



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Administración de Empresas

“Proyecto de factibilidad para la creación de una panadería en la parroquia Zumba del cantón Chinchipe, provincia de Zamora Chinchipe”

**Tesis previo a la
obtención del título de Ingeniera en
Administración de Empresas**

AUTORA:

Maricela Patricia Abarca Villacis

DIRECTORA:

Ing. Com. Gretty del Pilar Salinas Ordoñez MAE

Loja – Ecuador
2023

Loja, 23 de marzo de 2023

Ing. Com. Gretty del Pilar Salinas Ordoñez MAE.
DIRECTORA DE TESIS

CERTIFICO:

Que he revisado y orientado todo el proceso de elaboración de la tesis denominada: "**Proyecto de factibilidad para la creación de una panadería en la parroquia Zumba del cantón Chinchipe, provincia de Zamora Chinchipe**", previo a la obtención del título de **Ingeniera en Administración de Empresas**, de la autoría de la estudiante **Maricela Patricia Abarca Villacis**, con cedula de identidad Nro. **1105034696**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja para el efecto, autorizo la presentación para la respectiva sustentación y defensa.

Ing. Com. Gretty del Pilar Salinas Ordoñez MAE

DIRECTORA DE TESIS

Autoría

Yo, **Maricela Patricia Abarca Villacis**, declaro ser autora oficial de la tesis, y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de la tesis en el Repositorio Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:

Cedula de identidad: 1105034696

Fecha: Loja, 05 de abril del 2023

Correo electrónico: maricela.abarca@unl.edu.ec

Teléfono celular: 0985053440

Carta de autorización por parte de la autora para la consulta de reproducción parcial o total, y / o publicación electrónica del texto completo, de la tesis.

Yo, **Maricela Patricia Abarca Villacis**, declaro ser autora de la tesis denominada: “**Proyecto de factibilidad para la creación de una panadería en la parroquia Zumba del cantón Chinchipe, provincia de Zamora Chinchipe**”, como requisito para optar el Título de **Ingeniera 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 en el Repositorio Institucional .

Los usuarios pueden consultar los contenidos de este trabajo en el Repositorio Institucional, 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 05 días del mes de abril del dos mil veintitrés.

Firma:

Autora: Maricela Patricia Abarca Villacis

Cédula: 1105034696

Dirección: Loja, Catamayo, el Tambo

Correo electrónico: maricela.abarca@unl.edu.ec

Celular: 0985053440

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Directora de Tesis: Ing. Com. Gretty del Pilar Salinas Ordoñez MAE.

Dedicatoria

Dedico este trabajo investigativo primeramente a Dios y la Virgen del Cisne quienes son mis guías y nunca me desamparan en cada paso que doy.

A mi querido padre por brindarme su apoyo y amor incondicional, a mi compañero de vida Jhon Jiménez, a mis suegros Klever Jiménez y Rosa Quille, a mis hermanas, amigos y familiares, quienes me brindaron su apoyo para cumplir mi meta y estar siempre presentes en el transcurso de mis estudios.

Maricela Patricia Abarca Villacis

Agradecimiento

Agradezco infinitamente a mi compañero de vida al Ing. Jhon Jiménez quien, con su amor, comprensión, paciencia y apoyo no me soltó de la mano y me motivo a culminar mi carrera profesional.

A mi padre quien me inculco valores, virtudes y enseñanzas en el trascurso de mi vida, a mis suegros, hermanas, cuñadas, familiares y amigos que me impulsaron a luchar por mis sueños.

Mi sincero agradecimiento a mi directora de tesis la Ing.Com. Gretty del Pilar Salinas Ordoñez MAE, quien, con su inigualable dedicación, paciencia, supo guiarme y orientarme para el desarrollo de este proyecto.

Maricela Patricia Abarca Villacis

Índice de Contenidos

Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de Contenidos	vii
Índice de tablas	viii
Índice de figuras	xi
Índice de anexos	xii
1. Título	1
2. Resumen	2
2.1 Abstract	3
3. Introducción	4
4. Marco teórico	6
5. Metodología	17
6. Resultados	21
7. Discusión	43
8. Conclusiones	130
9. Recomendaciones	131
10. Bibliografía	132
11. Anexos	134

Índice de tablas

Tabla 1. Población parroquia Zumba.....	18
Tabla 2. Proyección de la población.....	19
Tabla 3. Población proyectada 2022.....	21
Tabla 4. Consumo de pan en las Familias.....	21
Tabla 5. Pan comprado o elaborado.....	22
Tabla 6. Frecuencia de compra de pan.....	23
Tabla 7. Compra de pan en unidades diarias.....	24
Tabla 8. Compra de pan en unidades semanales.....	25
Tabla 9. Compra de pan en unidades quincenales.....	25
Tabla 10. Compra de pan en unidades mensuales.....	25
Tabla 11. Cálculo promedio de compra de pan.....	26
Tabla 12. Cálculo del promedio de pan consumido por familia.....	27
Tabla 13. Monto por la compra de pan.....	28
Tabla 14. Tipos de pan preferentes para el consumo.....	29
Tabla 15. Lugares de compra.....	30
Tabla 16. Precios del pan.....	31
Tabla 17. Importancia al elegir el pan.....	32
Tabla 18. Posición de variables.....	32
Tabla 19. Consumo de productos en la nueva panadería.....	33
Tabla 20. Familias que compraran los productos.....	34
Tabla 21. Cantidad de compra de pan a diario.....	35
Tabla 22. Cálculo de promedio de compra de pan.....	36
Tabla 23. Tipo de pan de preferencia.....	37
Tabla 24. Tipos de promoción por las compras.....	38
Tabla 25. Medios de comunicación.....	39
Tabla 26. Unidades de venta diarias.....	40
Tabla 27. Cálculo de venta diaria de pan.....	41
Tabla 28. Precio de los productos de venta.....	41
Tabla 29. Tipos de promoción por la compra.....	42
Tabla 30. Demanda efectiva de población por familias.....	44
Tabla 31. Demanda efectiva en unidades.....	44
Tabla 32. Oferta del pan.....	44
Tabla 33. Proyección de la oferta del pan.....	45
Tabla 34. Demanda insatisfecha.....	45
Tabla 35. Publicidad medios de comunicación.....	53
Tabla 36. Capacidad instalada.....	57
Tabla 37. Capacidad utilizada.....	58
Tabla 38. Materia prima directa.....	70
Tabla 39. Mano de obra directa.....	71
Tabla 40. Personal Administrativo.....	71
Tabla 41. Maquinaria y equipo.....	71
Tabla 42. Muebles para ventas.....	72

Tabla 43. Muebles para oficina	72
Tabla 44. Suministro para ventas.....	72
Tabla 45. Utensilios para elaboración del pan.....	73
Tabla 46. Suministros varios.....	73
Tabla 47. Maquinaria y equipo	84
Tabla 48. Muebles para venta	85
Tabla 49. Muebles para oficina	85
Tabla 50. Equipo de computo.....	86
Tabla 51. Proyección equipo de computo	86
Tabla 52. Utensilios de producción	86
Tabla 53. Depreciación de maquinaria y equipo	87
Tabla 54. Depreciación muebles para venta.....	87
Tabla 55. Depreciación muebles de oficina	88
Tabla 56. Depreciación utensilios de producción	88
Tabla 57. Depreciación equipo de computo.....	89
Tabla 58. Depreciación equipo de cómputo de reinversión.....	89
Tabla 59. Total de activos fijos	89
Tabla 60. Pago de permisos de funcionamiento	90
Tabla 61. Adecuaciones del local.....	90
Tabla 62. Amortizaciones.....	90
Tabla 63. Plan de producción de unidades de pan	91
Tabla 64. Ingredientes para elaborar pan de dulce.....	92
Tabla 65. Ingredientes para elaborar pan de sal.....	93
Tabla 66. Ingredientes para elaborar pan de maíz.....	94
Tabla 67. Ingredientes para elaborar pan Zuiso.....	95
Tabla 68. Ingredientes para elaborar pan pizza	96
Tabla 69. Ingredientes para elaborar pan con cebolla y queso	97
Tabla 70. Costo unitario de materia prima por tipo de pan.....	97
Tabla 71. Presupuesto de materia prima directa.....	98
Tabla 72. Proyección materia prima directa.....	98
Tabla 73. Mano de obra directa.....	99
Tabla 74. Costo mano de obra por unidad de pan	99
Tabla 75. Proyección mano de obra directa.....	100
Tabla 76. Sueldos personal administrativo	100
Tabla 77. Personal por honorarios profesionales.....	101
Tabla 78. Proyección de sueldos administrativos y honorarios profesionales	101
Tabla 79. Sueldo ventas.....	101
Tabla 80. Proyección sueldo de ventas.....	102
Tabla 81. Servicios básicos	102
Tabla 82. proyección de servicios básicos.....	102
Tabla 83. Pago de arriendo	103
Tabla 84. Proyección de arriendo	103
Tabla 85. Suministro de empaque	103
Tabla 86. Proyección suministro de ventas.....	104
Tabla 87. Suministro de oficina	104
Tabla 88. Proyección suministro de oficina.....	105

Tabla 89. Indumentaria para personal de producción.....	105
Tabla 90. Proyección de indumentaria para producción.....	106
Tabla 91. Suministro de limpieza	106
Tabla 92. Proyección suministros de limpieza.....	107
Tabla 93. Publicidad	107
Tabla 94. Proyección publicitaria	107
Tabla 95. Activo circulante.....	108
Tabla 96. Inversión Total.....	108
Tabla 97. Financiamiento.....	109
Tabla 98. Presupuestos de costos.....	111
Tabla 99. Costos directos por unidad de producción.....	112
Tabla 100. Cálculo de la tasa de costo indirecto	112
Tabla 101. Costos unitarios de los productos.....	113
Tabla 102. Precio de venta	113
Tabla 103. Presupuesto de ingresos	114
Tabla 104. Costos fijos y costos variables	115
Tabla 105. Determinación de punto de equilibrio matemático	116
Tabla 106. Tabla para grafica.....	117
Tabla 107. Estado de resultados.....	120
Tabla 108. Flujo de caja	121
Tabla 109. Valor Actual neto.....	122
Tabla 110. Tasa Interna de retorno.....	123
Tabla 111. Relación beneficio costo	124
Tabla 112. Periodo de recuperación de capital	125
Tabla 113. Análisis de sensibilidad con incremento.....	126
Tabla 114. Análisis de sensibilidad con disminución	128

Índice de figuras

Figura 1. Consumo de pan en las familias.....	22
Figura 2. Pan comprado o elaborado.....	23
Figura 3. Frecuencia de compra de pan	24
Figura 4. Consumo de pan según frecuencias.....	26
Figura 5. Monto de compra de pan.....	28
Figura 6. Tipos de pan preferentes.....	29
Figura 7. Lugares de compra	30
Figura 8. Precios del pan.....	31
Figura 9. Importancia al elegir el pan	33
Figura 10. Aceptación de consumo	34
Figura 11. Familias que compraran los productos	35
Figura 12. Unidades de compra diaria de pan	36
Figura 13. Tipo de pan de preferencia	37
Figura 14. Tipo de promoción por las compras.....	38
Figura 15. Medios de comunicación.....	39
Figura 16. Unidades de venta diarias.....	40
Figura 17. Precio de los productos de venta	41
Figura 18. Tipos de promoción por la compra.....	42

Índice de anexos

Anexo 1. Cuestionario de preguntas de las encuestas a las familias	134
Anexo 2. Preguntas para conocer la oferta del pan.....	136
Anexo 3. Certificado de Traducción del Resumen.....	137

1. Título

“Proyecto de factibilidad para la creación de una panadería en la parroquia Zumba del cantón Chinchipe, provincia de Zamora Chinchipe”

2. Resumen

El trabajo de investigación tiene como objetivo, determinar la factibilidad para la creación de una panadería en la parroquia Zumba, en base a los estudios: de mercado, técnico, administrativo legal y económico financiero. Este trabajo se enfocó en una investigación cuantitativa y es de carácter descriptiva, se utilizaron técnicas como la observación, entrevista y encuesta, la población total de la parroquia zumba para el año 2022 es de 8 116 habitantes que conforman 2 135 familias, existen 4 panaderías para conocer la oferta. Los productos que se ofrecerá a las familias serán 6 variedades de pan entre ellos pan de dulce, pan de sal, pan de maíz, pan zuiso, pan pizza y pan con cebolla y queso que fueron los más demandados. Al analizar los resultados se obtuvo la demanda efectiva en unidades de pan es de 4 584.883, la oferta en unidades es de 2 694 500.00 y la demanda insatisfecha es de 2 160.383. la capacidad utilizada será de 756 000 unidades. En el estudio financiero económico señalo que se requiere de \$24 179.71. se generará \$17 507.73 en el primer año y los indicadores financieros señalan que el VAN supera la inversión inicial teniendo una ganancia de \$32 684.99 dólares; la TIR será de 63.15%, la RBC será de \$0. 21 centavos. El tiempo en que se tardará en recuperar la inversión será de 1 año, 4 meses y 2 días; el análisis de sensibilidad es de 0.94 con un incremento en los costos de 8.13% y el análisis de sensibilidad es de 0.96 con una disminución en los ingresos del 6.56%, es decir este proyecto no es sensible si hay un incremento en los costos o disminución en los ingresos. Se concluye que de acuerdo a los indicadores antes descritos es factible la puesta en marcha de esta empresa.

Palabras claves: Pan, elaboración, factibilidad, inversión, creación.

2.1 Abstract

The research work aims to determine the feasibility for the creation of a bakery in the Zumba parish, based on market, technical, administrative, legal, and economic-financial studies. This work focused on a quantitative-qualitative investigation and is descriptive in nature. Techniques such as observation, interviews, and surveys were used. The total population of the Zumba parish for the year 2022 is 8,116 inhabitants, comprising 2,135 families. There are 4 bakeries to assess the supply. The products that will be offered to families will be 6 varieties of bread, including sweet bread, salt bread, corn bread, Swiss bread, pizza bread, and onion and cheese bread, which were the most demanded. Upon analyzing the results, the effective demand for bread units is 4,584.883, the supply of units is 2,694,500.00, and the unsatisfied demand is 2,160.383. The used capacity will be 756,000 units. The economic-financial study indicates that \$24,179.71 is required. \$17,507.73 will be generated in the first year, and financial indicators show that the NPV exceeds the initial investment, with a profit of \$32,684.99. The IRR will be 63.15%, and the RBC will be \$0.21 cents. The time it will take to recover the investment will be 1 year, 4 months, and 2 days. The sensitivity analysis is 0.94 with an increase in costs of 8.13%, and the sensitivity analysis is 0.96 with a decrease in revenue of 6.56%. In other words, this project is not sensitive if there is an increase in costs or a decrease in revenue. It is concluded that, according to the aforementioned indicators, the establishment of this company is feasible.

Keywords: Bread, production, feasibility, investment, creation.

3. Introducción

Las Pymes desempeñan un rol fundamental en la economía ecuatoriana, sin embargo, los gobiernos de turno no brindan el apoyo necesario para su crecimiento. En el sector panificador la mayor parte de negocios son microempresas que no necesitan mucha inversión de dinero; estos emprendimientos generan fuentes de empleo y ayudan a la economía del país.

Actualmente en el país el consumo del pan se ha convertido en parte vital de la canasta básica, siendo “el líder de entre los 20 productos más consumidos por los ecuatorianos, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)” (Vásconez,2011. p.1). Frente a la gran demanda de pan, la creación de panaderías en ciertos sectores se ha incrementado desproporcionalmente, dando paso a una sobreproducción generando la quiebra de muchos negocios de pan.

En la parroquia existen microempresas dedicadas a la elaboración y comercialización de pan, mismas que han sido creadas de manera empírica sin ningún tipo de estudio para determinar su rentabilidad económica y sostenibilidad en el tiempo.

Es por ello que el presente estudio se enfocó en obtener datos estadísticos reales de; consumo diario de pan en el sector, costos de producción, infraestructura, maquinaria, materia prima, mano de obra, entre otros, permitiéndonos considerar si es factible o no la creación de una panadería que genere buenos réditos económicos en la parroquia Zumba.

Para cumplir con el propósito del proyecto se planteó como objetivo general, Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una panadería en la Parroquia Zumba del Cantón Chinchipe, Provincia de Zamora Chinchipe, y los siguientes objetivos específicos : Ejecutar un estudio de mercado, que proporcione información para determinar la demanda y oferta; Elaborar un estudio técnico para establecer el tamaño del proyecto, localización, la ingeniería del mismo y el proceso productivo; Desarrollar un estudio administrativo, donde se pueda conocer la legalidad de la empresa, niveles jerárquicos, organigramas y manual de funciones; Establecer un estudio económico financiero para conocer la inversión total del proyecto; Efectuar una evaluación financiera para determinar la viabilidad del proyecto, mediante el cálculo de indicadores financieros como el (VAN) Valor Actual Neto, (TIR) Tasa Interna de Retorno, (RBC) Relación Beneficio Costo, (PRC) Periodo de Recuperación del Capital y Análisis de Sensibilidad, mismos que fueron cumplidos exitosamente.

Como profesionales del Cantón se debe pensar más por fomentar e incentivar la creación de empresas rentables, generando fuentes de trabajo y ayudando al crecimiento del Cantón. El

desarrollo de este estudio se basó en la falta de conocimientos y estudios que tienen las familias al momento de crear una empresa, por ende, algunos de los negocios que están actualmente abiertos corren el riesgo de que en un futuro tengan una mala administración y vayan en decrecimiento. Por ello se determinó este tema para conocer si será factible la puesta en marcha de una panadería.

El presente trabajo contiene: **Marco teórico** que detalla toda la teoría científica y algunos estudios que se han escrito sobre proyectos de inversión y sobre panaderías.

A continuación, se analizó e interpretó los **resultados** obtenidos por las encuestas aplicadas a las familias y ofertantes del pan. En la **discusión** están los estudios que determinan la factibilidad del proyecto, primero el estudio de mercado donde se conoce la demanda insatisfecha insumo necesario para el estudio técnico en el que se identificó el lugar donde será ubicada la panadería, se determinó el tamaño en cuanto a su capacidad productiva, el proceso productivo con su tiempo, flujograma, tecnología y requerimientos para su funcionamiento. Se procedió a realizar el estudio administrativo legal donde se definió la estructura legal de la empresa, elaboró organigramas y los manuales de funciones.

Para culminar se desarrolló el estudio económico financiero donde se definió el monto de la inversión, financiamiento, presupuesto de costos, punto de equilibrio, valor actual neto (VAN), flujo de caja, tasa interna de retorno (TIR), periodo de recuperación de capital (PRC), relación beneficio costo (RBC) y análisis de sensibilidad.

A continuación, están las **conclusiones** de los estudios y resultados obtenidos, las **recomendaciones** que se realiza a los inversionistas, luego la **bibliografía** que indica los autores citados en los que se basó para sustentar toda la teoría de esta investigación y por último los **anexos**.

4. Marco teórico

Antecedentes

El primer proyecto pertenece a Toapanta y Quishpe (2017), ellos realizaron: **Un estudio para la creación de una panadería y pastelería en la parroquia de Cotocollao de la ciudad de Quito**, este estudio sirvió como referencia para determinar el presupuesto de la materia prima para cada tipo de pan, así en el estudio financiero ayudó de guía en lo referente a la evaluación económica financiera obteniendo así resultados satisfactorios.

Moreno (2020), propone en su trabajo titulado: **Estudio de factibilidad para una panadería en la urbanización real alto sector Cumbayá**. Este proyecto reforzó en lo referido a la parte legal con la información que posee, en la parte lo que respecta a lo financiero permitió tener una idea más clara y concisa acerca de los presupuestos de ingresos por ventas para desarrollar el trabajo investigativo.

Magallanes (2015), cuenta con su proyecto titulado: **Proyecto de factibilidad para la creación de una panadería y pastelería en la Avenida Delta de la ciudad de Guayaquil “DILIROMA “BAKERY & CAFÉ”**. Este estudio de factibilidad permitió obtener información sobre los cálculos de la mano de obra, costos directos, costos indirectos, precio del producto, valor actual neto y tasa interna de retorno.

El pan en Ecuador

Las secuelas de la pandemia, como los problemas logísticos y el aumento de los costos de importación, se han visto magnificados por la consecuencia de la guerra entre Rusia y Ucrania sobre la inflación y el menor acceso a materias primas e insumos para la producción.

Y en parte por ello, el pan producido en Ecuador es uno de los más caros de la región; sin embargo, al alto costo se suma una serie de problemas estructurales. En el país se siembra y cosecha un porcentaje mínimo de trigo, que es la base de ese bien esencial en la canasta básica de las familias.

A pesar de subidas de entre 7% y 60%, solo en los primeros meses de 2022, los precios del pan son mucho más bajos en economías como las de Colombia y Chile. Los colombianos deben pagar \$0,83 por kilo, mientras los chilenos asumen un costo de \$1,07. (la hora, 4/04/ 2022, p. 1).

La industria panificadora

El sector panadero y pastelero tiene unas ventas anuales de USD 306 millones. A esta actividad se dedican 5 679 negocios, tienen un promedio de vida de 13 años, casi no fracasan. Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) del año 2017, en el país funcionan 5 670 empresas y negocios dedicados a la elaboración de pan y otros productos de panadería secos, que generan empleo para 13 407 personas. (Revista líderes, 14/11/2019, p, 1.)

Nuestro país, pese a tener condiciones climáticas únicas y admiradas en el mundo, solamente produce el 5% del trigo consumido a nivel nacional, que es adquirido por las harineras nacionales para apoyar y reactivar la agricultura. El otro 95% es importado. El clima irregular y los incentivos fiscales no motivan a los agricultores a producir el cereal, pocas zonas de los Andes lo cultivan. (Enlace horeca, 04/2021. P.1).

El pan alimento básico

Sería difícil encontrar a un ecuatoriano que no le guste el pan, este se considera como el alimento básico de los ecuatorianos. Tenemos miles de panaderías alrededor del país y en las ciudades con más consumidores como Cuenca, Ambato, Riobamba, Quito y Guayaquil cada persona come de 15 a 20 kilos de pan.

Muchas personas consideran al pan ecuatoriano como uno de los mejores, es más, en el 2015 una empresa panadera ecuatoriana fue reconocida internacionalmente por producir el mejor pan por su calidad y sabor.

Cada parte del Ecuador produce su propio pan y justamente es esto lo que lo hace tan especial y único ya que dependiendo de la región se usan diferentes ingredientes y hasta la forma de prepararlo es distinta. (Ramírez, s.f, p.1).

Historia del pan

El pan de trigo como hoy lo conocemos se consumió hasta el año 2500 a.C., en Egipto, en ese entonces era un pan ácimo, sin fermentar, negro, tosco y sin esponjosidad. En una ocasión, lo prepararon y lo dejaron sin cocer para celebrar una fiesta, al día siguiente encontraron la masa esponjosa y fermentada, lo que más tarde se conocer como masa madre. Con la harina blanca fermentada y una pizca de sal se horneaba un pan purísimo destinado a las mesas de los ricos, mientras el pueblo consumía pan integral. (Garay, 2020, p,1).

Evolución del pan

Los mesopotámicos refinaron este proceso en torno al 800 a.C. usando dos piedras planas circulares para moler el grano. Estas piedras se hacían girar continuamente gracias a la fuerza de los animales de tiro o de los esclavos. En el 60 a.C., los ingenieros romanos inventaron

el molino hidráulico. La fama del pan como componente imprescindible de la dieta siguió aumentando, y en el 14 d.C. los romanos fundaron el primer colegio para molineros y panaderos.

Ya en la Revolución industrial y como resultado de los trabajos de Louis Pasteur, fue posible producir la levadura a escala industrial. Debido a la industrialización de la levadura, también se hizo posible la industrialización del pan.

En 1961 se desarrolló el proceso de panificación Chorleywood, que revolucionó la forma en la que se producía el pan. El proceso utiliza mezcladores intensivos de alta velocidad para combinar la harina, mejoradores, grasa vegetal, levadura y agua para hacer la masa. (mundopan, 2016, p.1.).

Materia prima

Harina de trigo

Es el producto finamente triturado resultante de la molturación del grano de trigo (*Triticum aestivum*) industrialmente limpio o la mezcla de éste con el *Triticum durum*, en la proporción máxima del (80 % y 20 %), procedente principalmente del endospermo del grano. Los productos finamente triturados de otros cereales deberán llevar adicionado, al nombre genérico de la harina, el del grano del cual procedan. (Infoalimenta, (s.f), p.1).

Levadura

Se denomina levadura a cualquiera de los diversos hongos microscópicos unicelulares que son importantes por su capacidad para realizar la descomposición mediante fermentación de diversos cuerpos orgánicos, principalmente los azúcares o hidratos de carbono, produciendo distintas sustancias. Son los principales microorganismos responsables de la fermentación en las masas panaderas, masa en la cual actúa sobre los azúcares fermentables produciendo principalmente, dióxido de carbono y alcohol. (Hamel, (s.f), p,1.).

El agua

El agua es indispensable en la formación de las masas, pastas y batidos. El agua que se usa en panadería y repostería debe ser potable, que es aquella que reúne las condiciones y requisitos indispensables para el consumo humano. (Hamel, (s.f), p,1.).

La sal

La sal común, es un elemento básico para dar sabor a las comidas y, siempre en cantidades moderadas, un mineral necesario para el funcionamiento del sistema inmune. (lavanguardia,2020, p.1.).

Azúcar

El azúcar es un ingrediente natural que ha formado parte de la alimentación humana durante miles de años. El cuerpo descompone los carbohidratos, entre los que se incluyen los azúcares y almidones, en glucosa. Los azúcares son una importante fuente de energía, y la glucosa es el más importante para nuestro cuerpo. (sense, (s.f), p.1).

Las grasas

Son nutrientes que están presentes en los alimentos que ingerimos y nuestro cuerpo las utiliza para generar membranas celulares, tejido nervioso (incluido el cerebro) y hormonas. El cuerpo también utiliza las grasas como combustible. (Gavin,2022, p, 1.).

La leche

La leche proporciona nutrientes esenciales y es una fuente importante de energía alimentaria, proteínas de alta calidad y grasas. La leche puede contribuir considerablemente a la ingestión necesaria de nutrientes como el calcio, magnesio, selenio, riboflavina, vitamina B12 y ácido pantoténico. (FAO, (s.f), p.1).

El huevo

El huevo es mucho más que un alimento para el hombre. Está presente en numerosos ritos y expresiones populares, en la mitología y en el arte. El huevo de gallina (*Gallus gallus*) es desde la antigüedad un alimento muy importante para el hombre y su consumo es casi generalizado en todo el mundo en la actualidad. (Infoalimenta, (s.f), p.1).

Queso

Producto obtenido de la leche para el consumo humano.

Bases teóricas

Definición de proyecto

Es un pensamiento de ejecutar algo, o como un plan de trabajo que se realiza como prueba antes de desarrollar el proyecto de implementación. Es una operación que se acomete a realizar una obra de gran importancia y posee una serie de características. (publicaciones vértice, 2008, p. 2.).

Proyecto de inversión

Es un plan el cual se asignan recursos financieros con el propósito de generar un bien o servicio que atienda o satisfaga una necesidad humana. (Serrano, 2020, p. 6).

Etapas de un proyecto de inversión

- **Idea**
- **Pre-inversión**
 - Estudio a nivel del perfil
 - Estudio a nivel de prefactibilidad
 - Estudio de factibilidad
- **Inversión**
- **Operación**
- **Evaluación**

Concepción de idea

Se elabora a partir de un proceso mediante el cual se busca generar nuevos negocios o posibles mejoras al funcionamiento de una empresa en marcha. Frecuentemente uno de los elementos que apoyan la generación de ideas es la identificación de una o varias necesidades que existen en el mercado, o en la sociedad en general. (Serrano, 2020, p. 9).

