



1859



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Contabilidad y Auditoría

**Proyecto de factibilidad para la implementación de
una panadería en la cascarilla de la ciudad de
Loja**

Trabajo de Integración Curricular previo a
la obtención del título de Licenciada en
Contabilidad y Auditoría

AUTORA:

Josselyn De Los Ángeles Palacios Reinoza

DIRECTOR

Ing. Luis Riofrio Leiva. MAE

Loja – Ecuador

Año 2024

Certificación

Loja. 27 de mayo del 2024

Ing. Luis Antonio Riofrío Leiva, MAE.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

C E R T I F I C O:

Que he revisado y orientado todo el proceso de elaboración del Trabajo de Integración Curricular denominado: **“Proyecto de factibilidad para la implementación de una panadería en la ciudadela la Cascarilla de la ciudad de Loja.”**, previa a la obtención de **Licenciada en Contabilidad y Auditoría**, de la autoría de la estudiante **Josselyn de los Angeles Palacios Reinoza** , con cédula de identidad Nro.**1106015371** una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación del mismo para su respectiva sustentación y defensa.

Ing. Luis Antonio Riofrío Leiva, MAE.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Autoría

Yo, **Josselyn de los Ángeles Palacios Reinoza** declaro ser autora del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular, en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:

Cédula de identidad: 1106015371

Fecha: 27 de mayo del 2024

Correo electrónico: josselyn.palacio@unl.edu.ec

Teléfono: 0939279250

Carta de autorización por parte del autor/a, para consulta, reproducción parcial o Total, y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Integración Curricular o de Titulación.

Yo, **Josselyn de los Ángeles Palacios Reinoza**, declaro ser autora del Trabajo de Integración Curricular denominado **“Proyecto de factibilidad para la implementación de una panadería en la ciudadela la cascarilla – Loja”** como requisito para optar por el título de **Licenciada en Contabilidad y Auditoría** autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Institucional.

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

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Integración Curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 27 días del mes de mayo de dos mil veinticuatro.

Firma:

Autor/a: Josselyn de los Ángeles Palacios Reinoza

Cédula: 1106015371

Dirección: La cascarilla

Correo electrónico: joch985@gmail.com

Teléfono: 0939279250

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director del Trabajo de Titulación: Ing, Luis Antonio Riofrio Leiva

Dedicatoria

Mi trabajo de integración curricular esta dedica primero a Dios y al Divino Niño quienes me ayudaron y me supieron apoyar en mis momentos más débiles dentro del trayecto de mi carrera.

A mi familia

Mi madre.

Magdalena Reinoza gracias por ser incondicional para mí, por saber alentarme cuando supiste que me iba a rendir guiarme por el buen camino, por ser fuerte y demostrarme que con perseverancia y valentía todo se puede, que rendirse no es la mejor opción, pero sobre todo gracias por amarme con mis defectos y virtudes.

A mi hijo

Thiago Robles el ser que ilumina mi camino el que me da fuerza y alegraba cada día pesado que pasaba su mamá con un abrazo recargabas mi energía, tú también fuiste parte fundamental para culminar este largo pero bello camino como lo es mi profesión de contadora y auditora.

A mi hermana

Fabiola Reinoza, gracias por ser esa hermana incondicional la que me ayudaba en mis momentos más difíciles y acompañarme en cada paso que realizaba académicamente.

Y finalmente a todas esas personas que contribuyeron a que culmine mi carrera indirectamente, gracias papá Sr. Jorge Palacios, a mi esposo Sr. Angel Ayora, y la Sra. María Castillo

Josselyn de los Angeles Palacios Reinoza

Agradecimiento

Agradecer primeramente a Dios que me guio en cada paso que di en este trayecto me dio salud, paciencia y perseverancia para continuar día a día.

De igual manera agradezco a las panaderías que me colaboraron con información para poder llevar a cabo el presente proyecto.

A la Universidad Nacional de Loja, prestigiosa Institución de Educación Superior por la oportunidad que me brindó de superarme profesionalmente.

Al Área Jurídica Social y Administrativa, a la Carrera de Contabilidad y Auditoría, y a los docentes que me impartieron sus conocimientos y con paciencia me supieron guiar para llegar hasta el final.

Al Ing. Luis Antonio Riofrio Leiva. MAE en calidad de Director de Tesis por su desinteresada guía y orientación durante todo el proceso que me tomo para desarrollar mi tema de titulación a usted gracias por la paciencia brindada y verterme las explicaciones necesarias para cumplir con mi investigación y así poder dar cumplimiento a la tesis que es un requisito para llegar a ser profesionales.

Josselyn de los Angeles Palacios Reinoza

Índice de contenidos

Certificación	2
Autoría	3
Carta de autorización	4
Dedicatoria.....	5
Agradecimiento	6
Índice de contenidos.....	7
Índice de tablas.....	8
Índice de Figuras.....	12
Índice de anexos	13
1. Titulo	14
2. Resumen.....	15
2.1. Abstract	16
3. Introducción	17
4. Marco Teórico	19
6. Resultados.....	60
9. Recomendaciones	198
10. Bibliografía	199

Índice de tablas

Tabla 1	63
Tabla 2	64
Tabla 3	65
Tabla 4	66
Tabla 5	67
Tabla 6	68
Tabla 7	69
Tabla 8	70
Tabla 9	71
Tabla 10	72
Tabla 11	73
Tabla 12	74
Tabla 13	75
Tabla 14	76
Tabla 15	77
Tabla 16	78
Tabla 17	79
Tabla 18	80
Tabla 19	81
Tabla 20	81
Tabla 21	82
Tabla 22	83
Tabla 23	83
Tabla 24	84
Tabla 25	84
Tabla 26	85
Tabla 27	86
Tabla 28	86
Tabla 29	87
Tabla 30	91

Tabla 31	98
Tabla 32	99
Tabla 33	104
Tabla 34	107
Tabla 35	109
Tabla 36	110
Tabla 37	111
Tabla 38	131
Tabla 39	132
Tabla 40	133
Tabla 41	134
Tabla 42	135
Tabla 43	136
Tabla 44	137
Tabla 45	138
Tabla 46	139
Tabla 47	139
Tabla 48	140
Tabla 49	140
Tabla 50	141
Tabla 51	141
Tabla 52	142
Tabla 53	142
Tabla 54	143
Tabla 55	143
Tabla 56	144
Tabla 57	144
Tabla 58	145
Tabla 59	145
Tabla 60	146
Tabla 61	146

Tabla 62	147
Tabla 63	148
Tabla 64	148
Tabla 65	149
Tabla 66	149
Tabla 67	150
Tabla 68	150
Tabla 69	151
Tabla 70	152
Tabla 71	153
Tabla 72	153
Tabla 73	155
Tabla 74	156
Tabla 75	157
Tabla 76	158
Tabla 77	159
Tabla 78	160
Tabla 79	160
Tabla 80	161
Tabla 81	162
Tabla 82	163
Tabla 83	164
Tabla 84	165
Tabla 85	166
Tabla 86	166
Tabla 87	167
Tabla 88	168
Tabla 89	169
Tabla 90	169
Tabla 91	170
Tabla 92	171

Tabla 93.....	171
Tabla 94.....	172
Tabla 95.....	172
Tabla 96.....	172
Tabla 97.....	173
Tabla 98.....	173
. Tabla 99.....	174
Tabla 100.....	176
Tabla 101.....	177
Tabla 102.....	182
Tabla 103.....	184
Tabla 104.....	185
Tabla 105.....	186
Tabla 106.....	187
Tabla 107.....	188
Tabla 108.....	190
Tabla 109.....	192

Índice de Figuras

Figura 1	64
Figura 2	65
Figura 3	67
Figura 4	69
Figura 5	70
Figura 6	71
Figura 7	72
<i>Figura 8</i>	73
Figura 9	74
Figura 10	76
Figura 11	79
Figura 12	93
Figura 13	94
Figura 14	95
Figura 15	96
Figura 16	112
Figura 17	118
Figura 18	119
Figura 19	120
Figura 20	121
Figura 21	122
Figura 22	123
Figura 23	179
Figura 24	181

Índice de anexos

Anexo 1	204
Anexo 2	207
Anexo 3	208
Anexo 4	209
Anexo 5	209
Anexo 6	210
Anexo 7	210
Anexo 8	211
Anexo 9	211
Anexo 10	212
Anexo 11	212
Anexo 12	213
Anexo 13	213
Anexo 14	214
Anexo 15	214
Anexo 16	215
Anexo 17	215
Anexo 18	216
Anexo 19	216
Anexo 20	217
Anexo 21	217
Anexo 22	218
Anexo 23	218
Anexo 24	219
Anexo 25	219
Anexo 26	220
Anexo 27	220
Anexo 28	222
Anexo 29	223
Anexo 30	224

1. Título

Proyecto de factibilidad para la implementación de una panadería en la ciudadela la cascarilla de la ciudad de Loja

2. Resumen

El proyecto de factibilidad para la implementación de una panadería en la ciudad de Loja tiene como finalidad realizar el análisis sobre su viabilidad a través de un estudio de mercado este para determinar la aceptación que tiene el producto a ofertar, seguidamente se realizó el estudio técnico, para determinar el tamaño del proyecto, su ubicación y la ingeniería correspondiente al proyecto, seguido se realizó el estudio legal es decir se delimito la personería jurídica a la cual se ajusta el proyecto con sus respectivas responsabilidades como representante legal de la empresa , en el estudio organizacional se estableció una estructura que se reflejara dentro de la panadería y finalmente se realizó el estudio financiero donde se realizó el análisis económico y la respectiva evaluación financiera esta con la intención de determinar los ingresos y egresos del proyecto, determinar el financiamiento, la inversión correspondiente y la evaluación financiera con el fin de aplicar los indicadores financieros para determinar su viabilidad. Los resultados obtenidos especifican que la inversión es viable considerando

El Valor Actual Neto (VAN) positivo de **USD \$45.643,69** lo cual es aceptable para el proyecto. La Tasa Interna de Retorno (TIR) del 68.41% que es mayor a la tasa del costo de oportunidad establecida en **81.95%** El Periodo de Recuperación del Capital es de **1 año, 6 meses y 21 días**, considerándose un plazo razonable. La Relación Costo/Beneficio (RCB) determinó que se obtendría una rentabilidad de **0.31** centavos, por cada dólar invertido. y el Análisis de Sensibilidad (AS) se estableció que el proyecto puede aceptar una disminución en sus ingresos de **5.27%** y en los egresos de hasta un **6.7%**. Considerando los estándares de evaluación se deduce que el proyecto de inversión a ejecutarse es rentable.

Palabras clave: Oferta, Demanda, Inversión, Financiamiento, Indicadores Financieros

2.1. Abstract

The feasibility project for the bakery implementation in Loja city aims to carry out the analysis of its viability through a market study to determine the acceptance of the product to be offered, then the technical study was carried out. To determine the size of the project, its location and the engineering corresponding to the project, the legal study was then carried out, that is, the legal entity to which the project fits was delimited with its respective responsibilities as legal representative of the company, in the study organizational structure was established that would be reflected within the bakery and finally the financial study was carried out where the economic analysis and the respective financial evaluation was realized with the intention of determining the income and expenses of the project, determining the financing, the corresponding investment and financial evaluation in order to apply financial indicators to determine its viability.

The Net present value (NPV) positive of **USD 45.643,69** which is acceptable for the project.

The Internal Rate of Return (IRR) of **81.95%**, which is higher than the opportunity cost rate established at **14.57%**. The Capital Recovery Period is **1 year, 6 months and 21 days**, considered a reasonable period. The Benefit Cost Ratio (BCR) determined that a return of **0.31** cents would be gotten for every dollar invested. and the Sensitivity Analysis (SA) established that the project can accept an increase in income of up to **5.27%** and a decrease of **6.7%** in expenses. Considering the evaluation standards, it is deduced that the investment project to be executed is profitable.

Keywords: Supply, Demand, Investment, Financing, Financial Indicators

3. Introducción

La panadería es un arte, que lleva miles de años de ejercicio y ha estado presente en la evolución y transformación de nuestras sociedades. Es a través de este oficio, que se obtiene el pan, el cual es considerado sinónimo de alimento en muchas culturas y hace parte de la dieta alimentaria y forma de expresión cultural y religiosa en muchos pueblos del mundo. La panadería y su ejercicio, al igual que las técnicas de fabricación y los ingredientes utilizados para la elaboración del pan, son influenciadas por la cultura, la tradición y las características culinarias de los pueblos, los cuales varían de un lugar a otro, dándole una condición propia y única.

El estudio de un proyecto es importante para determinar la viabilidad y rentabilidad de una idea o plan de acción. Los estudios de viabilidad incluyen el análisis de diversos aspectos, como aspectos técnicos, económicos, sociales, legales y ambientales, para ayudar a tomar decisiones informadas sobre si se debe proceder con un proyecto. La viabilidad del proyecto también le permite identificar los riesgos y oportunidades del proyecto, así como los recursos necesarios para completarlo con éxito.

Por consiguiente, el Trabajo de Investigación denominado "**Proyecto de factibilidad para la implementación de una panadería en la ciudadela la cascarilla- Loja**" está enfocado en crear una panadería para satisfacer a la población de la ciudadela y generar beneficios económicos a la propietaria.

El Trabajo de Integración Curricular se encuentra estructurado de la siguiente manera: **Título**, define el tema objeto de estudio e investigación ; **Resumen**, es una breve síntesis de los resultados obtenidos relacionados con los objetivos planteados, presentado en español y traducido al inglés; **Introducción**, refleja la importancia del título, el aporte que brindará la

panadería y la estructura general del mismo; **Marco Teórico**, presenta los referentes teóricos de opiniones y conceptos de varios autores, los cuales contribuyen y alimentan a los contenidos en relación a la temática; **Metodología**, detalla los métodos y técnicas aplicadas en el desarrollo de trabajo de investigación; **Resultados**, comprende el estudio de mercado, técnico, legal, organizacional, financiero y la evaluación financiera; **Discusión**, incide en la situación actual con los beneficios que traería la creación de la panadería en el mercado actual; **Conclusiones**, se describe los hallazgos obtenidos de carácter resumido en relación a los objetivos planteados; **Recomendaciones**, representan las sugerencias que se evidenciaron durante el proceso de realización del estudio de factibilidad; **Bibliografía**, indica el listado de las fuentes de información teóricas utilizadas en el marco contextual; y, finalmente, los **Anexos**, en el que se exponen los documentos de soporte para la realización del trabajo de titulación.

4. Marco Teórico

Empresa

(Lopez, 2018) expresa “ Es claro que cualquier empresa es una organización humana. Dentro de las organizaciones humanas, la empresa constituye una especie o tipo concreto de organización cuyo objeto es el de producir y distribuir riqueza. Los sistemas productivo-distributivo y de incentivos de cualquier empresa intentan regular la producción, distribución y consiguiente adquisición de bienes y servicios. ”

Importancia

Las empresas contribuyen a la sociedad de muchas maneras. Producen bienes de calidad para los individuos, generan empleo y permiten ofrecer una variedad donde los consumidores puedan elegir. Además, muchas investigan y crean nuevos productos que aumentan la calidad de vida de la sociedad y permiten el progreso. (Peña, 2006)

Objetivos de la empresa.

Tener objetivos definidos es importante para trazar el camino hacia los resultados esperados.

- Permite que la toma de decisiones esté orientada al resultado que se espera.
- Orienta a los colaboradores para que puedan trabajar hacia el mismo fin.
- Proporciona un parámetro para medir el éxito.
- Direcciona las estrategias implantadas.

Características de las empresas.

- Son entidades programadas con relativa permanencia.
- Deben contar con una estructura

- Están orientadas hacia el logro de objetivos
- Deben utilizar la especialización en sus actividades y no la diversificación.

Clasificación de empresas.

(Serrano, 2010) clasifica las empresas en:

Según el sector de actividad:

Extractivas, industriales, servicios (comercio, transportes, enseñanza, sanidad, etc.)

Según la propiedad:

Públicas (propiedad del Estado), privadas (creadas con capital privado) y mixtas

(participación del Estado y de la iniciativa privada).

Según el tamaño:

PYMES (microempresa, que tiene menos de 10 trabajadores; pequeña empresa, cuando tiene menos de 50 trabajadores y mediana empresa con menos 250 trabajadores); y grandes, cuando tienen más de 250 trabajadores.

Según la forma jurídica:

Personas físicas (empresario individual y comunidad de bienes), personas jurídicas, que pueden constituir como sociedad mercantil (sociedad anónima, sociedad limitada, sociedad colectiva, sociedad comanditaria) o cooperativas.

Empresa industrial

(López, 2020) define un concepto breve Una empresa industrial es aquella que compra bienes o extrae materias primas y los vende previa transformación. Habitualmente, las empresas industriales, transforman bienes utilizando tecnología, maquinaria, herramientas y/o energía. La clave de este tipo de empresas y lo que las diferencia de otras, es la transformación. Esto es, el producto que finalmente venden no es el mismo que entró a la empresa.

Características de una empresa industrial

- Transforman bienes.
- Utiliza maquinaria, herramientas o tecnología para el proceso de transformación.
- Suelen producir gran cantidad de unidades.
- Producen en cadena.
- Se sitúan en polígonos industriales o zonas que faciliten la entrada y salida de sus insumos y productos.

Tipos de empresas industriales

Teniendo en cuenta lo anterior, podemos decir que la clasificación más significativa de este tipo de empresas suele ser aquella que distingue a las extractivas de las manufactureras.

Claro que, esta no es la única clasificación. A continuación, se muestran diferentes clasificaciones.

Según el producto fabricado:

- Ligera: Produce bienes de consumo.
- Pesada: Produce bienes de equipo o capital y utiliza grandes cantidades de materias primas o energía.

Según la obtención de insumos:

- Extractivas: Extraen recursos naturales y los transforman.
- Manufactureras: Transforman materias primas y las convierten en productos semiterminados o terminados.

Empresas industriales extractivas

- Antracita.
- Crudo de petróleo y gas natural.
- Extracción de materias metálicas.
- Piedra, arena o arcilla.
- Actividades que ofrecen soporte a las anteriores.

