

Periodo de Recuperación de Capital

El periodo de recuperación de capital es un indicador que permite conocer el tiempo en el cual uno podría recuperar el capital invertido en la empresa "BREAD Panificadora" mediante el PRC. Sabremos la fecha en la cual se cubre la inversión inicial en años, meses y días.

Cuadro N°87
Relación Beneficio/Costo

AÑO	INVERSIÓN	FLUJO NETO	FLUJO ACTUALIZADO
0	**32844,67**	22.657,58	
1		11.168,82	22.657,58
2		11.943,22	**33.826,40**
3		10.585,05	**45.769,62**
4		12.293,37	56.354,67
5		22.657,58	68.648,04

Fuente: Cuadro 74- 81
Elaborado: La Autora.

$$\text{PRC} = \text{Año Antes a Cubrir Inversióbn}\frac{\text{Inversión} - \text{Primer Flujo}}{\text{Flujo de Año supera la Inversión}}$$

$$\text{PRC} = 1 + \frac{\mathbf{3}2844{,}67 - 22.657{,}58}{45.769{,}62} = 0.2281$$

PRC = 1 + 0, 2225 = 0,77743

Años =1 * 1 = 2

Meses= 0, 77 * 12 = 9,24 meses

Días= 0.24 * 30 = 7,2 días

Análisis.- El periodo de recupera del capital (PRC), es de 1 años, 9 meses y 7 días

Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad trata de medir si le afectan o no a un proyecto, dos situaciones que se dan en una economía, esto es, el aumento en los costos y la disminución en los ingresos.

El objetivo fundamental es medir en qué grado se altera la tasa de rentabilidad del mismo frente al cambio imprevisto de una variable, asumiendo que el resto de variables permanezcan constantes.

El criterio de sensibilidad es el siguiente:

- Si el coeficiente es > 1 el proyecto es sensible.
- Si el coeficiente es < 1 el proyecto no es sensible.
- Si el coeficiente es = 1 no hay efectos sobre el proyecto.

Cuadro N°88

Flujo de caja con incremento en costos de 15,15%

INGRESO ORIGINAL	133.698,06	112.608,9	100.925,94	119.409,69	121656,48
INGRESO DIMINUIDO	118.122,24	99.490,04	89.168,07	105.498,46	101.983,16
COSTOS ORIGINAL	102.844,66	86.622,29	77.635,34	91.853,61	93.581,91
FLUJO DE CAJA	15.277,57	12.867,74	11.532,73	13.644,85	11.335,33

Fuente: Cuadro 77- 81
Elaborado: La Autora.

Calculo de la nueva TIR

Años	Flujo de caja	Factor descuento	Valor actual.	Factor descuento	Valor actual.
0	32.844,67	26,00		27,00	
1	15.277,57	0,79365	12.125,06	0,78740	12.029,59
2	12.867,74	0,62988	8.105,15	0,62000	7.978,02
3	11.532,73	0,49991	5.765,28	0,48819	5.630,16
4	13.644,85	0,39675	5.413,61	0,38440	5.245,10
5	11.335,33	0,31488	1.994,88	0,30268	1.917,57
TOTAL			33.403,98		32.800,44
INVERSIÓN			32.844,67		32.844,67
VAN			559,31		- 44,23

Cálculo nuevo TIR

$$NTIR = Tm + DT(\frac{VAN\ Tm}{VAN\ Tm - VAN\ TM})$$

$$NTIR = 26 + 1(\frac{559{,}31}{559{,}31 - (-44{,}23)})$$

$\boldsymbol{NTIR = 26{,}908}$ **= 26,91%**

Calculo de la TIR resultante

TIR RESULTANTE	
FORMULA	TIR R= TIR O. - N. TIR
TIR ORIGINAL	36,68
NUEVA TIR	26,91
TIR RESULTANTE	9,77

Calculo del % de variación

% DE VARIACION	
FORMULA	%V=(TIR R./TIR O.)*100
TIR RESULTANTE	9,77
TIR ORIGINAL	36,68
%V	26,64

Calculo de la sensibilidad

SENSIBILIDAD	
FORMULA	S=%V/N. TIR
% V.	26,64
N. TIR	26,91
SENSIBILIDAD	0,99

Análisis: La empresa Soporta el incremento en los costos del 15,15% con una sensibilidad del 0,99.