Pre-inversión

Estudio de viabilidad económica del proyecto con las opciones de solución identificadas. Es el análisis básico, pues es de tipo estático y se basa principalmente en información secundaria de tipo cualitativa aportada por experiencias. (Serrano, 2020, p. 9).

- **Estudio a nivel de perfil**

Una vez que se ha generado las diferentes alternativas de proyectos, se deben de evaluar cada una de ellas para poder determinar cuál es su factibilidad técnica y financiera. De esta manera es posible poder definir cuál es la opción que sería más viable y con mayores probabilidades de éxito para presentarla como alternativa de proyecto. (Fernández, Espinosa, 2007, p, 24.).

- **Estudio a nivel de prefactibilidad**

Consiste en profundizar sobre la información obtenida en los estudios iniciados a nivel del mercado, técnico, financiero, legal de impacto ambiental, etc.

En esta etapa se debe ser más riguroso en la determinación de la oferta del mercado y la demanda efectiva del proyecto. (Fernández, Espinosa, 2007, p, 24.).

Estudio de mercado

Se refiere al análisis de los clientes, proveedores competencia, comercialización, precios del mercado, etc. Particularmente se integra por la cuantificación de la oferta y demanda.

La importancia de es este estudio de mercado es que arrojara indicadores sobre la aceptación o rechazo de un producto en el mercado, contemplando otros factores el de la competencia. (Serrano, 2020, p, 13).

Tamaño de la muestra

Existen varias fórmulas para calcular el tamaño de la muestra porque aun todas ellas demandan como factores un grado de precisión elegido por el investigador. (Pardinas, 2005, p, 178.).

Formula:

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

n= Tamaño de muestra

Z² = nivel de confianza 1.96

P= probabilidad de éxito 0.50

Q= probabilidad de no éxito 0.50

N= universo

e²=error de estimación 0.05

Demanda potencial

Es un nivel máximo de demanda alcanzable por un determinado dada una serie de condiciones. en otras palabras, las probabilidades de éxito del mismo mercado. (Sánchez, 2020, p.1).

Demanda real

Es la cantidad de bienes y servicios que se compran actualmente en el mercado a la competencia.

Demanda efectiva

Es la cantidad de bienes o servicios que se adquirirán a la oferta del proyecto.

Demanda insatisfecha

Son los bienes y servicios que se requieren comprar y aun no satisfacen las expectativas o gustos de los clientes.

Oferta

Son los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado a un determinado precio. Oferta-demanda efectiva= demanda insatisfecha.

Plan de marketing

Son estrategias que se plantean para los productos, determinar precio conocer la plaza y distribución del producto que se desea posicionar en el mercado.

Estudio técnico

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 inversiones a realizar para que el proyecto inicie su operación. (Fernández, Espinosa,2007, p, 42.).

Localización

Se define la macro y micro localización del proyecto en función de la ubicación del mercado meta, la materia prima, la mano de obra disponible, así como la infraestructura disponible. (Fernández, Espinosa,2007, p, 42.).

Tamaño del proyecto

Este definido por la cantidad a producir en función de la fracción del mercado que se desea satisfacer. Aquí se establece una conexión con el estudio de mercado en donde se definió la demanda efectiva del proyecto y el mercado objetivo del proyecto. (Fernández, Espinosa,2007, p, 43.).

Capacidad instalada

Es el conjunto de recursos productivos que dispone la empresa y que pueden ser utilizados para producir. (Vargas Sánchez,2006, p,657.).

Capacidad utilizada

Es la parte de la capacidad instalada que está siendo ocupada en momento determinado. (Vargas Sánchez, 2006, p,657.).

Ingeniería

Proceso productivo

Es la descripción de la elaboración del producto o servicio, detallando las actividades con su respectivo tiempo en los diagramas de flujo.

Distribución de la planta

Es el proceso donde se diseña como va a estar distribuida o con que departamentos contara la empresa.

Estudio legal organizacional

Permite determinar cómo se estructura la empresa que tipo de diseño será la empresa unipersonal, compañía limitada, sociedad anónima. Definir los niveles jerárquicos, departamentos y su filosofía.

Estudio económico financiero

Es determinar por medio de indicadores financieros, la rentabilidad el 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. (Fernández, Espinoza, 2007, p, 45.).

Inversión inicial

Son los activos fijos, diferidos y circulantes que se necesitan como maquinarias, equipos terrenos, amortizaciones, gastos de constitución, materia prima, mano de obra, servicios básicos, etc.

Financiamiento

Es el capital de económico que se adquirirá de fuentes internas o externas, es decir ingresos propios o pedir a una institución bancaria.

Presupuesto de costos

Se refiere a los costos directos o indirectos relacionados con la producción.

Costo primo

Se toma en cuenta el costo de la mano de obra directa más materia prima directa.

Costo de producción

Intervienen el costo primo más el costo indirecto de fabricación.

Costo de operación

Para realizar este cálculo tomamos en cuenta el gasto administrativo más gasto de ventas más gasto financiero.

Costo total

Nos permite conocer el costo del producto para ello sumamos el costo de producción más en costo de operación.

Costo unitario

Es el valor de cada producto para obtener este costo se suma el costo total más en número unidades producidas.

Presupuesto de ingresos

Se establece el precio y los ingresos por las ventas del producto.

Precio de venta

Para obtener el precio de venta sumamos el costo unitario más el porcentaje de utilidad, el precio para el intermediario se debe dejar un margen de ganancia, mientras que el precio de venta al público se lo realiza de acuerdo a las políticas de la empresa.

Punto de equilibrio

Ayuda a conocer el comportamiento de los costos y los gastos e indica cual debe ser el nivel de ventas de una empresa para que esta no pierda ni gane dinero, indicador que sirve para conocer el tamaño mínimo de un restante antes de construirlo. (Cuevas, 2004, p,37.)

Al punto de equilibrio se lo puede calcular por medio de los siguientes métodos:

Cálculo en valores

Se basa en el volumen de ventas y los ingresos monetarios que el genera; para su cálculo se aplica la siguiente formula:

$$PEV(\text{valores}) = \frac{\text{Costos Fijos (CF)}}{1 - \frac{CVU}{PV}}$$

Cálculo en unidades

Se basa en el volumen de producción y determina la cantidad mínima a producir para que con su venta se cubran los gastos.

$$PQE(\text{unidades}) = \frac{\text{Costos Fijos (CF)}}{PV - CVU}$$

Representación Gráfica

Consiste en representar gráficamente las curvas de costos y de ingresos dentro de un plano cartesiano.

Estado de resultados

Es el estado financiero básico que muestra la utilidad o pérdida resultante en un periodo contable, a través del enfrentamiento entre los ingresos y los costos y gastos que les son relativos. (Román Fuentes, 2017, p, 91.).

Flujo de caja

Es un estado financiero que presenta, de una manera dinámica, el movimiento de entradas y salidas de efectivo de una empresa en un periodo determinado de tiempo, y la situación del efectivo al final del mismo periodo. (Ortiz Anaya, Ortiz Niño, 2018, p, 14.).

Valor actual neto

Permite determinar si dicha inversión puede incrementar o reducir el valor de las Pymes. Ese cambio en el valor estimado puede ser positivo, negativo o continuar igual. Si es positivo significará que el valor de la firma tendrá un incremento equivalente al otro del valor presente neto. Pero si es negativo quiere decir que la firma reducirá su riqueza en el valor que arroje. (Váquiroy C, 2019, p.1.).

El criterio de decisión es que el VAN sea mayor a cero para que el proyecto sea aceptado.

$$\text{VAN} = \text{sumatoria de flujos actualizados} - \text{inversión}$$

Tasa interna de retorno (TIR)

La TIR de un proyecto de inversión es la tasa de descuento (r), que hace que el valor actual de los flujos de beneficio (positivos) sea igual al valor actual de los flujos de inversión negativos. (Fernández, Espinoza, 2007, p, 132.).

Si TIR es > que el costo oportunidad o de capital, se acepta el proyecto.

Si TIR es = que el costo de oportunidad a de capital, la realización de la inversión es criterio del inversionista.

Si TIR es < que el costo de oportunidad o de capital se rechaza el proyecto.

La ecuación que permite calcular la TIR es la siguiente:

$$\text{TIR} = \text{Tm} + \text{DT} \left(\frac{\text{VAN Tm}}{\text{VAN Tm} - \text{VAN TM}} \right)$$

En donde:

TIR= tasa interna de retorno

Tm= tasa menor de descuento para actualización

DT= diferencia de tasas de descuento para actualización

VAN Tm= valor actual a la tasa menor

VAN TM= valor actual a la tasa mayor

Periodo de recuperación de capital

Se usan para por lo general para evaluar inversiones propuestas. Es el tiempo requerido para que una empresa recupere su inversión inicial en un proyecto, y se calcula a partir de ellos flujos positivos de efectivo. (Gitman,2003, p, 342.).

$$PRC = \text{Año que sup. inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{de primeros flujos}}{\text{flujo del año que supera la inversión}}$$

Relación costo beneficio

Es una técnica de evaluación que se emplea para determinar la conveniencia y oportunidad de un proyecto. (Jiménez, Espinoza, Fonseca, 2007, p,285.)

$$RBC = \frac{\sum \text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\sum \text{COSTOS ACTUALIZADOS}}$$

Análisis de sensibilidad

Es una herramienta de gestión que permite a las organizaciones predecir los resultados de un proyecto, ayudando a comprender las incertidumbres, las limitaciones y los alcances de un modelo de decisión. (conexión ESAN, 29/10/2019, p, 1.).

Formula:

% de variación

As = -----

Nueva tasa de retorno

Se obtiene la nueva Tasa Interna de Retorno.

Se encuentra la Tasa Interna de Retorno resultante.

$$TIR.R = TIR.O - N.TIR$$

Se calcula el porcentaje de variación.

$$\% V = (TIR.R / TIR.O) * 100$$

Se calcula el Valor de Sensibilidad.

$$S = \% V / N.TIR$$

5. Metodología

Diseño metodológico

Para alcanzar los objetivos propuestos en el presente estudio se basó en la identificación de métodos, técnicas y procedimiento, que permitió su desarrollo.

Tipo de investigación

Se desarrolló la investigación descriptiva aplicando encuestas las cuales permitió conocer las opiniones de las familias de la parroquia y verificar la realidad de las panaderías existentes.

Enfoque de la investigación

Se utilizó dos enfoques, el primero el cualitativo permitió recoger datos observables para proceder a analizar e interpretar las respuestas de las familias con relación a la creación de una panadería y el segundo enfoque el cuantitativo que permitió analizar datos numéricos y valores que tienen los productos para los consumidores.

Método descriptivo

Este método se utilizó durante el desarrollo de toda la investigación, el cual permitió analizar e interpretar la situación actual, su procesamiento, requerimientos del mercado, especificaciones técnicas, organizacionales y financieras, que permitan la puesta en marcha del estudio de factibilidad.

Técnicas

Para el desarrollo del proyecto se utilizó algunas técnicas de investigación como: encuestas, entrevista, la investigación bibliográfica y la observación, las mismas que sirvieron para determinar algunos parámetros dentro del estudio de campo, como parte del diagnóstico a ejecutar en la presente investigación; así se tiene:

Encuesta

Se realizó preguntas a las familias de la parroquia reuniendo datos e información de la creación de una nueva panadería, se cogió una muestra de 325 encuestas con la finalidad de conocer si es viable su creación y conocer la aceptación de los productos.

Entrevista

Se recabó información directamente con los dueños de las panaderías permitiendo conocer y analizar la realidad del consumo del pan en las familias.

Técnica bibliográfica

Permitió ponerse en contacto con los hechos y actos que permitieron registrar y valorar comportamientos observados, para obtener un conocimiento real acerca del pan objeto del presente estudio investigativo.

Observación

Permitió observar información y hechos de la realidad de las panaderías y de las familias de la parroquia que consumen los productos.

Población de estudio

Según el último censo realizado por el INEC en el año 2010 el total de la población de la parroquia zumba es de 6878 habitantes.

Tabla 1

Población parroquia Zumba

Parroquia	Población
Zumba	6878

Nota: VII Censo de población y vivienda 2010

Tamaño de la muestra

Para determinar la población para el año 2022 se realizó la proyección mediante el método aritmético desde el año 2010 hasta este presente año con una tasa de incremento poblacional del 1.5% anual.

Fórmula Método Aritmético

$$\text{ARITMETICA}$$
$$Pob_F = Pob_o(1 + i \cdot t)$$

Proyección de la población de la Parroquia Zumba

Tabla 2

Proyección de la población

T	Año	Método aritmético
0	2010	6,878
1	2011	6,981
2	2012	7,084
3	2013	7,188
4	2014	7,291
5	2015	7,394
6	2016	7,497
7	2017	7,600
8	2018	7,703
9	2019	7,807
10	2020	7,910
11	2021	8,013
12	2022	8,116

El número de habitantes proyectados para el año 2022 es de 8,116 habitantes, la investigación será aplicada a las familias de la parroquia, según el INEC en el año 2001 el número de miembros por familia es de 4.2 personas en promedio y en la actualidad es de 3.8 por lo tanto se obtiene lo siguiente.

$$8,116/3.8 = 2,135 \text{ familias}$$

Cálculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra se aplica la respectiva fórmula

$$n = \frac{Z^2 p \cdot q \cdot N}{e^2(N - 1)Z^2 p \cdot q}$$

n= Tamaño de muestra

Z² = nivel de confianza 1.96

P= probabilidad de éxito 0.50

Q= probabilidad de no éxito 0.50

N= universo

e2=error de estimación 0.05

$$n = \frac{1.96^2 * 0.50 * 0.50 * 2.135}{0.05^2(2135 - 1) + 1.96^2 \cdot 0.50 * 0.50}$$
$$x = \frac{2050}{6,29}$$

n=325.706

El tamaño de la muestra que se empleó para aplicar las encuestas es de 325 familias de la parroquia.

Procedimiento

Para el desarrollo del proyecto se realizó el estudio de mercado aplicando las encuestas a las familias de la Parroquia, se efectuó el análisis e interpretación de los datos obtenidos, determinado el plan de comercialización donde se especifica, productos, precio, plaza y promoción.

Se elaboró un estudio técnico donde se determinó la capacidad instalada, capacidad utilizada, localización de la planta macro y micro, ingeniería del proyecto donde consta el proceso productivo, diagrama de flujo, distribución de la planta y el balance de materiales.

Se desarrolló un estudio administrativo y legal tomado en cuenta el tipo empresa, misión, visión, objetivos, valores, políticas, una estructura organizacional donde se describen los niveles jerárquicos y los manuales de funciones.

Se realizó un estudio económico financiero en dónde se estableció activos fijos, diferidos, variables, financiamiento, presupuestos de costos, costos fijos y variables, punto de equilibrio y el estado de pérdidas y ganancias, en base a estos se determinó el costo unitario, el precio de venta e ingresos. Se aplicó la evaluación financiera, donde se desarrollaron los indicadores como son: Flujo de caja, Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio/Costo, Periodo de recuperación de capital, Análisis de sensibilidad y finalmente se elaboraron las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

6. Resultados

El grupo de preguntas que se aplicó a la población, se enfocó en obtener la información precisa y detallada, permitiendo valorar y cuantificar el consumo de pan y con ello definir si la creación de una panadería es factible económicamente.

Tabla 3

Población proyectada 2022

Año	Población total	Población familias
2022	8116	2135

Nota: Población proyectada año 2022

Con esta información se sacó la muestra poblacional de las familias y se obtuvo un total de $n=325$ encuestas que se aplicó a las familias de la parroquia Zumba y se obtuvo los resultados que se describen a continuación.

1. ¿Consume su familia pan?

Tabla 4

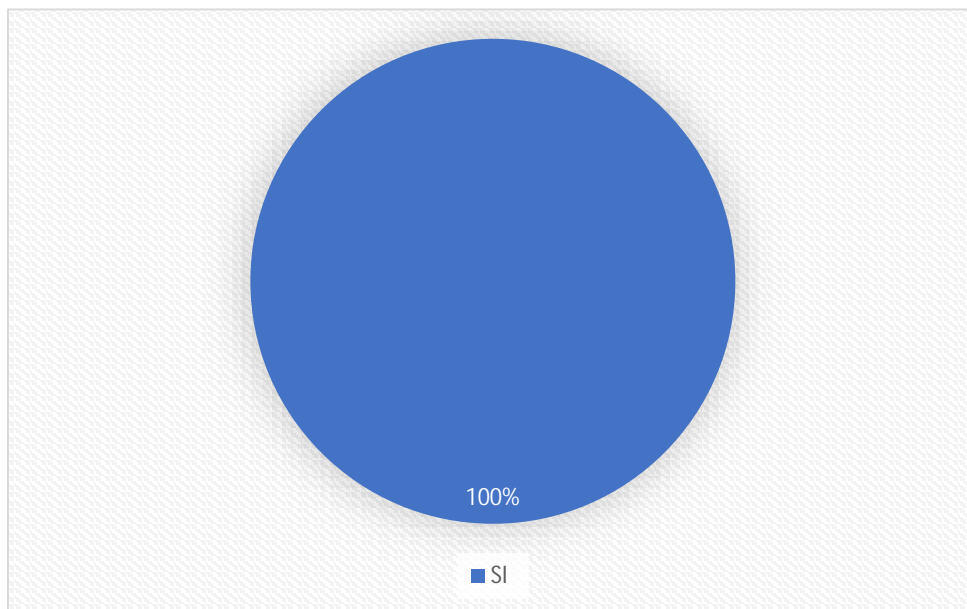
Consumo de pan en las Familias

Detalle	Frecuencia	%
SI	325	100.00%
Total	325	100.00%

Nota: Tomado de la investigación de Mercado de Maricela Abarca

Figura 1

Consumo de pan en las familias



Nota. - El 100% de las familias de la Parroquia Zumba consumen pan, por lo que se puede observar que la mayoría de los habitantes tienen dentro de sus hábitos alimenticios el consumo de pan.

2. ¿El pan que consume es adquirido o elaborado por usted?

Tabla 5

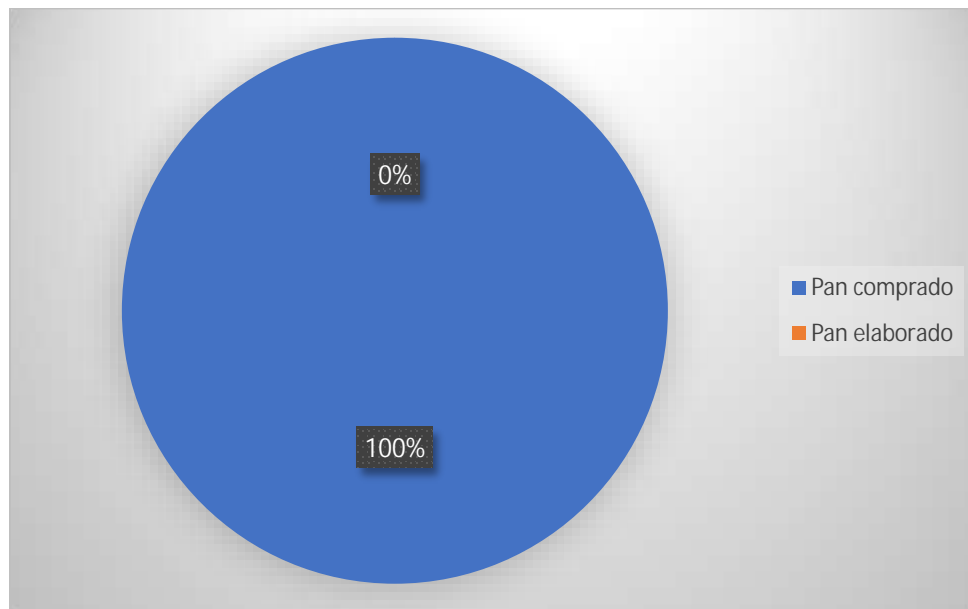
Pan comprado o elaborado

Detalle	Frecuencia	%
Pan comprado	325	100.00%
Pan elaborado	0	0.00%
Total	325	100.00%

Nota: Tomado de la investigación de Mercado de Maricela Abarca

Figura 2

Pan comprado o elaborado



Nota. - Se formula la pregunta con dos opciones de respuesta, el 100% respondió que compran el pan y ninguna familia lo elabora en su hogar.

3. ¿Con qué frecuencia compra el pan que consume?

Tabla 6

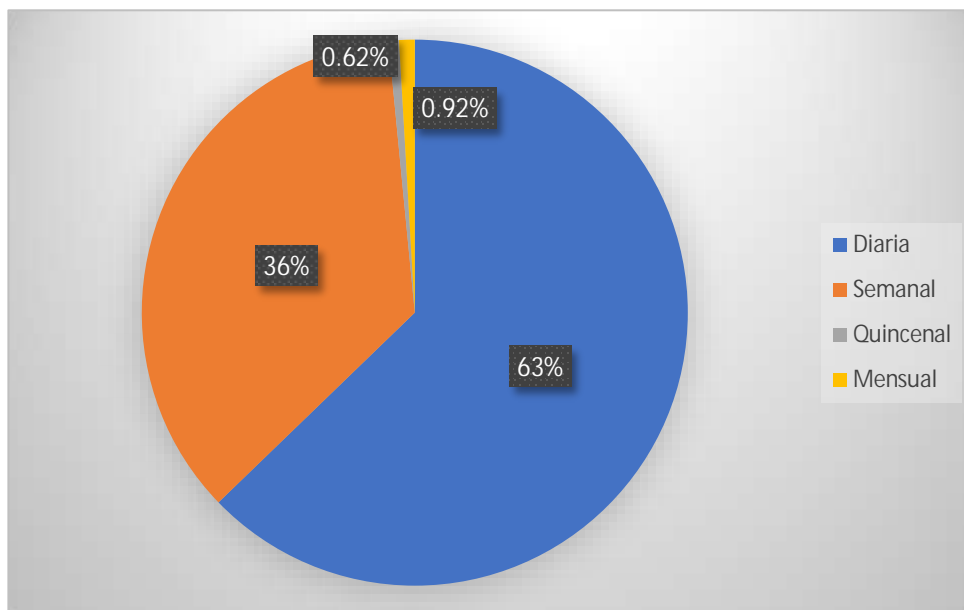
Frecuencia de compra de pan

Detalle	Frecuencia	%
Diaria	204	62.77%
Semanal	116	35.69%
Quincenal	2	0.62%
Mensual	3	0.92%
Total	325	100.00%

Nota: Tomado de la investigación de Mercado de Maricela Abarca

Figura 3

Frecuencia de compra de pan



Nota. - El 63% de las familias compran el pan a diario a cualquier hora del día, el 36% realizan su compra de manera semanal por la razón que se van a sus huertas y viene una vez por semana, el 0,62% y 0,92% lo hacen de manera quincenal y mensual por motivo de que su salud no les permite el exceso de consumo de los productos.

4. ¿Qué cantidad de panes compra según la frecuencia indicada anteriormente?

Tabla 7

Compra de pan en unidades diarias

Unidades Diarias	Frecuencia	Cantidad panes
4	31	124
8	34	272
10	147	1470
15	5	75
30	1	30
Total	218	1971

Nota: Tomado de la investigación de Mercado de Maricela Abarca

Tabla 8*Compra de pan en unidades semanales*

Unidades semanales	Frecuencia	Cantidad de panes
8	12	96
10	19	190
15	57	855
20	1	20
25	5	125
30	8	240
Total	102	1526

Nota: Tomado de la investigación de Mercado de Maricela Abarca**Tabla 9***Compra de pan en unidades quincenales*

Unidades Quincenales	Frecuencia	Cantidad de panes
4	1	4
10	1	10
Total	2	14

Nota: Tomado de la investigación de Mercado de Maricela Abarca**Tabla 10***Compra de pan en unidades mensuales*

Unidades mensuales	Frecuencia	Cantidad panes
4	2	8
8	1	8
Total	3	16

Nota: Tomado de la investigación de Mercado de Maricela Abarca

Tabla 11

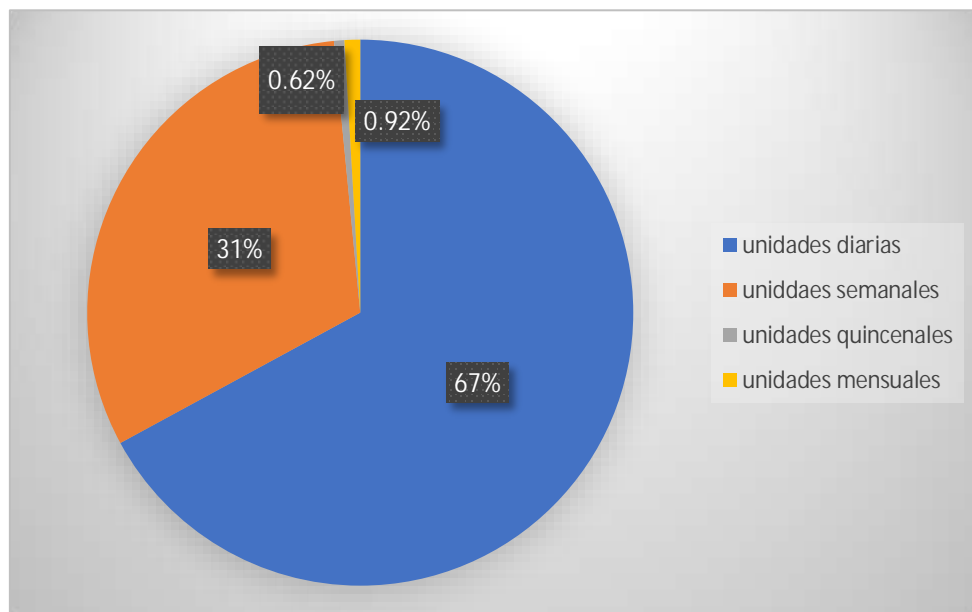
Cálculo promedio de compra de pan

Descripción	Frecuencia	Consumo unidades	%
Unidades diarias	218	1971	67.08%
Unidades semanales	102	1526	31.38%
Unidades quincenales	2	14	0.62%
Unidades mensuales	3	16	0.92%
Total	325	3527	100.00%

Nota: Tomado de la investigación de Mercado de Maricela Abarca

Figura 4

Consumo de pan según frecuencias



Nota. -El 67% de las familias consumen 1971 panes diarios, el 31% representa al consumo semanal que es de 1526 unidades, el 0.92% compran de manera quincenal 14 unidades y 0.62% mensual que son un total de 16 unidades de pan.

Cálculo del promedio de pan por familia

El cálculo de promedio de la compra de pan diariamente por las familias se lo efectúa de la siguiente manera:

Tabla 12*Cálculo del promedio de pan consumido por familia*

Unidades	Unidades de pan	Total, mensual
Unidades diarias	1971	59130
Unidades semanales	1526	6104
Unidades quincenales	14	28
Unidades mensuales	16	16
Total, unidades		65278
Promedio de unidades mensual		201
Promedio de consumo diario		7
Promedio consumo anual		2410

Nota: Tomado de la investigación de Mercado de Maricela Abarca

Para realizar el cálculo de las unidades diarias se procedió a multiplicar 1971 por 30 días del mes y se obtuvo 59130 unidades, para las unidades semanales se multiplicó 1526 por 4 semanas obteniendo 6104 unidades, quincenal se multiplicó 14 por 2 dando como resultado 28 unidades de pan y mensual se multiplicó 16 por 1 dando 16 unidades de pan, sumando a un total mensual de 65278 unidades de pan, para obtener el promedio mensual se dividió 65278 por la muestra de 325 y se obtuvo un promedio de 201 panes mensuales y el consumo diario las 201 unidades para 30 días del mes dando como resultado el promedio de consumo diario por familia de 7 unidades de pan y esto se lo multiplicó por los 12 meses del año que dan un consumo anual de 2410 unidades por familia.