Empresas industriales manufactureras

- Alimentación.
- Bebidas.
- Tabaco.
- Textil.
- Prendas de vestir.
- Cuero y calzado.
- Refinería de petróleo.
- Artes gráficas y reproducción de soportes grabados.
- Química.
- Farmacéutica.

Empresa de servicios

(Pacheco, 2023) Las empresas de servicios como su nombre lo indica son aquellas empresas que ofrecen al público en general algún tipo de servicio sobre un producto tangible o intangible, en este sentido pueden clasificarse como empresas de servicio privado, público o empresas de servicios mixtos. En la mayoría de los países las empresas de servicios públicos suelen estar manejadas por el estado, sin embargo, es muy común que el estado ceda concesiones a empresas privadas para que desempeñen también estas labores.

Tipos de empresas de servicios

Existen dos tipos de empresas de servicios, las empresas privadas que están conformadas por la iniciativa de sus fundadores o integrantes con el fin de llegar a un sector requerido, y las empresas públicas que son establecidas por el gobierno a fin de satisfacer las necesidades de las comunidades

Finalidad de las empresas de servicios

La finalidad de una empresa de servicio es satisfacer las necesidades de un sector económico bien sea a través de la venta, suministro, mantenimiento, instalación, entre otros, de una gran diversidad de rubros económicos. Generalmente una empresa de servicio son organizaciones con fines de lucro que buscan cumplir y llenar las necesidades de un público en específico, por lo que se especializan en un sector económico, ofreciendo así una mejor experiencia al cliente final.

Clasificación de empresas de servicios

Empresas con actividades uniformes

Las empresas con actividades uniformes son aquellas que prestan servicios habituales y

continuos en sectores específicos, el servicio es periódico y de manera continua

Empresas de servicios con actividades puntuales

Las empresas de servicios con actividades puntuales existen para aquellos clientes que requieren servicios ocasionales, es decir para realizar una labor específica.

Empresas combinadas de bienes y servicios

Este tipo de empresas se caracterizan por vender u ofrecer productos tangibles, así como también el mantenimiento de estos productos.

Características principales de las empresas de servicios

Las empresas de servicios suelen caracterizarse por las funciones en las que estas se especializan, en este sentido se le atribuyen 4 características fundamentales que las distinguen.

- Principalmente son productos intangibles: los productos intangibles son aquellos productos que no se pueden tocar, comer, ver o sentir, es decir el ser humano no los puede percibir a través de sus sentidos. Por ejemplo, el internet es un producto intangible, sin embargo, requiere de productos tangibles que transmitan y lleven su señal a los equipos fabricados para tal fin.
- La mayoría de los casos las empresas de servicios son inseparables de sus productos, aun cuando se fabriquen partes en distintas ubicaciones se ofrecen servicios especializados para su reparación o mantenimiento en distintas locaciones.
- Normalmente los servicios son variables, es decir sus características pueden
- Los servicios en muchas ocasiones son perecederos, es decir un producto manufacturado conlleva un proceso que garantiza la calidad del producto para que este cumpla sus funciones por el mayor tiempo posible, mientras que la capacidad no utilizada de un servicio se pierde en el tiempo, ya que un servicio no se puede

almacenar, vender o usar si no es requerido.

Elementos de la empresa

(Salazar, Guía del empresario , 2023) establece los 4 principales.

- **Cliente:** Son el público interesado en la propuesta comercial de la empresa o que corresponde al mercado objetivo al que se pretende dirigir, Es la fuerza de trabajo de la empresa encargada de dirigir el servicio a los consumidores o clientes.
- **Métodos:** Son los procesos desarrollados por la empresa para entregar y administrar el servicio que ofrece.
- **Estrategias:** Es la forma o medio utilizado para comunicar el servicio con el consumidor, dónde participa también el personal de la empresa.

Beneficios de las Empresas de Servicios

Las empresas de servicios tienen una dinámica de operación distinta y en cierta forma, más práctica que la de una empresa proveedora de productos, entre algunos de los beneficios tenemos:

- Bajos costos de desarrollo
- Transacciones directas y personales
- Evaluaciones constantes
- Tiempos reducidos de desarrollo
- Precios personalizables

PANADERÍAS

Para remontarse a los orígenes del pan primero hemos de conocer los del trigo que es la principal semilla que se utiliza para su fabricación. El cultivo del trigo surge en Etiopía hace unos 9000 años. Al parecer la variedad cultivada en aquellos momentos no era igual a la silvestre, ni tampoco a las cultivadas actualmente. Su cultivo se extendió de manera más o menos rápida por el norte de Africa, Europa e incluso Asia. (Ayora, 2019)

En el Paleolítico el hombre aplastaba el trigo entre rocas o piedras para obtener harina. Este método se perfeccionaba con la introducción del molino de mano sobre una piedra ahuecada hacia el año 4.000 a. de C. En el 2.000 a. de C. se descubrieron las piedras giratorias, una de las cuales rodaba sobre la otra, haciéndolas funcionar los esclavos o los animales. (Ayora, 2019)

Durante el Neolítico se sabe que el trigo además de machacado, era hervido probablemente en forma de amasijo. No tardaron en aparecer los panes primitivos, que eran piezas duras, aplastadas y resacas, con forma de galletas.

Los hombres del Neolítico tras una burda molienda y un posterior amasado con agua, lo cocían entre dos piedras planas recalentadas en el fuego, o sobre planchas de tierra cocida que se cubrían con cenizas calientes.

En Mesopotamia se conoce que se machacaba el trigo, se mezclaba con agua y, tras amasarlo, se cocía al fuego directamente. (Ayora, 2019)

Importancia

El pan es de vital importancia en la gastronomía ya que puede ser o no, el complemento perfecto para un platillo y de esto depende su éxito. Conocer sobre los panes adecuados para cada preparación, las características organolépticas con las que deben de contar de acuerdo a la experiencia que se quiere brindar, es esencial. (Solano, 2019)

Clasificación

La revista Educaweb (2018) define la siguiente clasificación: El trabajo puede dividirse en dos tipos: la panadería industrial y la panadería artesanal.

La panadería industrial

La revista (Educaweb , 2018) la define de la siguiente manera "Es la producción en masa, con un trabajo automatizado que a menudo se prolonga durante las 24 horas del día. La mayoría de los productos elaborados con pan se hacen de esta manera. Los principales productos de las panaderías industriales son el pan, el pan pre- horneado y la bollería industrial.

En las panaderías industriales, los operadores y sus asistentes deben controlar varios tipos de maquinarias donde se prepara la masa base antes de pasar por los distintos procesamientos posteriores. Estos procesamientos incluyen el moldeado, el aumento del volumen de la masa, el horneado, la refrigeración, el corte en lonchas y el envasado. "

Características de la panadería industrial

Por lo general, la panadería industrial tiene las siguientes características:

- Se enfoca en la producción en masa de panes y otros productos relacionados.
- Es un proceso automatizado.
- La panadería industrial usa grandes fábricas para producir el pan.
- Suele elaborar panes con muchos ingredientes artificiales.

Las panaderías artesanales

Y las panaderías artesanales como las que "Tienden a ser más pequeñas y producen menos, aunque trabajan con una mayor variedad de productos. Tienen un mayor margen para el trabajo creativo, como la confección de glaseados, coberturas y decoraciones para tartas de cumpleaños.

Los panaderos tienen que seguir unas normas de higiene, salud y seguridad alimentaria a la hora de manipular los alimentos y los equipos. Los panaderos deben utilizar ropa de protección, por lo general, una bata blanca o un delantal y un gorro de cocinero. Si tienen el cabello largo, deben llevarlo recogido, y deben usar zapatos adecuados.

Características de la panadería artesanal

La panadería artesanal es, por mucho, el mejor tipo de panadería que hay. Para entenderlo solo hay que darles un vistazo a las principales características de la panadería artesanal:

- El proceso de elaboración es completamente manual.
- Evita por completo los productos o ingredientes artificiales.
- Utiliza ingredientes naturales como la levadura, la harina y la masa madre.

Tipos de Pan artesanal

En cuanto a los tipos de pan artesanal podemos mencionar:

- Bagel.
- Baguette.
- Ciabatta.
- Pan rústico.
- Panettone.
- Brioche.
- Focaccia.
- Entre otros. (Euroinnova , 2021)

Panadería clásica

En estos tipos de panadería, el pan es fresco, se hornea todos los días y tiene un sabor muy bueno. Como casi todas las profesiones culinarias, la panadería es una profesión que

requiere mucha pasión, en los tipos de panadería clásica, suelen trabajar con mezclas de harina listas para usar, de este modo pueden mantener abastecidos a sus numerosos clientes. los tipos de panadería clásica tienen buenos resultados, calidad a menor costo y ahorro de tiempo. El fabricante vende sus productos, los panaderos ahorran tiempo y obtienen beneficios; a fin de cuentas, los clientes finales están más que satisfechos con la variedad y calidad ofrecida, no obstante, estos tipos de panes se suelen secar rápidamente y en ocasiones tienen sabor a levadura.

Características de la panadería clásica

Por lo general, la panadería clásica tiene las siguientes características:

- El proceso de elaboración del pan es más manual.
- Es un tipo de panadería que no depende tanto de ingredientes artificiales.
- No automatiza la producción.
- Los panes se elaboran justo en el día en el que se venden.

Principales tipos de panes de panadería

Por lo general, en casi todos los tipos de panadería se comercializan los siguientes panes:

- Baguete, un pan alargado y ancho.
- Candeal, un tipo de pan de panadería que tiene corteza dura.
- Pan gallego, de corteza gruesa y forma alargada.
- Pan de molde, el pan que se corta rebanadas.
- Pan de semillas, un tipo de pan de sándwich enriquecido con semillas.
- Pan artesanal.
- Panes sin levadura, o panes cenceños, suelen tener una apariencia y consistencia de tortilla.

Productos se venden en los diferentes tipos de panaderías

Por lo general, los tipos de productos de panadería que comercializan estos establecimientos suelen ser los mismos. Sin embargo, algunas panaderías se especializan en hacer y vender muchos productos más allá de los panes estándar, como dulces de pastelería o algunos tipos de panes integrales.

Pasteles y tartas

Casi todos los tipos de panadería elaboran pasteles y tartas. En algunos casos, con bastante variedad, desde cheesecakes hasta pasteles de manzana, ¡incluso tartas con

También es común que las panaderías que hacen estos postres, acepten pedidos personalizados.

Tartas para bodas

Las tartas para bodas son productos de pastelería muy elaborados, por lo que no suelen hacerse en todos los tipos de panadería. No obstante, cada día es más usual conseguir panaderías que las ofrezcan.

Galletitas

Las galletitas no pueden faltar en ningún tipo de panadería. Son simplemente irresistibles, y para elaborarlas se necesitan los mismos ingredientes e instrumentos que se usan para hacer muchos tipos de panes. Por eso, las panaderías no deben hacer inversiones extra para prepararlas.

Donuts

Los donuts son otro producto de panadería bastante común, aunque en su momento eran más propias de donuterías y establecimientos especializados. Sin embargo, hoy es frecuente conseguirlas en muchos tipos de panadería.

Proyecto de factibilidad

(Padilla M. , Formulación y Evaluación de proyectos, 2011) nos menciona que: La decisión de emprender una inversión tiene cuatro componentes básicos:

- El decisor, un inversionista, financiero o analista.
- Las variables controlables por el decisor.
- Las variables no controlables por el decisor.
- Las opciones o proyectos que se deben evaluar.

No obstante, menciona; El análisis del entorno (demográfico, cultural, tecnológico) donde se sitúa la empresa y del proyecto que se evalúa implementar es fundamental para determinar el impacto de las variables controlables y no controlables. El análisis financiero es una evaluación del desempeño histórico de una firma y un pronóstico de sus posibilidades futuras. También es importante definir las opciones estratégicas de la decisión en un contexto dinámico.

Tipos de Factibilidad

De la misma manera Padilla (2010) establece los tipos de factibilidad y destaca que:

“ Para recomendar la aprobación de cualquier proyecto es preciso estudiar un mínimo de tres factibilidades que condicionarán el éxito o fracaso de una inversión: la factibilidad técnica, la legal y la económica. Otras factibilidades son las de gestión, política, social y ambiental. ”

La factibilidad técnica. determina si es posible física o materialmente hacer un proyecto. Puede incluso llegar a evaluar la capacidad técnica y motivación del personal involucrado.

La factibilidad legal. determina la existencia de trabas legales para la instalación y operación normal del proyecto, incluyendo las normas internas de la empresa.

La factibilidad económica determina la rentabilidad de la inversión en un proyecto.

La factibilidad de gestión determina si existen las capacidades gerenciales internas de la empresa para lograr la correcta implementación y eficiente administración del negocio.

La factibilidad ambiental determina el impacto sobre el ambiente; por ejemplo, la contaminación.

La factibilidad política corresponde a la intencionalidad de quienes deben decidir si quieren o no implementar un proyecto, independientemente de su rentabilidad.

La factibilidad social establece los beneficios que la ejecución del proyecto traerá a la comunidad en el mejoramiento de su nivel de vida.

Proyecto de inversión

El autor Padilla M (2011) cita a Escudero (2004) con la definición de “*Un proyecto de inversión es una propuesta técnica y económica para resolver un problema de la sociedad utilizando los recursos humanos, materiales y tecnológicos disponibles, mediante un documento escrito que comprende una serie de estudios que permiten al inversionista saber si es viable su realización.*”

Alcances de la identificación, formulación y evaluación de proyectos

(Padilla M. , Formulación de y evaluación de proyectos, 2011) La identificación, formulación y evaluación de proyectos es un instrumento de uso prioritario entre los agentes económicos que participan en cualquiera de las etapas de la asignación de recursos para implementar iniciativas de inversión, así:

La identificación de un proyecto es establecer un problema que se presenta en un determinado sector, cuál es la causa que lo origina e intentar resolverlo con probabilidades de éxito. Detectada la causa, surgen alternativas para corregirla.

La formulación es el conjunto de actividades orientadas a levantar y procesar información sobre los diferentes aspectos que tengan relación con un proyecto, para luego producir un documento donde se plasme de manera sistemática sus principales características, definiendo clara y coherentemente sus objetivos en relación con la generación de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de una comunidad sobre la base de optimización de recursos.

La evaluación de proyectos se basa en la definición de criterios para diseñar procesos de elegibilidad que garantizan la selección de alternativas viables tanto técnica como financieramente, lo cual permite agilizar la toma de decisiones sobre la asignación de recursos. La evaluación de proyectos se encarga de construir toda la metodología necesaria para reducir al máximo cualquier posibilidad de pérdida financiera y contar con una base científica que sustente las inversiones realizadas.

La evaluación de resultados de un proyecto permite establecer el cumplimiento de los objetivos propuestos al llevarlo a cabo, los cuales deben estar relacionados +con la solución del problema planteado en su etapa de identificación.

(Orozco J. d., Evaluación Financiera de proyectos , 2013) lo define de la siguiente manera

“Un proyecto de inversión lo podemos describir como “un plan, al que, si se le asigna un determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o servicio útil a la sociedad”. Un proyecto de inversión constituye un conjunto de acciones, que, una vez implementadas, incrementan la eficiencia y distribución de un bien o servicio. En términos generales, un proyecto es una propuesta de inversión.

En el transcurso de este texto se entenderá como proyecto a una propuesta de inversión para instalaciones destinadas a proporcionar bienes o servicios. ''

Importancia del proyecto de inversión

La importancia de los proyectos radica en que se constituyen en un instrumento básico de información para la toma de decisiones de inversión, y por los efectos que puede generar su ejecución y operación en cuanto a la solución de los problemas existentes, al desarrollo económico y social de una región o un país y, en particular, por los beneficios que le puede generar a un inversionista.

Tipos de proyectos de inversión

Orozco J (2013) clasifica de la siguiente manera a los proyectos de inversión

Según la categoría.

De acuerdo a esta clasificación, los proyectos pueden ser de producción de bienes y de prestación de servicios. Los proyectos de producción de bienes se orientan a la transformación de recursos primarios en productos para el consumo como, por ejemplo, la transformación de la leche en productos lácteos como el queso, yogurt, etc. Los proyectos de prestación de servicios satisfacen necesidades humanas utilizando bienes ya producidos por el hombre como, por ejemplo, el servicio de transporte, hotelería, recreación, etc.

Según la actividad económica.

En este campo los proyectos se clasifican dependiendo del sector económico que atienden. Así tenemos proyectos agropecuarios, industriales, de servicios, pecuarios, agroindustriales, industriales, turísticos, comerciales, etc.

Según su carácter y entidad que los promueve.

Se clasifican en proyectos de inversión privados (con ánimo de lucro) y proyectos de

carácter social. Los proyectos privados se implementan cuando existe una demanda real en el mercado y le otorgan a la entidad que los promueve una rentabilidad que satisface sus expectativas mínimas de rendimiento. Los proyectos sociales o de inversión pública tienen como finalidad mejorar el bienestar de una comunidad a través de la prestación de un servicio o del suministro de un bien.

Estudio de mercado.

(Urbina J. B., 2010) lo defino como "Es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización."

Importancia del estudio de mercado.

Con el estudio de mercado pueden lograrse múltiples de objetivos y que puede aplicarse en la práctica a cuatro campos definidos, de los cuales mencionaremos algunos de los aspectos más importantes a analizar, como son:

Objetivos.

De tal manera Urbina (2010) establece los siguientes objetivos

- Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen los productos existentes en el mercado.
- Determinar la cantidad de bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.
- Conocer cuáles son los medios que se emplean para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios.
- Como último objetivo, tal vez el más importante, pero por desgracia intangible, dar una idea al inversionista del riesgo que su producto corre de ser o no aceptado en el mercado.

Análisis de la demanda

Para (Padilla M. C., 2011) la demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.

Con el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. (Urbina J. B., 2010)

La demanda representa la cantidad de bienes o servicios que los habitantes o la comunidad de un sector están dispuestos a adquirir a diversos precios por lo que corresponde a una relación entre precios y cantidades demandadas.