Cuadro N° 89

Flujo de caja con disminución de ingresos de 11,65%

INGRESO ORIGINAL	133.698,06	112.608,98	100.925,94	119.409,69	121656,48
INGRESO DIMINUIDO	118.122,24	99.490,04	89.168,07	105.498,46	101.983,16
COSTOS ORIGINAL	102.844,66	86.622,29	77.635,34	91.853,61	93.581,91
FLUJO DE CAJA	15.277,57	12.867,74	11.532,73	13.644,85	11.335,33

Fuente: Cuadro 77- 81
Elaborado: La Autora.

Calculo de la nueva TIR

Años	Flujo de caja	Factor descuento	Valor actual.	Factor descuento	Valor actual.
0	32.844,67	26,00		27,00	
1	15.277,57	0,79365	12.125,06	0,78740	12.029,59
2	12.867,74	0,62988	8.105,15	0,62000	7.978,02
3	11.532,73	0,49991	5.765,28	0,48819	5.630,16
4	13.644,85	0,39675	5.413,61	0,38440	5.245,10
5	11.335,33	0,31488	1.994,88	0,30268	1.917,57
TOTAL			33.403,98		32.800,44
INVERSIÓN			32.844,67		32.844,67
VAN			559,31		- 44,23

Cálculo nuevo TIR

$$NTIR = Tm + DT(\frac{VAN\ Tm}{VAN\ Tm - VAN\ TM})$$

$\boldsymbol{NTIR = 26,926}$ **= 26,93%**

Calculo de la TIR resultante

TIR RESULTANTE	
FORMULA	TIR R= TIR O. - N. TIR
TIR ORIGINAL	36,68
NUEVA TIR	26,93
TIR RESULTANTE	9,75

Calculo del % de variación

% DE VARIACION	
FORMULA	%V=(TIR R./TIR O.)*100
TIR RESULTANTE	9,75
TIR ORIGINAL	36,68
%V	26,59

Calculo de la sensibilidad

SENSIBILIDAD	
FORMULA	S=%V/N. TIR
% V.	26,59
N. TIR	26,93
SENSIBILIDAD	0,99

Análisis: La empresa Soporta una disminución de ingresos del 11,65% con una sensibilidad del 0,99.

h. CONCLUSIONES

Una vez concluida la presente investigación se puede establecer las siguientes conclusiones.

- ✓ Luego de haber realizado el estudio de mercado se determinan las circunstancias de la oferta y la demanda, el mismo que estima un total de demanda insatisfecha de 7’435.236, de panes para cubrir la demanda en la parroquia Punzara de Loja.
- ✓ La empresa funcionara en el barrio ciudad Alegría de la ciudad de Loja, la misma que se encuentra ubicada en la zona Sur de la ciudad.
- ✓ La empresa contará con todos los requisitos que manda la ley de compañías, considerando las ventajas que se obtendrá al constituirse como una empresa jurídica.
- ✓ El financiamiento del proyecto se estructura de dos fuentes una interna que asciende a $ 22.845,67 correspondientes al 70% y con capital ajeno o financiado a través de BANECUADOR que asciende a $ 10.000,00 es decir al 30%.
- ✓ La capacidad utilizada para producir 1´331.200 panes al año utilizando el 80% de la capacidad instalada, manteniéndose hasta la vida del proyecto.

✓ La empresa se constituirá como “Compañía de responsabilidad limitada” y la razón social elegida es la denominación **“BREAD Panificadora Cía. Ltda.”**

✓ Los indicadores financieros nos determinan que: el **VAN** positivo de $18.139,64 lo que demuestra que el proyecto es viable, la **TIR** es mayor al costo de capital con un porcentaje de 36,68%, en la **R (B/C)** de $1,30 dólares, por cada dólar invertido se obtendrá 0,30 centavos de dólar, en la **PRC** el capital se recuperará en 1 años, 9 meses y 7 día, en la **ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD** el proyecto resiste un incremento en los costos del 15,15% y una disminución del 11,65% en sus ingresos, llegando a concluir que el proyecto no es sensible y puede ser ejecutado.

i. RECOMENDACIONES.