CPM= $65278/325=201$ panes mensuales

CPD= $201/30=7$ panes diarios

CPM= $201*12= 2410$ unidades anuales

5. ¿Cuál es el monto que invierte en la compra de pan?

Tabla 13

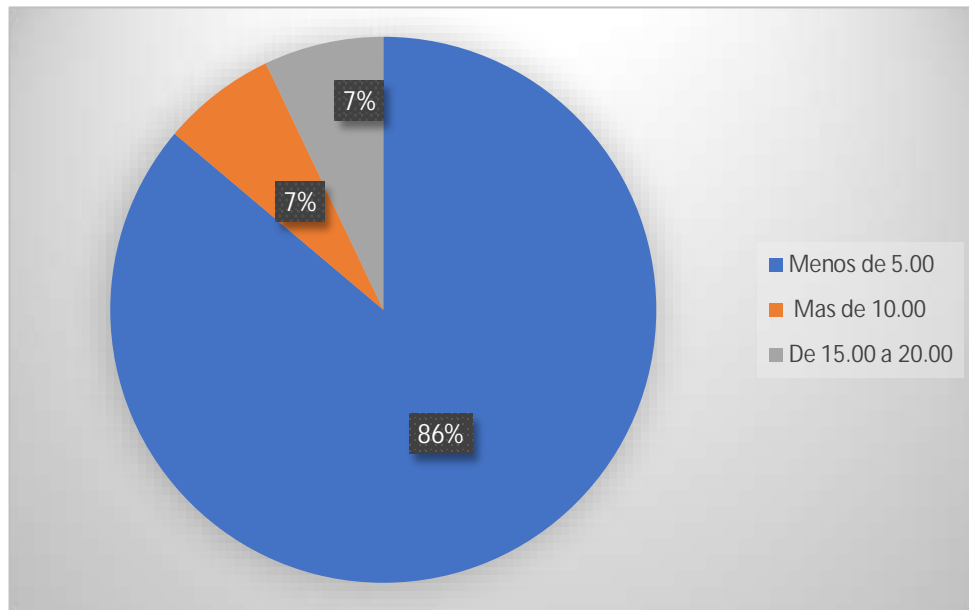
Monto por la compra de pan

Detalle	Frecuencia	%
Menos de 5.00	280	86.15%
Mas de 10.00	22	6.77%
De15.00 a 20.00	23	7.08%
Total	325	100.00%

Nota: Tomado de la investigación de Mercado de Maricela Abarca

Figura 5

Monto de compra de pan



Nota. - El 86% de las familias invierten al menos \$5.00 en compra de pan, el 7% refleja que la familia gasta entre 10, 15 y 20 dólares en compra de pan.

6. ¿Del siguiente listado señale que tipo de pan prefieren para el consumo de su familia califiqué del 1 al 5 siendo 1 el que más le guste y 5 el que menos le gusta?

Tabla 14

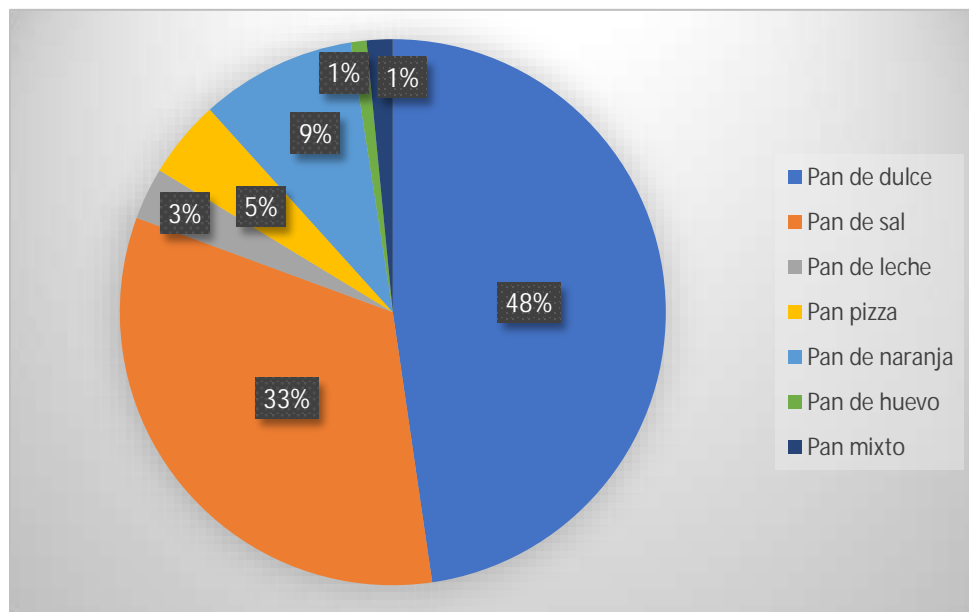
Tipos de pan preferentes para el consumo

Detalle	Frecuencia	%
Pan de dulce	155	48%
Pan de sal	107	32.92%
Pan de leche	10	3.08%
Pan pizza	15	4.62%
Pan de naranja	30	9.23%
Pan de huevo	3	0.92%
Pan mixto	5	1.54%
Total	325	100.00%

Nota: Tomado de la investigación de Mercado de Maricela Abarca

Figura 6

Tipos de pan preferentes



Nota. – El 48% de las familias tienen mayor preferencia por el pan de dulce, con un 33% el pan de sal, el 9% y 5% pan de naranja y pizza ya que lo adquieren cuando salen a la provincia de Loja, el pan de leche con un 3% poco aceptable porque es muy delicado, pan de huevo y pan mixto con el 1% productos que no son tan consumidos.

7. ¿Dónde compra habitualmente el pan?

Tabla 15

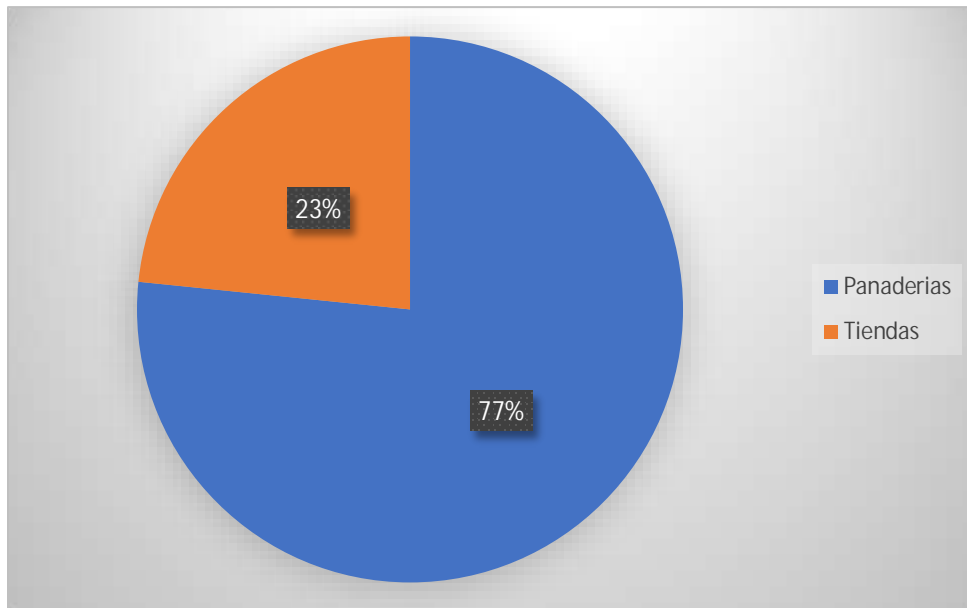
Lugares de compra

Detalle	Frecuencia	%
Panaderías	249	76.62%
Tiendas	76	23.38%
Total	325	100.00%

Nota: Tomado de la investigación de Mercado de Maricela Abarca

Figura 7

Lugares de compra



Nota. - El 77% de las familias adquieren el pan en panaderías obteniendo así pan fresco y aquellas que viven en el centro de la parroquia y con un 23% lo adquieren en tiendas por el motivo de que sus hogares están en otros barrios.

Tabla 16

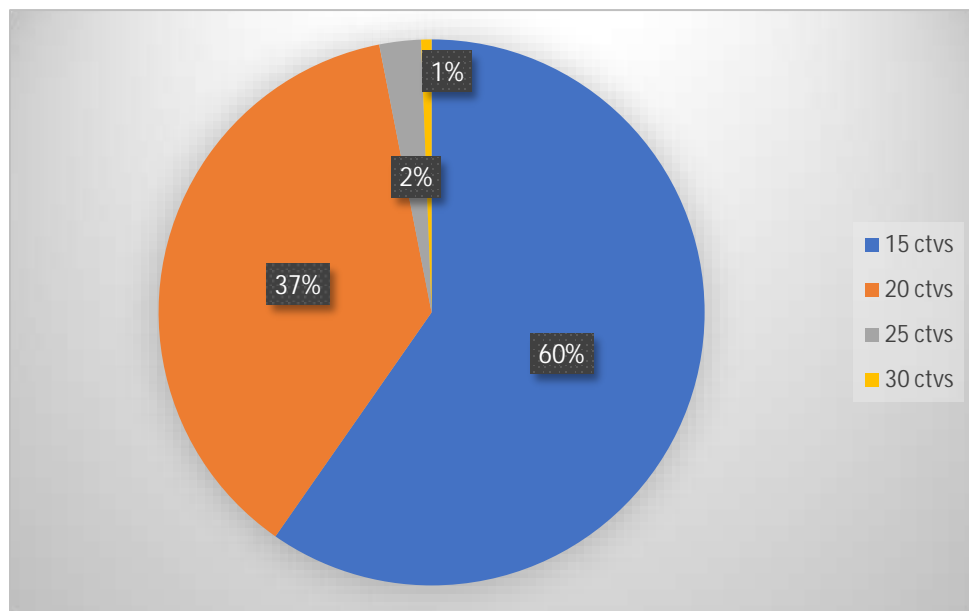
Precios del pan

Detalle	Frecuencia	%
15 ctvs.	194	59.69%
20 ctvs.	121	37.23%
25 ctvs.	8	2.46%
30 ctvs.	2	1%
Total	325	100.00%

Nota: Tomado de la investigación de Mercado de Maricela Abarca

Figura 8

Precios del pan



Nota. – El 60% de las familias manifestaron que estarían dispuestos a pagar 0,15 centavos por una unidad, el 37% pagarían 0.20 centavos dependiendo de la calidad y sabor del pan, el 2% y 1% que es de 25 a 30 centavos pagarían porque les ofrecieran panes más grandes con queso y mermelada.

8. ¿Determine el nivel de importancia al momento de elegir un pan en una panadería siendo 4 la más importante y 1 la menos importante?

Tabla 17

Importancia al elegir el pan

Variables	Posición 4	Posición 3	Posición 2	Posición 1	Total
Tamaño	58	58	75	55	325
Precio	150	42	54	38	325
Sabor	55	124	61	57	325
Servicio	52	49	59	73	325

Nota: Tomado de la investigación de Mercado de Maricela Abarca

Tabla 18

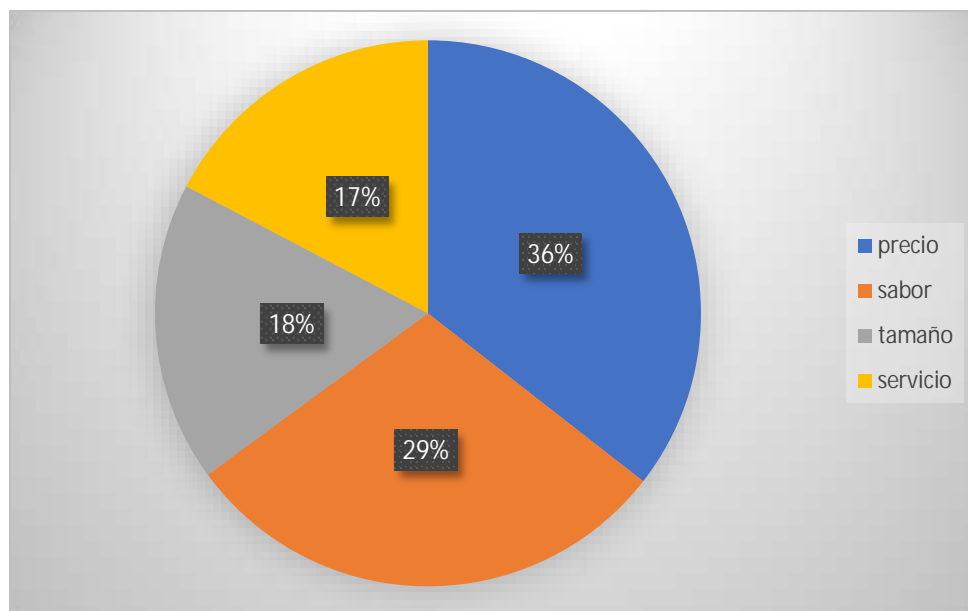
Posición de variables

Variable	Frecuencia	%
Precio	150	36%
Sabor	124	29%
Tamaño	75	18%
servicio	73	17%
Total		100%

Nota: Tomado de la investigación de Mercado de Maricela Abarca

Figura 9

Importancia al elegir el pan



Nota. – El 36% de las familias elijen un pan por su precio, el 29% toman en cuenta su sabor, el 18% por su tamaño y el 17% lo hacen por el servicio que les puedan brindar.

9. ¿En el caso de implementarse una panadería consumiría nuestros productos?

Tabla 19

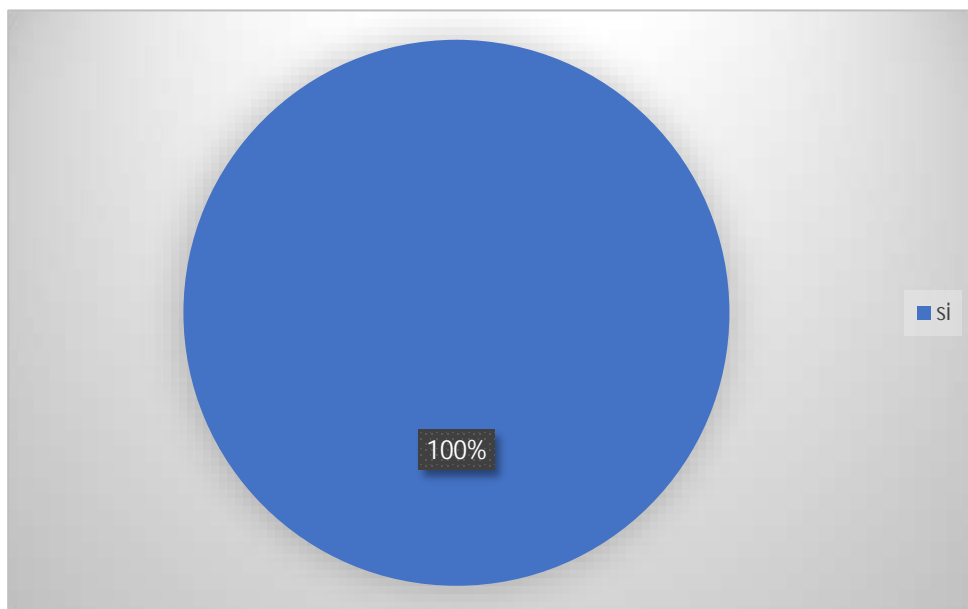
Consumo de productos en la nueva panadería

Detalle	Frecuencia	%
si	325	100.00%
Total	325	100.00%

Nota: Tomado de la investigación de Mercado de Maricela Abarca

Figura 10

Aceptación de consumo



Nota. – El 100% de las familias de la parroquia zumba consumirían los productos.

10. En la parroquia de Zumba se desea iniciar una nueva panadería que ofrecerá productos elaborados de acuerdo a las normas de calidad e higiene. Estaría dispuesto a comprar en la nueva panadería.

Tabla 20

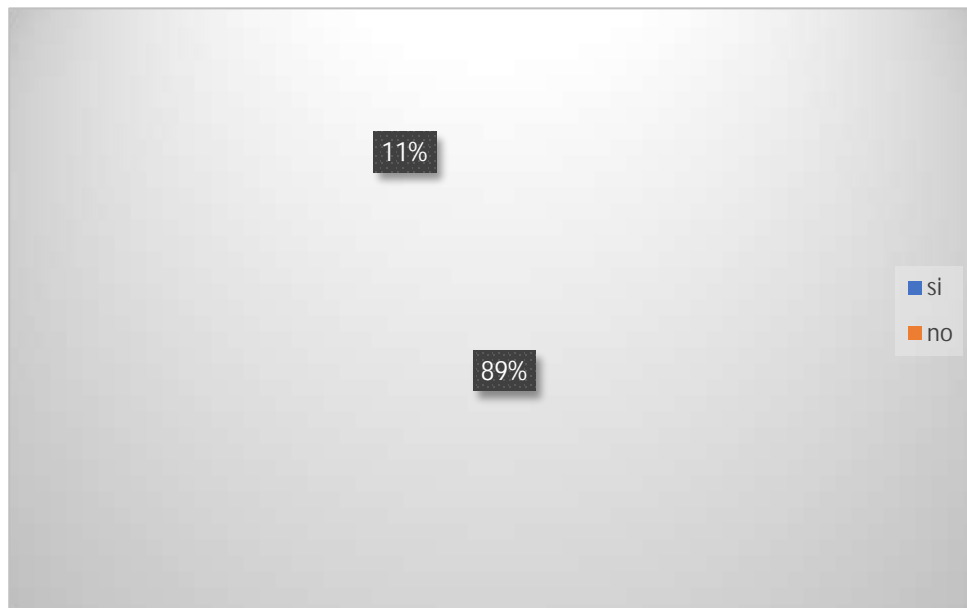
Familias que comprarán los productos

Detalle	Frecuencia	%
Si	290	89.23%
No	35	10.77%
Total	325	100.00%

Nota: Tomado de la investigación de Mercado de Maricela Abarca

Figura 11

Familias que compraran los productos



Nota. – El 89% de las familias si compraran los productos y el 11% no porque ya tienen su lugar de compra que son las panaderías existentes de la parroquia.

11. ¿Cuántos panes compraría diariamente?

Tabla 21

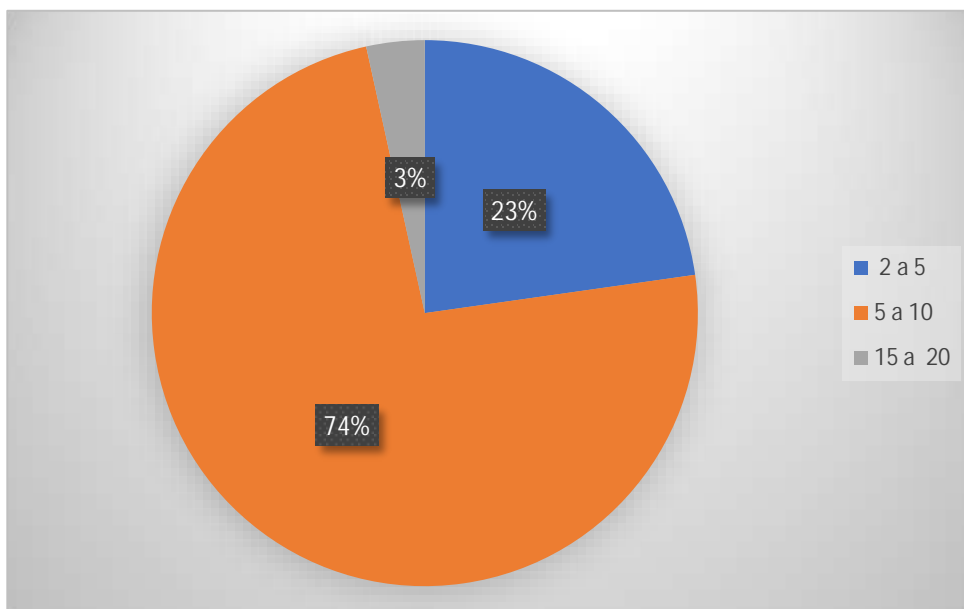
Cantidad de compra de pan a diario

Detalle	Frecuencia	%
2 a 5	66	23%
5 a 10	214	74%
15 a 20	10	3%
Total	290	100%

Nota: Tomado de la investigación de Mercado de Maricela Abarca

Figura 12

Unidades de compra diaria de pan



Nota – El 74% de las familias comprarían de entre 5 a 10 panes diarios porque sus hogares lo conforman de 6 a 7 miembros, el 23% comprarían de 2 a 5 panes diarios motivo porque viven solos y su consumo es bajo, el 3% consumiría de 15 a 20 unidades diarias.

Cálculo del Promedio de compra diaria de pan

Tabla 22

Cálculo de promedio de compra de pan

Descripción	Clase	Frecuencia	Unidades diarias
2 a 5	3.5	66	231
5 a 10	7.5	214	1605
15 a 20	17.5	10	175
Total		290	2011
	Promedio de compra diaria		7
	Promedio de compra anual		2555

Nota: Tomado de la investigación de Mercado de Maricela Abarca

12. ¿Qué tipo de pan compraría, señale en orden de preferencia?

Tabla 23

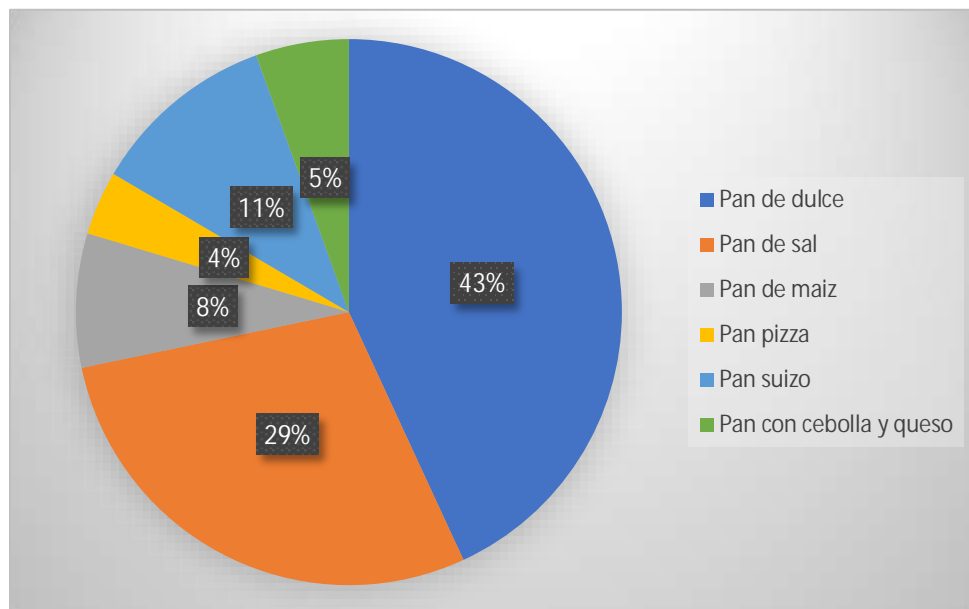
Tipo de pan de preferencia

Detalle	Frecuencia	%
Pan de dulce	125	43%
Pan de sal	83	29%
Pan de maíz	23	8%
Pan pizza	11	4%
Pan de suizo	32	11%
pan con cebolla y queso	16	6%
Total	290	100%

Nota: Tomado de la investigación de Mercado de Maricela Abarca

Figura 13

Tipo de pan de preferencia



Nota. – El 43% tienen mayor preferencia por el pan de dulce, el 29% el pan de sal, el 11% comprarían pan suizo, el 8% el pan de maíz, el 5% y 4% estarían dispuestos a probar nuevos tipos de pan como es el de pizza y el pan con cebolla y queso.

13. ¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir por su compra?

Tabla 24

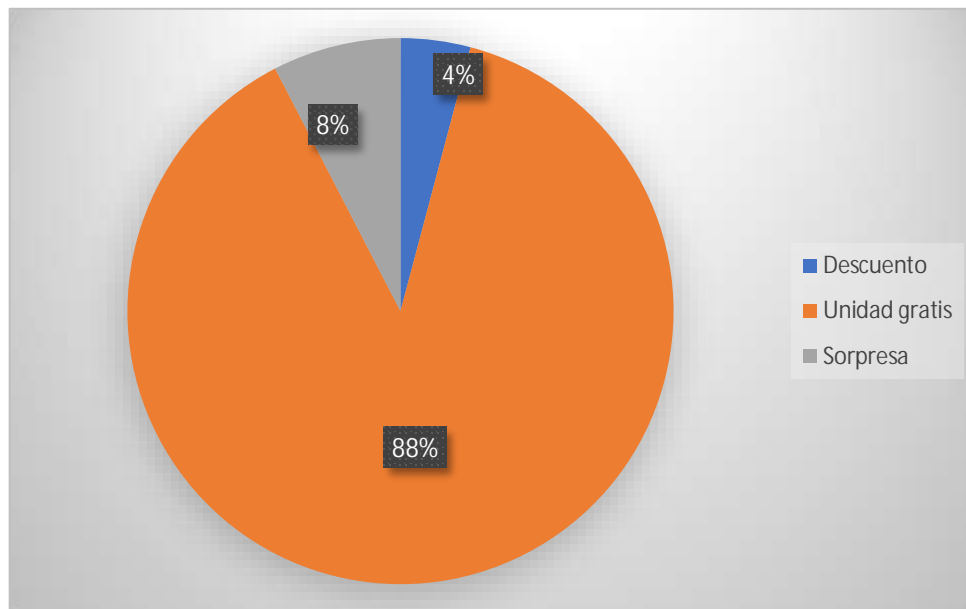
Tipos de promoción por las compras

Detalle	Frecuencia	%
Descuento	12	4%
Unidad gratis	256	88%
Sorpresa	22	8%
Total	290	100%

Nota: Tomado de la investigación de Mercado de Maricela Abarca

Figura 14

Tipo de promoción por las compras



Nota. - El 88% prefieren una unidad gratis al momento de realizar su compra, el 8% un descuento, y el 4% mediante una sorpresa.

14. Mediante qué medios de comunicación le gustaría conocer acerca de la creación de la nueva panadería.

Tabla 25

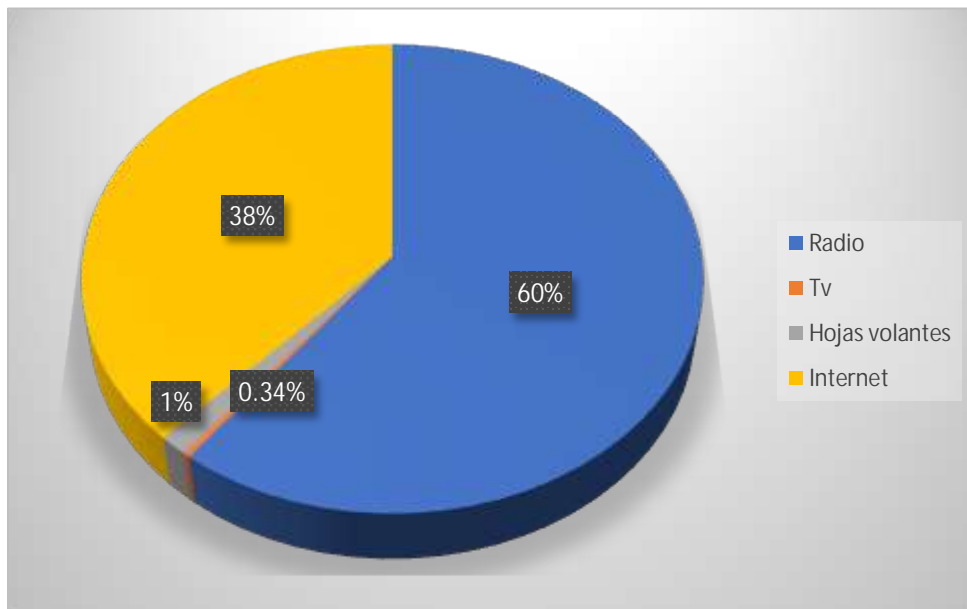
Medios de comunicación

Detalle	Frecuencia	%
Radio	175	60%
Tv	1	0.34%
Hojas volantes	4	1%
Internet	110	38%
Total	290	100%

Nota: Tomado de la investigación de Mercado de Maricela Abarca

Figura 15

Medios de comunicación



Nota. – El 60% prefieren como medio de comunicación la radio ya que es un medio local y más conocido y sintonizado, el 38% sería mediante el internet o páginas en redes sociales, con el 1% mediante hojas volantes y el 0.34% mediante la televisión.