La demanda está en función de cinco principales elementos o factores como son:

- Precio (P)
- Ingreso (Y)
- Gustos y Preferencias (GP)
- Bienes Sustitutos (B/S)
- Bienes Complementarios (B/C).

Cabe resaltar que la curva de la demanda es decreciente lo cual significa que a mayor precio de los productos disminuirán las cantidades demandadas del bien o servicio ofrecido en el mercado así también en forma viceversa, es decir, al bajar el precio de los productos aumentará significativamente las cantidades demandadas por parte de los consumidores. (Pimentel, Formulación y evaluación de proyectos., 2008)

Pasos del análisis de la demanda

Define cinco pasos para determinar el análisis de la demanda

Formar un grupo de análisis

Para lograr un análisis exitoso es recomendable reunir a un equipo de personas que formen parte de las diferentes áreas que conforman a la empresa: marketing, ventas, producción, operación, tecnologías de la información, entre otros. Todos ellos tendrán un papel fundamental y una visión completamente diferente que te ayudarán a determinar escenarios, panoramas y diversas percepciones (Torres, 2023)

Identifica el mercado

El primer paso que deben hacer ya como un grupo conformado es identificar al público o mercado objetivo hacia el que va dirigido el producto o servicio. Se recomienda hacer una serie de encuestas y entrevistas para conocer la opinión de los clientes actuales y su nivel de satisfacción. Todos los comentarios cuentan, sean positivos o negativos, ya que ambos deben considerarse para hacer mejoras en la marca. (Torres, 2023)

Determina el ciclo económico

(Torres, 2023) El ciclo económico, también conocido ciclo comercial, tiene la función de describir el aumento y caída de una producción de bienes y servicios en la economía, a través del Producto Interno Bruto (PIB) real o ajustado por inflación. Este ciclo no es igual al del mercado, ya que en este se miden los índices generales del mercado de valores. Sus etapas son las siguientes:

Expansión:

Ocurre cuando hay un aumento en el empleo, los ingresos, la producción y las ventas. Sirve para determinar si la economía tiene un flujo constante y la inversión va en aumento.

Pico

Esta etapa se identifica cuando la economía es golpeada por algún obstáculo mientras se encontraba en su momento de mayor crecimiento. Los precios suben, pero los indicadores financieros quedan estáticos.

Recesión

Esta es una fase crítica de la economía en la que los desempleos aumentan, la producción se desacelera y, por ende, las ventas caen.

Depresión

Durante esta etapa el crecimiento económico, el empleo y la producción siguen disminuyendo. Las personas tienen ya menos oportunidades de comprar y el comercio empieza a quebrar.

Comedero

Es el fin para la etapa de la depresión y le da paso a la recuperación.

Recuperación

Al entrar la fase de recuperación la economía sufre diversos cambios: la demanda se ve estimulada, la producción y el empleo aumentan, y las personas tienen mayores oportunidades de volver a comprar.

Ajusta el segmento del producto

El mercado y ciclo económico bien analizado y aterrizado da lugar al siguiente paso que es la adaptación del producto o servicio a los panoramas actuales. Es aquí donde las ventajas y la diferenciación competitivas deben relucir para satisfacer las necesidades de los consumidores. Cuantas más diferencias positivas haya entre los artículos de los competidores,

mayor será la demanda que se obtenga

Evalúa la competencia

Un dato clave para saber cómo dirigir una nueva campaña y crear un diferenciador es al saber cuánta competencia tiene el producto y servicio.

Tipos de demanda

Urbina (2010) clasifica a la demanda en dos tipos

En relación con su oportunidad, existen dos tipos:

Demanda insatisfecha, en la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.

Demanda satisfecha, en la que lo ofrecido al mercado es exactamente lo que éste requiere. Se pueden reconocer dos tipos de demanda satisfecha:

- ***Satisfecha saturada***, la que ya no puede soportar una mayor cantidad del bien o servicio en el mercado, pues se está usando plenamente. Es muy difícil encontrar esta situación en un mercado real.
- ***Satisfecha no saturada***, es la que se encuentra aparentemente satisfecha, pero que se puede hacer crecer mediante el uso adecuado de herramientas mercadotécnicas, como las ofertas y la publicidad.

En relación con su necesidad, se encuentran dos tipos:

- ***Demanda de bienes social y nacionalmente necesarios***, que son los que requiere la sociedad para su desarrollo y crecimiento, y se relacionan con la alimentación, el vestido, la vivienda y otros rubros.
- ***Demanda de bienes no necesarios o de gusto*** que es prácticamente el llamado consumo suntuario, como la adquisición de perfumes, ropa fina y otros bienes de este tipo. En este

caso la compra se realiza con la intención de satisfacer un gusto y no una necesidad.

En relación con su temporalidad, se reconocen dos tipos:

- *Demanda continua* es la que permanece durante largos periodos, normalmente en crecimiento, como ocurre con los alimentos, cuyo consumo irá en aumento mientras crezca la población.
- *Demanda cíclica o estacional* es la que en alguna forma se relaciona con los periodos del año, por circunstancias climatológicas o comerciales, como regalos en la época navideña, paraguas en la época de lluvias, enfriadores de aire en tiempo de calor, etcétera.

De acuerdo con su destino, se reconocen dos tipos:

- *Demanda de bienes finales*, que son los adquiridos directamente por el consumidor para su uso o aprovechamiento.
- *Demanda de bienes intermedios o industriales*, que requieren algún procesamiento para ser bienes de consumo final.

Análisis de la oferta

La oferta es la cantidad de productos que los diversos fabricantes, productores o prestadores de servicios ponen en los mercados a disposición de los consumidores para satisfacer sus necesidades. (Morales A. M., 2009)

Pasos para realizar el análisis de la oferta

(Corvo, 2021) define cuatro pasos para realizar el análisis.

Recopilar información de fuentes primarias

Se necesita conocer tanto los elementos cuantitativos como cualitativos que influyen en la oferta. La investigación de mercado se lleva a cabo con los consumidores, mediante grupos de discusión y cuestionarios, proporcionando información valiosa sobre la oferta. Se deben obtener

respuestas a preguntas como estas:

¿Quiénes son los principales competidores?

¿Cuál es la gama de productos y servicios que se ofrecen?

¿Son los competidores rentables?, ¿se están expandiendo o reduciendo?

¿Cuánto tiempo han estado en el negocio?

Recopilar información de fuentes secundarias

Las fuentes secundarias contienen información relacionada con los competidores para un propósito y están disponibles para el acceso público. Ejemplos de esto son libros, artículos publicados en revistas y folletos de ventas.

Otras fuentes secundarias son:

- Publicidad, que muestra el precio e información de los productos y, además, brinda un indicador del plan promocional de la competencia.
- Informes anuales, que ofrecen información financiera, incluyendo volumen de ventas, aumento en ingresos y participación total en el mercado.
- La fuerza de ventas propia.
- Observación directa de los productos en las tiendas.

Analizar la información de la oferta

Una vez recopilada toda la información de la oferta, se analiza para establecer la información del producto y estrategias de mercadeo, y para identificar las fortalezas y debilidades de la competencia.

La posición competitiva de un producto o servicio está determinada por su precio y por lo bien que se diferencie de la competencia.

Estudio técnico

El estudio técnico es fundamental en un proyecto de inversión, ya que es en este dónde se estudia la localización y tamaño óptimo de las instalaciones ilustrando así todos los factores influyentes para el mejor desarrollo del proyecto. (Viñán, Puente, & Córdova, 2018)

Tamaño.

El tamaño del proyecto se define como la capacidad de producción durante un período de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. (Viñán, Puente, & Córdova, 2018)

Localización

La localización consiste en identificar y analizar las variables (fuerzas localizaciones), con el fin de buscar la localización que otorgue la máxima ganancia o el mínimo costo unitario; es el sitio óptimo donde se localizará la unidad de producción y contribuye en mayor medida a que se logre una mayor rentabilidad del proyecto. Se deben tomar en cuenta la macro localización y la micro localización. (Viñán, Puente, & Córdova, 2018)

Macro localización

- Facilidades y costos del transporte.
- Disponibilidad y costo de la mano de obra e insumos, materias- primas, energía eléctrica, combustibles, agua, etc.
- Localización del mercado.
- Facilidades de distribución.

Micro localización.

- Localización urbana, suburbana o rural.
- Transporte del personal.

- Policía y bomberos.
- Costo de los terrenos / cercanía a carreteras / cercanía al aeropuerto.
- Disponibilidad de vías férreas / cercanía al centro de la ciudad.
- Disponibilidad de servicios (agua, energía eléctrica, gas, servicio telefónico)

Ingeniería del proyecto

(Viñán, Puente, & Córdova, 2018) comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de fabricación del producto o la prestación del servicio, así tenemos:

Tecnología.

Consiste en definir el tipo de maquinarias y equipos serán necesarios para poder fabricar el producto o la prestación del servicio

Procesos Productivos.

Es toda actividad productiva en donde existen procesos que permiten llevar a cabo la producción de un producto de una manera eficiente que permite un flujo constante de la materia prima, eficiencia en el uso del tiempo, orden, etc.

Infraestructura.

Es todo proceso de fabricación o de prestación de servicios que se realiza en un lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar.

Estudio organizacional

Este estudio tiene como propósito definir la forma de organización que requiere la unidad empresarial, con base en sus necesidades funcionales y presupuestales. Comprende el análisis del marco jurídico en el cual va a funcionar la empresa, la determinación de la estructura organizacional más adecuada a las características y necesidades del proyecto, y la descripción de los procedimientos y reglamentos que regularán las actividades durante el período de operación.

(Orozco J. d., Evaluacion Financiera de Proyectos , 2013)

Estructura organizacional

Toda empresa cuenta en forma implícita o explícita con cierto juego de jerarquías y atribuciones asignadas a los miembros o componentes de la misma. En consecuencia, se puede establecer que la estructura organizativa de una empresa es el esquema de jerarquización y división de las funciones componentes de ella. Jerarquizar es establecer líneas de autoridad (de arriba hacia abajo) a través de los diversos niveles y delimitar la responsabilidad de cada empleado ante solo un superviso inmediato. (Mora, 2009)

Niveles Jerárquicos

La jerarquía cuando se individualiza podría definirse como el status o rango que posee un trabajador dentro de una empresa, así el individuo que desempeña como gerente goza indudablemente de un respetable status dentro de la misma, pero la diferencia de este individuo en su cargo también condicionará su mayor o menor jerarquía dentro de una empresa. (Mora, 2009)

Organigramas

(Mora, 2009) El organigrama es un instrumento utilizado por las ciencias administrativas para análisis teóricos y la acción práctica. Sobre su concepto, existen diferentes opiniones, pero todas muy coincidentes. Estas definiciones, arrancan de las concepciones de Henri Fayol. Por ejemplo, un autor define el organigrama de la manera siguiente:

"Una carta de organización es un cuadro sintético que indica los aspectos importantes de una estructura de organización, incluyendo las principales funciones y sus relaciones, los canales de supervisión y la autoridad relativa de cada empleado encargado de su función"

respectiva."

Manual de funciones

Para (Chiavenato, 2010) un manual de funciones es un documento donde se detallan las actividades;

“un proceso que consiste en enumerar las tareas o funciones que lo conforman y lo diferencian de los demás cargos de la empresa, es la enumeración detallada de las funciones del cargo que hace el ocupante, la periodicidad de la ejecución y los objetivos del cargo”.

(Gomez, 1997) menciona que un manual de funciones es el

“documento que contiene la descripción de las actividades que deben seguirse en la realización de las funciones de una unidad. Incluye además los cargos o unidades administrativas que intervienen, precisando su responsabilidad y participación” (p. 47)

Por otra parte, (Borrego, 1997) los manuales de *procedimientos*

“Constituyen un documento técnico que incluye información sobre la sucesión cronológica y secuencial de operaciones concatenadas entre sí, que se constituye en una unidad para la realización de una función, actividad o tarea específica en una organización”. (p. 18)

Estudio legal

En el estudio legal, se busca identificar la existencia de alguna restricción legal a la realización de una inversión en un proyecto, debiendo realizarse en las etapas iniciales de la formulación y preparación, ya que, un proyecto altamente rentable, puede resultar no factible por una norma legal. (Bocher, 2019)

Objetivos del estudio legal

- Determinar la viabilidad legal, es decir conocer los alcances y limitaciones relacionada con la naturaleza del proyecto.
- Definir la forma jurídica de la empresa.
- Constituir y formalizar la empresa.

Aspectos del estudio Legal

- Constitución de la empresa
- Régimen Tributario.
- Licencias y autorizaciones.
- Patentes y marcas.

Elementos del estudio legal

- Tipo de Empresa que se pretende crear.
- Formación del Marco Jurídico que la constituye.
- Requisitos Legales y de operación de la misma.

Estudio financiero

Corresponde a la última etapa de la formulación del proyecto y recoge y cuantifica toda la información proveniente de los estudios de mercado, estudio técnico y estudio organizacional.

(Orozco h. d., 2013)

Inversión

Comprende la inversión inicial constituida por todos los activos fijos, tangibles e intangibles necesarios para operar y el capital de trabajo. Las decisiones que se adoptan en el

estudio técnico corresponden a una utilización que debe justificarse de diversos modos desde el punto de vista financiero. (Padilla M. C., 2011)

Financiamiento

La decisión acerca de llevar cabo o no el proyecto es la primera que debe tomar la entidad que lo impulsa. Si en la evaluación el mismo resulta conveniente, surge una segunda decisión: su financiamiento (Padilla D. N., 2013)

Presupuesto

Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización. (Padilla D. N., 2013)

Activos fijos

Los activos tangibles están referidos al terreno, edificaciones, maquinaria y equipo, mobiliario, vehículos, herramientas, etc.

Según (Damm, 2016) son aquellos que se mantienen durante más de un año y se utilizan para llevar a cabo la actividad de la empresa. Los terrenos, edificios, equipos, muebles, y maquinaria son ejemplos de activos fijos. Es decir, las propiedades, plantas y equipos son activos de la empresa, para usarlos en la producción de bienes y servicios, los cuales pueden ser arrendados a terceros y de los cuales se espera una duración de más de un periodo contable

Activos diferidos

Los activos intangibles están referidos al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, e incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio,

adquisición de derechos, patentes de invención, licencias, permisos, marcas, asistencia técnica, gastos preoperativos y de instalación, puesta en marcha, estructura organizativa, etc. (Padilla D. N., 2013)

(Urbina G. B., Evaluacion de proyectos, 2010) lo define como El activo diferido comprende todos los activos intangibles de la empresa, que están perfectamente definidos en las leyes impositivas y hacendarias. Para la empresa y en la etapa inicial, los activos diferidos relevantes son: planeación e integración del proyecto,

Capital de trabajo

El capital de trabajo, que contablemente se define como la diferencia entre el activo circulante y pasivo circulante, está representado por el capital adicional necesario para que funcione una empresa, es decir, los medios financieros necesarios para la primera producción mientras se perciben ingresos: materias primas, sueldos y salarios, cuentas por cobrar, almacén de productos terminados y un efectivo mínimo necesario para sufragar los gastos diarios de la empresa. (Padilla D. N., 2013)

Formula

$$\text{Capital de trabajo} = \text{Activo corriente} - \text{pasivo corriente}$$

Aspectos del capital de trabajo.

(Stenn , 2022) Cuando se pretende calcular el CTN, debemos considerar en primer lugar los activos corrientes de una empresa. Estos pueden incluir:

- Capital líquido (tesorería).
- Existencias e inventarios.
- Bienes inmuebles.
- Cuentas por cobrar (facturas impagadas por los clientes).

Una vez que la empresa ha sumado el valor de sus activos, debe restar el coste de sus pasivos. Esto es todo lo que la empresa debe y puede incluir:

- Gastos generales, como el alquiler y las facturas de servicios públicos.
- Los salarios de los empleados.
- Impuestos.
- Deudas.
- Cuentas por pagar (facturas impagadas a sus proveedores).

La suma resultante es el capital de trabajo neto de la empresa.

(Urbina G. B., Evaluación de proyectos , 2010) Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa; esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos; entonces, debe comprarse materia prima, pagar mano de obra directa que la transforme, otorgar crédito en las primeras ventas y contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa. Todo esto constituiría el activo circulante. Pero, así como hay que invertir en estos rubros, también se puede obtener crédito a corto plazo en conceptos como impuestos y algunos servicios y proveedores, y esto es el pasivo circulante. De aquí se origina el concepto de capital de trabajo, es decir, el capital con que hay que contar para empezar a trabajar.

Ingresos

Son todas las entradas financieras que reciben una persona, una familia, una empresa, una organización, un gobierno. El tipo de ingreso que recibe una persona o una empresa u organización depende del tipo de actividad que realice (un trabajo, un negocio, unas ventas, etc.). El ingreso es una remuneración que se obtiene por realizar dicha actividad. Habitualmente en

forma de dinero, los ingresos pueden ser por una venta de mercancía, por intereses bancarios de una cuenta, por préstamos o cualquier otra fuente. (Enciclopedia.banrepultural, 2018)

Costos

El costo o coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. (A, 2021)

Clasificación de los costos

Son aquellos valores en los que incurre la empresa y que van en función del volumen de la actividad, a su vez están en relación directa con los niveles de comercialización de la empresa.

Costos fijos

Los costos fijos por una parte hay que asumirlo sin cambios significativos en el montante.

Costos variables

Los costos variables son proporcionales a la cantidad de producto comercializado.

Costos directos.

Son los que se identifican plenamente con una actividad, departamento o producto. En este concepto se cuenta el sueldo correspondiente a la secretaria del director de ventas, que es un costo directo para el departamento de ventas; la materia prima es un costo directo para el producto, etcétera (Padilla D. N., 2013)

Costos indirectos.