Una vez concluida la presente investigación se puede establecer las siguientes conclusiones.

- Se recomienda la ejecución de este proyecto, debido a que es recomendable económicamente de acuerdo a los resultados obtenidos, además se cuenta con un amplio mercado, con materias primas de buena calidad y excelente mano de obra local, permitiendo una competencia justa.

- Para la implementación de una empresa de factibilidad es aconsejable realizar un buen estudio de mercado, porque es el punto de partida del proyecto con lo cual se puede mermar cualquier tipo de riesgo que pudiese existir, de tal manera que su rentabilidad y éxito sea garantizada.

- Que en un futuro se deberían realizar estudios técnicos y económicos, con la expectativa de mejorar la capacidad de producción y poder cubrir una mayor demanda del mercado, aunque esto ocasione un poco más de inversión.

- A los inversionistas y futuros emprendedores que deseen formar parte de esta iniciativa empresarial, tomar en consideración el presente proyecto ya que es factible.

j. BIBLIOGRAFÍA

AGUIRRE Juan Antonio. (2011). *Introducción a la Evaluación Económica y Financiera de inversiones .* Costa Rica: Instituto de Cooperacion para la Agricultura.

Alvarez Gonzales, R. (2006). *Introduccion a la Administracion de Ventas.* costa rica: Universidad estatal a distandic.

BACA Urbina Gabriel. (2010). *Evaluacion de proyectos.* mexico: McGraw-Hill.

Campoy, D. M. (2010). *COMO GESTIONAR Y PLANIFICAR UN PROYECTO EN LA EMPRES.* ESPAÑA: IDEAS PROPIAS.

Còrdoba, Padilla. (2011). *Formulacón y Evaluación de Proyectos.* Bogotá: Eco Ediciones.

CORDOVA Padilla, M. (2012). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos Segunda Edicion.* bogota: ECOE.

Cuellar G. (2011). *Analisis de la plaza.*

FERNANDEZ, SAUL. (2007). *Los Proyectos de Inversion.* COSTA RICA: Tecnologica.

FISICO M. (2016). *Economia de la Empresa .* Editex.

FOLLETO. (2010). *Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión MODULO # 9.* Loja.

Garcia, I. (o4 de mayo de 2012). *todo papás contigo.* Obtenido de http://www.todopapas.com/ninos/alimentacion-infantil/el-pan-un-alimento-muy-saludable-1201

Garrido, M. L. (05 de febrero de 2015). crecimeinto personal . *beneficios de comer pan*, pág. 1.

Gerson, M. (24 de DICIEMBRE de 2014). *SCRIBD.* Obtenido de https://es.scribd.com/doc/228340947/El-Ciclo-Del-Proyecto

GOMEZ Guillermo. (2012). *Planeacion Y organizacion de Empresas.* Guaatemala: Mc Graw Hill.

Guill, E. M. (2013). *Como crear y hacer funcionar una empresa.* madrid: ESIC.

GUILLERMO, Sala Parres. (2015). *Gestion de un pequeño comercio.* Editex.

HERNANDEZ Abraham. (2011). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos de Inversion Sexta Edicion.* Mexico: McGraw Hill.

Hidalgo, J. F. (06 de febrero de 2015). *junta de anda lucia*. Obtenido de http://www.juntadeandalucia.es/averroes/vertie/motivadores/histopan.htm

KOTLER Philips. (2006). *Diccionario de la mercadotecnia.* Mexico: practice- hall.

kotler, philip. Keller , kevin. (2009). *Direccion de Marketing.* mexico.

Lozoya, J. (15 de julio de 2013). *definicion del pan*. Obtenido de http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:yARIC6lwgQoJ:suite101.net/article/historia-del-pan-casero-integral-calorias-y-consumo-a38503+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec#.VNdzMmNFs2E

Mercedez, M. G. (2007). *MACROECONOMIA.* mexico.

MEZA Orozco. (2013). *Evaluacion Financiera de Proyectos (Tercera Edicion).* Bogota: Ecoe.