Preguntas a las panaderías para determinar la oferta del pan

Para determinar la oferta del pan se obtuvo información directamente de los dueños de las panaderías de la parroquia.

1. ¿Cuántas unidades de pan vende diariamente?

Tabla 26

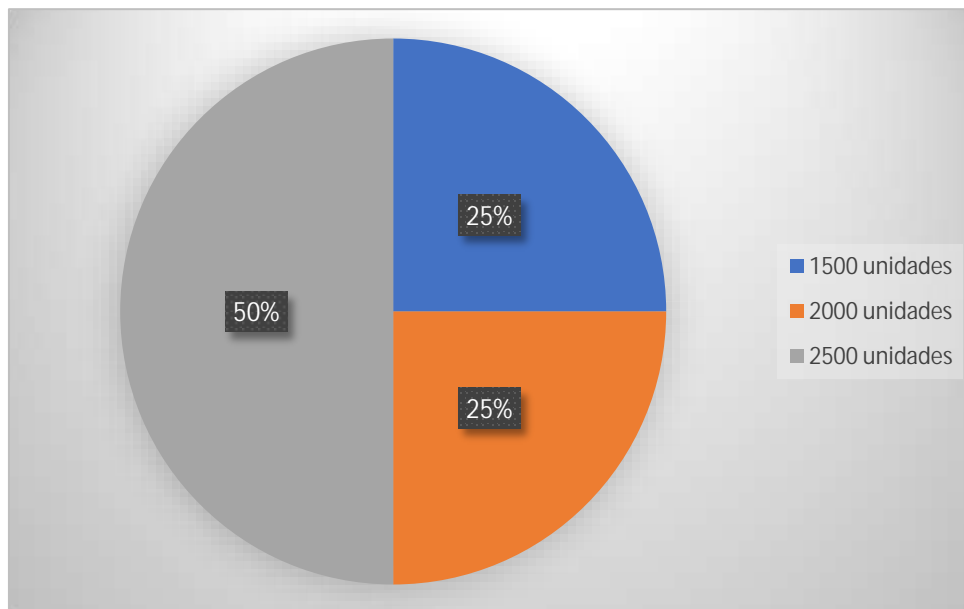
Unidades de venta diarias

Descripción	Frecuencia	%
1500 unidades	1	25%
2000 unidades	1	25%
2500 unidades	2	50%
TOTAL	4	100%

Nota: Tomado de la investigación de mercado de Maricela Abarca

Figura 16

Unidades de venta diarias



Nota. – El 50% de las panaderías venden 2500 unidades diarias el 25% vende 2000 unidades y el restante de 25% 1500 unidades diarias.

Cálculo de venta diaria

Tabla 27

Cálculo de venta diaria de pan

Unidades	Frecuencia	Cantidad en Unidades
1500	1	1500
2000	1	2000
2500	2	5000
Total	4	8500
unidades anuales		2694500

Nota: Tomado de la investigación de Mercado de Maricela Abarca

2. ¿Cuál es el precio de sus productos?

Tabla 28

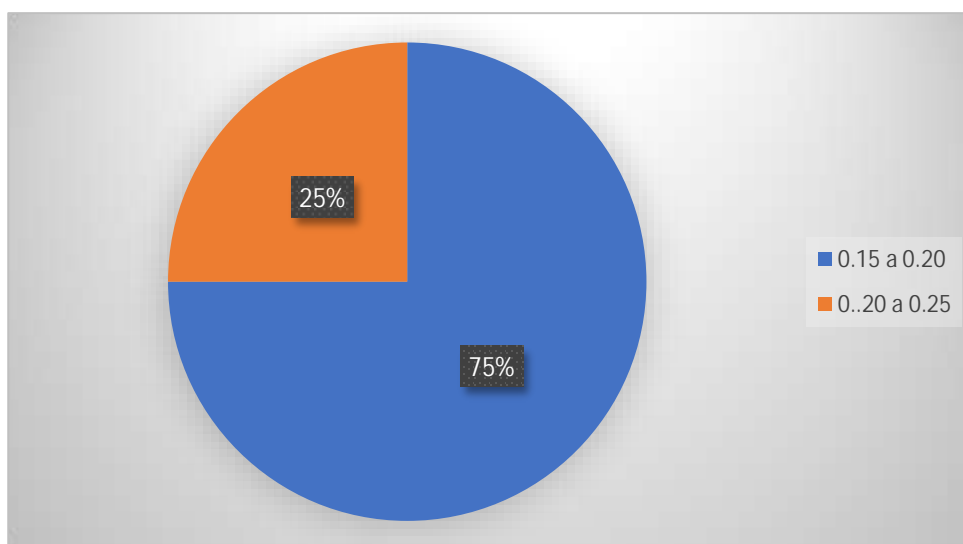
Precio de los productos de venta

Descripción	Frecuencia	%
0.15 a 0.20	3	75%
0.20 a 0.25	1	25%
Total	4	100.00%

Nota: Tomado de la investigación de Mercado de Maricela Abarca

Figura 17

Precio de los productos de venta



Nota. - El 75% de las panaderías venden el pan entre \$ 0.15 a \$ 0.20 centavos y el 25% lo venden de \$ 0.20 a \$ 0.25 centavos cada unidad de pan.

3. ¿Qué tipo de promoción da por la compra de su producto?

Tabla 29

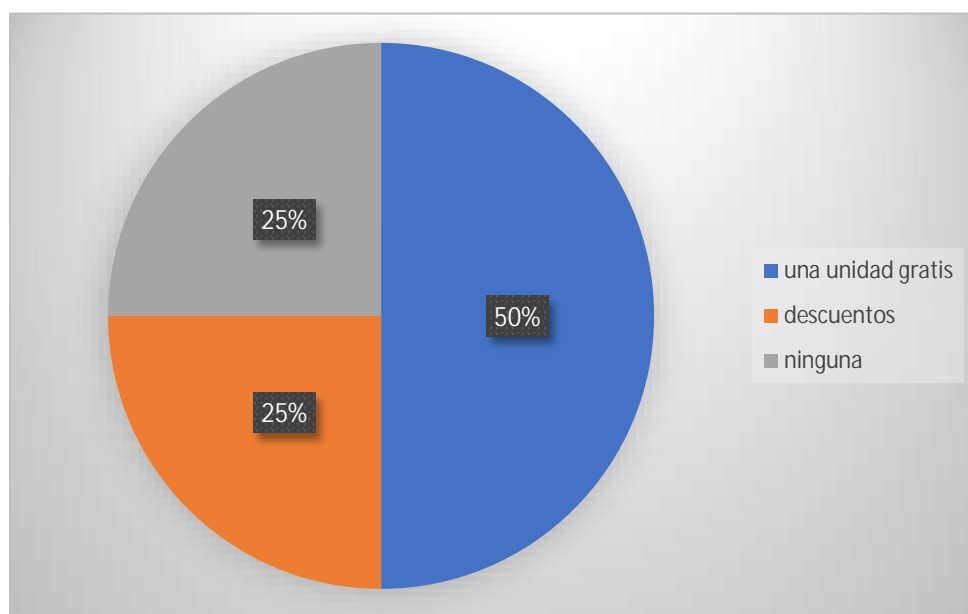
Tipos de promoción por la compra

Detalle	Cantidad	%
Unidad gratis	2	50%
Descuentos	1	25%
Ninguna	1	25%
Total	4	100.00%

Nota: Tomado de la investigación de Mercado de Maricela Abarca

Figura 18

Tipos de promoción por la compra



Nota. – El 50% de las locales dan una unidad gratis por las compras, el 25% hacen descuentos cuando llevan pan por mayor y el otro 25% no dan ninguna promoción.

7. Discusión

Para el presente estudio, se obtuvo información de las familias de la Parroquia, por medio de las encuestas aplicadas que permitieron sustentar el trabajo investigativo.

Análisis de la Demanda

Demanda potencial

Para realizar el cálculo de la demanda potencial se toma en cuenta el número de compradores que es de 2 135 familias, el precio que estarían dispuestos a pagar que es de 0.15 centavos y el consumo per cápita que es de 2555 unidades anuales (véase tabla N°22), por lo tanto, se aplica la siguiente fórmula.

$$Q=n*q*p$$

q= Mercado potencial

n=número de compradores

p= precio

q =consumo per cápita anual

Donde:

$$Q=2135*0.15*2555$$

Q= 818 238 75 unidades de pan

Demanda real

Para realizar el cálculo de la demanda real, se multiplica la demanda potencial por el porcentaje de familias que compran pan y por el consumo per cápita anual.

$$Q= 2135*100%*2555$$

Q= 5 454 925 unidades de pan

Demanda efectiva

Para poder determinar la demanda efectiva se tomó en cuenta las respuestas de las familias (véase tabla N°20) que si compraran los productos en la nueva panadería teniendo un 89% de aceptación que están dispuestas a comprar pan.

Tabla 30*Demanda efectiva de población por familias*

Año	Demandantes Reales	Demandantes efectivos 89%
1	2135	1900
2	2163	1925
3	2190	1949
4	2217	1973
5	2244	1997

Demanda efectiva en unidades

El consumo de pan promedio por las familias es de 2555 panes, multiplicando esto por la demanda efectiva se obtiene la demanda efectiva en unidades.

Tabla 31*Demanda efectiva en unidades*

Año	Demanda efectiva familias	Consumo promedio	Demanda efectiva unidades
1	1900	2555	4,854,883
2	1925	2555	4,918,554
3	1949	2555	4,979,951
4	1973	2555	5,041,347
5	1997	2555	5,102,744

Análisis de la oferta**Oferta actual**

Son los productos que se están ofreciendo en el mercado para determinar la oferta actual se tomó en cuenta la cantidad de venta diaria de pan (véase tabla N°26). Con estos datos se

Tabla 32*Oferta del pan*

Panaderías	Venta diaria	Venta anual
4	8500	2,694,500.00

Nota: Información tomaba de la tabla N° 27

Proyección oferta de pan

Para realizar la proyección de la oferta se toma la tasa de crecimiento de la población que es de 1.5% para el Cantón Chinchipe y se obtiene lo siguiente:

Tabla 33

Proyección de la oferta del pan

Años	Oferta
1	2,694,500.00
2	2,694,904.18
3	2,695,308.41
4	2,695,712.71
5	2,696,117.06

Análisis de la demanda insatisfecha

Para realizar el cálculo se determina de la diferencia entre la demanda proyectada efectiva y la oferta del pan que comprarían permitió obtener la demanda insatisfecha de pan en el mercado de la parroquia de zumba. Para el primer año la demanda es de 4 854 883 y la oferta de 2 694 500, la diferencia de estas dos nos da como resultado 2 160 383 unidades de pan como se refleja en el siguiente cuadro.

Tabla 34

Demanda insatisfecha

Años	Demanda proyectada	Oferta del mercado	Demanda insatisfecha
1	4,854,883	2,694,500	2,160,383
2	4,918,554	2,694,904	2,223,650
3	4,979,951	2,695,308	2,284,642
4	5,041,347	2,695,713	2,345,634
5	5,102,744	2,696,117	2,406,627

Nota: información tomada de las tablas N°31 y 33.

Plan de comercialización

Producto

Los diferentes tipos de panes se elaborarán cada uno con su valor nutricional y sus respectiva higiene y calidad marcando diferencia en sus sabores.

Características Generales de los Productos

Los productos principales de la empresa, a ofrecer son 6 tipos de pan los cuales tiene mayor aceptación por la posible demanda del mercado.

Tipos de pan

NOMBRE DEL PRODUCTO

PAN DE DULCE



DESCRIPCIÓN	Producto horneado de textura blanda. La elaboración de este pan es comparable a muchas otras variedades de pan dulce. Su característica es que se distingue, por tener anís en grano y canela molida, dándole un sabor exquisito.
INGREDIENTES	Harina, azúcar, manteca, mantequilla levadura, huevos, leche, anís común canela molida y esencias
FORMA DE CONSUMO	Este producto puede ser consumido en el desayuno con queso y puede ir acompañado con cualquier bebida.
VIDA ÚTIL	Se recomienda conservar en un recipiente por un periodo no superior a 2 días.

NOMBRE DEL PRODUCTO**PAN DE SAL**

DESCRIPCIÓN	Producto horneado de textura blanda este pan se diferencia por llevar una gran cantidad de huevos y leche en su proceso de elaboración.
INGREDIENTES	Harina, azúcar, sal, manteca, mantequilla, huevos, leche levadura y esencias.
FORMA DE CONSUMO	Este producto puede ser consumido en las tres comidas del día, puede ser solo o acompañado de queso o manjar al gusto del consumidor.
VIDA ÚTIL	Se recomienda conservar en un recipiente por un periodo no superior a 2 días.

NOMBRE DEL PRODUCTO**PAN DE MAÍZ**

DESCRIPCIÓN	Producto de textura suave, con un sabor único que hace la diferencia porque lleva harina de maíz.
INGREDIENTES	Harina normal, harina de maíz, sal, manteca, mantequilla, huevos leche, levadura, agua y esencia de mantequilla.
FORMA DE CONSUMO	Este producto puede ser consumido sencillo o mermelada al gusto.
VIDA ÚTIL	Se recomienda conservar en un recipiente por un periodo no superior a 2 días.

NOMBRE DEL PRODUCTO**PAN PIZZA**

DESCRIPCIÓN	Este producto se caracteriza por llevar bastante queso y especias que le dan un sabor extraordinario su forma es circular.
INGREDIENTES	Harina, huevos, leche, sal, levadura, agua, manteca, mantequilla, queso, jamón, orégano, pasta de tomate.
FORMA DE CONSUMO	Este producto puede ser consumido a cualquier hora del día previamente calentado.
VIDA ÚTIL	Se recomienda conservar en un recipiente por un periodo no superior a 1 día.

NOMBRE DEL PRODUCTO**PAN ZUIZO**

DESCRIPCIÓN	Este producto se caracteriza por ser cuadrado y llevar queso en la parte superior.
INGREDIENTES	Harina, azúcar, huevos, leche, agua, manteca, mantequilla, esencia de mantequilla levadura y queso
FORMA DE CONSUMO	Este producto puede ser consumido en el desayuno, puede ir acompañado con cualquier bebida.
VIDA ÚTIL	Se recomienda conservar en un recipiente por un periodo no superior a 1 día.

NOMBRE DEL PRODUCTO**PAN CON CEBOLLA Y QUESO**

DESCRIPCIÓN	Este producto se caracteriza por llevar queso y cebolla previamente picada, su sabor es único.
INGREDIENTES	Harina, sal, levadura, manteca, mantequilla, queso, cebolla picada, leche, agua.
FORMA DE CONSUMO	Este producto se puede consumir al desayuno o cena con un café calentito.
VIDA ÚTIL	Se recomienda conservar en un recipiente por un periodo no superior a 1 día.

Presentación del producto.

La exhibición de los productos se debe presentar en una vitrina respectivamente adecuada para el mismo.

Empaque

El empaque debe estar representado por fundas tipo camiseta – almidón de maíz de dos tamaños, funda mediana de 22*45,5*14cm y funda grande de 27*50*15cm son biodegradables, desechables y reutilizables con su respectivo logo tipo de la panadería.



Precio

El precio de cada uno de los productos será fijado en base a la competencia y determinando los costos de producción y operación más la respectiva utilidad.

Plaza

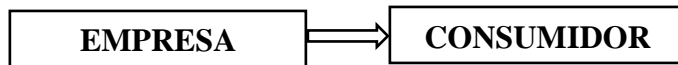
La comercialización hará posible llegar los diferentes tipos de pan a cada una de las familias en las condiciones óptimas de lugar y tiempo.

Canal de Comercialización

El canal de comercialización será de forma directa.

En forma directa.

La panadería ejecutará sus ventas de forma directa, es decir el producto será entregado específicamente al consumidor final.



Promoción

La promoción que ofrecerá la panadería será de una unidad gratis cuando realice la apertura y un día a la semana por sus compras mayores a 10 unidades, con esto se procura tener más aceptación al momento de abrir el local.

Publicidad

Es un instrumento fundamental el cual va a permitir la panadería llegar hasta sus posibles clientes para que conozcan de la apertura y los productos que se ofrecerá, para ello se ha tomado en consideración el criterio de la población sobre los medios de comunicación que son la radio y el internet (redes sociales Facebook) donde se coloque la publicidad referente.

Radio

El medio de comunicación se identifica por su impacto que tiene en la sociedad, por lo cual la panadería comunicará de su apertura a través de la Radio San Antonio con su frecuencia 93.3 en la Parroquia Zumba.

Redes sociales

Permiten conectar dentro del mundo virtual para conocer personas, en la panadería se deberá crear una página en Facebook para de esa manera llegar a más personas.

Tabla 35

Publicidad medios de comunicación

Publicidad	Cantidad	valor unitario	Valor mensual
Radio San Antonio	4	\$16.00	\$64.00
Facebook	4	\$15.00	\$60.00

Nota: Información recabada de la Radio san Antonio y red social Facebook.

Elaboración: Maricela Abarca

Estudio técnico

En esta etapa del proyecto se analizan aspectos como el tamaño, la localización y la ingeniería del mismo, representando así todo lo relacionado con la capacidad a instalar y a utilizar, la ubicación más óptima de la panadería, las características del proceso de la tecnología.

Localización de la planta

En lo referente a la ubicación de la planta, se realiza considerando dos aspectos generales como son: la Macro localización y la micro localización.

La panadería requerirá una superficie amplia para su funcionamiento y es necesario distribuirla en Gerencia, área de producción, y ventas. Por el mismo hecho de que una panadería necesita proporcionar comodidad e higiene para generar la confianza del cliente en el momento en que realice sus compras.

Factores de localización

Proximidad de mercados (Cercanía con clientes)

La circulación de los consumidores, con la que debe contar la panadería, permitirá conseguir una importante proximidad y penetrar más día a día en el mercado.

Arriendo local

Será necesario considerar el costo del arriendo del local concretando que recién se iniciará la apertura y no correr el riesgo de tener un impacto financiero.

Servicios básicos

Serán los suministros indispensables para la ubicación de la panadería el Servicio de electricidad que servirá para iluminar y ejercer las actividades productivas y comerciales, el suministro de agua limpia para producir y mantener la limpieza del local en general, servicio de alcantarillado y aguas hervidas para preservar la higiene de la población, servicio de alumbrado público para que ilumine las calles para sentirse más seguros y el servicio de internet para comunicarse, trabajar, informarse y aprender siendo en la actualidad el más indispensable.

Micro localización

Ubicación

El cantón Chinchipe se ubica en el extremo sur de la provincia amazónica de Zamora Chinchipe. Ubicado entre los 04° 41' 18" y 05° 00'59" (*Hito quebrada San Francisco*) de Latitud Sur y entre los 78° 53' 10" (*Hito Jesús*) y los 79° 26' 07" (*Hito Nacientes del Río Quingo*) de Longitud Occidental.

Es la principal conexión y entrada hacia el Perú, por medio del puente internacional la Balza que conecta con el IV eje vial y por ser el tradicional centro de cultivo de la chonta y guayusa.

Limites

Limita al **Norte** con el cantón Palanda, siendo su límite natural el río Palanumá, el Mayo Chinchipe y el Punchis. Al **Sur** y al **Este** limita con la República del Perú y al **Oeste** con la República del Perú y el cantón Espíndola de la provincia de Loja.

Mapa de ubicación del proyecto

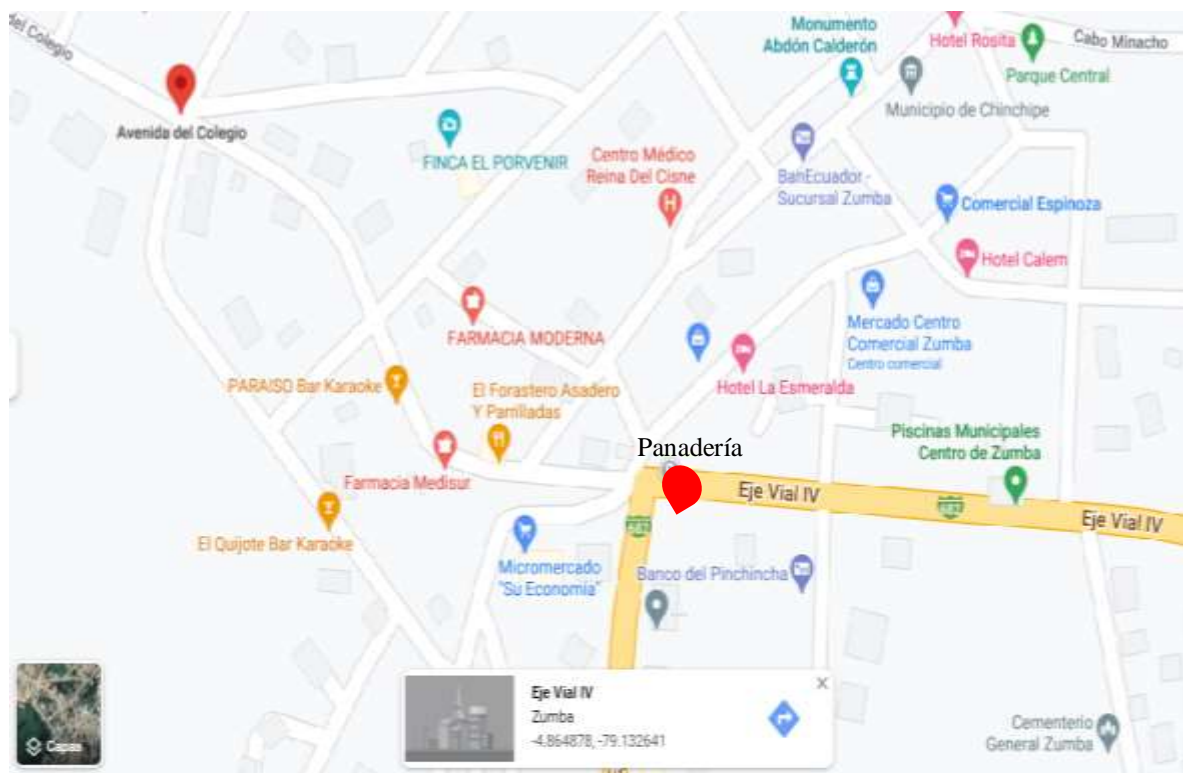


Mapa satelital Parroquia Zumba



Croquis de ubicación de la panadería

El local previsto para la elaboración y comercialización de pan, será ubicado en la vía del eje vial cuarto, zona muy transcurrida por las familias, está cerca del mercado y es zona donde las familias toman los buses interprovinciales.



Nota: Tomado de Google Maps

Factores que determinan el tamaño de la planta

Tamaño del mercado

El sector industrial se ha constituido un factor relevante para la economía, lo cual se dedica a transformar la materia prima en productos terminados.

Capacidad Instalada.

Para el presente proyecto se tomará en consideración el tiempo de horneado que es de 30 minutos, el horno tiene 12 latas, en cada lata entran 20 panes dando un total de 240 panes.

Para calcular el tiempo disponible se multiplicó las 24 horas por 60 minutos y nos dio un total de 1440 minutos, los 1440 se dividió por 30 minutos dando 48 procesos productivos, se multiplico los 240 panes por 48 procesos productivos dando un total de 11 520 unidades diarias y para determinar anual se multiplicó por los 365 días de año dando como resultado 4 204 800 unidades de pan anualmente.

Tabla 36

Capacidad instalada

Capacidad del horno bandejas	Tiempo disponible (minutos)	Tiempo de horneado (minutos)	Número de procesos productivos al día	Número de panes por proceso	Número de panes diarios	Producción anual (365 días del año)
12	1440	30	48	240	11520	4,204,800

Elaboración: Maricela Abarca

Capacidad utilizada

Para realizar el cálculo de la capacidad utilizada se determinó las horas laborables que serán 8 multiplicado por 60 minutos que tiene la hora se obtuvo como resultado 480 minutos de tiempo disponible, el tiempo necesario de un proceso productivo es de 88 minutos, esto dividido para el tiempo disponible de obtuvo 5 procesos productivos, se empleara 2 trabajadores que producirán 480 unidades de pan por proceso productivo obteniendo una producción de 2400 panes diarios, los días laborables serán 24 de lunes a sábado y se obtiene una producción mensual de 31 500 panes y para determinar la producción anual se multiplico por los 315 días que se laborara (los días que no se laboraran serán los días domingos, el 1 de enero y el viernes santo) dando como resultado 756 000 unidades anuales de pan.

Tabla 37*Capacidad utilizada*

Minutos disponibles	Tiempo (minutos)	Horas del día	Número de procesos productivos al día	Número de panes de 2 panaderos	Producción diaria	Producción mensual	Producción anual
480	88	8	5	480	2400	31500	756,000

Elaboración: Maricela Abarca**Ingeniería del proyecto**

El estudio de la ingeniería del proyecto se debe realizarlo con la finalidad de determinar los aspectos relacionados con la infraestructura física, proceso de producción, recursos humanos, maquinaria y equipos para la operación de la planta. Esto figura un primer contacto a la realidad del medio para poder llevar a cabo el funcionamiento.

Proceso de elaboración de productos

Para este proyecto el pan será realizado de forma tradicional, usando las medidas de higiene en su elaboración, el proceso será el siguiente:

Selección y pesado de materia prima e ingredientes

Para realizar el proceso de transformación se empieza con la recepción de los ingredientes, cada uno de estos deberá contar con una revisión y el peso debe ser justo para que no haya afectaciones al producto final. Tiempo empleado 5 minutos.

Mezclado y amasado.

Los ingredientes serán colocados en la maquina amasadora se procede a encender y estos empezaran a juntarse y formar la maza, es necesario estar pendientes de la elasticidad que debe la masa para trabajarla. Tiempo empleado 10 minutos.

Boleado y moldeado

Se procede a realizar el corte de la masa en porciones ubicándolas en las respectivas bandejas y moldeando para obtener sus diferencias. Tiempo empleado 15 minutos.

Fermentación

Se debe colocar el gradillero con el producto en la leudadora donde se logra el crecimiento de cada unidad de pan. Tiempo empleado 15 minutos.

Horneado

Se ubica el gradillero con el producto al horno a 180° grados de temperatura, por un tiempo de 30 minutos.

Enfriado

Se retira el gradillero con el producto del horno con mucha precaución de no sufrir quemaduras y se deja enfriar. Tiempo 5 minutos.






Control de calidad

Se debe realizar el control de calidad, verificando su tamaño, contextura y sabor del pan. Tiempo empleado 3 minutos.

Almacenamiento

Una vez que el producto esté a temperatura ambiente se procede a almacenar en las vitrinas en donde están listas para ser consumidos por los clientes o para la comercialización. Tiempo empleado 5 minutos.

Diagrama de proceso de producción

N°	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	SÍMBOLOS					TIEMPO (MIN)
		operación	trasporte	demora	recepción	almacén	
							
1	selección y pesado de materia prima e ingredientes	*					5
2	Mezclado y amasado	*					10
3	Boleado y moldeado	*					15
4	Fermentación			*			15
5	Horneado			*			30
6	Enfriado			*			5
7	Control de calidad				*		3
8	Almacenamiento					*	5
	total						88

Tiempo de proceso productivo 88 minutos

Distribución de la planta

La planta de producción de la panadería y ventas deberá estar distribuida en 4 partes.