Es el que no se puede identificar o cuantificar plenamente con una actividad determinada. Por ejemplo, la depreciación de la maquinaria o el sueldo del director de producción respecto al producto; la clasificación de un costo como directo o indirecto está en función de la actividad que se analiza, y, por lo tanto, un determinado costo puede ser en ocasiones directo, y en otras indirectos; Por ejemplo, el sueldo de un gerente de producción es directo para los costos del área

de producción, pero indirecto para el producto. (Padilla D. N., 2013)

Costos valorizados,

Se corresponden con alguna actividad o servicio que no tiene una contraprestación monetaria, sino que esa actividad o servicio se presta de manera solidaria. (Padilla D. N., 2013)

Costos de oportunidad.

Aquel que se origina al tomar una determinación que provoca la renuncia a otro tipo de alternativa que pudiera ser considerada al llevar a cabo la decisión. En otras palabras, el costo de oportunidad es lo que se deja de ganar por tomar un determinado plan de acción. (Padilla D. N., 2013)

Gastos

Se denomina gasto a la partida contable (dinero) y directamente disminuye el beneficio, o en su defecto, aumenta la pérdida de los bolsillos, en el caso que esa partida de dinero haya salido de la cuenta personal de un individuo o bien de una empresa o compañía. (Ucha, 2009)

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es un término que sirve para definir el momento en que una empresa cubre sus costes fijos y variables. En otras palabras, es cuando los ingresos y los egresos están al mismo nivel y, por lo tanto, no hay ganancias ni pérdidas. (Flores, 2023)

La fórmula

$$PE = CF / (PVU - CVU)$$

Nomenclatura

Pe; Punto de equilibrio

CF: Costos fijos

PVU: Precio de valor unitario

CUV: Costo de valor unitario

El punto de equilibrio nos permite calcular tanto para unidades como para valores en dinero. Algebraicamente el punto de equilibrio para unidades se calcula así:

Formula

$$PE \text{ unidades} = \frac{CF}{PVq - CVq}$$

Nomenclatura

CF = costos fijos;

PVq = precio de venta unitario;

CVq = costo variable unitario

Formula

$$PE \text{ ventas} = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

Nomenclatura

CF = Costos fijos

CVT = Costo variable total

VT = Ventas totales

Estado de resultados pro- forma

Calcula la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto. La finalidad del análisis del estado de resultados o de pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta y los lujos

netos de efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurra la planta y los impuestos que deba pagar. Se le llama pro-forma porque esto significa proyectado, lo que en realidad hace el evaluador: proyectar (normalmente a cinco años) los resultados económicos que supone tendrán la empresa. (Urbina J. B., 2010)

Estado de pérdidas y ganancias

El estado de resultados es un informe financiero que presenta de manera ordenada y clasificada los ingresos generados, los costos y gastos incurridos por la empresa en un período determinado.

La diferencia entre los ingresos y gastos constituye la utilidad o pérdida del ejercicio económico: con el propósito de facilitar el análisis de la información del estado de resultados: debe separarse los ingresos y gastos operativos para demostrar la utilidad operacional, a continuación, se suman los ingresos no operacionales y se resta los gastos no operacionales, dando como resultado final la utilidad o pérdida del ejercicio. Los ingresos y gastos operacionales hacen referencia al cumplimiento de los objetivos para los cuales fue creada la empresa. (Espejo, 2012)

Flujo de caja

El flujo de fondos o flujo de caja consiste en un esquema que presenta sistemáticamente los costos e ingresos registrados año por año (o período por período). Estos se obtienen de los estudios técnicos de mercado, administrativo, etc.

Por lo tanto, el flujo de fondos puede considerarse como una síntesis de todos los estudios realizados como parte de la etapa de pre-inversión (para la evaluación ex - ante) o como parte de la etapa de ejecución (para la evaluación ex – post). (Martinez, 2018)

Evaluación financiera

El estudio de evaluación económica - financiera es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Esto sirve para ver si la inversión propuesta será económicamente rentable.

En la evaluación económica - financiera se toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo mediante métodos que son básicamente el VPN y TIR.

Periodo de recuperación del capital (PRI)

El periodo de recuperación de la inversión (PRI) o payback se refiere al tiempo que le calculan los años, los meses y días que demora; a su vez, permite determinar si un proyecto es rentable o no. (Clavijo, 2023)

Formula Genérica

Inversión inicial/ flujo de efectivo anual
--

Fórmula para método simple y método ajustado

$PRI = a + (b-c) / d$

Nomenclatura

a = año anterior inmediato al que se recupera la inversión.

b = inversión inicial del negocio.

c = flujo de efectivo acumulado del año anterior inmediato al que se recupera la inversión.

d = flujo de efectivo del año exacto en el que se recupera la inversión.

Valor neto actual (VAN)

El valor actual neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa

inversión. También se conoce como valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN). (Morales V. V., 2020)

Se lo obtiene así: VAN = E del (flujo neto de caja) x fact. de actualización.

Servirá para demostrar a los inversionistas si el proyecto conviene o no ponerlo en ejecución.

Formula:

$$FA = \frac{1}{(1 + l)^1} n$$

Tasa interna de retorno (TIR)

(Jesus, 2023)Es la tasa de descuento que hace que el valor presente proporcione entradas en efectivo iguales a la inversión neta seleccionadas con el proyecto. Ayudará a determinar que, si el proyecto tiene una tasa mayor que la de la banca, el proyecto es conveniente financieramente.

Formula

$$TIR = T_i + (T_s - T_i) \frac{VAN T_i}{VAN T_i - VAN T_s}$$

Procedimiento

Para calcular la TIR, se debe restar el valor inicial (costo) del valor final (venta o retorno de la inversión) de la operación, dividirlo entre el valor inicial y multiplicar el resultado por 100.

Relación Benéfico Costo

El indicador financiero beneficio-costos, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

B/C > 1 Se puede realizar el proyecto.

B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto.

$B/C < 1$ Se debe rechazar el proyecto.

Su fórmula es:

$$\frac{C}{B} = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Egresos actualizados}} - 1$$

Análisis de Sensibilidad

Es aquel que determina la fortaleza financiera o solidez del proyecto. Mide hasta qué punto afecta los incrementos en los egresos y las disminuciones o decrementos en los ingresos.

Según el análisis de sensibilidad, la aceptación de un proyecto se basa en:

- Coeficiente de sensibilidad > 1 el proyecto es sensible.
- Coeficiente de sensibilidad $= 1$ el proyecto no sufre ningún efecto.
- Coeficiente de sensibilidad < 1 el proyecto no es sensible.

Se la obtendrá mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

$$As = \frac{\% \text{ de variacion}}{\text{Nueva tasa de retorno}}$$

5. Metodología

Para el desarrollo del presente proyecto se hizo uso de los siguientes métodos y técnicas de investigación las cuales nos ayudaron a obtener información importante y real de la base teórica y práctica.

Científico

Se lo utilizo para la recolección de información teórica a través de la revisión de libro, normas, revistas web, códigos, leyes, formularios, y publicaciones de estudios relacionados al tema del proyecto; dichas ayudaron a la elección de fórmulas y cálculos correspondientes al proyecto.

Deductivo

Este método permitió analizar toda la estructura jurídica, comprender de mejor manera las normas legales y la determinación del tamaño de la muestra utilizando datos reales que impulsen la demanda potencial y efectiva del producto a nivel local, lo que a su vez crea conocimiento relevante; sobre aspectos del proyecto.

Inductivo

Este método se lo utilizo en la aplicación de las encuestas para la ejecución del proyecto. Las mismas que arrojaron información que sirvió para determinar cuáles son los gustos y preferencias de las personas y poder llevar a cabo el estudio de mercado y que previamente se aplicó mediante la obtención de la muestra del segmento poblacional.

Empírico

Este método se lo aplico en la última fase del proyecto donde se lo utilizo para recopilar, elaborar e interpretar datos numéricos por medio de la búsqueda de los mismos y de su posterior organización, análisis e interpretación.

Analítico

Se aplicó con la finalidad de identificar los recursos que se necesita para desarrollar el proyecto, mediante el método analítico se podrá conocer e interpretar todos los datos y resultados obtenidos de las encuestas, entrevistas e indicadores del mercado que incidirán en el desarrollo del proyecto y la planificación del mismo.

Estadístico

El método estadístico consiste en una secuencia de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación. Este método se lo utilizo para la recolección de los datos necesarios, así como de las encuestas; con su respectivo proceso de tabulación, el análisis y la interpretación estadística de los resultados.

Matemático

El fundamento de este método lo constituye la aplicación y el desarrollo de las ideas de la teoría de las probabilidades como una de las disciplinas matemáticas más importantes, este método nos ayudó a la aplicación de cálculos y fórmulas para la interpretación de los resultados del presupuesto y la evaluación financiera del proyecto y de igual manera se lo utilizará en la ejecución para así proponer los resultados del proyecto.

Técnicas

De igual manera es importante destacar las diferentes técnicas de investigación que permiten la obtención de información requerida para el desarrollo del tema de investigación de la presente tesis.

La Encuesta

Esta es una técnica de investigación que consiste básicamente en preguntas de carácter abiertas o cerradas que son entregadas a la población, este debe ser llenado libremente por ellas.

En otras palabras, es un conjunto de preguntas dirigidas a un número de personas que representan a la población con el fin de obtener información sobre su punto de vista de hechos específicos. La aplicación de encuestas, con la finalidad de recolectar información primaria para la creación y desarrollo de la panadería en la ciudadela la Cascarilla de la provincia de Loja.

6. Resultados

ESTUDIO DE MERCADO

Un estudio de mercado es una investigación para analizar la viabilidad comercial y económica de una idea, un proyecto empresarial, un producto o un servicio.

Producto Principal

Prestar el producto en esta ciudadela es porque no existe una panadería que ofrezca variedad de panes que sea hechos de acuerdo a la clientela, además que puedan hacer algún pedido de tortas o algún tipo en especial para que quieran para un evento en especial o simplemente cumplir su antojo de un delicioso pan y sus derivados.

Competencia Directa

En la ciudadela existen tiendas que expenden pan, pero este producto no cumple con las expectativas de los habitantes. Pero no una panadería que cumpla con las expectativas de los habitantes ofreciendo diferente tipo de pan y sus derivados donde se sientan a gusto y un espacio donde encuentre el producto sea de su agrado, y con estos antecedentes ofrecer al cliente una comodidad bonita y un servicio de calidad.

Demandantes

Con el respectivo análisis de quienes serán los demandantes de la panadería en la ciudadela la cascarilla se procedió a aplicar la muestra la cual estaba orientada a la población antes mencionada. Para el proyecto de la creación de la panadería se ha tomado a la población:

País: Ecuador

Provincia: Loja

Parroquia: Sucre

Sexo: Masculino y Femenino

Análisis de la demanda

El análisis de la demanda es el proceso de entender la demanda de los consumidores hacia un producto o servicio en un mercado objetivo, también establece la posibilidad que tiene de satisfacer la demanda. La panadería está orientada a satisfacer a los pobladores de la ciudadela la Cascarilla, Provincia de Loja

Proyección de la población de la parroquia Sucre

Para la proyección de la población se consideró la siguiente fórmula:

$$Pn = Po(1 + i)^n$$

En donde

Pn = Población de la parroquia sucre 2010.

Po = Población inicial de habitantes.

i = Tasa de crecimiento poblacional

n = Períodos transcurridos

Datos:

Po= 69.388

i= 1.4%

n= 13

$$Pn = 69.388(1 + 0.014)^{13}$$

$$Pn = 83.134$$

Población de estudio

Una vez determinada la población al 2023 la cual se conformada por 83.134 habitantes se divide para el número de miembros de la familia que son 4 personas entonces se procede aplicar la formula siguiente:

Formula:

$$Familias = \frac{\text{Numero de habitantes}}{\text{Número de miembro por familias}}$$

Desarrollo

$$F = \frac{83134}{4}$$

$$F = 20.783.5 \text{ familias}$$

Para determinar la muestra se utilizó la fórmula de población finita con los siguientes datos:

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

En donde:

N	=	Población Total familias
e	=	Margen de error
p	=	Población de éxito
q	=	Probabilidad de fracaso
Z	=	Nivel de Confianza
n	=	Tamaño de Muestra

DATOS

N	=	20.783.5
e	=	(0.05) 2
p	=	0.05
q	=	0.05
Z	=	1.96
n	=	?

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

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 20.783,5}{(0.05)^2 x(20.783,5 - 1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{191960}{529154}$$

$$n = 377$$

Con la aplicación de la formula se determinó que se aplicara 377 encuestas a los pobladores de la parroquia Sucre, esta información nos ayudara con el desarrollo de la investigación

Tabla 1

Tamaño de la muestra de la parroquia Sucre

Ciudadelas de la parroquia Sucre	
Sectores	Encuestas
Menfis Alto	71
La Cascarilla	81
Lote bonito	90
Santa Ines	35
Chotacruz	100
TOTAL	377

Nota. Se muestra la distribución de las encuestas para aplicación.

Tabulación de la encuesta demanda

Tabla 2

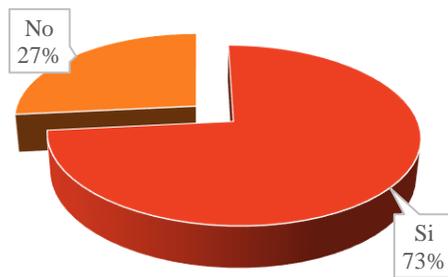
Aceptación del pan

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	282	73%
No	102	27%
Total	384	100%

Nota. Se muestra la aceptación con sus respectivos porcentajes de la aceptación de la encuesta; información tomada de la elaboración de las encuestas.

Figura 1

Aceptación del pan



Nota: Con el 100% de las encuestas aplicadas se determinó que el 73% de las personas si consumen pan y lo consideran dentro de su alimentación diaria, mientras que el 27% no consumen ya sea por factores de salud o simplemente consideran que no es fuente nutritiva.

Tabla 3

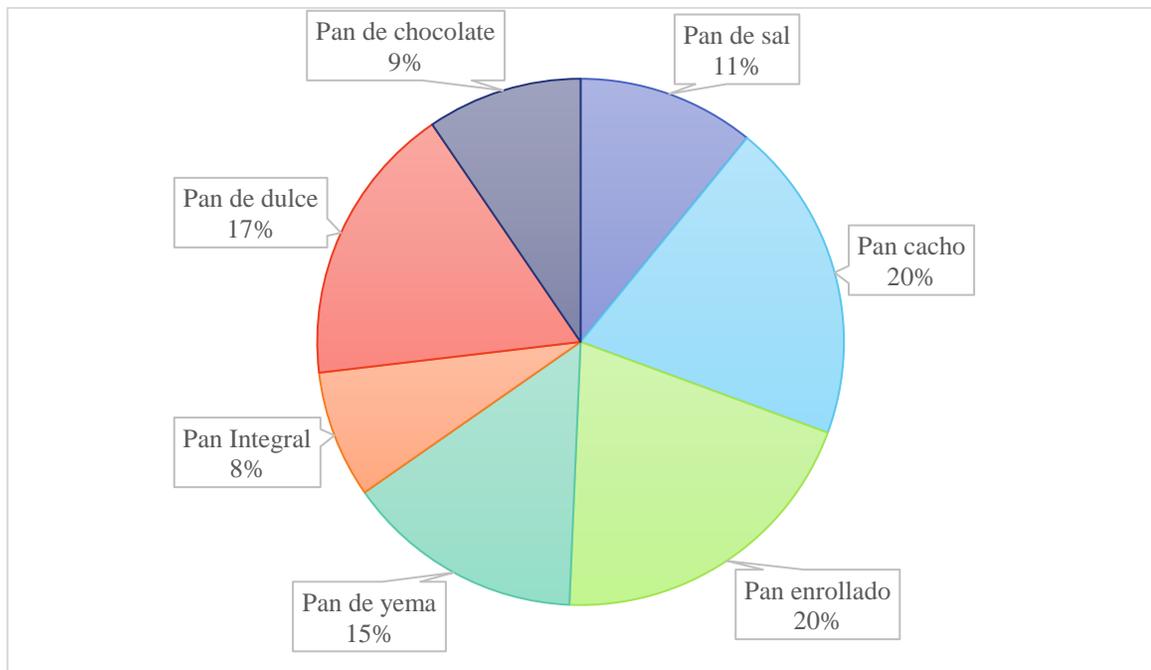
Consumo de pan diario

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Pan de sal	32	11%
Pan cacho	58	21%
Pan enrollado	59	21%
Pan de yema	43	15%
Pan Integral	23	8%
Pan de dulce	51	18%
Pan de chocolate	28	10%

Nota. Se muestra el consumo del pan en las familias encuestadas; información tomada de la elaboración de las encuestas.

Figura 2

Consumo de pan diario



Nota: Con el 100% de las encuestas aplicadas se determinó que los panes más consumidos por los habitantes son el "Pan enrollado" y el "Pan cacho" con el 21% de aceptación y el "Pan de dulce" con el 18% de aceptación siendo estos los más aceptados por los habitantes.

Tabla 4*Consumo diario*

Opciones	1	2	3	4	5	6
Pan de sal	9	15	2	2	3	1
Pan cacho	2	31	12	3	4	2
Pan enrollado	2	35	8	5	4	4
Pan de yema	3	26	6	5	2	2
Pan Integral	1	17	4	0	2	
Pan de dulce	2	29	5	5	1	1
Pan de chocolate	4	21	1	1	2	1
Total	23	174	38	21	18	11

Nota. Se muestra el consumo diario del pan en las familias encuestadas; información tomada de la elaboración de las encuestas.

Nota: Con el 100% de las encuestas aplicadas, se muestra que el consumo diario de panes es bien alto de parte de los habitantes de los sectores encuestados, encabezando la lista el pan enrollado y el pan dulce y en tercer lugar el pan de yema.