MEZA Orozco, J. d. (2011). *Matematica Financiera Aplicada.* Bogota: ECOE Ediciones.

MONCAYO, J., & Bruque, S. (2011). *Administracion empresas.* Madrid: Pearson Educacion.

MORALES, A. C., & Antonio, J. (2009). *Proyectos de Inversion, Elavoracion y Formulacion.*

Nicolas, M., & Eduardo, M. (2014). *Evaluacion de Inversiones estrategicas .* Bogota: COLOMBIA SAS.

PADILLA, C. M. (2006). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos.* Mexixo: Eco Ediciones.

Pasaca Mora, M. 2. (2008). *Formulación y Evaluación de Proyectos.* Loja.

REYES Ponce Agustin. (2010). *Administracion de empresas.* Mexico: Limusa.

RODRIGUEZ Carlos. (2013). Flujo de caja. *Economia y Evaluacion de Proyectos*, 11-12.

ROSALES A. (2005). *FUNDAMENTOS DE LA MERCADOTECNIA.* MEXICO.

ROSENBERG J M. (2012). *Diccionario en Administracion y Finanzas.* Editorial Océano.

SAPAG Nassir. (2011). *Proyectos de Inversion Formulacion y Evaluacion de Proyectos.* Mc Graw Hill.

SAPAG, C. N., & Reinaldo. (2013). *Preparacion Y Evaluacion de Proyectos Quinta Edicion .* Mexico: Mc Graw Hill.

Sapag, N. (2011). *Preparación y Evaluación de Proyectos.* (cuarta edision ed.). Mexico.

SELDON Arthur. (2010). *Diccionario de Economía.* Barcelona-España.: Oikos S.A.

Thompson, J. (2009 de abril de 2009). *todo sobre proyectos*. Obtenido de http://todosobreproyectos.blogspot.com/2009/04/estudio-de-prefactibilidad.html

TORAL Rocio. (2013). *Administracion de la produccion y de las operaciones.* Loja: Offset Grafimundo.

Urbina, G. V. (2010). *EVALUACION DE PROYECTOS.* MEXICO: PRINTED IN MEXICO.

VARGAS Sanchez, G. (2006). *Introducion a la Teoria Economica. Un Enfoque Latinoamericao.* Mexico: PEARSON.

VASQUEZ Victor Hugo. (2015). *Organizacion Aplicada.* Norma.

visualbee. (16 de mayo de 2012). *shideshare*. Obtenido de http://es.slideshare.net/visualbeeNetwork/preinversion

wikipedia. (25 de noviembre de 2014). *wikipedia*. Obtenido de http://es.wikipedia.org/wiki/ Historia_del_pan

k. ANEXOS

ANEXO N° 1
UNIVERSIDAD NACIONA DE LOJA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
AREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

Estimado amigo(a) estamos realizando una encuesta con el propósito de recabar información sobre la implementación de una empresa panificadora, en la parroquia punzara, ciudad de Loja. Le agradecemos por la información que nos brindara.

ENCUESTA A CONSUMIDORES

1. ¿Consume usted pan?

   SI ( )

   NO ( )

2. ¿Con que frecuencia adquiere el pan?

   Diario ( )

   Semanal ( )

   Mensual ( )

3. ¿Qué cantidad de pan consume?

   (1-4) ( )

   (5-8) ( )

   (9-12) ( )

   (13-14) ( )

4. ¿Cuál es el pan de su preferencia?

   Pan de sal ( )

   Pan de dulce ( )

   Pan con manjar ( )

   Otros ( )

5. ¿Conoce usted el valor nutritivo del pan?

   Si ( )

   No ( )

6. Usted estaría dispuesto a adquirir nuestro nuevo producto.

   Si ( )

   No ( )

7. ¿Estaría de acuerdo con la implementación de una panificadora en la parroquia Punzara?

   Si ( )

   No ( )

8. ¿Qué características usted considera cuando comprar el pan?

   Precio ( )

   Calidad ( )

   Presentación ( )

9. ¿Dónde le gustaría adquirir el pan?