Sector administrativo

Dentro de este sector estarán ubicadas las oficinas donde prestarán sus servicios el personal administrativo, ubicando aquí las oficinas del gerente y contadora.

Bodega

Espacio estimado como el área de almacenamiento de materias primas, este espacio debe ser adecuado para apilar toda la materia prima adquirida por la panadería para la producción y ventas.

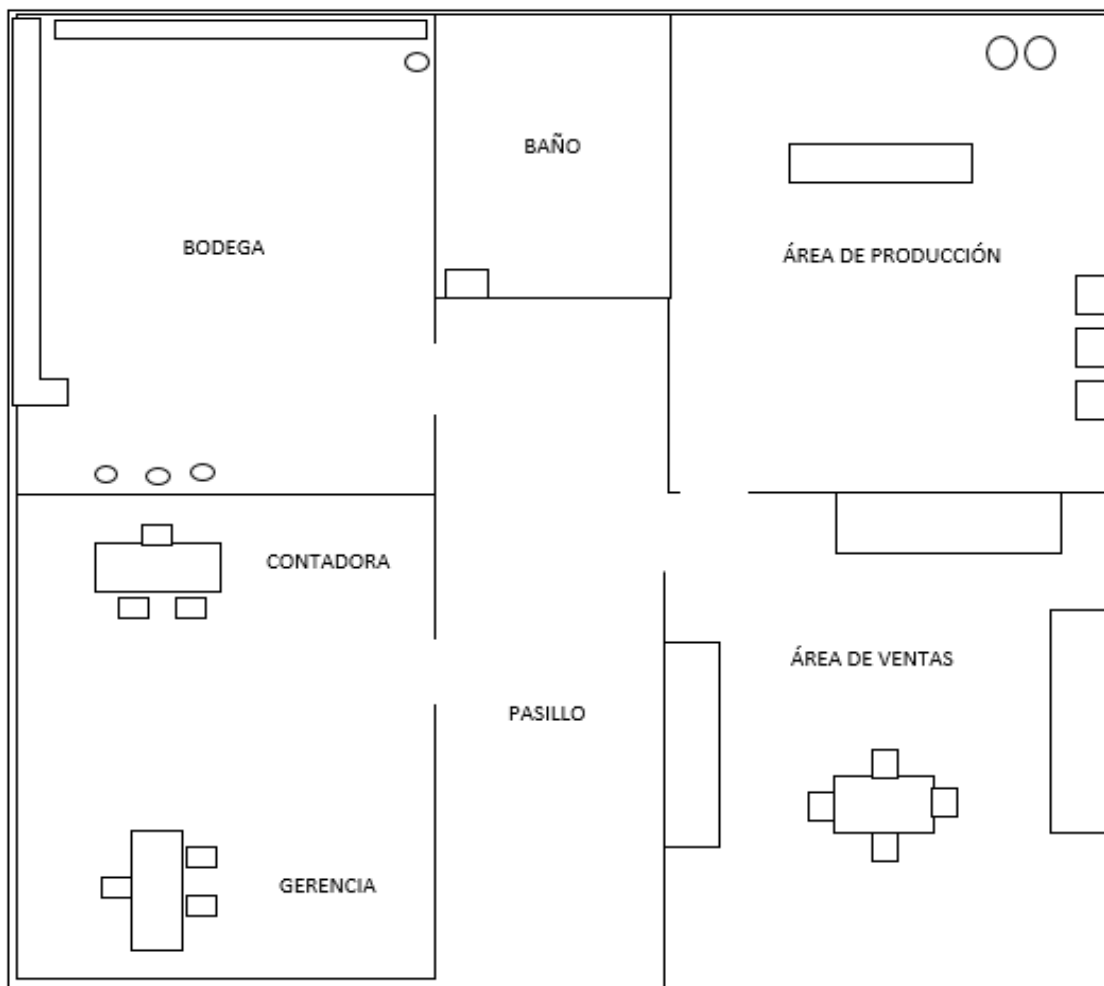
Área de Producción

En este espacio se destinarán las maquinarias y herramientas, donde se dará el proceso de transformación de la materia prima en un producto terminado.

Área de ventas

Lugar donde se exhibirán los productos en las respectivas vitrinas destinados para la venta.

Distribución de la planta



Elaboración: Maricela Abarca

Tecnología a utilizar

Horno eléctrico

Acelera la cocción, requiere mucho menos espacio y con la más alta eficiencia térmica. Incorpora los mejores avances tecnológicos para la distribución homogénea del calor y la aplicación de vapor. Integran también el control electrónico para programar sus funciones, utiliza carro que soporta la carga; es el horno más moderno y el que se está implementando por su versatilidad, alto rendimiento y fácil manejo. Construido en acero inoxidable de alta calidad interior y exterior Permite gran versatilidad de producción: panadería, pastelería, bollería.



Cámara de fermentación

Su misión es que la masa fermente en su interior. Una vez formado el pan, las piezas se depositan en moldes, bandejas o tablas, según el pan trabajado, para proceder a la fermentación, la fermentación es el proceso en que los azúcares preexistentes en la harina se transforman en alcohol y gas carbónico por la acción de diversas enzimas.



Amasadora industrial

Equipo diseñado para preparar masas alimentarias, químicas, cerámicas u otro tipo de preparados, substituyendo el trabajo manual a través de un sistema mecanizado que permite producir continuamente grandes cantidades de masa.



Balanza eléctrica

Proporciona un peso confiable gracias a sus celdas de carga de gran precisión, con las cuales podrá controlar eficientemente los procesos productivos de la empresa.



Mesa inoxidable

Mesa de trabajo fabricada en acero inoxidable, patas en tubo de acero redondo con niveladores de altura en aluminio fundido. Se fabrican de varias dimensiones y características.



Carro bandejero 12 latas

Fabricado con estructura de acero al carbón con ruedas de alta resistencia en peso y temperatura.



Bandejas para pan

Bandejas de aluminio lisas para panadería, repostería y otros en aluminio con refuerzos en varilla acerada indeformable y perfecto troquelado.



Vitrina para exhibición del pan

Esta vitrina es de madera con vidrios a su frente y con un gran espacio para exhibir los productos.



Panera

Esta panera contará con sus respectivas canastas con puertas corredizas para mantener los productos frescos y visibles del consumidor.



Vitrina metálica con caja

Vitrina con vidrio reforzado algunos espacios para exhibir productos con caja incluida.



Mesa y sillas

Indispensables para cualquier tipo de negocio o para el hogar.



Refrigerador panorámico

Refrigerador permite mantener los alimentos sanos y frescos gracias a su avanzada tecnología.



Utensilios de producción y venta

Cortadora inoxidable

Fabricada en acero ayuda a cortar y dar forma a los diferentes productos como pizza o masa de pan.



Rasqueta

Elaborada de acero este instrumento es necesario para la limpieza de las latas o de la mesa de trabajo.



Espátula

Fabricada de acero y es necesaria para despegar el pan de las latas.



Brochas de silicona

Permiten pintar los productos elaborados para que tengan un brillo y una presentación única.



Batidor bombeado



Cuchillo de sierra



Rodillo profesional



Guantes



Bandejas plásticas

Prácticas para ubicar productos y son muy resistentes.



Equipo de seguridad y aseo

Implementos indispensables para cualquier empresa.

Delantales de tela



Gorras y mascarillas



Botes plásticos



Equipo de aseo



Franelas



Equipo de oficina

Computadora de escritorio



Características

- Teclado, mouse óptico y parlantes
- impresora multifunción

Requerimientos

Para iniciar las actividades, la panadería deberá abastecerse de materias primas, maquinaria y equipo y otros instrumentos que son necesarios para el normal funcionamiento de la panadería que se desea implementar.

Los materiales necesarios para el inicio de operaciones de la empresa se detallan a continuación.

Tabla 38

Materia prima directa

Descripción	Peso	Cantidad	Precio unitario
Harina 50 kg	Quintal	30	\$45.00
Harina de Maíz maizabrosa	funda	30	\$1.10
Azúcar blanca 50 kg	Quintal	4	\$48.00
Huevos	cubeta	168	\$4.80
Sal cris-sal	funda	5	\$0.89
Mantequilla Fabri pan 27.5 kg	bloque	3	\$67.80
Manteca sabropan 27.5 kg	bloque	2	\$67.80
Queso	libra	75	\$2.00
Leche	litro	100	\$0.85
Esencia de mantequilla	galón	2	\$25.50
Super yemo 500 gr	tarro	1	\$7.20
Levadura fresca 500 gr	caja 50 Unidades	2	\$110.00
Anís común	libra	2	\$2.20
Esencia de anís	frasco 500 ml	2	\$5.77
Esencia vainilla	frasco 500 ml	2	\$3.56
Canela molida	libra	4	\$15.69
Orégano seco	200 gr	3	3.2
Jamón	libra	23	4.50
Cebolla blanca larga	atado	2	2.05
Pasta tomate	frasco 500 gr	4	3.7

Nota: La información se recabó de las casas distribuidoras Grupo Superior, Imelda de Jaramillo.

Elaboración: Maricela Abarca

Tabla 39*Mano de obra directa*

Descripción	N° empleados	Sueldo
Panadero	1	\$525.00
Ayudante	1	\$425.00

Elaboración: Maricela Abarca**Tabla 40***Personal Administrativo*

Cargo	N° empleados	Sueldo
Gerente	1	\$600.00
Contador	1	\$100.00
Asesor	1	\$30.00
Vendedora	1	\$425.00

Elaboración: Maricela Abarca**Tabla 41***Maquinaria y equipo*

Descripción	Cantidad	Precio unitario
Horno Eléctrico con Cámara de Leudo	1	\$10.000.00
Amasadora Industrial Eléctrica	1	\$1,267.00
Gradillero	3	\$ 160.00
Mesa inoxidable	1	\$150.00
Latas Inoxidables	50	\$14.50
Refrigeradora panorámica	1	\$700.00
Balanza eléctrica	1	\$ 60.33
Computadora	1	\$ 600.00

Nota: La información se recabó de las casas comerciales Inoxforni de Riobamba, de Quito TC CORONA Equipos Industriales.**Elaboración:** Maricela Abarca

Tabla 42*Muebles para ventas*

Descripción	Cantidad	Precio unitario
Panera	1	\$ 950.00
Vitrina	1	\$ 500.00
Mesa y sillas	1	\$120.00
Mueble con Caja registradora	1	\$ 150.00

Nota: La información se recabó de las casas comerciales en Loja Metal Mecánica Ochoa hermanos y Credi Mueble de la Parroquia Zumba.

Elaboración: Maricela Abarca

Tabla 43*Muebles para oficina*

Descripción	Cantidad	Precio Unitario
Escritorio	2	\$159.00
Sillas para oficina	4	\$23.00
Sillones de oficina	2	\$74.00
Estante para oficina	1	\$140.00
Basureros para producción	2	\$30.00
Basureros pequeños	3	\$15.00

Nota: La información se recabó de la casa de la Parroquia Zumba comercial Electro Muebles Junior.

Elaboración: Maricela Abarca

Tabla 44*Suministro para ventas*

Rubros	Unidades	Valor Unitario
Funda plástica mediana	1000	0.03
Funda plástica grande	1000	0.05

Nota: La información se recabó de a casa comercial de Cuenca RC Distribuidora.

Elaboración: Maricela Abarca

Tabla 45*Utensilios para elaboración del pan*

Descripción	Cantidad	Precio Unitario
Rodillo	1	\$12.00
Espátula	3	\$2.00
Rasqueta	2	\$3.00
Brochas	2	\$1.00
Cortadora	1	\$5.00
Jarra	2	\$2.00
Bandejas plásticas grandes	2	\$ 4.00
Batidor bombeado	1	\$5.00
Cuchillo de sierra	1	\$ 6.00
Charoles plásticos	30	\$ 3.80

Nota: La información se recabó de la casa comercial de Loja Almacén Cristal.

Elaboración: Maricela Abarca

Tabla 46*Suministros varios*

Descripción	Cantidad	Precio Unitario
Grapadora	1	\$3.00
Perforadora	1	\$3.00
Carpetas de Archivo	4	\$1.00
Esferográficos	6	\$0.35
Resma de hojas	1	\$5.00
Tinta de impresora	1	\$20.00
Mandiles	3	\$2.00
Franelas par limpieza	5	\$2.00
Guantes industriales	1	\$25.00
Gorras	4	\$5.00
Mascarillas	30	\$0.30
Escoba	2	\$1.50
Trapeadores	2	\$2.00
Desinfectante	2	\$5.00
Recogedor	2	\$1.00
Jabón líquido	2	\$2.00
Papel higiénico pacas de 12 unidades	3	\$5.30

Nota: La información se recabó de las librerías de la parroquia Zumba Librería Vizúete, librería Morales y tiendas de Abarrotes.

Elaboración: Maricela Abarca

Estructura legal

Este proyecto tiene el propósito de formar una Compañía Unipersonal de Responsabilidad Limitada los tramites se describen a continuación:

Servicio de Rentas Internas. - Para obtener el Registro Único de Contribuyentes.

Personas naturales

- Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral.
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

Procedimiento

El contribuyente se acerca a cualquier ventanilla de atención al contribuyente del Servicio de Rentas Internas a nivel nacional portando los requisitos antes mencionados e inscribe el Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Costo

Sin costo directo para el contribuyente

Permisos de funcionamiento

- Permiso de cuerpo de bomberos
- Patente municipal pago
- Sacar el permiso de Salud e higiene
- Permiso de funcionamiento del ministerio de interior anual
- Permiso de funcionamiento por de la agencia nacional de regulación, control y vigilancia sanitaria (ARCSA).

Tipo de empresa

La panadería será Compañía Unipersonal de Responsabilidad Limitada, es una sociedad de tipo mercantil que tiene un solo dueño o propietario a su cargo.

Estructura administrativa

En esta parte se tomará en cuenta los niveles jerárquicos como se describen a continuación:

Nivel Legislativo

Es el primer nivel jerárquico, se encuentra formado por la Junta General de Socios; los mismos que se encargarán de fijar las políticas de la empresa, así como normar los procedimientos y los planes que seguirá la organización en el futuro.

Nivel Ejecutivo

Es el segundo nivel jerárquico de la empresa, está integrado por el Gerente quien se encargará de poner en ejecución las políticas, planes, objetivos y metas que se proponga alcanzar la empresa.

Nivel Asesor

No tiene autoridad de mando, sino autoridad funcional; es decir, no toma decisiones únicamente recomienda. Está conformado por un asesor Jurídico cuya función es la de orientar, informar y proponer aspectos relacionados a lo legal.

Nivel de Apoyo

Se denomina también nivel auxiliar. Este sirve como ayuda para todos los niveles administrativos de la empresa; lo conforma la secretaria.

Nivel de Operativo

Se encarga de realizar las actividades que en esencia desarrolla la empresa, ejecutando las órdenes y disposiciones emanadas por el nivel legislativo y ejecutivo, este nivel lo conforman el departamento de ventas, producción y contabilidad.

Base filosófica

Misión

Elaborar y comercializar pan a precios accesibles y de calidad, satisfaciendo los gustos de la clientela a través de una gama de sabores, ofreciendo un excelente servicio con la colaboración y creatividad del personal.

Visión

En un lapso de cinco años se establecerá como una empresa de progreso en la elaboración y comercialización de pan, donde su creatividad local la convierta en una de las principales en ofrecer productos en línea de panadería.

Objetivos

- Ofrecer productos apetitosos y accesibles
- Prestar un excelente servicio
- Ser honestos

Valores

- Honestidad
- Respeto
- Amabilidad
- Perseverancia
- Honradez

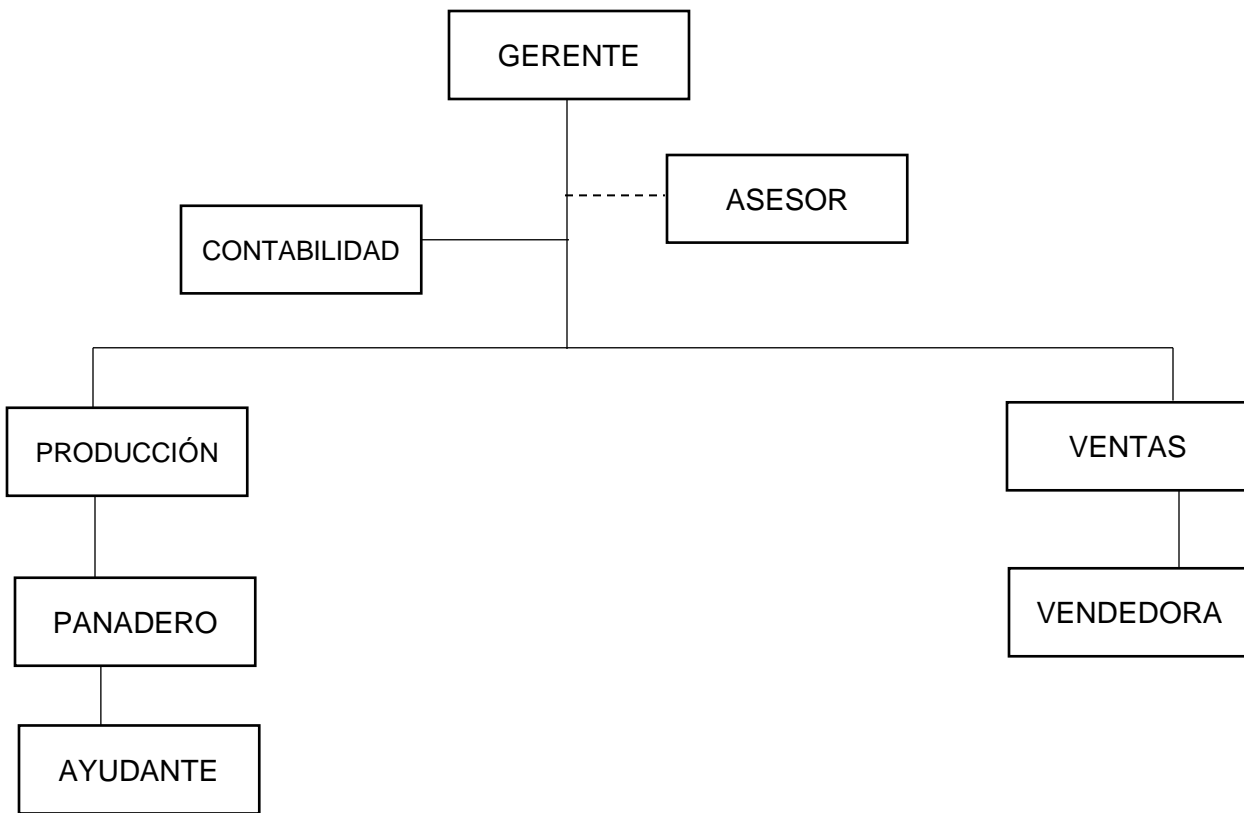
Políticas

- Brindar un trato justo a todos los clientes y empleados de la empresa
- Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento integro.
- Los empleados deberán contar con conocimientos en elaboración de pan al momento de su contratación.

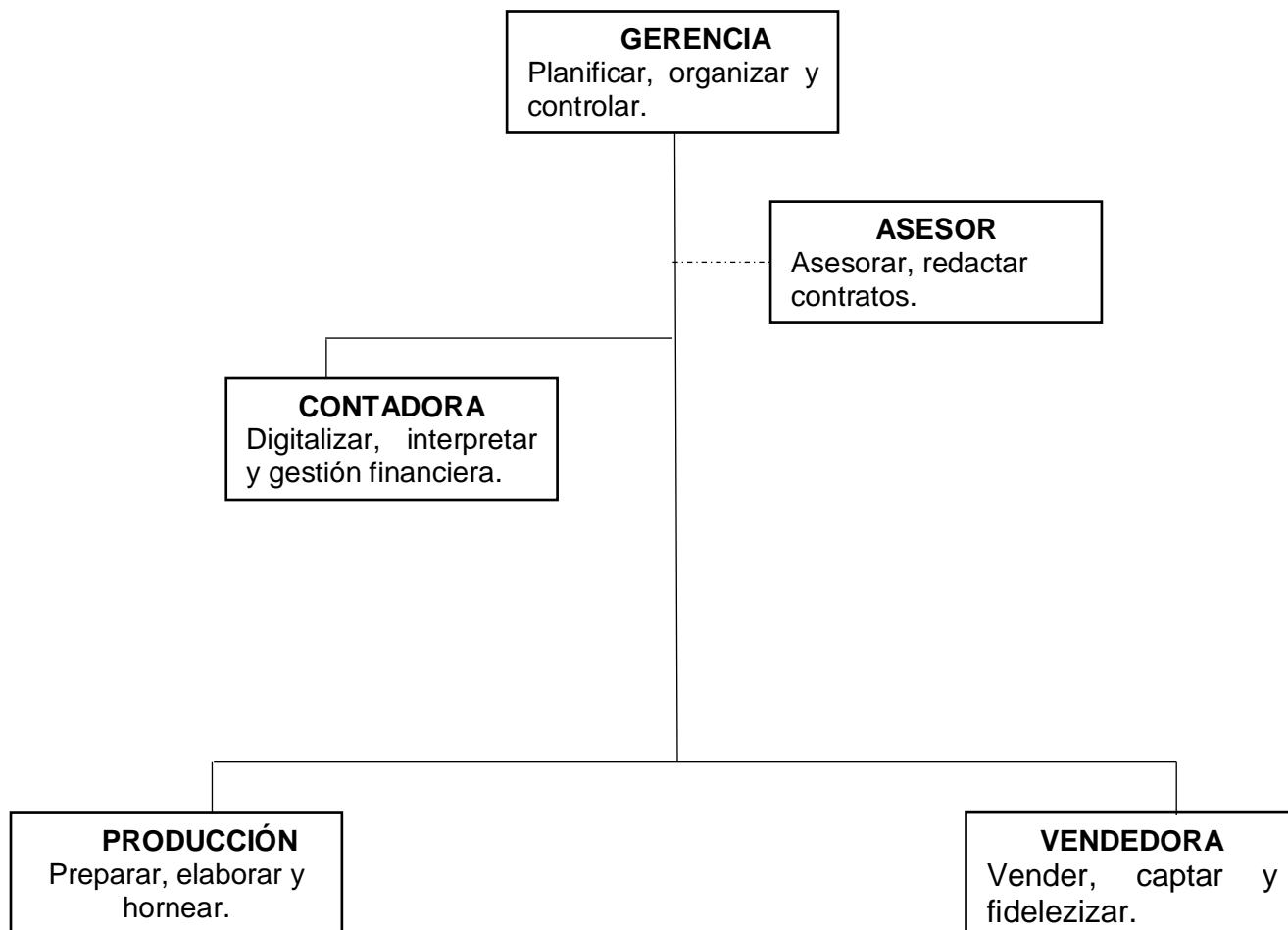
Organigramas

Un organigrama es un gráfico de las líneas de autoridad en la toma de decisiones. Sirven de apoyo y orientación a todas las unidades administrativas de la empresa al manifestar la estructura organizativa y sus características gráficas.

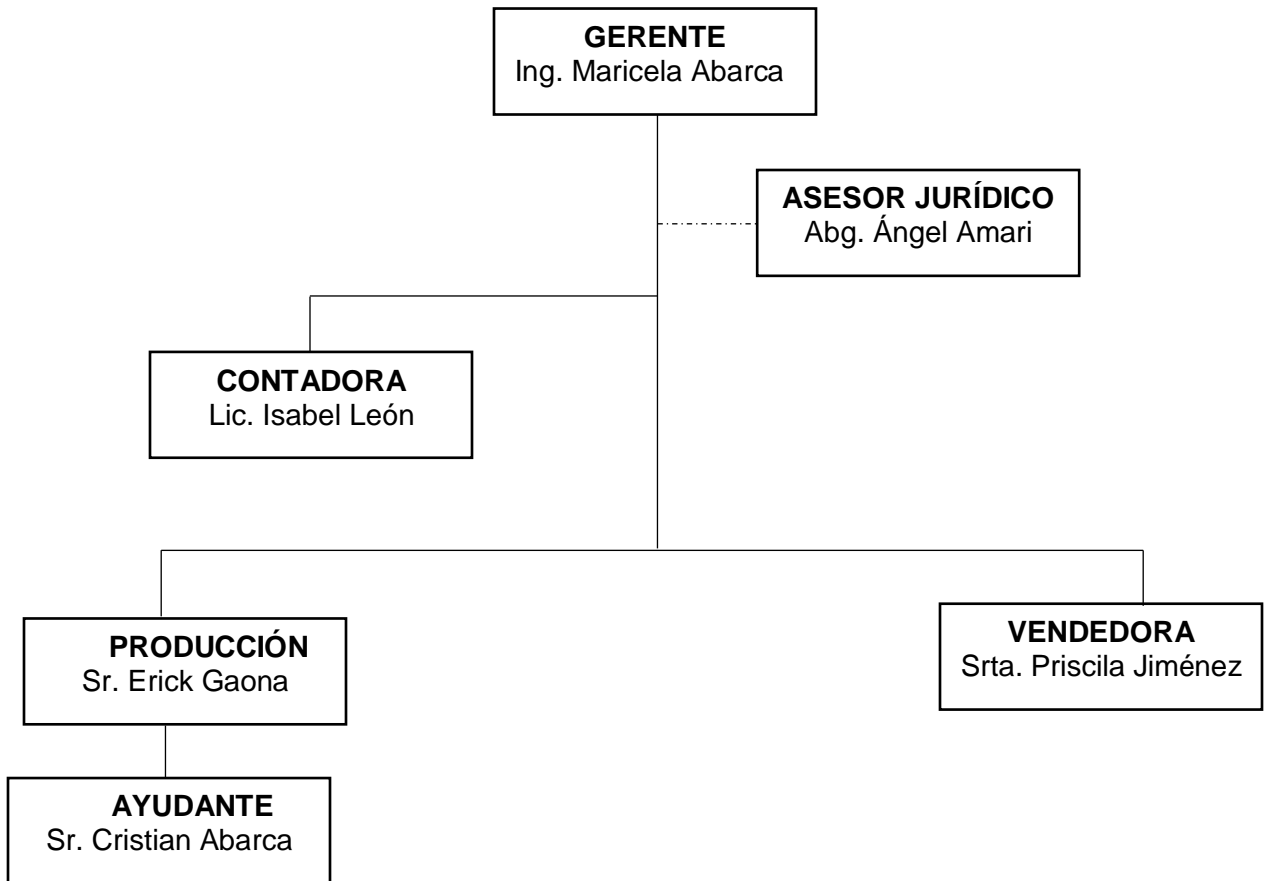
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA PANADERÍA



ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA PANADERÍA



ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA PANADERÍA



Manual de funciones

Descripción de puestos y sus respectivas funciones de la panadería.

Nivel jerárquico: Nivel Ejecutivo

CÓDIGO: 01

NOMBRE DEL PUESTO: Gerente

NATURALEZA DEL TRABAJO: Planificar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades que se realizan en la empresa.

FUNCIONES:

- Planificar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades de la empresa.
- Velar por la correcta utilización de los recursos de la empresa, y funciones en general.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- Actuar con independencia profesional usando su criterio para la solución de problemas inherentes en el cargo.
- Supervisar, coordinar las actividades del personal bajo su mando, así como en la de la empresa en general.

REQUISITOS MÍNIMOS:

EDUCACIÓN: Título de Ingeniero en administración de empresas o afines

EXPERIENCIA: Mínimo 1 año en sus funciones similares

Nivel jerárquico: Nivel Auxiliar

CÓDIGO: 02

NOMBRE DEL PUESTO: Contadora

NATURALEZA DEL TRABAJO: Realizar labores de contabilidad.