Tabla 5

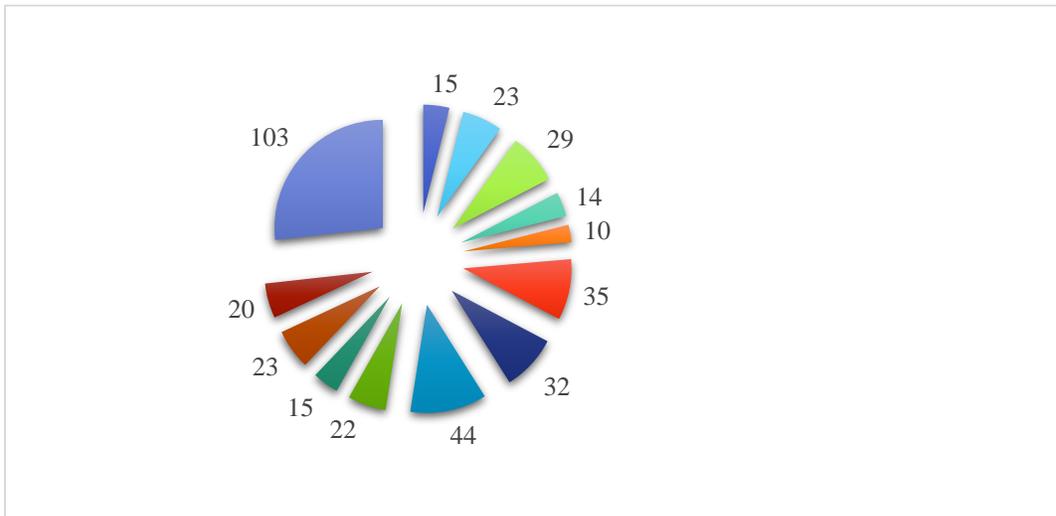
Panadería

Opciones	Totales	Porcentaje
Horno de leña	15	2%
Juthdina	23	7%
Servipan	29	8%
Mi buen pan	14	5%
La tartaleta	10	2%
Dolka	35	12%
En cualquiera	32	8%
Family Pan	44	9%
Pan rico	22	4%
Minimarket	15	2%
En la tienda	23	5%
Reina del cisne	20	3%
No lo recuerdo	103	33%
Total	282	100%

Nota. Se muestra las panaderías donde las familias encuestadas compran el producto; información tomada de la elaboración de las encuestas.

Figura 3

Panadería



Nota: Con el escrutinio de las encuestas aplicadas, se muestra que las personas adquieren el pan en cualquier panadería mientras que otras si lo compran en una panadería que es de agrado.

Tabla 6*Precios por unidad de pan*

Opciones	Precios		
Pan de sal	\$ 0.10 ctvs.	\$ 0.15 ctvs	\$ 0.20 ctvs.
	3	21	8
Pan cacho	\$ 0.15 ctvs.	\$ 0.20 ctvs	\$ 0.25 ctvs
	3	49	6
Pan enrollado	\$ 0.15 ctvs.	\$ 0.18 ctvs.	\$ 0.20 ctvs.
	0	29	26
Pan de yema	\$ 0.10 ctvs.	\$ 0.20 ctvs	\$ 0.25 ctvs
	0	41	2
Pan Integral	\$ 0.25 ctvs	\$ 0.35 ctvs	\$ 0.45ctvs
	3	18	3
Pan de dulce	\$ 0.10 ctvs.	\$ 0.15 ctvs.	\$ 0.20 ctvs
	1	31	10
Pan de chocolate	\$ 0.20 ctvs	\$ 0.25 ctvs	\$ 0.30 ctvs
	11	17	0
Total	21	206	55

Nota: Con el escrutinio de las encuestas aplicadas, se muestra que las personas adquieren el producto a diversos precios, con las 282 personas encuestadas se determina que el pan lo compran en cualquier panadería a precios que les resultan cómodos.

Tabla 7

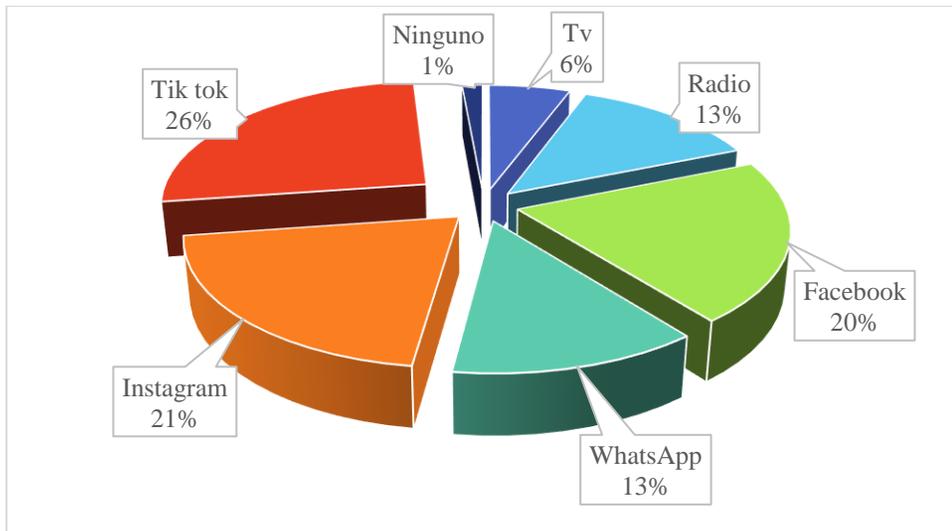
Medio de comunicación

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Tv	16	6%
Radio	37	13%
Facebook	58	21%
WhatsApp	36	13%
Instagram	58	21%
Tik tok	73	26%
Ninguno	4	1%
Total	282	100%

Nota. Se muestra la frecuencia de uso de redes sociales de las familias encuestadas; información tomada de la elaboración de las encuestas.

Figura 4

Medio de comunicación



Nota: Con el escrutinio de las encuestas aplicadas, se muestra que las personas más frecuentan Facebook e Instagram seguida de ellos la radio, y el medio de comunicación menos utilizado es la Televisión. Con las 282 personas encuestadas se determina que el medio de comunicación más frecuentado es el Facebook e Instagram para distraerse e informarse de las novedades.

Tabla 8

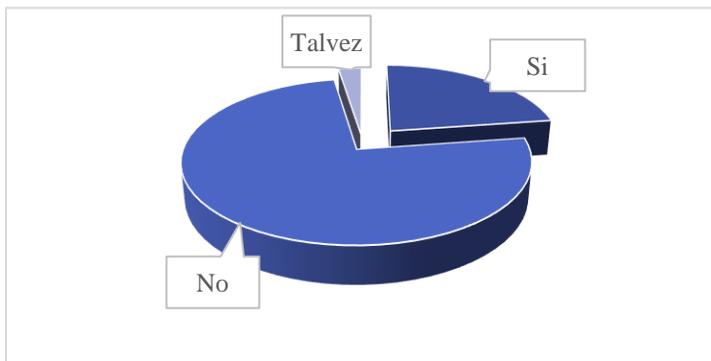
Promociones

Opciones	Frecuencia
Si	64
No	211
Talvez	7
Total	282

Nota. Se muestra la frecuencia con las que acceden a las promociones que se realizaran en la panadería; información tomada de la elaboración de las encuestas.

Figura 5

Promociones



Nota: Con el análisis de todas las encuestas se deduce que el 23% de personas si recibieron algún tipo de promociones o beneficios por ser consumidores frecuentes de esa panadería, el 75% de personas no percibieron ningún tipo de promociones y el 2% restante recibió algún beneficio por ser clientes.

Tabla 9

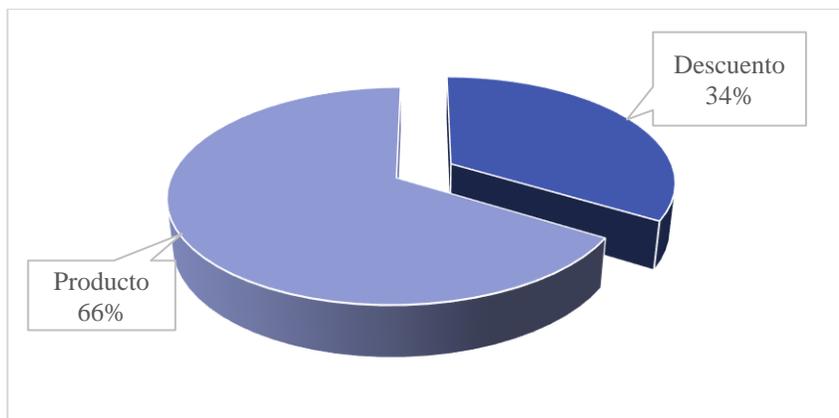
Aceptación de promociones

Opciones	Frecuencia
Descuento	95
Producto	187
Total	282

Nota: Se muestra la aceptación de las promociones que se presentan en la encuesta; información tomada de la elaboración de las encuestas.

Figura 6

Aceptación de promociones



Nota: Con el análisis de todas las encuestas se deduce que el 34% de personas si desean recibir un descuento por la compra de panes en la panadería, y el 66% de personas desean tener más producto por ser clientes frecuentes de la panadería.

Tabla 10

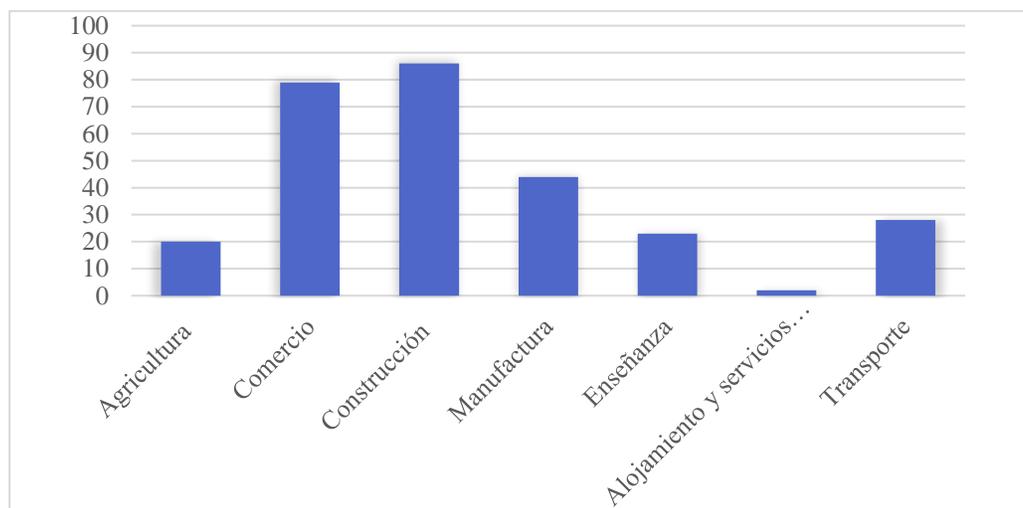
Actividad laboral

Opciones	Frecuencia
Agricultura	20
Comercio	79
Construcción	86
Manufactura	44
Enseñanza	23
Alojamiento y servicios de comida	2
Transporte	28
Total	282

Nota. Se muestra la actividad laboral que realizan las personas encuestadas; información tomada de la elaboración de las encuestas.

Figura 7

Actividad laboral



Nota: Los habitantes de los sectores encuestados se deduce que el 30% se dedican a la construcción siendo esta su fuente de ingreso, mientras que el 28% se dedican al comercio y el trabajo menos desarrollado es de alojamiento y servicios de comida.

Tabla 11

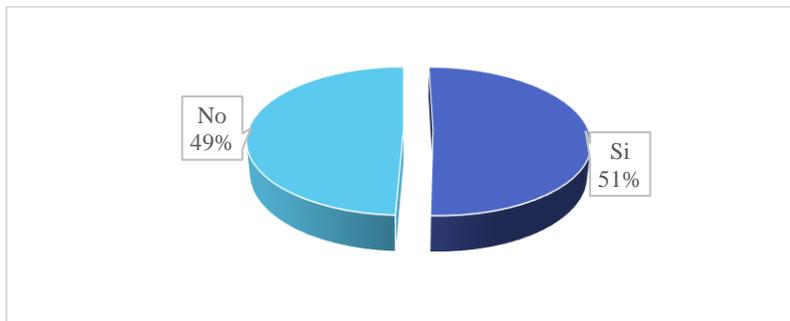
Aceptación de la nueva panadería

Opciones	Frecuencia	%
Si	143	51%
No	139	49%
Total	282	100%

Nota. Se muestra la aceptación de la nueva panadería; información tomada de la elaboración de las encuestas.

Figura 8

Aceptación de la nueva panadería



Nota: 143 personas están dispuestos a ser usuarios de la nueva panadería que se pretende establecer en la ciudadela y 139 personas mencionan que no serían usuarios de la panadería por qué ya cuentan con una panadería que es su agrado y cumplen sus expectativas.

Tabla 12

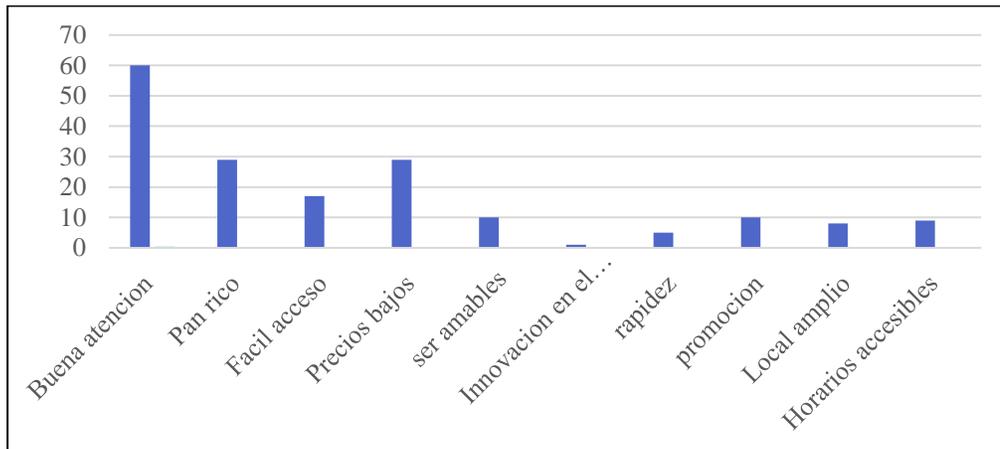
Sugerencias para la nueva panadería

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Buena atención	60	36%
Pan rico	29	17%
Fácil acceso	17	10%
Precios bajos	29	17%
Ser amables	10	5%
Innovación en el lugar	1	1%
Rapidez	5	2%
Promoción	10	5%
Local amplio	8	3%
Horarios accesibles	9	4%

Nota. Se muestra las sugerencias expuestas por los encuestados; información tomada de la elaboración de las encuestas.

Figura 9

Sugerencias para la nueva panadería



Nota: 143 personas dieron sugerencias diferentes para la nueva panadería encabezando la lista que dicha panadería preste buena atención, tenga precios bajos y sobre todo sea de su agrado.

Tabulación de la entrevista

Tabla 13

Motivación a ser panadero

Respuestas

- Por vocación familiar de parte de mi papá.
- Curso un curso de cocina y me gusto trabajar con harinas y se inclinó por la panadería y es su fuente de trabajo.
- Trabajo en una panadería y parte de su trabajo era amasar y aprendió hacer panes hasta poner su negocio propio poner en práctica todo lo aprendido.

Nota. Indica las razones por las cuales existen esos negocios; información tomada de la elaboración de las entrevistas.

Nota: De los propietarios de las panaderías encuestados me supieron manifestar que si tienen una panadería es fundada por los familiares ya sean papás o abuelos y vieron en ella una oportunidad de generar ingresos y ser su propio jefe, y en otros casos por que trabajaron junto a un panadero y por labor del trabajo se iniciaron en esto y vieron la oportunidad de trabajar para ellos y finalmente por qué siguió un curso sobre esto y decidido hacerlo realidad y tener ingresos en esta labor.

Tabla 14

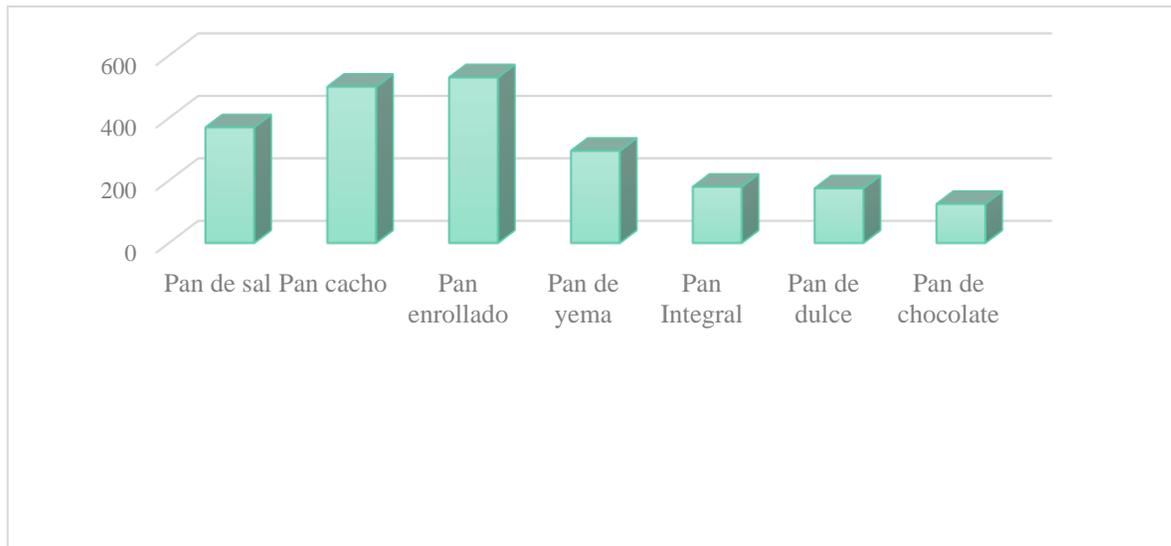
Elaboración de panes

Opciones	N.º Elaboración
Pan de sal	370
Pan cacho	500
Pan enrollado	530
Pan de yema	295
Pan Integral	180
Pan de dulce	175
Pan de chocolate	125

Nota. Indica la elaboración de panes que realizan los negocios; información tomada de la elaboración de las entrevistas.

Figura 10

Elaboración de panes



Nota: De los propietarios de las panaderías encuestados se deduce que la mayor elaboración de panes son los panes enrollados y cachos, seguidamente el de sal y pan de yema y el que tiene menos producción es el de chocolate.