   En tiendas ( )

   Supermercado ( )

Mercado ( )

10. ¿Cuánto paga en la actualidad por cada unidad de pan?

0,01 a 0,05 Ctv. ( )

0,06 a 10 Ctv. ( )

0,11a 0,15 Ctv. ( )

11. ¿Al adquirir el pan como le gustaría que sea la presentación del producto?

En Cartón ( )

En funda de papel

O plástica ( )

En cestas ( )

12. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría enterarse de la nueva panificadora?

Radio ( )

Televisión ( )

Referencias personales ( )

Otros:……

ANEXO N° 2
UNIVERSIDAD NACIONA DE LOJA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
AREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

Estimado amigo(a) estamos realizando una encuesta con el propósito de recabar información sobre las panificadoras, en la parroquia punzara, ciudad de Loja. Le agradecemos por la información que nos brindara.

1. ¿Usted vende pan?
   Si ( )
   No ( )

2. ¿Qué cantidad de pan vende mensualmente el promedio?
   1000 a 5000 ( )
   5001 a 10000 ( )
   10001 a 15000 ( )
   15001 a 16000 ( )
   16001 0
   más:_____

3. ¿Cuál es el precio de venta?
   0.10 ctv ( )
   0.13 ctvs ( )
   0.15 ctvs ( )
   0.20 ctvs ( )
   0.25 ctvs ( )
   Más de 0.25 ctvs ( )

4. ¿tiene publicidad para dar a conocer su producto?
   Si ( )
   No ( )
   Cual:_____

5. ¿Cuál es la presentación da su producto?

Fundas plásticas ( )

Fundas de papel ( )

Canastas ( )

Cartones ( )

ÍNDICE.

Portada i

Certificación ii

Autoría iii

Carta de autorización de tesis iv

Dedicatoria v

Agradecimiento vi

a. TÍTULO 1

b. RESUMEN 2

ABSTRACT 6

c. INTRODUCCIÓN 9

d. REVISIÓN DE LITERATURA 12

- ✓ Marco Referencial 12
- ✓ Marco Conceptual 19

e. Materiales y Métodos 44

- ✓ Métodos 44
- ✓ Técnicas 45
- ✓ Procedimiento 49

F. RESULTADOS 50

G. DISCUSIÓN 67

- ✓ Estudio de mercado 67
- ✓ Análisis de la demanda 67
- ✓ Análisis de la oferta 71
- ✓ Demanda insatisfecha 72

- ✓ Plan de comercialización 73
- ✓ Producto 73
- ✓ Precio 75
- ✓ Plaza 76
- ✓ Distribución 76

ESTUDIO TECNICO 78

- ✓ Localización 78
- ✓ Macro localización 79
- ✓ Micro localización 80
- ✓ Capacidad Instalada 81
- ✓ Capacidad Utilizada 82
- ✓ Distribución de la planta 85
- ✓ Flujograma de Proceso 89
- ✓ Diagrama de Recorrido 90

DISEÑO ORGANIZACIONAL 90

- ✓ Organigrama Estructural 94
- ✓ Organigrama Funcional 95
- ✓ Organigrama Posicional 96
- ✓ Manual de Funciones 97

ESTUDIO FINANCERO 101

- ✓ Inversiones 101
- ✓ Activo fijo 101
- ✓ Activo Diferido 106

- ✓ Activo Circulante 107
- ✓ Inversión total del proyecto 118
- ✓ Financiamiento 118
- ✓ Presupuesto proforma proyectado 120
- ✓ Distribución de Costos 123
- ✓ Estado de pérdidas y ganancias 124
- ✓ Punto de equilibrio 126

EVALUACIÓN **FINANCIERA.** **132**

- ✓ Flujo de caja 133
- ✓ Valor Actual Neto 134
- ✓ Tasa interna de retorno 136
- ✓ Relación Beneficio/Costo 137
- ✓ Periodo de Recuperación de Capital 138
- ✓ Análisis de sensibilidad 139

h. CONCLUSIONES **143**

i. RECOMENDACIONES **145**

j. BIBLIOGRAFÍA **146**

k. ANEXOS **149**

ÍNDICE **159**