FUNCIONES:

- Llevar la correcta contabilidad de la empresa
- Mantener en orden los documentos.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- Eficiencia, responsabilidad, discreción, en el desarrollo de sus funciones.
- Establecer buenas relaciones interpersonales con el personal de la empresa.

REQUISITOS MÍNIMOS:

EDUCACIÓN: Título de contadora

EXPERIENCIA: Mínima de 2 años en funciones similares

Nivel jerárquico: nivel operativo

CÓDIGO: 03

NOMBRE DEL PUESTO: Obreros

NATURALEZA DEL TRABAJO: Realiza la elaboración del producto en la empresa para su posterior comercialización.

FUNCIONES:

- Se encargan de la actividad productiva de la empresa.
- Realizar todas las actividades inherentes a la producción.
- Informa de todas las actividades realizadas y de los inconvenientes encontrados al gerente.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Preparar, elaborar y hornear los productos.

REQUISITOS MÍNIMOS:

EXPERIENCIA: Experiencia de un año en elaboración de productos.

NIVEL JERÁRQUICO: Nivel Operativo

CÓDIGO: 04

NOMBRE DEL PUESTO: Vendedora

NATURALEZA DEL TRABAJO: Ejecutar las ventas y entregar los productos a los clientes.

FUNCIONES:

- Vender los productos
- Establecer un nexo entre cliente-empresa
- Fidelizar clientes

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- Responsables de las ventas de los productos.
- Requiere de iniciativa y criterio para la ejecución de su trabajo.

REQUISITOS MÍNIMOS:

EDUCACIÓN: Bachiller

EXPERIENCIA: Experiencia mínima de 1 año en funciones similares.

Estudio económico - financiero

Dentro del análisis financiero de la empresa, la determinación de las inversiones y el financiamiento son fundamentales, donde se determinará el monto a invertir en el proyecto y las fuentes de financiamiento que se necesiten

Activos Fijos

Maquinaria y Equipo

Permitirán cumplir la misión de transformar cada una de las materias primas en productos terminados.

Tabla 47

Maquinaria y equipo

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Horno Eléctrico con Cámara de Leudo	1	\$10,000.00	\$10,000.00
Amasadora Industrial	1	\$1,590.00	\$1,590.00
Gradillero	3	\$150.00	\$450.00
Mesas inoxidable	1	\$150.00	\$150.00
Latas Inoxidable	50	\$14.50	\$725.00
Refrigeradora panorámica	1	\$700.00	\$700.00
Balanza eléctrica	1	\$60.33	\$60.33
Total			\$13,675.33

Nota: La información se recabó de las casas comerciales Inoxforni de Riobamba, de Quito TC CORONA Equipos Industriales.

Elaboración: Maricela Abarca

Muebles para venta

Son enseres que servirán para adecuar el espacio destinado a ventas donde se exhibirá, almacenará y se cobrará los productos adquiridos por el consumidor final.

Tabla 48*Muebles para venta*

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Panera	1	\$950.00	\$950.00
Vitrinas	1	\$500.00	\$500.00
Mesa y sillas	1	\$120.00	\$120.00
Mueble para caja	1	\$150.00	\$150.00
Total			\$1,720.00

Nota: La información se recabó de las casas comercial Metal Mecánica Ochoa hermanos y Credi Loja

Elaboración: Maricela Abarca

Muebles y enseres para administración

Facilitaran la comodidad y adecuación del área administrativa para el uso del personal y de los clientes.

Tabla 49*Muebles para oficina*

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Escritorios	2	\$145.00	\$290.00
Sillas oficina	4	\$23.00	\$92.00
Sillones oficinas	2	\$74.00	\$148.00
Estante par oficinas	2	\$140.00	\$280.00
Basureros producción	2	\$30.00	\$60.00
Basureros pequeños	4	\$15.00	\$60.00
Grapadora	1	\$3.00	\$3.00
Perforadora	1	\$3.00	\$3.00
Total			\$936.00

Nota: La información se recabó de la casa de la Parroquia Zumba comercial Electro Muebles Junior.

Elaboración: Maricela Abarca

Equipos de Computación

Comprende aquellos equipos que permiten realizar las actividades administrativas y financieras.

Tabla 50*Equipo de computo*

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Monitor	1	\$150.00	\$150.00
Cpu	1	\$222.00	\$222.00
Impresora	1	\$235.00	\$235.00
Teclado	1	\$15.00	\$15.00
Mouse	1	\$12.00	\$12.00
Parlantes	1	\$12.00	\$12.00
Total			\$646.00

Nota: La información se recabó del local Credi Loja de la Parroquia Zumba.

Elaboración: Maricela Abarca

Tabla 51*Proyección equipo de computo*

Año	1	2	3	4	5	6
Valor	\$662.60	\$679.63	\$697.10	\$715.01	\$733.39	\$752.24

Nota: Para realizar la proyección de este activo se toma la tasa de inflación de 2.57%.

Elaboración: Maricela Abarca

Utensilios de producción

Son herramientas necesarias para la elaboración de los productos.

Tabla 52*Utensilios de producción*

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Rodillo	1	\$22.00	\$22.00
Espátula	3	\$2.00	\$6.00
Rasqueta	2	\$3.00	\$6.00
Brochas	2	\$1.00	\$2.00
Cortadora	1	\$5.00	\$5.00
Jarra	2	\$2.00	\$4.00
Bandejas plásticas grandes	2	\$4.00	\$8.00
Batidor bombadeo	1	\$5.00	\$5.00
Cuchillo de sierra	1	\$6.00	\$6.00
Total			\$64.00

Nota: La información se recabó de la casa comercial de Loja Almacén Cristal.

Elaboración: Maricela Abarca

Depreciaciones

Es la disminución del valor que el activo anteriormente poseía, comparándolo con otros objetos de su género.

Tabla 53

Depreciación de maquinaria y equipo

Años	Costo Activo	Valor Residual	%Depreciación	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor En Libros
0	\$13,675.33	\$1,367.53				\$13,675.33
1				\$1,230.78	\$1,230.78	\$12,444.55
2				\$1,230.78	\$2,461.56	\$11,213.77
3				\$1,230.78	\$3,692.34	\$9,982.99
4			10	\$1,230.78	\$4,923.12	\$8,752.21
5				\$1,230.78	\$6,153.90	\$7,521.43
6				\$1,230.78	\$7,384.68	\$6,290.65
7				\$1,230.78	\$8,615.46	\$5,059.87
8				\$1,230.78	\$9,846.24	\$3,829.09
9				\$1,230.78	\$11,077.02	\$2,598.31
10				\$1,230.78	\$12,307.80	\$1,367.53

Elaboración: Maricela Abarca

Tabla 54

Depreciación muebles para venta

Años	Costo Activo	Valor Residual	%Depreciación	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor En Libros
0	\$1,720.00	\$172.00				\$1,720.00
1				\$154.80	\$154.80	\$1,565.20
2				\$154.80	\$309.60	\$1,410.40
3				\$154.80	\$464.40	\$1,255.60
4			10	\$154.80	\$619.20	\$1,100.80
5				\$154.80	\$774.00	\$946.00
6				\$154.80	\$928.80	\$791.20
7				\$154.80	\$1,083.60	\$636.40
8				\$154.80	\$1,238.40	\$481.60
9				\$154.80	\$1,393.20	\$326.80
10				\$154.80	\$1,548.00	\$172.00

Elaboración: Maricela Abarca

Tabla 55*Depreciación muebles de oficina*

Años	Costo Activo	Valor Residual	%Depreciación	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor En Libros
0	\$936.00	\$93.60				\$936.00
1				\$84.24	\$84.24	\$851.76
2				\$84.24	\$168.48	\$767.52
3				\$84.24	\$252.72	\$683.28
4			10	\$84.24	\$336.96	\$599.04
5				\$84.24	\$421.20	\$514.80
6				\$84.24	\$505.44	\$430.56
7				\$84.24	\$589.68	\$346.32
8				\$84.24	\$673.92	\$262.08
9				\$84.24	\$758.16	\$177.84
10				\$84.24	\$842.40	\$93.60

Elaboración: Maricela Abarca**Tabla 56***Depreciación utensilios de producción*

Años	Costo Activo	Valor Residual	%Depreciación	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor En Libros
0	\$178.00	\$17.80				\$178.00
1				\$16.02	\$16.02	\$161.98
2				\$16.02	\$32.04	\$145.96
3				\$16.02	\$48.06	\$129.94
4			10	\$16.02	\$64.08	\$113.92
5				\$16.02	\$80.10	\$97.90
6				\$16.02	\$96.12	\$81.88
7				\$16.02	\$112.14	\$65.86
8				\$16.02	\$128.16	\$49.84
9				\$16.02	\$144.18	\$33.82
10				\$16.02	\$160.20	\$17.80

Elaboración: Maricela Abarca

Tabla 57*Depreciación equipo de computo*

Años	Costo Activo	Valor Residual	%Depreciación	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor En Libros
0	\$646.00	\$64.60				\$646.00
1				\$17.44	\$17.44	\$628.56
2			33.33	\$17.44	\$34.88	\$611.12
3				\$17.44	\$52.33	\$593.67

Elaboración: Maricela Abarca**Tabla 58***Depreciación equipo de cómputo de reinversión*

Años	Costo Activo	Valor Residual	%Depreciación	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor En Libros
0	\$715.01	\$71.50				\$715.01
1				\$19.31	\$19.31	\$695.71
2			33.33	\$19.31	\$38.61	\$676.40
3				\$19.31	\$57.92	\$657.10

Elaboración: Maricela Abarca**Activos fijos totales**

El valor total de los activos fijos se detalla a continuación:

Tabla 59*Total de activos fijos*

Activos	Valor Total
Maquinaria y Equipo	\$13,675.33
Muebles para la venta	\$1,834.00
Muebles para Oficinas	\$936.00
Utensilios	\$64.00
Equipos de computación	\$646.00
Total	\$17,155.33

Elaboración: Maricela Abarca**Activos diferidos**

Son todas aquellas herramientas que están establecidas para adecuación, constitución y funcionamiento de la panadería.

Tabla 60*Pago de permisos de funcionamiento*

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Gastos de constitución	1	\$100.00	\$100.00
Pago Bomberos	1	\$10.00	\$10.00
Pago patente	1	\$30.00	\$30.00
Permiso de Ministerio de Interior	1	\$50.00	\$50.00
Total			\$190.00

Elaboración: Maricela Abarca**Tabla 61***Adecuaciones del local*

Descripción	Cantidad	Valor	Valor Total
Planchas de melanina	5	\$51.00	\$255.00
Galón de pintura	2	\$14.00	\$28.00
Panel lampara led	8	\$20.00	\$160.00
Planchas acero inoxidable	5	\$30.00	\$150.00
Albañil	1	\$100.00	\$100.00
Ayudante	1	\$60.00	\$60.00
Conexiones eléctricas	1	\$80.00	\$80.00
Total			\$833.00

Elaboración: Maricela Abarca**Tabla 62***Amortizaciones*

Descripción	Vida Útil	Valor Activo	Valor Amortizado Anual
Activos Diferidos	5	\$1,023.00	\$204.60
Total			\$204.60

Formula:

AMORTIZACION= Valor activo/ N° de años

Para realizar el cálculo de la amortización se toma en cuenta el valor activo dividido para los cinco años de vida útil, esto quiere decir que en cada año se recupera \$204.60.

Activos circulantes

Para determinar el costo de la materia prima se ha tomado 6 tipos de pan que se producirá mensualmente, se ha realizado el cuadro de producción de unidades considerando el porcentaje de preferencia de cada tipo de producto, con ello se determina el costo unitario de cada unidad de pan como se detalla a continuación:

Tabla 63

Plan de producción de unidades de pan

Capacidad utilizada diaria	Capacidad utilizada mensual	Tipo de pan	Porcentaje en preferencia	Unidades diarias	Unidades mensuales en capacidad utilizada	Unidades anuales
2400	31500	Pan dulce	43%	1034	13,578	325,862
		Pan de sal	29%	687	9,016	216,372
		Pan de maíz	8%	190	2,498	59,959
		Pan suizo	11%	265	3,476	83,421
		Pan pizza	4%	91	1,195	28,676
		Pan con cebolla y queso	6%	132	1,738	41,710
		Total	100.00%	2400	31,500	756,000

Nota: La información se obtuvo de la tabla N° 23 y 37.

Elaboración: Maricela Abarca

El presupuesto de producción es lo que se estima producir, la producción diaria se determinó multiplicando las unidades diarias por cada porcentaje de preferencia de tipo de pan es decir se producirán 2400 unidades diarias; las unidades mensuales 31 500; la producción anual se multiplicó por 315 días laborables en total se elaborarán 756 000 unidades anuales.

Materia Prima Directa

Son todos los recursos primordiales para realizar la elaboración de los diferentes tipos de pan.

Tabla 64*Ingredientes para elaborar pan de dulce*

Costo de producción de pan de dulce				
13578 unidades mensuales				
Materia prima	Cantidad/Peso	Unidad de medida	Costo unitario	Costo total
Harina	357315	gramos	0.0010	\$353.74
Azúcar	10719	gramos	0.0010	\$10.72
Manteca	71463	gramos	0.0024	\$171.51
Mantequilla	71463	gramos	0.0024	\$171.51
Huevos	714	gramos	0.08	\$57.12
Leche	10719	gramos	0.00085	\$9.11
Anís Común	28585	gramos	0.000012	\$0.34
Canela Molida	18364	gramos	0.000034	\$0.62
Levadura	28585	gramos	0.0044	\$125.77
Esencia De Anís	3573	gramos	0.011	\$39.30
Esencia De Vainilla	1948	gramos	0.0071	\$13.83
Total				\$953.59

Nota: Información recabada como referencia de una Panadería de Loja.**Elaboración:** Maricela Abarca

Tabla 65*Ingredientes para elaborar pan de sal*

Costo de Producción pan de sal				
9016 unidades mensuales				
Materia prima	Cantidad/peso	Unidad de medida	Costo unitario	Costo total
Harina	237263	gramos	0.0010	\$234.89
Azúcar	23726	gramos	0.0010	\$23.73
Sal	4745	gramos	0.00044	\$2.09
Manteca	59315	gramos	0.0024	\$142.36
Mantequilla	59315	gramos	0.0024	\$142.36
Huevos	1186	gramos	0.08	\$94.88
Leche	71178	gramos	0.00085	\$60.50
Levadura	7117	gramos	0.0044	\$31.31
Esencia de mantequilla	2372	gramos	0.0066	\$15.66
Total				\$747.77

Nota: Información recabada como referencia de una Panadería de Loja.

Elaboración: Maricela Abarca

Tabla 66*Ingredientes para elaborar pan de maíz*

Costo de producción pan de maíz				
2498 unidades mensuales				
Materia prima	Cantidad/Peso	Unidad de Medida	Costo unitario	Costo total
Harina	55511	gramos	0.0010	\$54.96
Harina de maíz	13877	gramos	0.0022	\$30.53
Azúcar	9020	gramos	0.0010	\$9.02
Sal	1387	gramos	0.00044	\$0.61
Mantequilla	20816	gramos	0.0024	\$49.96
Huevos	75	gramos	0.08	\$6.00
Levadura	2081	gramos	0.0044	\$9.16
Esencia de mantequilla	1387	gramos	0.0066	\$9.15
Agua	31225	gramos	-	-
Total				\$169.38

Nota: Información recabada como referencia de una Panadería de Loja.

Elaboración: Maricela Abarca

El valor del agua no está especificado, debido a que está incluido dentro de los servicios básicos que se paga mensualmente.

Tabla 67*Ingredientes para elaborar pan Suizo*

Costo producción pan suizo				
3476 unidades mensuales				
Materia prima	Cantidad/Peso	Unidad de medida	Costo unitario	Costo total
Harina	91473	gramos	0.0010	\$90.56
Azúcar	9147	gramos	0.0010	\$9.15
Sal	1829	gramos	0.00044	\$0.80
Mantequilla	22868	gramos	0.0024	\$54.88
Huevos	182	gramos	0.08	\$14.56
Levadura	3658	gramos	0.0044	\$16.10
Queso	4573	gramos	0.0044	\$20.12
Esencia de mantequilla	1372	gramos	0.006	\$8.23
Agua	18294	gramos	-	-
Total				\$214.40

Nota: Información recabada como referencia de una Panadería de Loja.

Elaboración: Maricela Abarca

El valor del agua no está especificado, debido a que está incluido dentro de los servicios básicos que se paga mensualmente.

Tabla 68*Ingredientes para elaborar pan pizza*

Costo producción pan pizza				
1195 unidades mensuales				
Materia prima	Cantidad/Peso	Unidad de medida	Costo unitario	Costo total
Harina	49792	gramos	0.0010	\$49.29
Azúcar	6473	gramos	0.0010	\$6.47
Sal	1245	gramos	0.00044	\$0.55
Mantequilla	4979	gramos	0.0024	\$11.95
Huevos	54	gramos	0.08	\$4.32
Levadura	1494	gramos	0.0044	\$6.57
Queso	4481	gramos	0.0044	\$19.72
Orégano	1494	gramos	0.011	\$16.43
Pasta tomate	1743	gramos	0.0074	\$12.90
Jamón	1992	gramos	0.015	\$29.88
Agua	24896	gramos	-	-
Total				\$158.09

Nota: Información recabada como referencia de una Panadería de Loja.**Elaboración:** Maricela Abarca

El valor del agua no está especificado, debido a que está incluido dentro de los servicios básicos que se paga mensualmente.

Tabla 69*Ingredientes para elaborar pan con cebolla y queso*

Costo de producción pan con cebolla y queso				
1738 unidades mensuales				
Materia prima	Cantidad/peso	Unidad de medida	Costo unitario	Costo total
Harina	45736	gramos	0.0010	\$45.28
Azúcar	4573	gramos	0.0010	\$4.57
Sal	914	gramos	0.00044	\$0.40
Mantequilla	11434	gramos	0.0024	\$27.44
Huevos	91	gramos	0.08	\$7.28
Queso	2972	gramos	0.0044	\$13.08
Levadura	1829	gramos	0.0044	\$8.05
Cebolla	1829	gramos	0.0022	\$4.02
Esencia de mantequilla	457	gramos	0.006	\$2.74
Agua	9147	gramos	-	-
Total				\$112.87

Nota: Información recabada como referencia de una Panadería de Loja.**Elaboración:** Maricela Abarca

El valor del agua no está especificado, debido a que está incluido dentro de los servicios básicos que se paga mensualmente.

Tabla 70*Costo unitario de materia prima por tipo de pan*

Tipo de Pan	Costo unitario
Pan de dulce	\$0.07
Pan de sal	\$0.08
Pan de maíz	\$0.07
Pan suizo	\$0.06
Pan pizza	\$0.13
Pan con cebolla y queso	\$0.06

Elaboración: Maricela Abarca

Para determinar los costos unitarios de la materia prima se dividió el total de costo de producción para las unidades producidas de cada tipo de pan.

Tabla 71*Presupuesto de materia prima directa*

Tipo de Pan	Producción mensual	Producción anual	Costo Unitario de materia prima	Costo mensual	Costo anual materia prima
Pan de dulce	13578	325862	\$0.07	\$953.59	\$22,886.15
pan de sal	9016	216372	\$0.08	\$747.77	\$17,946.42
Pan de maíz	2498	59959	\$0.07	\$169.38	\$4,065.23
pan suizo	3476	83421	\$0.06	\$214.40	\$5,145.64
Pan Pizza	1195	28676	\$0.13	\$158.09	\$3,794.08
Pan con cebolla y queso	1738	41710	\$0.06	\$112.87	\$2,708.77
Totales	31500	756000		\$2,356.10	\$56,546.29

Nota: Información recabada tabla N°63 y 70.

Elaboración: Maricela Abarca

Tabla 72*Proyección materia prima directa*

Años	Valor total
1	\$56,546.29
2	\$57,999.53
3	\$59,490.12
4	\$61,019.02
5	\$62,587.21

Nota: La proyección se la realizó con el 2.57%, que es la tasa de inflación anual, información extraída tabla N°70.

Elaboración: Maricela Abarca

Mano de Obra Directa

Son los gastos empleados en la contratación del personal que interviene directamente en el proceso de producción. La mano de obra directa estará integrada por un panadero y su ayudante, quienes ejecutarán el proceso de producción.

Tabla 73*Mano de obra directa*

Descripción	Valor
Maestro panadero	1
Remuneración	\$525.00
Décimo tercero	\$43.75
Décimo cuarto	\$35.42
Vacaciones	\$21.88
Aporte patronal 11.15%	\$58.54
Aporte IECE 0.5%	\$2.63
Aporte Secap 0.5%	\$2.63
Total, mensual	689.83
Ayudante de panadería	1
Remuneración	\$425.00
Décimo tercero	\$35.42
Décimo cuarto	\$35.42
Vacaciones	\$17.71
Aporte patronal 11.15%	\$47.39
Aporte IECE 0.5%	\$2.13
Aporte Secap 0.5%	\$2.13
Total, mensual	\$565.18
Total, mensual 2 trabajadores	\$1,255.01
Total, anual	\$15,060.10

Elaboración: Maricela Abarca**Tabla 74***Costo mano de obra por unidad de pan*

Descripción	Sueldo mensual	Horas mensuales de trabajo	Costo mano de obra /hora dólares
Panaderos 2	\$1,255.01	160	7.84
Tiempo de elaboración minutos			88
Costo mano de obra por minuto			0.089
Costo mano de obra por unidad			0.011

Elaboración: Maricela Abarca

Para determinar el costo de la mano de obra se ha tomado los sueldos mensuales de los dos panaderos que es de \$1 255.01, se multiplicó las horas de trabajo por los días laborables 8*20 obteniendo 160 horas mensuales, para determinar el costo de mano de obra por hora se dividió \$1 255.01 /160=7.84 hora de trabajo, se calculó el costo de mano de obra por minuto

$7.84/88(\text{tiempo elaboración en minutos})=0.089$, para determinar el costo de mano de obra por unidad se procedió a dividir $0.089/8(\text{horas de trabajo}) = 0.011$ costo de mano de obra por unidad.

Tabla 75

Proyección mano de obra directa

Años	Valor Total
1	\$15,060.10
2	\$15,898.95
3	\$16,784.52
4	\$17,719.42
5	\$18,706.39

Nota: La proyección de este activo se la realizó con el 5.57%, que es la tasa de incremento salarial, información extraída tabla N°72.

Elaboración: Maricela Abarca

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.

Tabla 76

Sueldos personal administrativo

Descripción	Valor
Gerente	1
Sueldo mensual	\$600.00
Décimo tercero	\$50.00
Décimo cuarto	\$35.42
Vacaciones	\$25.00
Aporte Patronal 11.15%	\$72.90
Aporte IECE 0.5%	\$66.90
Aporte Secap 0.5%	\$3.00
valor mensual	\$853.22
valor anual	\$10,238.60

Elaboración: Maricela Abarca

Tabla 77*Personal por honorarios profesionales*

Cargo	Sueldo	Sueldo anual
Contadora	\$100.00	\$1,200.00
Asesor jurídico	\$30.00	\$60.00
Total	\$130.00	\$1,260.00

Elaboración: Maricela Abarca**Tabla 78***Proyección de sueldos administrativos y honorarios profesionales*

Años	Valor total
1	\$11,673.60
2	\$12,323.82
3	\$13,010.26
4	\$13,734.93
5	\$14,499.96

Nota: La proyección de los sueldos administrativos y honorarios profesionales con el 5.57%, que es la tasa de incremento salarial, información extraída tabla N°75 y 76.

Elaboración: Maricela Abarca**Sueldos de ventas.**

Son los pagos al personal de ventas, que no intervienen directamente en el proceso de producción, pero que son necesarios para la comercialización.

Tabla 79*Sueldo ventas*

Descripción	Valor
Vendedora	1
Sueldo mensual	\$425.00
Décimo tercero	\$35.42
Décimo cuarto	\$35.42
Vacaciones	\$17.71
Aporte Patronal 11.15%	\$47.39
Aporte IECE 0.5%	\$2.13
Aporte Secap 0.5%	\$2.13
Valor mensual	\$565.18
Valor anual	\$6,782.15

Elaboración: Maricela Abarca

Tabla 80*Proyección sueldo de ventas*

Años	Valor total
1	\$6,782.15
2	\$7,159.92
3	\$7,558.72
4	\$7,979.74
5	\$8,424.22

Nota: La proyección de este gasto se la realizó con el 5.57%, que es la tasa de incremento salarial información extraída tabla N°78.

Elaboración: Maricela Abarca

Servicios Básicos

Son todos los pagos que se realizan por el agua, energía eléctrica, combustible e internet.

Tabla 81*Servicios básicos*

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Luz	1	\$60.00	\$60.00	\$720.00
Agua Potable	1	\$15.00	\$15.00	\$180.00
Servicio De Internet	1	\$20.00	\$20.00	\$240.00
Combustible (Diesel Galones)	80	\$1.75	\$140.00	\$1,680.00
Total			\$235.00	\$2,820.00

Elaboración: Maricela Abarca

Tabla 82*proyección de servicios básicos*

Años	Valor Total
1	\$2,820.00
2	\$2,892.47
3	\$2,966.81
4	\$3,043.06
5	\$3,121.26

Nota: La proyección de los servicios básicos se lo realizó con el 2.57%, que es la tasa de inflación. Información extraída tabla N°80.

Elaboración: Maricela Abarca

Arriendo

Es el pago se lo realiza mensualmente para poder laborar.

Tabla 83

Pago de arriendo

Descripción	Valor mensual	Valor anual
Arriendo local	\$300.00	\$3,600.00
Total		\$3,600.00

Elaboración: Maricela Abarca

Tabla 84

Proyección de arriendo

Años	Valor
1	\$3,600.00
2	\$3,692.52
3	\$3,787.42
4	\$3,884.75
5	\$3,984.59

Nota: La proyección de él arriendo se lo realizó con una tasa de 2.57%, información extraída tabla N°82.

Elaboración: Maricela Abarca

Suministro de ventas

En este gasto están las fundas para realizar la venta de los productos.

Tabla 85

Suministro de empaque

Descripción	Unidades	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Funda Plástica Mediana	1000	\$0.03	\$30.00	\$360.00
Funda Plástica Grande	1000	\$0.05	\$50.00	\$600.00
TOTAL			\$80.00	\$960.00

Nota: La información se recabó de a casa comercial de Cuenca RC Distribuidora.

Elaboración: Maricela Abarca

Tabla 86*Proyección suministro de ventas*

Años	Valor
1	\$960.00
2	\$984.67
3	\$1,009.98
4	\$1,035.93
5	\$1,062.56

Nota: La proyección del suministro de ventas se lo obtuvo con una tasa de 2.57%, que es la tasa de inflación, información extraída tabla 84.

Elaboración: Maricela Abarca

Suministro de oficina

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

Tabla 87*Suministro de oficina*

Descripción	Unidad de medida	Cantidad mensual	Costo unitario	Costo total mensual	Cantidad anual	Costo total anual
Carpetas de cartón	Unidad	2	\$0.35	\$0.70	3	\$2.10
Esferográfico	unidad	3	\$0.30	\$0.90	6	\$5.40
Resma de hojas	unidad (500 hojas)	1	\$3.80	\$3.80	2	\$7.60
Tinta de impresora	unidad (cuatro colores)	1	\$12.00	\$12.00	2	\$24.00
Grapas	caja	1	\$0.48	\$0.48	2	\$0.96
Borrador	unidad	1	\$0.15	\$0.15	2	\$0.30
Regla	unidad	1	\$0.90	\$0.90	2	\$1.80
Goma barra	unidad	1	\$0.72	\$0.72	2	\$1.44
Resaltador	unidad	1	\$0.39	\$0.39	3	\$1.17
Lápiz mongol	unidad	1	\$0.28	\$0.28	3	\$0.84
Sacapuntas	unidad	1	\$0.25	\$0.25	2	\$0.50
Total				\$20.57		\$46.11

Nota: Información obtenida de locales de la parroquia zumba librería Vizuete, librería Morales.