Tabla 15*Precios de los panes*

Opciones	Precios			Opcional
Pan de sal	\$ 0.10 ctvs.	\$ 0.15 ctvs	\$ 0.20 ctvs.	
		3	1	
Pan cacho	\$ 0.15 ctvs.	\$ 0.20 ctvs	\$ 0.25 ctvs	
		2	2	
Pan enrollado	\$ 0.15 ctvs.	\$ 0.18 ctvs.	\$ 0.20 ctvs.	
			3	\$ 0.25 ctvs
Pan de yema	\$ 0.10 ctvs.	\$ 0.20 ctvs	\$ 0.25 ctvs	
		4		
Pan Integral	\$ 0.25 ctvs	\$ 0.35 ctvs	\$ 0.45ctvs	
	3	1		
Pan de dulce	\$ 0.10 ctvs.	\$ 0.15 ctvs.	\$ 0.20 ctvs	
		4		
Pan de chocolate	\$ 0.20 ctvs	\$ 0.25 ctvs	\$ 0.30 ctvs	
	2	1		0,18 ctvs

Nota: Indica los precios que expenden los productos; información tomada de la elaboración de las entrevistas.

Nota: De los propietarios de las panaderías encuestados se deduce que la mayor elaboración de panes son los panes enrollados y cachos, y estos son vendidos con un valor de \$0.20 ctvs; seguidamente el de sal y pan de yema con el mismo valor, el pan integral tiene valores variados, pero esto varía según la presentación y el lugar donde lo compra, el pan dulce con un valor de \$0.15 ctvs y finalmente el pan de chocolate con el valor de \$0.25 ctvs, \$0.20 ctvs y de \$0.18 ctvs.

Tabla 16

Proveedores

Proveedores de materia prima

Comercializadora Darpa, S.

Gran Aki

Puerta del sol

Comercial Ximena

Comercial Reina de El Cisne

Comercial Galtor

Nota. Indica los proveedores que tienen los propietarios de las panaderías entrevistadas; información tomada de la elaboración de las entrevistas.

Nota: De los propietarios de las panaderías supieron manifestar que sus proveedores no son fijos es decir varían por motivos de precios al adquirir su materia prima entre otros factores la presentación el estado y el servicio que le dan por la compra de las materias primas. La compra de materia primas es indispensable ya que sin falta alguno de estos ingredientes falta la producción se pausa y no podría salir a la venta es decir si la producción se cancela el dinero invertido sería dinero muerto.

Tabla 17

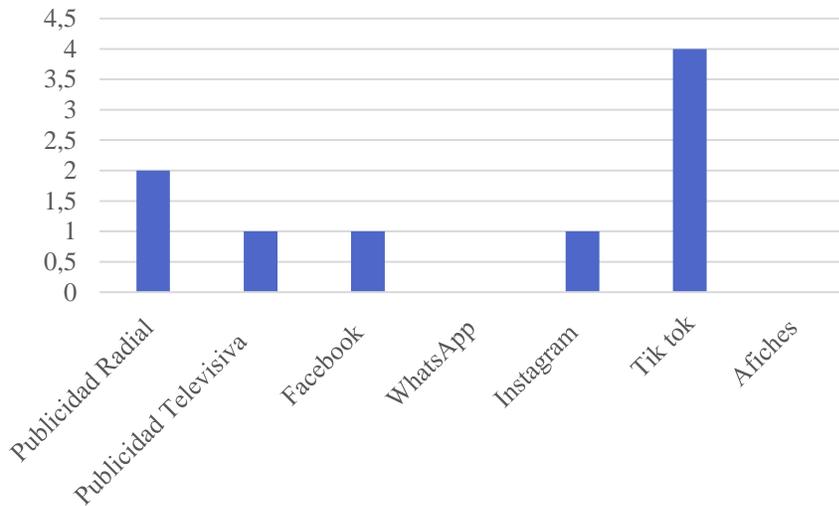
Medios de comunicación

Opciones	Aceptación
Publicidad Radial	2
Publicidad Televisiva	1
Facebook	1
WhatsApp	0
Instagram	1
Tik tok	4
Afiches	2

Nota. Indica los medios de comunicación que utilizan los negocios para atraer a los clientes; información tomada de la elaboración de las entrevistas.

Figura 11

Medios de comunicación



Nota: Los propietarios de las panaderías utilizaron las redes sociales para promocionar su panadería entre las redes sociales más utilizadas por estas personas es el Tik tok seguida de ella la Publicidad por radio y siendo la menos utilizada el WhatsApp. Si bien es cierto la publicidad es vital para el crecimiento de los negocios, pero en este caso las panaderías entrevistadas utilizan más la plataforma de tik tok para mostrar sus productos y de esta manera atraer la clientela.

Tabla 18*Consumo promedio por tipo de pan*

Opciones	Consumo Promedio por tipo de pan					Total, de Panes	N.º de Personas	Consumo Promedio Diario	Consumo Anual
Pan de sal	9	30	6	8	15	68	282	0,241	88,01
Pan cacho	18	465	24	6	12	525	282	1,862	679,52
Pan enrollado	2	70	24	20	20	136	282	0,482	176,02
Pan de yema	3	52	18	20	10	103	282	0,365	133,31
Pan Integral	1	34	12	0	10	57	282	0,202	73,77
Pan de dulce	2	58	15	20	5	100	282	0,355	129,43
Pan de chocolate	4	42	3	4	10	63	282	0,223	81,54

Nota. Indica el consumo promedio del pan por cada uno de ellos; información obtenida de la encuesta.

Para calcular el consumo promedio por tipo de pan se multiplico la opción de respuesta por el número de demandantes reflejada en la tabla N,º 4 es decir 1 por 9 es igual a 9 y así sucesivamente, después se hizo la sumatoria total dándonos un resultado en el tipo de pan de sal un total de 68 después lo dividimos por el número de personas que si consumen pan reflejado en el cuadro N.º 2; para calcular el consumo promedio de pan diario dividimos el total de panes por el número de personas dándonos un resultado de 0.241 y finalmente se calculó el consumo anual siendo la operación el número de promedio diario se lo multiplico para los 365 días del año generando un resultado de 88.01 de panes consumidos al año, en el pan de sal, así el mismo con los siguientes tipos de pan.

Datos para proyectar la población por familia

Población de la parroquia sucre: 20.783.5

Tasa de crecimiento: 1.14%

Desarrollo de la fórmula

$$Df = Db(1 + i)^n$$

Tabla 19*Proyección de habitantes*

Habitantes	Tasa de crecimiento	PROYECCIONES POR AÑOS					
		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
20.783,50	1,14%	20.783,40	21.020,33	21.259,96	21.502,33	21.995,37	22.499,73

Nota. Muestra la proyección de familias para la vida útil del proyecto.

Demanda potencial

Para determinar la demanda potencial de la presente investigación se extrae de la población económicamente activa el 73%, porcentaje que representa quienes consumen panes de las personas encuestadas, según la tabla 2 de la encuesta aplicada a 377 demandantes.

La demanda potencial para el primer año de vida útil del proyecto es de 15.171,88 familias, para el tercero de 15.696,70 familias y para el quinto año de 16.424,80 familias.

Tabla 20*Demanda potencial*

Años	N.º de familias	Porcentaje de aceptación	Demandantes potenciales
0	20.783,40		15.171,88
1	21.020,33		15.344,84
2	21.259,96		15.519,77
3	21.502,33	73%	15.696,70
4	21.995,37		16.056,62
5	22.499,73		16.424,80

Nota. Muestra la demanda potencial para la vida útil del proyecto. ellos; información obtenida de la tabla 2 y 19.

Demanda Real

Es la cantidad de servicios que se utiliza actualmente en el mercado esa demanda se la obtiene considerando al porcentaje de familias que serán usuarios de la panadería, que sería el 73% de los hogares, los que demuestra que este mercado puede ser factible para panadería.

Tabla 21

Demanda real

Años	Demanda potencial	Porcentaje de aceptación	Demanda real
0	15.171,88		11.075,47
1	15.344,84		11.201,73
2	15.519,77		11.329,43
3	15.696,70	73%	11.458,59
4	16.056,62		11.721,33
5	16.424,80		11.990,10

Nota. Muestra la demanda real; información obtenida de la tabla 2 y la tabla 20.

Demanda Efectiva

Es el servicio que los consumidores adquieren en el mercado. Esta demanda se la determina considerando al porcentaje de familias que utilizaran la panadería, teniendo un porcentaje de 40.32 %. Para realizar la demanda efectiva se utilizó los datos de la pregunta 10, aquella permitió conocer el número de personas que estarán dispuestas a ser usuarias de la panadería.

Tabla 22*Demanda efectiva*

Años	Demanda real	Porcentaje de aceptación del proyecto	Demanda efectiva
0	11.075,47		4.465,63
1	11.201,73		4.516,54
2	11.329,43	40,32%	4.568,03
3	11.458,59		4.620,10
4	11.721,33		4.726,04
5	11.990,10		4.834,41

Nota. Muestra la demanda efectiva; información obtenida de la tabla 12 y la tabla 21.

Tabla 23*Porcentaje por tipo de pan*

Tipo de pan	Opciones de respuesta por tipo de pan							Total	% por tipo de pan
Pan de sal	9	15	2	2	3	1		32	5,61%
Pan cacho	2	31	12	3	4	2		54	9,47%
Pan enrollado	2	35	8	5	4	4		58	10,18%
Pan de yema	3	26	6	5	2	2		44	7,72%
Pan Integral	1	17	4	0	2			24	4,21%
Pan de dulce	2	29	5	5	1	1		43	7,54%
Pan de chocolate	4	21	1	1	2	1	0	30	5,26%
Total	23	174	38	21	18	11	0	285	50,00%
								570	100%

Nota. Muestra el porcentaje de pan por cada uno de ellos; información obtenida de la tabla 14.

Para realizar el cálculo de porcentaje por tipo de pan, se procedió a realizar lo siguiente, con la información reflejada en la tabla 4 se dividió el total de 570 para la suma total de consumo de pan en este caso el 32 que representa la suma del pan de sal y el resultado de la operación fue de 5.61%.

Tabla 24*Cantidad anual demandada*

Tipo de pan	Demanda por familias	Consumo promedio anual	Cantidad demandada anual
Pan de sal	250,52	88,01	22.048,43
Pan cacho	422,90	679,52	287.365,79
Pan enrollado	454,60	176,02	80.018,91
Pan de yema	344,75	133,31	45.958,18
Pan Integral	188,00	73,77	13.868,99
Pan de dulce	336,71	129,43	43.580,19
Pan de chocolate	234,89	81,54	19.153,11

Nota. Muestra el porcentaje de pan por cada uno de ellos; información obtenida de la tabla 14 y anexos 5, 6, 7, 8, 9 y 10

La cantidad demandada anual se procedió a calcular de la siguiente manera se estableció la demanda por familias 250.52 y se la multiplico por 88.01 con un resultado de 22.048,43 panes demandados por tipo de pan de sal.

Proyección de la demanda anual

Tabla 25*Proyección de la demanda anual*

Tipo de pan	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pan de sal	22.048,43	22.300	256,27	259,19	265,13	271,21
Pan cacho	287.365, 79	290.642	432,59	437,52	447,56	457,82
Pan enrollado	80.019	80.931	465,03	470,33	481,11	492,14
Pan de yema	45.958	46.482	352,65	356,67	364,85	373,22
Pan Integral	13.869	14.027	192,31	194,51	198,97	203,53
Pan de dulce	43.580	44.077	344,43	348,36	356,34	364,51
Pan de chocolate	19.153	19.371	240,28	243,02	248,59	254,29

Nota. Muestra la proyección de demanda anual por cada tipo de pan; información obtenida de la tabla 24 y anexos 11, 12, 13, 14, 15 16 y 17

Análisis de la oferta

Para establecer la oferta primeramente se consulta el número de empresas que ofrecen el mismo producto o similar al que ofrecemos, al investigar este punto se ha determinado que si existen panaderías que ofrecen el mismo producto igual al proyecto a ejecutar, es decir si hay competencia directa, el número de estas empresas en la parroquia Sucre es reducido ya que en la localidad solo existen 4 panaderías, con esta información se procede a aplicar una entrevista a los oferentes (dueños de las panaderías) el cual permitirá determinar el promedio de ventas para así poder realizar la proyección de las ventas anuales y luego calcular la demanda insatisfecha.

Proyección por tipo de pan

Para la proyección por tipo de pan se tomó en cuenta la demanda efectiva por tipo de pan la cual tiene el siguiente procedimiento, se multiplico el porcentaje por tipo de pan por la demanda efectiva dando este un resultado de 15.031,3

Tabla 26

Oferta proyectada por tipo de pan

CANTIDAD ANUAL PROYECTADA POR TIPO DE PAN						
Tipo de pan	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pan de sal	15,0313	15,2027	15,3760	15,551	15,908	16,273
Pan cacho	25,3737	25,6630	25,9555	3.285,0	26,853	27,469
Pan enrollado	27,2761	27,5870	27,9015	3.285,0	28,867	29,529
Pan de yema	20,6848	20,9206	21,1591	1.752,0	21,891	22,393
Pan Integral	11,2802	11,4088	11,5388	1.095,0	11,938	12,212
Pan de dulce	20,2025	20,4328	20,6658	2.628,0	21,381	21,871
Pan de chocolate	14,0935	14,2542	14,4167	1.095,0	14,915	15,257

Nota. Muestra la proyección de oferta anual por cada tipo de pan; información obtenida de los anexos 21, 22, 23, 24, 25, 26 y 27

Tabla 27

Oferta actual de panaderías

Panaderías	Elaboración diaria	Elaboración mensual	elaboración Anual
Panadería Andre´s P	700	2800	33600
Panadería Rico Pan	670	2680	32160
Panadería y pastelería Su sabor	825	3300	39600
Panadería y pastelería Salome	680	2720	32640
Total		11500	138.000

Nota: Muestra la oferta de las panaderías entrevistadas; información obtenida de las entrevistas.

$$\text{Promedio de venta anual} = \frac{138.000}{4} = 34.500$$

La oferta actual se obtuvo de acuerdo a la información de las entrevistas la cual se determinó la elaboración mensual y la elaboración anual estos resultados fueron calculados por el total de meses y los días total del año.

Proyección de la oferta anual de pan

Para realizar la proyección de la oferta anual de pan, se tomó en cuenta la tasa de crecimiento de consumo de pan que es 6% según la encuesta nacional de ingresos y gastos de los hogares urbanos y rurales (INEC, 2012).

Tabla 28*Oferta anual*

Años	Oferta anual
0	138.000,00
1	146.280,00
2	155.056,80
3	164.360,21
4	174.221,82
5	184.675,13

Nota: Muestra la proyección de oferta anual por cada tipo de pan; información obtenida de la tabla N.º 27

Demanda Insatisfecha

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se tomó los valores de la demanda efectiva y para la determinación de la oferta anual se utilizó la información de los anexos 17 al 20 y con toda la información recopilada se procedió a realizar una resta entre la demanda total y la oferta anual dándonos un resultado de demanda insatisfecha en el tipo de pan un total de

Tabla 29

Demanda insatisfecha

Tipos de pan	Demanda efectiva	Oferta anual	Demanda insatisfecha
0	4.465,63	138.000,00	133.534,37
1	4.516,54	146.280,00	141.763,46
2	4.568,03	155.056,80	150.488,77
3	4.620,10	164.360,20	159.740,10
4	4.726,04	174.221,82	169.495,78
5	4.834,41	184.675,12	179.840,72

Nota; Cálculo de la demanda insatisfecha; información obtenida de la tabla N.º22 y 28.

Estrategias de mercadotecnia.

Producto

El presente proyecto consiste en la implementación de una empresa dedicada a la panificación, mismo que serán preparadas con productos de buena calidad, frescos y en buen estado elaborados por personas calificadas para que los clientes estén satisfechos del servicio prestado, además contamos con un espacio físico amplio con la finalidad de que el cliente se sienta cómodo y a la vez puede compartir inolvidables momentos con su familia o entre amigos.

Características

Producto

Panadería “Glasea2” es un lugar que ofrece la panificación de panes al cliente se sienta bien, tales como:

- Amplio espacio físico, con la finalidad de que usted se sienta cómodo y pueda degustar de nuestro producto.
- Servicio de internet gratuito (WIFI) para todos nuestros clientes.
- Instalaciones modernas con un ambiente fresco y acogedor

Producto

Los productos que serán ofertados en la panadería “Glasea2” son:

- ⌘ **Pan de sal:** Harina de maíz, huevos, leche tibia, sal y mantequilla.



- ⌘ **Pan enrollado:** Harina, sal, levadura, huevos, margarina y queso.



- ⌘ **Pan de cacho:** Harina, sal, levadura, huevos, margarina y queso.



- ⌘ **Pan de yema:** Harina de trigo, azúcar, sal, mantequilla, huevos, yemas, leche y levadura seca.



- ⌘ **Pan integral:** harina de trigo integral, sal, levadura seca y agua tibia.



∞ **Pan dulce:** harina, agua, azúcar, lavadura y manteca.



∞ **Pan de chocolate:** harina de trigo, levadura, huevos, leche chocolate semiagrio y sal.



Marca

Con la intención de generar una identidad a la nueva panadería se le creó un nombre acorde a la actividad principal que realiza, dicho nombre tenga la intención de atraer a los clientes; por cual se la definió con el nombre de: “Glasea2”.

Logotipo

El logotipo de la panadería ayudará a los clientes a distinguirla de las demás panaderías de la ciudad de Loja y este será el siguiente.



Precio aproximado

Para establecer el precio se consideran los costos variables y los costos fijos que se utilizara para la elaboración del producto, considerando un margen de utilidad ajustado que garantice la sostenibilidad del emprendimiento.