Elaboración: Maricela Abarca

Tabla 88*Proyección suministro de oficina*

Años	Valor
1	\$46.11
2	\$47.30
3	\$48.51
4	\$49.76
5	\$51.04

Nota: La proyección de este activo se lo determino con el 2.57%, que es la tasa de inflación, información extraída tabla N°86.

Elaboración: Maricela Abarca

Indumentaria para personal de producción

Son aquellos que dan seguridad a los trabajadores para que realicen sin ningún inconveniente la producción y se mantengan protegidos.

Tabla 89*Indumentaria para personal de producción*

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Cantidad anual	Costo total anual
Mandiles	unidad	2	\$4.00	\$8.00	4	\$32.00
Guantes Industriales	unidad	1	\$25.00	\$25.00	2	\$50.00
Gorras	unidad	2	\$5.00	\$10.00	2	\$20.00
Mascarilla	caja (50 unidades)	1	\$1.56	\$1.56	3	\$4.68
Total				\$44.56		\$106.68

Nota: Información obtenida locales de la Parroquia Zumba.

Elaboración: Maricela Abarca

Tabla 90*Proyección de indumentaria para producción*

Años	Valor
1	\$106.68
2	\$109.42
3	\$112.23
4	\$115.12
5	\$118.08

Nota: La proyección de este activo se lo determino con el 2.57%, que es la tasa de inflación anual, información extraída tabla N°88.

Elaboración: Maricela Abarca

Suministro de limpieza

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

Tabla 91*Suministro de limpieza*

Descripción	Unidad	Cantidad mensual	Costo unitario	Costo total mensual	Cantidad anual	Costo total anual
Escobas	Unidad	1	\$3.00	\$3.00	2	\$6.00
Trapeador giratorio	Unidad	1	\$ 11.00	\$11.00	2	\$22.00
Desinfectante para piso	Unidad	1	\$4.80	\$4.80	6	\$28.80
Recogedor	Unidad	1	\$3.45	\$3.45	2	\$6.90
Jabón líquido	Galón	1	\$5.70	\$5.70	6	\$34.20
Papel higiénico	Paca	1	\$ 4.30	\$4.30	6	\$25.80
Cloro	Galón	2	\$1.25	\$2.50	10	\$25.00
Franelas	Unidad	3	\$1.00	\$3.00	3	\$9.00
TOTAL				\$37.75		\$157.70

Nota: Información obtenida negocios de la Parroquia Zumba.

Elaboración: Maricela Abarca

Tabla 92*Proyección suministros de limpieza*

Años	Valor
1	\$157.70
2	\$161.75
3	\$165.91
4	\$170.17
5	\$174.55

Nota: La proyección del suministro de limpieza se lo determinó con el 2.57%, que es la tasa de inflación, información extraída tabla N°90.

Elaboración: Maricela Abarca

Publicidad

Se incluyen todos los gastos que efectuará la panadería para conseguir una publicidad efectiva en la comercialización de sus productos. La publicidad se la realizará 2 meses al año.

Tabla 93*Publicidad*

Publicidad	Factor	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Cantidad anual	Costo total anual
Radio San Antonio (2 meses)	cuñas	4	\$16.00	\$64.00	8	\$512.00
Facebook (2 meses)	anuncios	4	\$15.00	\$60.00	8	\$480.00
TOTAL				\$124.00		\$992.00

Nota: Información obtenida Radio de la Parroquia Zumba, red social.

Elaboración: Maricela Abarca

Tabla 94*Proyección publicitaria*

Años	Valor
1	\$992.00
2	\$1,017.49
3	\$1,043.64
4	\$1,070.47
5	\$1,097.98

Nota: La proyección de la publicidad se lo determinó con el 2.57%, que es la tasa de inflación, información extraída tabla N°92.

Elaboración: Maricela Abarca

Resumen de activo circulante

Tabla 95

Activo circulante

Descripción	Valor
Materia prima directa	\$2,356.10
Mano de obra directa	\$1,255.01
Sueldos administrativos	\$853.22
Personal por honorarios profesionales	\$130.00
Sueldo ventas	\$565.18
Arriendo	\$300.00
Servicios básicos	\$235.00
Suministro de limpieza	\$37.75
Suministro ventas	\$80.00
Suministro de oficina	\$20.57
Indumentaria para personal de producción	\$44.56
Publicidad	\$124.00
Total	\$6,001.38

Nota: Para efectos del presente proyecto el activo circulante o capital de trabajo se ha determinado para un mes en el cual la empresa ya genera sus propios ingresos.

Inversión total

Es la sumatoria de los activos fijos, diferidos y circulantes con los que necesitara para poner en marcha el proyecto.

Tabla 96

Inversión Total

Descripción	Valor
Activo fijo	\$17,155.33
Activo diferido	\$1,023.00
Activo circulante	\$6,001.38
Total	\$24,179.71

Nota: Información obtenida tablas N°59, 62 y 94.

Elaboración: Maricela Abarca

Financiamiento

Para poner en funcionamiento la panadería se requieren \$24 179.71 mismos que deberán estar suministrados de la siguiente manera; el 33.09% obteniendo un crédito en el Banco BanEcuador con su tasa de interés de 12.96% y el 66.91% debe ser mediante capital propio.

Tabla 97

Financiamiento

Descripción	Cantidad	%
Crédito	\$8,000.00	33.09
Capital propio	\$16,179.71	66.91
Total	\$24,179.71	100.00

Elaboración: Maricela Abarca

Amortización del Préstamo

Cálculo Matemático:

Datos:

Saldo inicial: \$ 8.000

Interés: 12.96% / 100 = 0,13

Tiempo: 5 años

Forma de pago: Semestral (10 pagos cada 6 meses) $\rightarrow 6 \text{ m} / 12 = 0,5$

Desarrollo:

Para sacar la amortización se divide:

$8.000 / 10 \text{ \# de pagos} = 800.00$

Para sacar el interés se multiplica:

$\$ 8.000 \times 0,5 \times 0,13 = \518.40

AMORTIZACIÓN

Monto: \$ 8.000,00

Interés: 12.96%

Amortización: Semestral

Número de pagos: 10

Pagos anuales: 2

SEMESTRAL	SALDO INICIAL	AMORTIZACIÓN	INTERESES	DIVIDENDO SEMESTRAL	DIVENDO ANUAL	SALDO FINAL
1	8,000.00	\$800.00	\$518.40	\$281.60	\$615.04	\$7,200.00
2	7,200.00	\$800.00	\$466.56	\$333.44		\$6,400.00
1	6,400.00	\$800.00	\$414.72	\$385.28	\$822.40	\$5,600.00
2	5,600.00	\$800.00	\$362.88	\$437.12		\$4,800.00
1	4,800.00	\$800.00	\$311.04	\$488.96	\$1,029.76	\$4,000.00
2	4,000.00	\$800.00	\$259.20	\$540.80		\$3,200.00
1	3,200.00	\$800.00	\$207.36	\$592.64	\$1,237.12	\$2,400.00
2	2,400.00	\$800.00	\$155.52	\$644.48		\$1,600.00
1	1,600.00	\$800.00	\$103.68	\$696.32	\$1,444.48	\$800.00
2	800.00	\$800.00	\$51.84	\$748.16		\$0.00

Elaboración: Maricela Abarca

Presupuesto de costos

Indica los gastos previstos del proyecto, la proyección de los costos se tomó el promedio de la tasa de inflación de 2.57% del año 2022.

Tabla 98*Presupuestos de costos*

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DE PRODUCCIÓN					
COSTOS PRIMOS					
Materia Prima Directa	\$56,546.29	\$57,999.53	\$59,490.12	\$61,019.02	\$62,587.21
Mano de obra Directa	\$15,060.10	\$15,898.95	\$16,784.52	\$17,719.42	\$18,706.39
Total, de costo primo	\$71,606.39	\$73,898.48	\$76,274.64	\$78,738.43	\$81,293.59
Costos Indirectos de Fabricación					
indumentaria para personal de producción	\$106.68	\$109.42	\$112.23	\$115.12	\$118.08
suministro de limpieza	\$157.70	\$161.75	\$165.91	\$170.17	\$174.55
Servicios básicos	\$2,820.00	\$2,892.47	\$2,966.81	\$3,043.06	\$3,121.26
Arriendo	\$3,600.00	\$3,692.52	\$3,787.42	\$3,884.75	\$3,984.59
Depreciaciones	\$1,236.54	\$1,236.54	\$1,236.54	\$1,236.54	\$1,236.54
Subtotal	\$7,920.92	\$8,092.71	\$8,268.91	\$8,449.64	\$8,635.02
TOTAL, DE COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$79,527.31	\$81,991.19	\$84,543.55	\$87,188.08	\$89,928.61
COSTOS DE OPERACIÓN					
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
Sueldos administrativos	\$11,498.60	\$12,139.07	\$12,815.22	\$13,529.03	\$14,282.59
Suministro de oficina	\$46.11	\$47.30	\$48.51	\$49.76	\$51.04
Depreciaciones	\$101.68	\$101.68	\$101.68	\$103.55	\$103.55
Amortización del Act. Diferido	\$204.60	\$204.60	\$204.60	\$204.60	\$204.60
Total, de Gastos de administración	\$11,850.99	\$12,492.65	\$13,170.01	\$13,886.93	\$14,641.77
GASTO DE VENTAS					
Sueldos ventas	\$6,782.15	\$7,159.92	\$7,558.72	\$7,979.74	\$8,424.22
Suministro de ventas	\$960.00	\$984.67	\$1,009.98	\$1,035.93	\$1,062.56
Publicidad	\$992.00	\$1,017.49	\$1,043.64	\$1,070.47	\$1,097.98
depreciaciones	\$165.06	\$165.06	\$165.06	\$165.06	\$165.06
Total, gasto ventas	\$8,899.21	\$9,327.14	\$9,777.41	\$10,251.20	\$10,749.81
GASTOS FINANCIEROS					
Interés	\$984.96	\$777.60	\$570.24	\$362.88	\$155.52
Costo total	\$101,262.47	\$104,588.58	\$108,061.21	\$111,689.09	\$115,475.72

Nota: Información obtenida de las proyecciones de los activos circulantes, depreciaciones y financiamiento.

Elaboración: Maricela Abarca

Tabla 99*Costos directos por unidad de producción*

Producto	Materia prima	Mano de obra	Costo de producción
Pan de dulce	0.07	0.011	0.08
Pan de sal	0.08	0.011	0.09
Pan de maíz	0.07	0.011	0.08
Pan suizo	0.06	0.011	0.07
Pan pizza	0.13	0.011	0.14
Pan con cebolla y queso	0.06	0.011	0.08

Nota: La información está basada en la tabla N° 70 y 74.**Elaboración:** Maricela Abarca**Tabla 100***Cálculo de la tasa de costo indirecto*

Descripción	Valor costo	Costo indirecto
Costo indirecto	\$7,920.92	\$0.010
Gastos de administración	\$11,850.99	\$0.016
Gasto ventas	\$8,899.21	\$0.012
Gasto financiero	\$984.96	\$0.001
Tasa		\$0.039

Nota: Información obtenida de la tabla N° 97.**Elaboración:** Maricela Abarca

El cálculo se lo determinó dividiendo el valor de cada costo para las unidades anuales, obteniendo un costo indirecto por unidad de producción de \$0.039.

Costos unitarios

Los costos unitarios se calcularon para cada tipo de pan sumando el costo directo más el costo indirecto. Obteniendo un costo unitario para cada tipo de pan.

Tabla 101*Costos unitarios de los productos*

Producto	Costo directo	Costo indirecto	Costo unitario
Pan de dulce	0.08	\$0.039	\$0.12
Pan de sal	0.09	\$0.039	\$0.13
Pan de maíz	0.08	\$0.039	\$0.12
Pan suizo	0.07	\$0.039	\$0.11
Pan pizza	0.14	\$0.039	\$0.18
Pan con cebolla y queso	0.08	\$0.039	\$0.12

Nota: Información obtenida de la tabla N° 98 y 99.**Elaboración:** Maricela Abarca**Precio de venta**

El precio de venta se lo obtiene sumándole el margen de utilidad al costo unitario, se tendrá un incremento diferente para cada tipo de pan, como se puede observar se tendrá un producto estrella que será el pan pizza producto que genera el 12% de utilidad por unidad de pan, el incremento del precio se debe fijar en base a que en los años siguientes los costos de producción de la materia prima se incrementen o reduzcan. El precio de las unidades de pan varía de acuerdo al tipo de pan que serán de \$0.15, \$0.18, \$0.17, \$0.20 y \$0.30 el pan pizza.

Tabla 102*Precio de venta*

Producto	Costo unitario	%utilidad	Precio de venta
pan de dulce	\$0.12	3%	\$0.15
pan de sal	\$0.13	5%	\$0.18
pan de maíz	\$0.12	5%	\$0.17
pan suizo	\$0.11	7%	\$0.18
pan pizza	\$0.18	12%	\$0.30
pan con cebolla y queso	\$0.12	8%	\$0.20

Nota: Información obtenida de la tabla N° 100.**Elaboración:** Maricela Abarca**Presupuesto de ingresos**

Permite establecer los ingresos por las ventas de los panes, se procedió a multiplicar el precio de venta por las unidades producidas para cada año.

Tabla 103*Presupuesto de ingresos*

Tipo de productos	% Preferencia	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pan de dulce	43%	325,862	325,862	325,862	325,862	325,862
Precio		\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15
Total		\$49,029.28	\$49,029.28	\$49,029.28	\$49,029.28	\$49,029.28
Pan de sal	29%	216,372	216,372	216,372	216,372	216,372
Precio		\$0.18	\$0.18	\$0.18	\$0.18	\$0.18
Total		\$38,946.96	\$38,946.96	\$38,946.96	\$38,946.96	\$38,946.96
Pan de maíz	8%	59,959	59,959	59,959	59,959	59,959
Precio		\$0.17	\$0.17	\$0.17	\$0.17	\$0.17
Total		\$10,074.80	\$10,074.80	\$10,074.80	\$10,074.80	\$10,074.80
Pan suizo	11%	83,421	83,421	83,421	83,421	83,421
Precio		\$0.18	\$0.18	\$0.18	\$0.18	\$0.18
Total		\$15,175.17	\$15,175.17	\$15,175.17	\$15,175.17	\$15,175.17
Pan pizza	4%	28,676	28,676	28,676	28,676	28,676
Precio		\$0.30	\$0.30	\$0.30	\$0.30	\$0.30
Total		\$8,602.80	\$8,602.80	\$8,602.80	\$8,602.80	\$8,602.80
Pan con cebolla y queso	6%	41,710	41,710	41,710	41,710	41,710
Precio		\$0.20	\$0.20	\$0.20	\$0.20	\$0.20
Total	100%	\$8,342.00	\$8,342.00	\$8,342.00	\$8,342.00	\$8,342.00
Ingresos totales		\$130,171.01	\$130,171.01	\$130,171.01	\$130,171.01	\$130,171.01

Nota: Información obtenida de las unidades producidas anualmente. Para las unidades anuales se tomó en cuenta la capacidad utilizada que tiene la empresa.

Elaboración: Maricela Abarca

Costos Fijos y costos variables

Costos fijos permanecen firmes en relación con los cambios o volumen de producción y costos variables varían de acuerdo con el volumen de producción.

Tabla 104*Costos fijos y costos variables*

DETALLE	COSTO TOTAL	AÑO 1	
		C- F	C-V
COSTOS DE PRODUCCIÓN			
COSTOS PRIMOS			
Materia Prima Directa	\$56,546.29		\$56,546.29
Mano de obra Directa	\$15,060.10		\$15,060.10
Total, de costos de producción	\$71,606.39		
Gastos Indirectos de Fabricación			
Indumentaria para personal de producción	\$106.68	\$106.68	
Suministro de limpieza	\$157.70	\$157.70	
Servicios básicos	\$2,820.00		\$2,820.00
Arriendo	\$3,600.00	\$3,600.00	
Depreciación	\$1,236.54	\$1,236.54	
Total, de gastos indirectos de fabricación	\$7,920.92		
COSTOS DE OPERACIÓN			
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			
Sueldos administrativos	\$11,498.60	\$11,498.60	
Suministro de oficina	\$46.11	\$46.11	
Amortización del Act. Diferido	\$204.60	\$204.60	
depreciaciones	\$101.68	\$101.68	
GASTO VENTAS	\$11,850.99		
Sueldos ventas	\$6,782.15	\$6,782.15	
Suministro de ventas	\$960.00		\$960.00
Publicidad	\$992.00	\$992.00	
Depreciaciones	\$165.06	\$165.06	
TOTAL, GASTO VENTAS	\$8,899.21		
GASTOS FINANCIEROS			
Interés	\$984.96	\$984.96	
TOTAL	\$101,262.47	\$25,876.08	\$75,386.39

Nota: Información obtenida tabla N°97.**Elaboración:** Maricela Abarca

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que se igualan los ingresos con los costos, es decir no existe ni pérdidas ni ganancias, conocido como el punto muerto.

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{costos fijos}}{\text{precio venta} - \text{costo variable}}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{costos fijos}}{\text{suma de contribución ponderado}}$$

Tabla 105

Determinación de punto de equilibrio matemático

Producto	Pan de dulce	Pan de sal	Pan de maíz	Pan suizo	Pan pizza	Pan con cebolla y queso
Unidades a vender	325,862.00	216,372.00	59,959.00	83,421.00	28,676.00	41,710.00
% participación	43%	29%	8%	11%	4%	6%
Precio de venta unitario	0.15	0.18	0.17	0.18	0.30	0.20
Costo variable unitario	0.12	0.13	0.12	0.11	0.18	0.12
Precio promedio ponderado			0.17			
Costo promedio ponderado			0.13			
Costo fijo			\$25,876.08			
Margen de contribución	0.03	0.05	0.05	0.07	0.12	0.08
MC ponderado			0.048			
Punto de equilibrio			540,249			
Punto de equilibrio ingreso			\$93,420.37			
Punto equilibrio producto	232,866	154,623	42,848	59,614	20,492	29,807

Elaboración: Maricela Abarca

Para realizar el cálculo se tomó los 6 tipos de pan y las unidades que se producirá anualmente, así como el porcentaje de participación de cada uno, para calcular el precio promedio ponderado se sumó el precio de venta unitario más el % de participación obteniendo el 0.17 como precio promedio.

Al costo promedio se sumó el costo variable unitario más el % de participación y se obtuvo 0.13 costo promedio ponderado.

Para obtener el margen de contribución se restó el precio de venta menos el costo variable unitario para cada tipo de producto.

Para obtener el margen de contribución ponderado se sumó el margen de contribución más el % de participación y se obtuvo 0.048.

Para determinar el punto de equilibrio en total de unidades se dividió costo fijo para el MC ponderado $25\,876.08/0.048 = 540\,249$ unidades anuales las cuales debe producir la panadería para mantenerse y ni ganar ni perder.

El punto de equilibrio en ingresos se multiplicó $540,249 * 0.17 = 93\,420.37$ dólares.

Para calcular el punto de equilibrio en unidades para cada tipo de pan se multiplicó $540\,249 * \% \text{ participación}$.

Tabla 106

Tabla para grafica

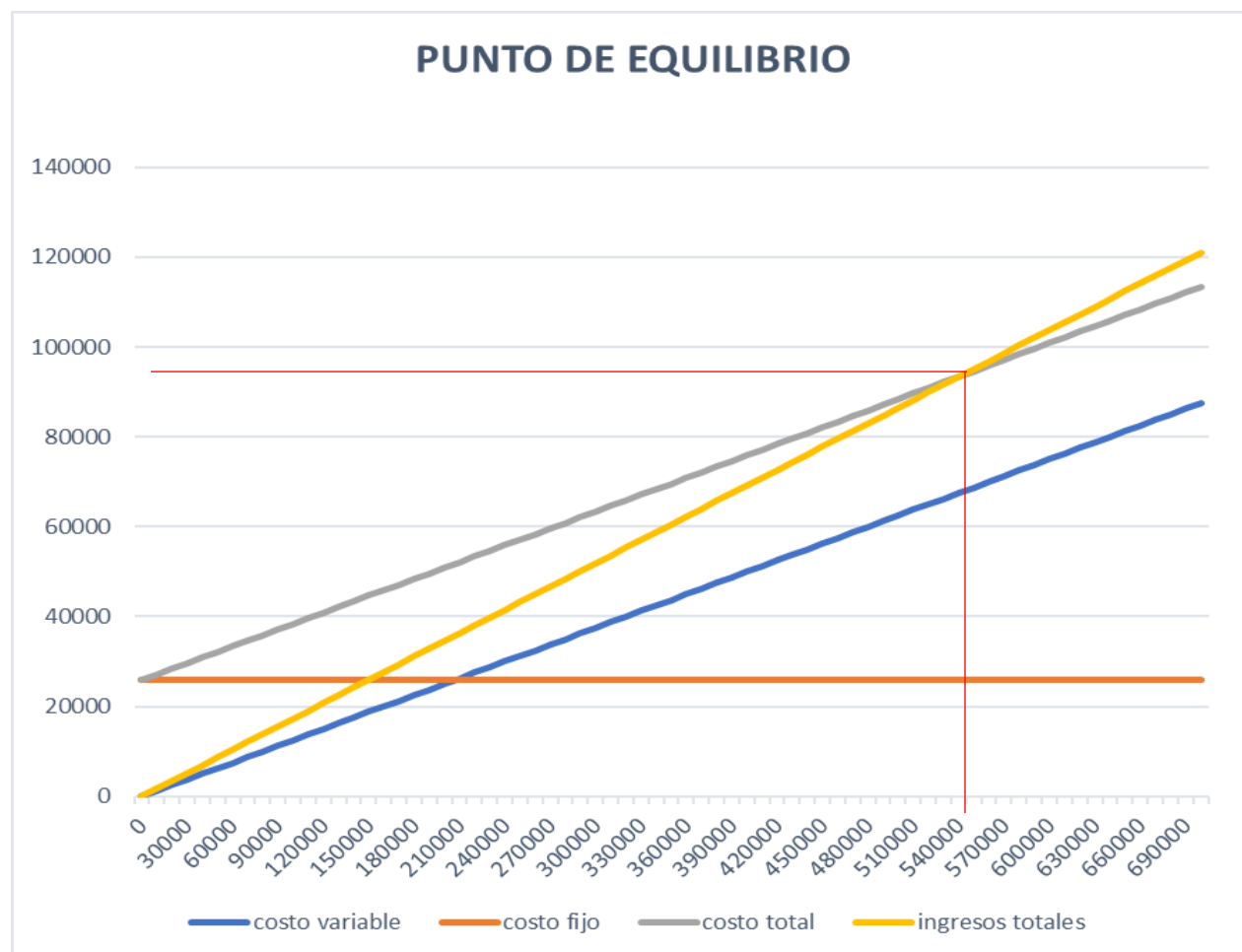
Unidades	Costo variable	Costo fijo	Costo total	Ingresos totales
0	0	\$25,876.08	\$25,876.08	\$0.00
10000	\$1,250.24	\$25,876.08	\$27,126.32	\$1,729.21
20000	\$2,500.49	\$25,876.08	\$28,376.57	\$3,458.42
30000	\$3,750.73	\$25,876.08	\$29,626.81	\$5,187.63
40000	\$5,000.97	\$25,876.08	\$30,877.05	\$6,916.83
50000	\$6,251.22	\$25,876.08	\$32,127.30	\$8,646.04
60000	\$7,501.46	\$25,876.08	\$33,377.54	\$10,375.25
70000	\$8,751.70	\$25,876.08	\$34,627.78	\$12,104.46
80000	\$10,001.94	\$25,876.08	\$35,878.03	\$13,833.67
90000	\$11,252.19	\$25,876.08	\$37,128.27	\$15,562.88
100000	\$12,502.43	\$25,876.08	\$38,378.51	\$17,292.09
110000	\$13,752.67	\$25,876.08	\$39,628.76	\$19,021.30
120000	\$15,002.92	\$25,876.08	\$40,879.00	\$20,750.50
130000	\$16,253.16	\$25,876.08	\$42,129.24	\$22,479.71
140000	\$17,503.40	\$25,876.08	\$43,379.48	\$24,208.92
150000	\$18,753.65	\$25,876.08	\$44,629.73	\$25,938.13
160000	\$20,003.89	\$25,876.08	\$45,879.97	\$27,667.34
170000	\$21,254.13	\$25,876.08	\$47,130.21	\$29,396.55
180000	\$22,504.38	\$25,876.08	\$48,380.46	\$31,125.76
190000	\$23,754.62	\$25,876.08	\$49,630.70	\$32,854.96
200000	\$25,004.86	\$25,876.08	\$50,880.94	\$34,584.17
210000	\$26,255.10	\$25,876.08	\$52,131.19	\$36,313.38
220000	\$27,505.35	\$25,876.08	\$53,381.43	\$38,042.59

230000	\$28,755.59	\$25,876.08	\$54,631.67	\$39,771.80
240000	\$30,005.83	\$25,876.08	\$55,881.92	\$41,501.01
250000	\$31,256.08	\$25,876.08	\$57,132.16	\$43,230.22
260000	\$32,506.32	\$25,876.08	\$58,382.40	\$44,959.43
270000	\$33,756.56	\$25,876.08	\$59,632.64	\$46,688.63
280000	\$35,006.81	\$25,876.08	\$60,882.89	\$48,417.84
290000	\$36,257.05	\$25,876.08	\$62,133.13	\$50,147.05
300000	\$37,507.29	\$25,876.08	\$63,383.37	\$51,876.26
310000	\$38,757.54	\$25,876.08	\$64,633.62	\$53,605.47
320000	\$40,007.78	\$25,876.08	\$65,883.86	\$55,334.68
330000	\$41,258.02	\$25,876.08	\$67,134.10	\$57,063.89
340000	\$42,508.26	\$25,876.08	\$68,384.35	\$58,793.10
350000	\$43,758.51	\$25,876.08	\$69,634.59	\$60,522.30
360000	\$45,008.75	\$25,876.08	\$70,884.83	\$62,251.51
370000	\$46,258.99	\$25,876.08	\$72,135.08	\$63,980.72
380000	\$47,509.24	\$25,876.08	\$73,385.32	\$65,709.93
390000	\$48,759.48	\$25,876.08	\$74,635.56	\$67,439.14
400000	\$50,009.72	\$25,876.08	\$75,885.80	\$69,168.35
410000	\$51,259.97	\$25,876.08	\$77,136.05	\$70,897.56
420000	\$52,510.21	\$25,876.08	\$78,386.29	\$72,626.76
430000	\$53,760.45	\$25,876.08	\$79,636.53	\$74,355.97
440000	\$55,010.70	\$25,876.08	\$80,886.78	\$76,085.18
450000	\$56,260.94	\$25,876.08	\$82,137.02	\$77,814.39
460000	\$57,511.18	\$25,876.08	\$83,387.26	\$79,543.60
470000	\$58,761.42	\$25,876.08	\$84,637.51	\$81,272.81
480000	\$60,011.67	\$25,876.08	\$85,887.75	\$83,002.02
490000	\$61,261.91	\$25,876.08	\$87,137.99	\$84,731.23
500000	\$62,512.15	\$25,876.08	\$88,388.24	\$86,460.43
510000	\$63,762.40	\$25,876.08	\$89,638.48	\$88,189.64
520000	\$65,012.64	\$25,876.08	\$90,888.72	\$89,918.85
530000	\$66,262.88	\$25,876.08	\$92,138.96	\$91,648.06
540000	\$67,513.13	\$25,876.08	\$93,389.21	\$93,377.27
550000	\$68,763.37	\$25,876.08	\$94,639.45	\$95,106.48
560000	\$70,013.61	\$25,876.08	\$95,889.69	\$96,835.69
570000	\$71,263.86	\$25,876.08	\$97,139.94	\$98,564.89
580000	\$72,514.10	\$25,876.08	\$98,390.18	\$100,294.10
590000	\$73,764.34	\$25,876.08	\$99,640.42	\$102,023.31
600000	\$75,014.58	\$25,876.08	\$100,890.67	\$103,752.52
610000	\$76,264.83	\$25,876.08	\$102,140.91	\$105,481.73
620000	\$77,515.07	\$25,876.08	\$103,391.15	\$107,210.94
630000	\$78,765.31	\$25,876.08	\$104,641.40	\$108,940.15
640000	\$80,015.56	\$25,876.08	\$105,891.64	\$110,669.36
650000	\$81,265.80	\$25,876.08	\$107,141.88	\$112,398.56

660000	\$82,516.04	\$25,876.08	\$108,392.12	\$114,127.77
670000	\$83,766.29	\$25,876.08	\$109,642.37	\$115,856.98
680000	\$85,016.53	\$25,876.08	\$110,892.61	\$117,586.19
690000	\$86,266.77	\$25,876.08	\$112,142.85	\$119,315.40
700000	\$87,517.02	\$25,876.08	\$113,393.10	\$121,044.61

Elaboración: Maricela Abarca

Representación gráfica del punto de equilibrio



Nota. - El siguiente gráfico indica que la panadería deberá producir y vender 540 249 unidades para que se mantenga en un punto de equilibrio, es decir no tendrá ni pérdidas ni ganancias.