Tabla 30

Precios de los panes

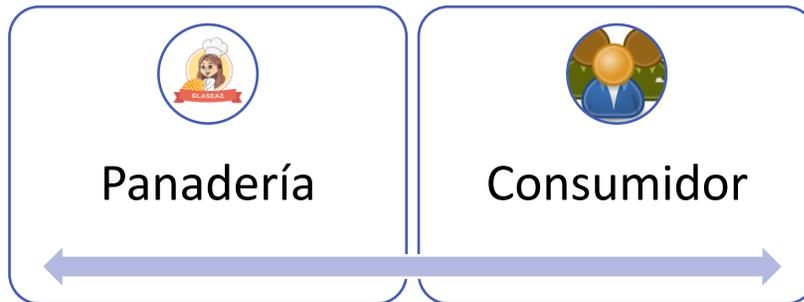
Panes	Precio Aprox.
Pan de sal	\$0,15 ctvs
Pan cacho	\$0,20 ctvs
Pan enrollado	\$ 0,20 ctvs
Pan de yema	\$0,15 ctvs
Pan Integral	\$0,30 ctvs
Pan de dulce	\$0,20 ctvs
Pan de chocolate	\$0,20 ctvs

Nota: Precios posibles para la venta del producto; información obtenida de las entrevistas

Plaza

Esta actividad nos permite hacer llegar el pan al consumidor para la elaboración de nuestros productos y servicio se utilizará un canal de elaboración como lo es:

El Canal Directo: Se utilizará el canal de distribución directa y se elaborara los productos desde la planta productora en este caso es la panadería hacia los consumidores finales.



Promoción

Las promociones que permiten ofrecer un incentivo adicional con la finalidad de estimular al mercado que origine un incremento en las ventas a corto plazo asociado con el servicio a ofrecer.

Las promociones que ofertara la panadería “Mas Ke Pan”

- Al ser clientes fijos se les dará la oportunidad de llenar un ticket con su información y participarán en la obtención de una cafetera, delantales y guantes para hornear; dichas promociones serán cada 3 meses.

Publicidad

La publicidad que se va a realizar será a través de redes sociales como lo son Tik tok, Facebook e Instagram debido a que según los encuestados son las redes sociales que más utilizan. Se creará cuentas con el nombre de la panadería y mediante ellas se grabará y se tomara fotos de los panes con el propósito de mostrar a los clientes lo que oferta en ella y las promociones que se establecen, dichas publicidades no tienen costo y las publicaciones serán

seguidas. De igual manera se implementará una respuesta automática con el número de WhatsApp para que obtengan más información y así se lograra tener una clientela satisfecha y que tenga buenas recomendaciones y reseñas en su página de Facebook.

Los post´s que se difundirán mediante las redes antes mencionadas será la siguiente:

Figura 12

Publicidad para Facebook

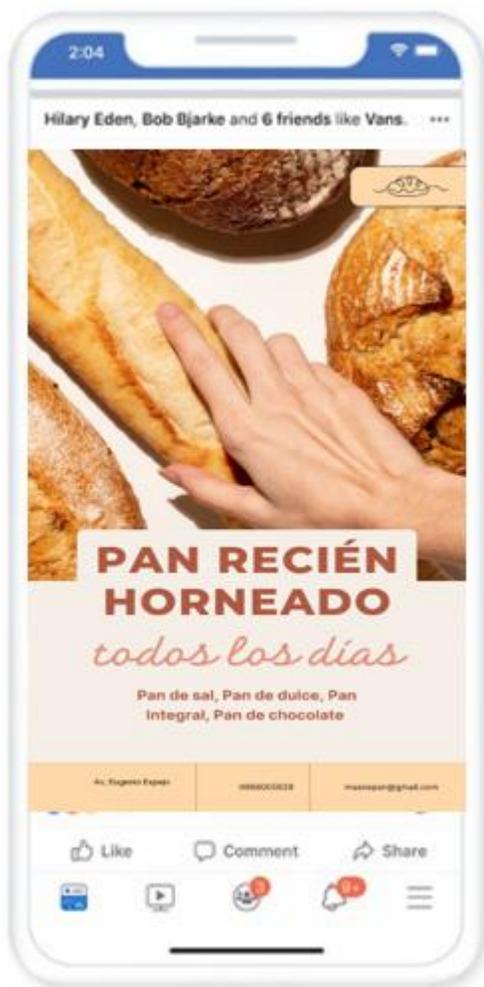


Figura 13

Publicidad de Instagram



Figura 14

Perfil de WhatsApp

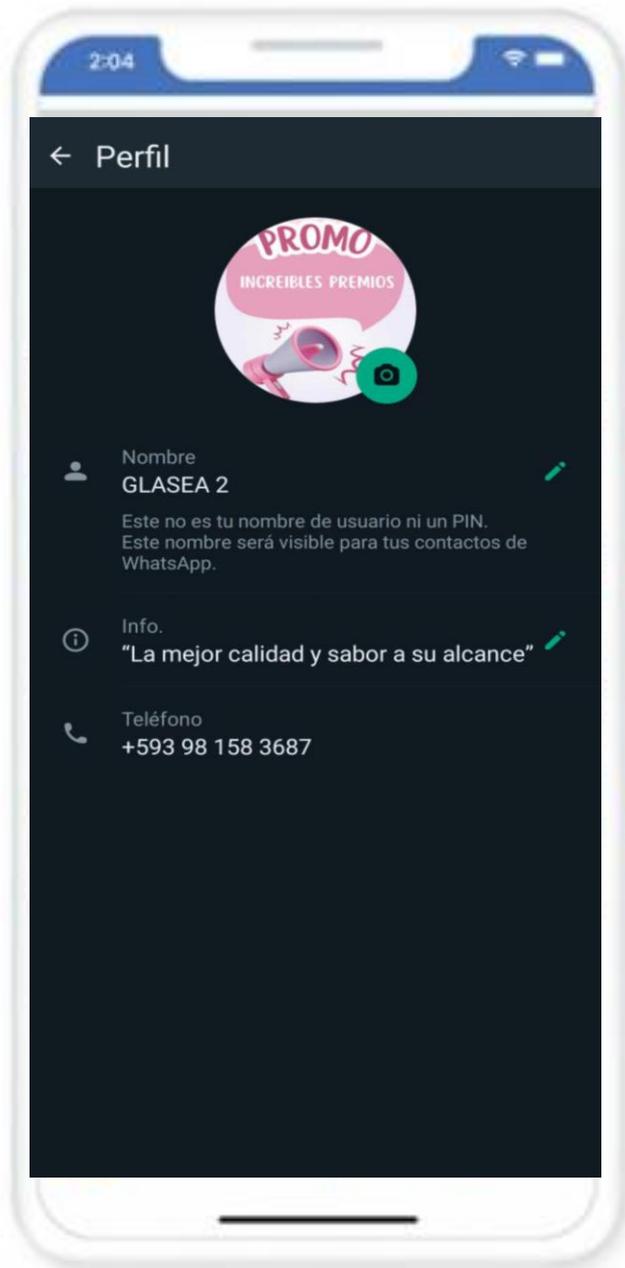


Figura 15

Publicidad Rotativa



ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico conocido también como Ingeniería del Proyecto, determina la macro localización y micro localización para la ejecución del proyecto, y se realiza el plan del proceso productivo determinando el tipo de la maquinaria, equipos y herramientas necesarias, y el recurso humano que trabajara en la producción.

Tamaño

El tamaño del proyecto constituye la infraestructura o su capacidad durante el periodo de vida útil, tomando en cuenta los factores que intervienen directamente en la producción. El Tamaño del proyecto nos indicará el nivel de producción que tendrá la panadería, para establecer el tamaño del proyecto, se tomará en cuenta los siguientes:

Tamaño del mercado.

De acuerdo a los resultados en el estudio de mercado, se plantea la creación de la panadería en la ciudadela la Cascarilla, enfocado a un segmento de mercado que comprende a las familias que residen en el sector.

En la realización del proyecto se ha podido establecer una demanda insatisfecha de 133.534,37 para el primer año panes al año el cual se determinó restando la demanda efectiva menos la oferta actual.

Capacidad Instalada

La capacidad instalada está relacionada directamente con la capacidad máxima que tiene la maquinaria, equipo y espacio a utilizarse, en la panadería se producirá un promedio de 500 panes por cada tipo de pan diario, esto multiplicado por los 5 días laborables nos da como resultado 3500 panes a la semana, de la misma forma multiplicamos por las 4 semanas que tiene el mes y obtenemos 15.000 panes al mes y por ultimo este resultado lo multiplicamos por 12

meses que tiene el año y determinamos una capacidad Instalada de 6.000 panes anuales en el tipo de pan de sal, y para determinar los demás realizamos el mismo procedimiento.

Tabla 31

Capacidad de instalada

Tipos de panes	N.º Panes al día	N.º Panes a la semana	N.º Panes al mes	N.º Panes al año	Capacidad Instalada
Pan de sal	500	3.500,00	15.000,00	6.000,00	6.000,00
Pan cacho	300	2.100,00	9.000,00	3.600,00	3.600,00
Pan enrollado	300	2.100,00	9.000,00	3.600,00	3.600,00
Pan de yema	250	1.750,00	7.500,00	3.000,00	3.000,00
Pan Integral	100	700,00	3.000,00	1.200,00	1.200,00
Pan de dulce	100	700,00	3.000,00	1.200,00	1.200,00
Pan de chocolate	150	1.050,00	4.500,00	1.800,00	1.800,00
TOTAL				20.400,00	20.400,00

Nota: Se expresa la capacidad instalada de producción de la panadería.

Esta capacidad constituye el rendimiento o el nivel de oferta que la panadería contara al trabajar los materiales y equipos al 100%.

Capacidad utilizada.

Para determinar la capacidad utilizada se tomará en consideración el servicio que se va a ofertar para cubrir la demanda insatisfecha.

Para la determinar la capacidad utilizada, primeramente, determinaremos que la panadería laborara 5 días a la semana en un periodo de tiempo diario de 9 horas laborables (que serían de 08h00 am a 13h00 pm y de 15h00pm hasta las 20h00 pm en el siguiente cuadro se explica cómo se determinó la capacidad utilizada, esta ira incrementando cada año en un 10%, para poder alcanzar el máximo porcentaje de la capacidad instalada.

Tabla 32*Capacidad utilizada*

Tipos de panes	N.º Panes al día	N.º Panes a la semana	N.º Panes al mes	N.º Panes al año	Capacidad utilizada
Pan de sal	300,00	2.100,00	9.000,00	3.600,00	3.600,00
Pan cacho	290,00	2.030,00	8.700,00	3.480,00	3.480,00
Pan enrollado	280,00	1.960,00	8.400,00	3.360,00	3.360,00
Pan de yema	200,00	1.400,00	6.000,00	2.400,00	2.400,00
Pan Integral	100,00	700,00	3.000,00	1.200,00	1.200,00
Pan de dulce	100,00	700,00	3.000,00	1.200,00	1.200,00
Pan de chocolate	120,00	840,00	3.600,00	1.440,00	1.440,00
TOTAL				16.680,00	16.680,00

Nota: Muestra la capacidad utilizada de la nueva panadería.

Capacidad utilizada

Para determinar la capacidad utilizada se procedió a realizar lo siguiente;

Capacidad instalada= 20.400,00

Capacidad utilizada= 16.680,00

Porcentaje = 100%

X= Porcentaje de capacitación utilizada.

$$X = \frac{20.400,00 \times 100}{16.680,0} = 82 \%$$

La capacidad utilizada dentro del primer año de vida del proyecto será del 82 % siendo este un referencial para que cada año su creciente aumente un 15% hasta poder llegar a su capacidad máxima de elaboración.

Participación en el mercado

Para obtener el porcentaje de la participación en el mercado se realiza lo siguiente:

Capacidad utilizada= 16.680,00

Demanda insatisfecha= 22.033,40

Porcentaje = 100%

X= Porcentaje de participación en el mercado

$$X = \frac{16.680,00 \times 100}{22.033,48} = 76 \%$$

La participación dentro del mercado será del 76% en el primer año de vida del proyecto

Aprovechamiento de la demanda insatisfecha

Capacidad utilizada= 16.680,00

Demanda insatisfecha= 22.033,48

Porcentaje = 100%

X= Aprovechamiento de la demanda insatisfecha

$$X = \frac{16.680,00 \times 100\%}{22.033,48} = 76\%$$

El 76% será lo que se aprovechará de la demanda insatisfecha.

Localización del proyecto

La ubicación más adecuada será la que posibilite maximizar el logro del objetivo definido del proyecto como cubrir la cantidad de población posible o lograr una alta rentabilidad, la localización que se elija para el proyecto puede ser determinante en su éxito o fracaso por cuanto de ella dependerá la aceptación o rechazo de los clientes, la selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos el de la macro localización donde se define la región o zona y el de la micro localización que determina el lugar específico donde instalar el proyecto.

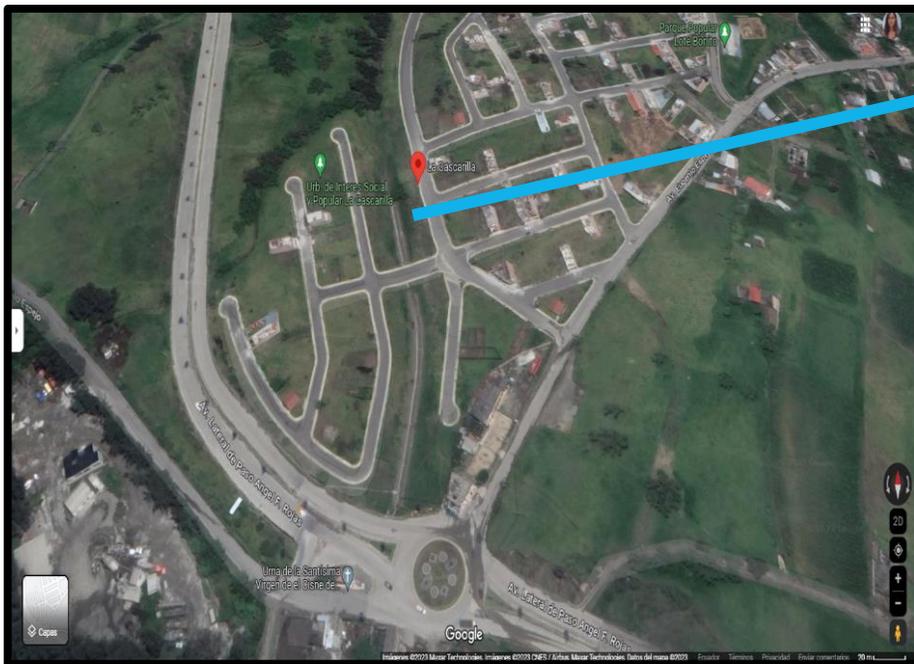
La localización de la planta constituye un punto clave dentro del proyecto, permite elegir el lugar más adecuado donde se encontrará ubicada la panadería ‘‘GLASEA2’’, para ello es

Micro Localización

La panadería estará ubicada en la parroquia sucre, sector la cascarilla, en las calles Avenida Eugenio espejo y vía de Integración barrial, se ha elegido este lugar por contar con todos los servicios básicos como son; agua, luz, teléfono y vías de acceso en buen estado, además que se permita el funcionamiento de este tipo de actividades.

Imagen 2

Micro- localización de la panadería



Ubicación de la panadería.

Nota: Micro localización de la panadería dentro de la parroquia sucre: obtenida de Google Maps

Factores de Localización

Existen algunos factores que determinan la localización de una planta industrial para la elaboración de un determinado producto, y que generalmente se denominan factores de localización, entre los que podemos mencionar: materia prima, disponibilidad de mano de obra, vías de comunicación, servicios básicos, factores legales, etc.

- **Disponibilidad de Mano de Obra:** Para la mano de obra se debe considerar contar con personal eficientemente calificado, para poder realizar las tareas que demandan el buen funcionamiento de una panadería.
- **Vías de Acceso:** Debemos tener presente que la panadería se encuentra ubicada en un lugar donde las vías permitan el fácil acceso a los clientes y empleados, y que se encuentren en óptimas condiciones.
- **Servicios básicos:** Las instalaciones de la planta cuenta con todos los servicios básicos como son: agua potable, luz eléctrica, línea telefónica entre otros.
- **Factores Legales:** Para la ubicación seleccionada se dispone de normatividad apropiada en cuanto a ordenanzas municipales, en razón de la existencia de locales sin prohibiciones legales, hecho que beneficia su implementación.
- **Cercanía al mercado:** El lugar donde se ubicará la panadería esta lejana a los proveedores, pero al momento de hacer compra de materia prima se la hará mediante pedido a domicilio o los propietarios irán directamente al local comercial del proveedor.

Ingeniería del proyecto

En este estudio determinamos los aspectos relacionados con la tecnología necesaria, el proceso productivo, la infraestructura física requerida, así como, los equipos necesarios para la operación de la planta.

Componente Tecnológico

Es importante indicar que para la elaboración de los panes no se necesita de maquinaria de última tecnología, debido a que se necesita un horno para hornear los diferentes tipos de panes que se ofertara.

A continuación, se expone los activos que se necesitan para la elaboración de los panes.

Maquinaria y equipo

Tabla 33

Maquinaria y equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO			
Fotografía	Nombre	Descripción	Características
	<p>Amasadora</p> <p>Marca: Sinmag</p> <p>Procedencia: Taiwán</p>	<p>Función: Amasadora de masa de excelente rendimiento</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Estandarización de proceso de mezcla ➤ Dos motores, uno para la artesa y otro para la espiral. ➤ Opción manual interruptor manual para operar la amasadora. ➤ Cubierta de seguridad ABS o en rejilla. ➤ Capacidad: Harina: 75 Kg, masa: 120 Kg ➤ Velocidad de espiral: Velocidad 1: 110 rpm, velocidad 2: 220 rpm ➤ Velocidad de plato: Velocidad 1: 13 rpm, velocidad 2: 13 rpm ➤ Potencia: Espiral: 9Kw, plato: 0.55kw ➤ Voltaje: 220V. ➤ Dimensiones: 830 x 1300 x 1470 (A x L x H) ➤ Peso: 610 Kg.
	<p>Divisora Boleadora</p> <p>Marca: SINMAG</p> <p>Procedencia: TAIWAN</p>	<p>Divisora de masa automática con boleadora para formar en bola en porciones iguales y agilizar los procesos en la industria de panificación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tiene tres placas plásticas moldeadoras. ➤ Divide y bolea la masa en piezas iguales. ➤ Automatiza y agiliza los procesos en la industria. ➤ Peso por división: 40 A 120 Gramos. ➤ Número de divisiones: 30 Divisiones. ➤ Peso neto: 340 Kg. ➤ Potencia: 0.75 KW



Horno industrial giratorio

Control automático de temperatura preestablecida
Cocción uniforme Rapidez de carga y descarga del producto.