Estado de resultados proyectados

Permite medir la actividad de una empresa a lo largo de un periodo, se calcula la utilidad neta a través de la diferencia entre los ingresos por ventas y los egresos por conceptos de costos.

Tabla 107*Estado de resultados*

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ingreso por ventas de pan	\$130,171.01	\$130,171.01	\$130,171.01	\$130,171.01	\$130,171.01
(-) costo de producción	\$79,527.31	\$81,991.19	\$84,543.55	\$87,188.08	\$89,928.61
(=) utilidad bruta	\$50,643.70	\$48,179.82	\$45,627.46	\$42,982.93	\$40,242.39
(-) costo operativo (administración y venta)	\$20,750.20	\$21,819.79	\$22,947.42	\$24,138.13	\$25,391.58
(=) utilidad antes de gastos financieros	\$29,893.49	\$26,360.03	\$22,680.04	\$18,844.80	\$14,850.81
(-) gasto financiero	\$984.96	\$777.60	\$570.24	\$362.88	\$155.52
(=) utilidad antes de distr. Trabajadores	\$28,908.53	\$25,582.43	\$22,109.80	\$18,481.92	\$14,695.29
(-)15% distribución a los trabajadores	\$4,336.28	\$3,837.36	\$3,316.47	\$2,772.29	\$2,204.29
(=) utilidad antes del impuesto a la renta	\$24,572.25	\$21,745.06	\$18,793.33	\$15,709.63	\$12,491.00
(-) 25% de impuesto a la renta	\$6,143.06	\$5,436.27	\$4,698.33	\$3,927.41	\$3,122.75
(=) utilidad antes de la reserva	\$18,429.19	\$16,308.80	\$14,095.00	\$11,782.22	\$9,368.25
(-)5% de reserva legal	\$921.46	\$815.44	\$704.75	\$589.11	\$468.41
(=) Utilidades para accionistas	\$17,507.73	\$15,493.36	\$13,390.25	\$11,193.11	\$8,899.83

Nota: Información recabada de tabla N°102.

Elaboración: Maricela Abarca

Flujo de caja

El flujo de caja permite cubrir todos los requerimientos de efectivo del proyecto, posibilitando que el inversionista cuente con el suficiente margen de recursos para cubrir sus necesidades de efectivo.

Tabla 108*Flujo de caja*

RUBROS	0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
BANECUADOR	\$8,000.00					
CAPITAL PROPIO	\$16,179.71					
Ventas de pan		\$130,171.01	\$130,171.01	\$130,171.01	\$130,171.01	\$130,171.01
Valor residual				593.674		\$9,756.53
Total, Ingresos	\$24,179.71	\$130,171.01	\$130,171.01	\$130,764.68	\$130,171.01	\$139,927.54
EGRESOS						
ACTIVO FIJO	\$17,155.33					
ACTIVO DIFERIDO	\$1,023.00					
ACTIVO CIRCULANTE	\$6,001.38					
Total, costo producción	\$24,179.71	\$101,262.47	\$104,588.58	\$108,061.21	\$111,689.09	\$115,475.72
Compra de equipo de cómputo					\$715.01	
15% utilidad trabajadores		\$4,336.28	\$3,837.36	\$3,316.47	\$2,772.29	\$2,204.29
25% impuesto a la renta		\$6,143.06	\$5,436.27	\$4,698.33	\$3,927.41	\$3,122.75
Amortización del Capital		\$1,600.00	\$1,600.00	\$1,600.00	\$1,600.00	\$1,600.00
Total, egresos		\$113,341.82	\$115,462.21	\$117,676.01	\$120,703.80	\$122,402.76
Flujo de caja	\$0.00	\$16,829.19	\$14,708.80	\$13,088.67	\$9,467.21	\$17,524.78
Depreciaciones		1503.28	1503.28	1503.28	1505.14	1505.14
Amortización del Diferido		204.6	204.6	204.6	204.6	204.6
FLUJO DE CAJA		\$18,537.07	\$16,416.68	\$14,796.55	\$11,176.96	\$19,234.53

Nota: Información recabada de tabla N°103.

Elaboración: Maricela Abarca

Evaluación financiera

Es uno de los puntos más importantes, ya que del mismo dependerá su aceptación o rechazo del proyecto.

Valor actual neto

El valor actual neto permite aceptar o rechazar el proyecto, siendo esta la sumatoria de los beneficios netos descontados a una tasa de actualización pertinente.

Tabla 109*Valor Actual neto*

Periodo	Flujo de Caja	Factor Actualización (12.96%)	Flujo de Caja Actualizado
0		12.96%	
1	\$18,537.07	0.885269	\$16,410.30
2	\$16,416.68	0.783701	\$12,865.78
3	\$14,796.55	0.693787	\$10,265.65
4	\$11,176.96	0.614188	\$6,864.75
5	\$19,234.53	0.543722	\$10,458.23
SUMATORIA DE FLUJOS ACTUALIZADOS			\$56,864.70
(-) INVERSION			\$24,179.71
VALOR ACTUAL NETO			\$32,684.99

Nota: Información recabada de tabla N°107.**Elaboración:** Maricela Abarca

Para determinar el VAN se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = \text{Sumatoria VAN} - \text{Inversión inicial}$$

El valor actual neto en el presente proyecto es de **\$32 684.99**; por lo tanto, el proyecto es aceptable porque supera la inversión inicial.

Tasa interna de retorno

Es la tasa de interés que arroja el proyecto durante su vida útil.

Si la TIR es mayor a la tasa de oportunidad el proyecto es rentable

Si la TIR es menor a la tasa de oportunidad el proyecto no es rentable

Si la TIR es igual a la tasa de oportunidad el proyecto es indiferente

Tabla 110

Tasa Interna de retorno

Años	Flujo De Caja	Factor De Actualización	Van Menor	Factor De Actualización	Van Mayor
0	-\$ 24,179.71	63.00%	-\$ 24,179.71	64.00%	-\$ 24,179.71
1	\$ 18,537.07	0.613497	\$ 11,372.44	0.609756	\$ 11,303.09
2	\$ 16,416.68	0.376378	\$ 6,178.89	0.371802	\$ 6,103.76
3	\$ 14,796.55	0.230907	\$ 3,416.63	0.226709	\$ 3,354.51
4	\$ 11,176.96	0.141661	\$ 1,583.34	0.138237	\$ 1,545.07
5	\$ 19,234.53	0.086908	\$ 1,671.64	0.084291	\$ 1,621.30
VAN Tm			\$ 43.22	VAN TM	-\$ 251.98
TIR					63.15%

Nota: Información recabada de tabla N°108.

Elaboración: Maricela Abarca

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$TIR = 63 + 1 \left(\frac{\$ 43.22}{\$ 43.22 - (-\$251.98)} \right)$$

$$TIR = \$295.20$$

$$TIR = 0.15$$

$$TIR = \mathbf{63.15\%}$$

La tasa interna de retorno de este proyecto es de 63.15% siendo esta mayor a la tasa de oportunidad por lo tanto se determina rentable.

Relación beneficio costo

Es un indicador financiero que indica la cantidad alcanzada por cada dólar invertido. Se lo obtiene a través de la división de los ingresos actualizados para los costos actualizados.

Tabla 111*Relación beneficio costo*

Periodo	Ingresos originales	Costos originales	Factor actualización	Ingresos actualizados	Costos actualizados
			12.96%		
1	\$130,171.01	\$101,262.47	0.8853	\$115,236.37	\$89,644.54
2	\$130,171.01	\$104,588.58	0.7837	\$102,015.20	\$81,966.22
3	\$130,764.68	\$108,061.21	0.6938	\$90,722.79	\$74,971.42
4	\$130,171.01	\$111,689.09	0.6142	\$79,949.46	\$68,598.09
5	\$130,171.01	\$115,475.72	0.5437	\$70,776.79	\$62,786.64
				458,700.62	377,966.92

Nota: Información recabada de tabla N°97 y 102.**Elaboración:** Maricela Abarca

Para calcular la RBC se aplica la siguiente fórmula:

$$RBC = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Costos actualizados}}$$

$$RBC = \frac{458,700.62}{377,966.92}$$

$$RBC = 1.21$$

La relación beneficio-costo en el presente proyecto es, que por cada dólar que se invierte se obtendrá una rentabilidad de 0.21 centavos de dólar.

Periodo de recuperación de capital

Es el tiempo en que se tarda en recuperar la inversión del proyecto, para ello es necesario determinar el costo de capital promedio ponderado.

Tabla 112

Periodo de recuperación de capital

Periodo	Inversión	Flujo neto	Sumatoria del flujo neto actualizado
0	\$24,179.71		
1		\$18,537.07	\$18,537.07
2		\$16,416.68	\$34,953.75
3		\$14,796.55	\$49,750.31
4		\$11,176.96	\$60,927.26
5		\$19,234.53	\$80,161.79

Nota: Información recabada de tabla N°107.

Elaboración: Maricela Abarca

Fórmula

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{flujos hasta el año que supera la inversión}}{\text{flujo neto del año que supera la inversión}}$$

$$P.R.C. = 2 + \frac{24,179.71 - 34,953.75}{16,416.68}$$

P.R.C. = 1.34 1 años

0.34*12 = 4.08 4 meses

0.08x 30 = 2 días

Esto muestra que el tiempo para recuperar el capital será de 1 año 4 meses y 2 días.

Análisis de sensibilidad

Permite identificar las áreas fuertes y débiles de este proyecto, permitiendo ver el fracaso o éxito de la panadería.

Tabla 113*Análisis de sensibilidad con incremento*

Análisis de sensibilidad con aumento del 8.13% en los costos								
Años	costo total original	Costo total aumentado 8.13%	Ingreso original	Flujo neto	Factor act. 62.00%	a c t u a l i z a c i ó n		
						Valor actual	Factor act. 63.00%	Valor actual
0				-24,179.71		-24,179.71		-24,179.71
1	101,262.47	109,495.11	130,171.01	20,675.89	0.61728	12,762.90	0.61350	12,684.60
2	104,588.58	113,091.63	130,171.01	17,079.38	0.38104	6,507.92	0.37638	6,428.31
3	108,061.21	116,846.58	130,764.68	13,918.10	0.23521	3,273.67	0.23091	3,213.79
4	111,689.09	120,769.41	130,171.01	9,401.60	0.14519	1,365.03	0.14166	1,331.84
5	115,475.72	124,863.89	130,171.01	5,307.11	0.08962	475.65	0.08691	461.23
						205.45		-59.94

Elaboración: Maricela Abarca

Análisis. - El valor obtenido es de 0.94 demuestra que el proyecto no es sensible a un incremento de hasta el 8.13% en los costos.

TIR DEL PROYECTO =63.15%

NUEVA TIR=62.77%

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$NTIR = 62 + 1 \left(\frac{205.45}{205.45 - (-59.94)} \right)$$

NUEVA TIR = 62.77%

DIFERENCIA DE TIR

DIF TIR = TIR – NTIR

DIF TIR = 63.15 – 62.77 =0.00372%

PORCENTAJE DE VARIACIÓN

%VARIACION = DIFERENCIA DE TIR/TIR * 100

%VARIACION = (0.00372%/63.15%) * 100

%VARIACION = 0.59%

SENSIBILIDAD

SENSIBILIDAD = %VARIACION/NUEVA TIR

SENSIBILIDAD = 0.59/62.77

SENSIBILIDAD = 0.94

Tabla 114*Análisis de sensibilidad con disminución*

Análisis de sensibilidad con disminución del 6.56% en los ingresos								
Años	Ingreso Original	Ingreso original Disminuido 6.56%	Costo Original	Flujo Neto	Factor de Actualización 62.00%	Actualización Valor Actual Tm	Factor de Actualización 63.00%	Valor Actual TM
0				-24,179.71				
1	130,171.01	121,631.79	101,262.47	20,369.32	0.617283951	\$12,573.65	0.6134969	\$12,496.51
2	130,171.01	121,631.79	104,588.58	17,043.21	0.381039476	\$6,494.14	0.3763785	\$6,414.70
3	130,764.68	122,186.52	108,061.21	14,125.31	0.235209553	\$3,322.41	0.2309070	\$3,261.63
4	130,171.01	121,631.79	111,689.09	9,942.70	0.145191082	\$1,443.59	0.1416608	\$1,408.49
5	130,171.01	121,631.79	115,475.72	6,156.07	0.089624125	\$551.73	0.0869084	\$535.01
					Total	\$24,385.52	Total	\$24,116.35
					Inversión	24,179.71	Inversión	\$24,179.71
					VAN	\$205.81	VAN	-\$63.36

Elaboración: Maricela Abarca

Análisis. – El valor obtenido es de 0.96 que significa que el proyecto no es sensible ante una disminución de hasta 6.56% en los ingresos.

TIR DEL PROYECTO =63.15%

NUEVA TIR=62.76%

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$NTIR = 32 + 2 \left(\frac{205.81}{205.81 - (-63.36)} \right)$$

NUEVA TIR = 62.76%

DIFERENCIA DE TIR

DIF TIR = TIR – NTIR

DIF TIR = 63.15 – 62.76=0.38%

PORCENTAJE DE VARIACIÓN

%VARIACION = DIFERENCIA DE TIR/TIR * 100

%VARIACION = (0.38%/63.15%) * 100

%VARIACION = 0.60%

SENSIBILIDAD

SENSIBILIDAD = %VARIACION/NUEVA TIR

SENSIBILIDAD = 0.60/62.76

SENSIBILIDAD = 0.96

8. Conclusiones

Con los resultados obtenidos en este proyecto se describen las siguientes conclusiones.

- Con el estudio de mercado se pudo determinar que 9 de cada 10 familias adquirirían los productos de la panadería. Los productos preferidos por las familias serán: pan de dulce, pan de sal, pan de maíz, pan suizo, pan pizza y pan con cebolla queso, estos productos de línea de panadería son un alimento fundamental en las familias y su consumo es considerado masivo.
- En el estudio técnico se determinó que la planta se localizará en el eje vial cuarto siendo un lugar muy transitado por las familias y por las condiciones óptimas. Además, el tamaño de la capacidad instalada estimada de 4 204,800 unidades al año por ende la capacidad utilizada es de 756 000 unidades anuales.
- En el estudio administrativo legal se determinó que la forma jurídica será “Compañía Unipersonal de Responsabilidad Limitada “con el propósito de elaborar y vender productos de panadería.
- La inversión necesaria suma; activos fijos \$17 155.33, diferidos \$1 023.00 y circulante \$6 001.38 con un total de \$24 179.71 que podrá ser financiado por sus accionistas con el 66.91% y el 33.09% restante estará financiado por un crédito otorgado por el banco BanEcuador a una tasa de interés del 12.96% para un plazo de 5 años.
- El costo unitario para cada tipo de pan será: pan de dulce \$0.12, pan de sal \$0.13, pan de maíz \$0.12, pan zuiso \$0.11, pan pizza \$0.18 y pan con cebolla y queso \$0.12. Además, el margen de utilidad varía entre 3%, 4%, 5%, 7% y 12%. El precio de venta al público de pan de dulce \$0.15, pan de sal \$0.18, pan de maíz \$0.17, pan suizo \$0.18, pan pizza \$0.30 y pan con cebolla y queso \$0.20.
- El VAN es positivo con el valor de \$32 648.99 por lo tanto es rentable, la TIR es de 63.15% lo cual es superior a la tasa de oportunidad que es de 12.96% lo que significa que será muy satisfactorio. Además, la RBC se obtendrá \$0.21 por cada dólar invertido, el PRC será de 1 año 4 meses y 2 días, es decir que la inversión se recuperara favorablemente.
- El análisis de sensibilidad determina que el proyecto soporta un incremento en los costos de hasta el 8.13% y una disminución de los ingresos de 6.56%.

9. Recomendaciones

- Para que una persona natural o jurídica ponga en marcha un proyecto de creación de una panadería debe, primeramente, realizar un estudio de prefactibilidad y conocer si existe rentabilidad o va ser un fracaso, para que en años siguientes no cierren sus negocios.
- Que al momento de incrementar un producto tomen en cuenta todos sus costos tanto directos como indirectos, para que de esa manera no haya pérdidas.
- Que en un futuro se incremente la producción de línea de diferentes tipos de pan y si es posible la pastelería, la diversificación de productos y servicios siempre incrementará clientes por ende rentabilidad con esto se ganara más clientes y por ende generar una mayor rentabilidad.
- Con la finalidad de llegar a más familias con los diferentes productos se podría ubicar una sucursal en la parroquia Chito barrio la cruz, donde es un sector con bastante afluencia de familias, allí hacer un estudio de mercado para definir la demanda insatisfecha.
- Que los productos al ser elaborados cuenten con la debida higiene y cuidado en los procesos, para así ofrecer productos que sean aptos para el consumo humano.
- Que al debido personal que formen parte de la empresa se les pague conforme lo estipula la ley y otorgar los beneficios de sociales que les corresponden.
- Analizar la posibilidad de adquirir un carro con la finalidad de llegar a todas las parroquias y barrios aledaños del cantón, haciendo entregas al por mayor.

10. Bibliografía

Conexión ESAN, (29/10/2019). Análisis de sensibilidad: ¿qué es y cuál es su importancia en un proyecto? <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/analisis-de-sensibilidad-que-es-y-cual-es-su-importancia-en-un-proyecto>.

Cuevas, (2004). control de costos y gastos en los restaurantes. Limusa.

Diana Ramírez, (s.f). Pan alimento básico de los ecuatorianos. <https://ecuador.gastronomia.com/>.

Enlace horeca, (04/2021). Panadería un oficio de valor.

<https://enlacehoreca.com/panaderia-un-oficio-de-valor/>

Ezpinoza.S(200C). Proyectos de inversión. Costa rica.

Gabygaray (2020). El origen y evolución del pan. Consultado 12 de julio 2022.

<https://www.gabygaray.com/>

Gitman, (2003). Principios de administración financiera. Pearson educación de México.

Infoalimenta (s.f). La harina de trigo. <http://www.infoalimenta.com/biblioteca-alimentos/6/67/harina-de-trigo>

Jiménez, Espinoza, Fonseca, (2007). Ingeniería económica. Editorial tecnológica de costa Rica.

La vanguardia (24/12/2020). Sal propiedades y beneficios.

<https://www.lavanguardia.com/comer/materia-prima/20181102/452670163564/sal-beneficios-propiedades-valor-nutricional-alimentos.html>

La hora (04/04/022). El pan en Ecuador es uno de los más caros de América Latina

<https://www.lahora.com.ec/>

Mary Gavin, (05/2022). Que son las grasas. <https://kidshealth.org/es/parents/fat.html>

Magallanes fierro (2015). Estudio de factibilidad para la creación de una panadería y pastelería en la Avenida Delta de la ciudad de Guayaquil “DILIROMA” ” BAKERY & CAFÉ” <http://repositorio.ug.edu.ec/>

Moreno Fierro (2020). Estudio de factibilidad para una panadería en la urbanización Real Alto sector Cumbayá. <https://repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec>

Mundopan, (2017). Historia de la evolución del pan hasta hoy. Consultado 29 de julio 2022. <https://mundopan.es/historia-de-la-evolucion-del-pan-hasta-hoy/>.

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (s.f) portal lácteo. <https://www.fao.org/dairy-production-products/products/composicion-de-la-leche/es/>.

Ortiz Anaya, Ortiz Niño, (julio 2018). Flujo de caja y proyecciones financieras con análisis de riesgo. DGP Editores S.A.S.

Publicaciones vértice. (2008). Gestión de proyectos. Vértice

Raíza Hamel, (s: f). Materias primas fundamentales de la panadería repostería. Consultado 29 julio 2022.

Revista lideres (14/11/2019). La industria panificadora se halla en crecimiento.

<https://www.revistalideres.ec/>

Román F, (2017). Estados Financieros básicos. ISEF EMPRESA LIDER.

RRAAE.CEDIA, (2012). Producción industrial Microempresa Plan de negocios Comercialización de pan – Creación Administración de Empresas – Tesis

Sánchez J, (2020). Demanda potencial. Enciclopedia.com

Sense, (s.f). Todo sobre e azúcar. <https://makingsenseofsugar.com/es/es/todo-sobre-el-azucar/que-es-el-azucar/>

Serrano.F, (2020). Proyectos de inversión. Grupo editorial patria

Toapanta, Quisphe (2017). Trabajo de titulación, modalidad proyecto de investigación para la obtención del título en ingeniera en contabilidad y auditoría, contadora publica autorizada. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/16038>

Váquiro C, (2019). El valor presente neto. <https://pymesfuturo.com/vpneto.htm>.

Vargas S, (2006). Introducción a la teoría económica. Pearson educación.

Vásconez L, (2011). una familia pobre destina 26% de sus ingresos a la compra de pan. <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-familias-pan-ingresos-precio-sub.html>

11. Anexos

Anexo 1

Cuestionario de preguntas de las encuestas a las familias

ENCUESTA A LAS FAMILIAS DE LA PARROQUIA ZUMBA

Estimado Sr(a).

Con el objetivo de determinar la factibilidad para la creación de una Panadería en la parroquia zumba del Cantón Chinchipe, Provincia de Zamora Chinchipe, le pido encarecidamente me permita un momento de su tiempo y se digne contestar las siguientes preguntas, información que me será útil para mi proyecto de tesis.

Instrucciones:

Marque con x en el casillero que crea conveniente

1. ¿Consume su familia pan?

- SI
- No

2. ¿El pan que consume es comprado o elaborado por usted?

- Comprado
- Elaborado

3. ¿Con que frecuencia compra el pan que consume?

- Diaria
- semanal
- Quincenal
- Mensual
- Otra.....

4. ¿Qué cantidad de panes compra según la frecuencia indicada anteriormente?

- Diaria 4 8 10 15 20 25 30
- Semanal 4 8 10 15 20 25 30
- Quincenal 4 8 10 15 20 25 30
- Mensual 4 8 10 15 20 25 30
- otra

5. ¿Cuál es el monto que invierte en la compra de pan diariamente?

- Menos de \$5.00
- Mas de 10.00
- De \$15.00 a \$20.00

6. ¿Del siguiente listado señale que tipo de pan prefieren para el consumo de su familia califique del 1 al 5 siendo 1 el que más le guste y 5 el que menos le gusta?

	1	2	3	4	5
Pan de dulce					
Pan de sal					
Pan de leche					
Pan pizza					
Pan de naranja					
Pan de huevo					
Pan mixto					

7. ¿Dónde compra habitualmente el pan?

- Panaderías
- Supermercados

- Tiendas ()
- 8. **¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por un pan?**
- 15 ctvs. ()
- 20 ctvs. ()
- 25 ctvs. ()
- 30 ctvs. ()
- 9. **¿Determine el nivel de importancia al momento de elegir un pan en una panadería siendo 4 la más importante y 1 la menos importante?**

Nivel de importancia	1	2	3	4
Tamaño				
Precio				
Sabor				
Servicio				

- 10. **¿En el caso de implementarse una panadería consumiría nuestros productos?**
- Si ()
- No ()
- 11. **En la parroquia de Zumba se desea iniciar una nueva panadería que ofrecerá productos elaborados de acuerdo a las normas de calidad e higiene. Estaría dispuesto a comprar en la nueva panadería.**
- SI ()
- NO ()
- 12. **¿Cuántos panes compraría diariamente?**
- Menos de 5 ()
- Entre 5 y 10 ()
- Mas de 15 ()
- 13. **¿Qué tipo de pan compraría, señale en orden de preferencia?**
- 1. Pan de dulce ()
- 2. Pan de sal ()
- 3. pan de maíz ()
- 4. Pan pizza ()
- 5. Pan de naranja ()
- 6. Pan con cebolla y queso ()
- 14. **¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir por su compra?**
- Descuentos ()
- Unidad gratis ()
- Sorpresa ()
- 15. **Mediante qué medios de comunicación le gustaría conocer acerca de la creación de la nueva panadería.**
- Radio ()
- Prensa ()
- Tv ()
- Hojas Volantes ()
- Internet ()

Anexo 2

Preguntas para conocer la oferta del pan

Preguntas realizadas a los ofertantes del pan

¿Cuántas unidades de pan vende diariamente?

- 1500 ()
- 2000 ()
- 2500 ()

¿Cuál es el precio por sus productos?

- 0.15 a 0.20 ()
- 0.20 a 0.25 ()

¿Qué tipo de promoción dan por la compra de sus productos?

- Una unidad gratis ()
- Descuentos ()
- Ninguna ()

Anexo 3

Certificado de Traducción del Resumen



THE CANADIAN HOUSE CENTER
Instituto de Idiomas de Canadá

"Make today so awesome, yesterday gets jealous."

Loja, 17 de noviembre de 2022

CERTIFICADO DE TRADUCCIÓN

A quien corresponda,

Yo, José Geovanny Jiménez Balcázar, traductor oficial del The Canadian House Center, instituto privado especializado en la enseñanza del inglés como lengua extranjera y centro de traducción autorizado y acreditado por el Consejo Nacional de la Judicatura del Ecuador bajo la licencia profesional número 12282677, certifico que el resumen de tesis titulada *"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PANADERÍA EN LA PARROQUIA ZUMBA DEL CANTÓN CHINCHIPE, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE"* realizada por la Sra. *Maricela Patricia Abarca Villacis*, portadora de la cédula de identidad ecuatoriana 1105034696, estudiante de la Universidad Nacional de Loja del área Jurídica Social y Administrativa de la carrera de Administración de Empresas, ha sido traducido de buena fe del español al inglés en la institución antes mencionada, y es una traducción fiel y exacta del documento original según mi leal saber y entender.

La portadora puede hacer uso de este certificado y del documento traducido para cualquier fin legal que considere oportuno.




Lic. José Geovanny Jiménez Balcázar
TRADUCTOR OFICIAL
THE CANADIAN HOUSE CENTER
Email: chcloja@gmail.com
Tel: +593 (0)7 258 4334

**CHC MATRIZ:** Venezuela 11 - 77 e/ José María Peña y Av. Pío Jaramillo Alvarado
CHC CENTRO: Miguel Riofrío 14 - 35 entre Bolívar y Sucre
2585257 (Chc Centro) - 2585435 (Chc Matriz)

www.thecanadianhousecenter.com
 CHC Loja