- Voltaje de operación: 220 voltios.
- Consumo de corriente: 4 amperios.
- Capacidad: 10 bandejas.
- Combustible: gas o diésel.
- Puerta: amplía con vidrio panorámico.
- Alumbrado interior.
- *Temporizadores*: para el control del tiempo de cocción del producto
- *Evaporizadores*: para control del tiempo de expulsión de vapor.
- *Frente*: del horno y cámara de cocción en acero inoxidable.
- *Sistema*: controlado por medio de una tarjeta electrónica S. B. C



Balanza digital acs-6z dd
Marca: BACSA
Procedencia: ESPAÑA

Función: Cumple con las funciones de pesaje simple, contaje y porcentaje.
Capacidad: 6 kg

- Botón de puesta acero.
- Indicación de sobrecarga y de batería baja.
- Puede funcionar con batería o conectada a la red eléctrica.
- Apta para trabajo en temperatura ambiente.



Lata liza 65 x45 SKU: 39000026
Marca; Alegacy

- Latas 100% acero inoxidable.
- Con capacidad para 28 unidades.
- Bandejas de aluminio en las cuales se realiza el proceso de horneado.



**Refrigeradora
mabe**

Capacidad total 12ft³
Color gris
Profundidad 67 cm

- Mantiene frescos los alimentos y ahorra energía.
- Capacidad de almacenamiento de 12 pies cúbicos.
- Posee 2 estantes de vidrio templado, congelador en la parte superior y gaveta adecuada para verduras



**Carro
escobillero**

Marca: Citalsa
Procedencia:
Colombia 148

- *Construcción:* Acero inoxidable AISI 304, acabado en pintura brillante, ruedas en nylon, soporte de las ruedas en hierro galvanizado.
- Capacidad: De 18 niveles. Para bandejas de 66 x 46 cm.
- *Función:* Colocar bandejas con cualquier tipo de producto de panadería para hornear



**Cocina con
horno**

- Cocina a gas 4 quemadores Mabe
- Recubrimiento de esmalte porcelanizado en horno, que permite limpiar la superficie de manera fácil como un vidrio.
- Quemadores Semi-rápidos.
- Doble vidrio en la puerta del horno.
Perillas ergonómicas



Mesas de acero

- Mesas diseñadas para trabajo pesado 100% acero inoxidable.
- Lámina de la mesa calibre 16 con omegas.
- Altura de 900 mm con tienen tornillos graduables que permiten una altura mínima de 850 mm.

Nota; La tabla de maquinaria y equipo refleja las características y uso de cada uno de ellos, y su uso dentro del proyecto; información obtenida de las diferentes tiendas de la ciudad.

Exhibición y ventas

Tabla 34

Exhibición y ventas

EXHIBICIÓN Y VENTAS			
Fotografía	Nombre	Descripción	Características
	<p>Vitrina exhibidora</p>		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Vitrina Exhibidora Pan, destinado al almacenamiento y exhibición de todo tipo de panes. ➤ Construcción exterior e interior en acero inoxidable AISI 304. Vidrio frontal curvo templado. ➤ Sistema de iluminación interior por medio de tubos fluorescentes.



**Exhibidor de
pared**

- Acero inoxidable
- Vidrio frontal laterales de cristal doble
- Iluminación led
- Posee tres repisas
- Doce canastas
- Puertas corredizas



**Caja
registradora**

- Visor para el cliente
- impresión de tickets
- control de ingresos y gastos
- Reporte: ingresos, productos vendidos, inventario
- Memoria: 1000 productos.



**Silla
giratoria:**

- Silla giratoria multifuncional, r
- Regulable en altura
- Compuesta por asiento y respaldo, ergonómica.

Nota: La tabla de exhibición y ventas refleja las características y uso de cada uno de ellos, y su uso dentro del proyecto; información obtenida de las diferentes tiendas de la ciudad.

Equipo de oficina

Tabla 35

Equipo de oficina

EQUIPO DE OFICINA			
Fotografía	Nombre	Descripción	Características
	Laptop Lenovo	Lenovo Laptop IP 3-15IIL es un portátil elegante y potente diseñado para brindar un rendimiento excepcional en todas tus tareas informáticas.	Con un diseño delgado y ligero, es fácil de transportar y perfecto para aquellos que están en movimiento.
	Escritorio de madera	Escritorio con 3 cajones eco cafe 110x48 cm mueble fácil	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Elaborado en MDP, ➤ Cuenta con 3 cajones espaciosos. ➤ Caja incluye herrajes y kit de armado ➤ Medidas del producto: 74cms (alto) x 110 cms (ancho) x 48cms (profundidad) ➤ Medidas de la caja: 126 cms x 52 cms x 16 cms
	Silla giratoria:		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Silla giratoria multifuncional, r ➤ Regulable en altura ➤ Compuesta por asiento y respaldo, ergonómica.

Nota; La tabla de equipo de oficinas refleja las características y uso de cada uno de ellos, y su uso dentro del proyecto; información obtenida de las diferentes tiendas de la ciudad.

Utensilios de cocina

Tabla 36

Utensilios de cocina

UTENSILIOS DE COCINA			
Fotografía	Nombre	Descripción	Características
	Cucharas de acero inoxidable	Estas cucharas son elaboradas en acero..	Cuentan con el ajuste perfecto a tu mano, ya que mantienen un perfecto equilibrio de peso.
	Fuente de acero inoxidable	Fuente de Acero inoxidable con fondo plano y borde enrollado.	
	Brocha de cocina	Utensilio que se emplea para abrillantar, pincelar o pintar.	Consta de un mango fabricado en acero, plástico o madera, y de una base terminada en flecos, pelos o cerdas de silicona o plástico
 Acero Inoxidable	Ollas de aluminio / acero inoxidable	Ollas de Aluminio y Acero Inoxidable de Uso Industrial. Varios Tamaños Uso Hotelero, Industrial y Comercial	



Gas domestico

Gas licuado de petróleo en cilindros de 15kg,.

Nota; La tabla de utensilios de cocina refleja las características y uso de cada uno de ellos, y su uso dentro del proyecto; información obtenida de las diferentes tiendas de la ciudad

Materia prima y aditivos

Los principales aditivos y materia prima que requiere el proyecto son:

Tabla 37

Materia prima y aditivos

Materiales	Descripción
Materia Prima	Harina Blanca
	Harina integral
	Huevos
	Sal
	Azúcar
Aditivos	Levadura
	Margarina
	Agua
	Manteca
	Chocolate

Nota: La tabla muestra la materia prima a utilizar y los aditivos por cada tipo de pan; información obtenida de las entrevistas.

Infraestructura

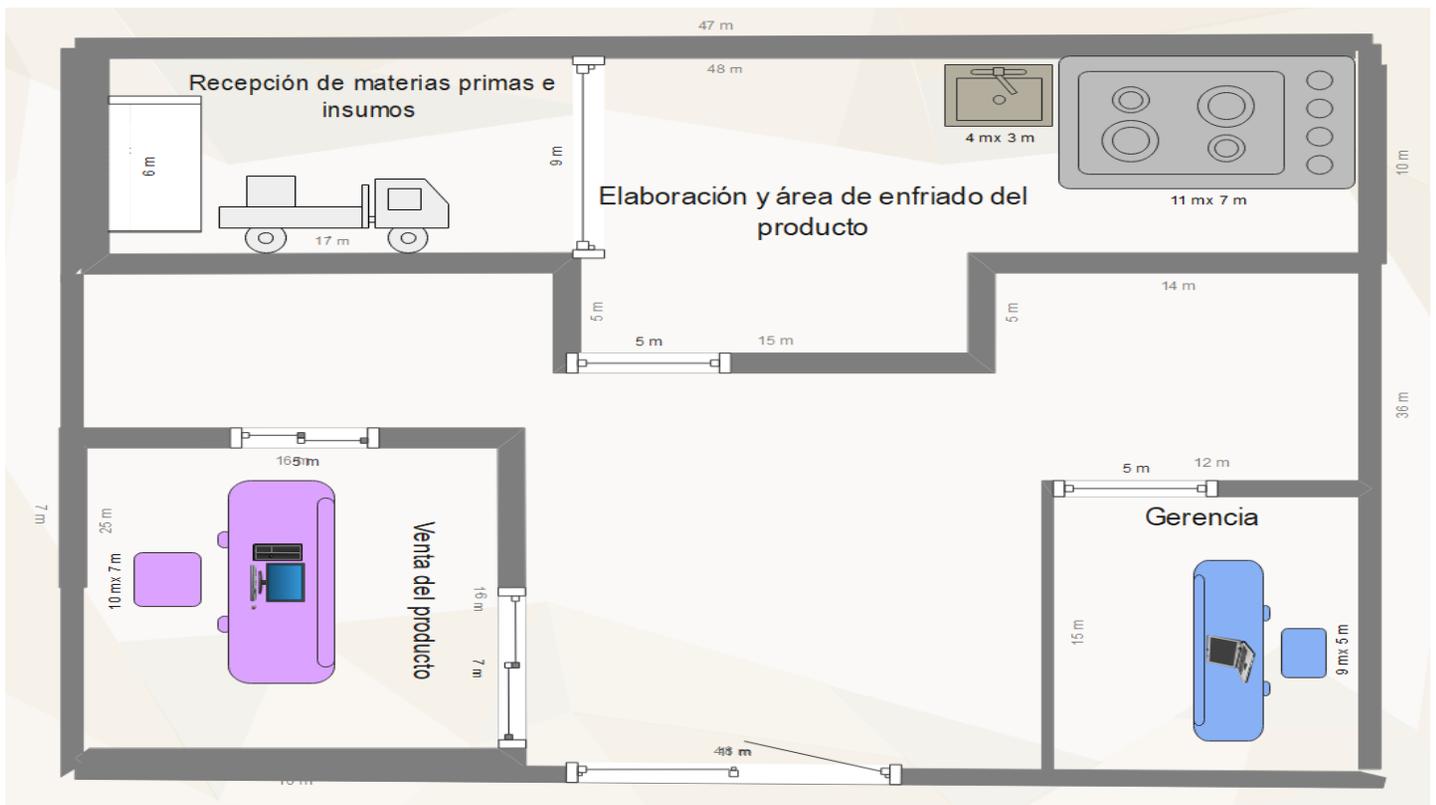
Para la elaboración de los panes se contará con una infraestructura de 100m², la panadería se ubicará en el sector la Cascarilla Avenida Eugenio Espejo y vía de Integración barrial,

Distribución de la planta

Para implementar la panadería se requiere un espacio físico de 100m², En la panadería se distribuirán adecuadamente sus secciones para facilitar mejores condiciones de trabajo, que permitan minimizar económicamente sus operaciones, manteniendo un adecuado sistema de seguridad y bienestar de sus trabajadores y el ordenamiento de los equipos que facilite la actividad laboral.

Figura 16

Distribución de la planta



Nota: Se muestra la distribución de la planta para la elaboración del producto.

La distribución de la planta se la elaboro mediante la aplicación Wondershare EdrawMax, donde se distribuyó de la siguiente manera;

- 1) La parte posterior la recepción de materias primas e insumos y la elaboración de panes,
- 2) En la parte izquierda superior se encuentra la sala de espera y servicio higiénicos.
- 3) En el centro la recepción donde se receptorá el pedido de los clientes,
- 4) La parte trasera derecha la administración.
- 5) La parte superior derecha los exhibidores donde se podrán observar los panes que se tiene en stock.
- 6) Y finalmente la parte frontal la avenida principal.

Con el fin de cumplir con las metas de producción y evitar cualquier accidente de los colaboradores, la panificadora estará diseñada con espacios bien distribuidos, con el propósito de realizar un trabajo eficiente y seguro, las instalaciones se mantendrán limpias y bien iluminadas.

Procesos productivos

El proceso de producción del pan en “GLASEADO2”, está definido en diferentes etapas, mismas que a continuación se detallan:

Compra de materia prima e insumos. – Con la finalidad de garantizar la calidad del producto final, se debe adquirir la materia prima e insumos apropiados para el proceso de panificación, por lo que previamente se debe analizar las cotizaciones de los diferentes proveedores, y una vez seleccionado el mejor proveedor se procede a realizar el pedido y la compra.

El pan común se elabora con la utilización de los cuatro primeros ingredientes, los componentes adicionales se añaden según el tipo de pan y preferencia del consumidor.

Harina

La materia prima denominada harina es aquella obtenida únicamente de la molienda del trigo y que, gracias a sus características proteínicas y a su capacidad para formar la masa, es la más apropiada para la elaboración del pan.

Sin embargo, existen diferentes tipos de harina, como diversos son los tipos de pan, así, por ejemplo:

Harina de trigo integral: es una harina negra que se obtiene del trigo entero y puede ser utilizada sin ninguna mezcla.

Harina de maíz: se obtiene del grano de maíz y también puede ser utilizada sola, no se aglutina la masa.

Agua

Es otro elemento básico cuya mezcla con la harina hace posible la formación del gluten. La cantidad aplicada, complementada con el amasado, otorgan a la masa características plásticas de cohesión y elasticidad.

Sal

Es el ingrediente químico necesario en la panificación, ya que tiene la función de saborizante, fortalece el gluten, aumenta la capacidad de retención de agua y ayuda a regular la fermentación, controlando o reduciendo la función de la levadura.

Levadura

Es el componente microbiano añadido a la masa para hacerla fermentar de modo que se produzca etanol y CO₂ (anhídrido carbónico). Este CO₂ queda mezclado en la masa que la esponja y aumenta de volumen. La levadura de panadería se prepara industrialmente y se la puede encontrar en forma líquida, prensada, instantánea o en escamas.

Azúcar

El azúcar es un compuesto químico, que, aunque no es considerado como básico, es empleado en la panificación como alimento de la levadura y para la rápida formación de la corteza del pan, además de absorber humedad y otorgarle suavidad.

Enriquecedores y saborizantes. – Tienen como objetivo: aumentar el valor nutritivo al pan o simplemente darle sabor, tales como el azúcar, huevos, leche, frutas, materias grasas como: mantequilla, margarina, aceite, manteca, entre otros.

Aditivos. – Llamados mejoradores de masa, conservantes, preservantes o coadyuvantes químicos que se emplean en baja proporción y que favorecen a la elaboración y/o conservación del pan, como, por ejemplo: el bromato de potasio, extracto de malta y otros.

Insumos. – Se considera a la materia prima indirecta que, aunque interviene en el proceso de panificación, no puede ser medida con precisión en cada unidad producida, como en los casos de la energía eléctrica y el gas.

Recepción de la materia prima e insumos. – En el proceso de producción del pan, es preciso identificar que la materia prima esencial es la harina, razón por la que se debe mantener especial cuidado en la etapa de descargue, debido a que se trata de evitar que los sacos de harina se rompan o sufran algún otro daño; del mismo modo la recepción de los demás insumos se la debe realizar con debido cuidado.

Almacenamiento. – La materia prima y demás insumos deben ser almacenados en la bodega, en un área libre de humedad para evitar pérdidas económicas y desperdicios innecesarios; de igual forma cuando se dé inicio al proceso de panificación, se debe trasladar las cantidades solicitadas al área de producción en un tiempo máximo de 4 minutos.

Revisión y control. – En el momento en que se inicie el proceso de producción del pan y se

requiera que se saque la harina y los demás insumos del área de recepción y almacenamiento de materia prima, es necesario que el encargado revise el estado de los sacos de harina y demás de insumos, para asegurarse que ninguno este roto o contaminado. Es importante mencionar que en esta etapa se controla que la materia prima e insumos estén en condiciones óptimas y libres de impurezas para garantizar la calidad del producto; en un tiempo máximo de 5 minutos.

Pesado de ingredientes. - El pesado de los ingredientes consiste en medir la cantidad del ingrediente requerido para la elaboración del producto.

Mezclado y amasado de ingredientes. – El amasado es la fase siguiente al pesado de los ingredientes, su principal función es conseguir que la masa sea capaz de retener de manera adecuada el gas que se causará durante la fermentación y estimulando así el levado de las piezas. Todos los ingredientes deben ser mezclados a una velocidad constante hasta que la masa adquiera una consistencia homogénea y la elasticidad apropiada, puesto que de ello dependerá el rendimiento de la masa para que sea fácil de trabajar y se obtenga la forma deseada para el producto.

Reposo de la masa. - Durante el reposo se deja descansar la masa, esta etapa puede aparecer durante varios momentos dentro de la elaboración del producto; a pesar de parecer simple, es fundamental, debido a que da a las masas de nuevas características necesarias para poder continuar con el proceso productivo.

Corte y boleado. - El corte consiste en dividir la masa y obtener porciones del mismo tamaño. Así también el boleado es que las porciones masa homogénea eviten la menor pérdida posible de gas a la hora de la fermentación.

Colocación de la masa en bandejas. – Esta fase consiste en la colocación de las piezas formadas en las bandejas, mismas en las que se dará paso a la fermentación y al respectivo

tratamiento térmico.

Fermentado. - Durante esta fase, los gases que expulsa la levadura tienden a ascender, para luego desaparecer en el aire, dando paso a que las piezas consigan la mayor parte del volumen que tendrán cuando se haya terminado el proceso de elaboración.

Pintado. - Esta etapa se la realiza de forma manual con ayuda de una brocha, se procede a humedecer la superficie de la masa con una mezcla de huevos batidos con un poco de agua para dar una presentación más adecuada y brillo al pan, esto en tiempo máximo de 8 minutos.

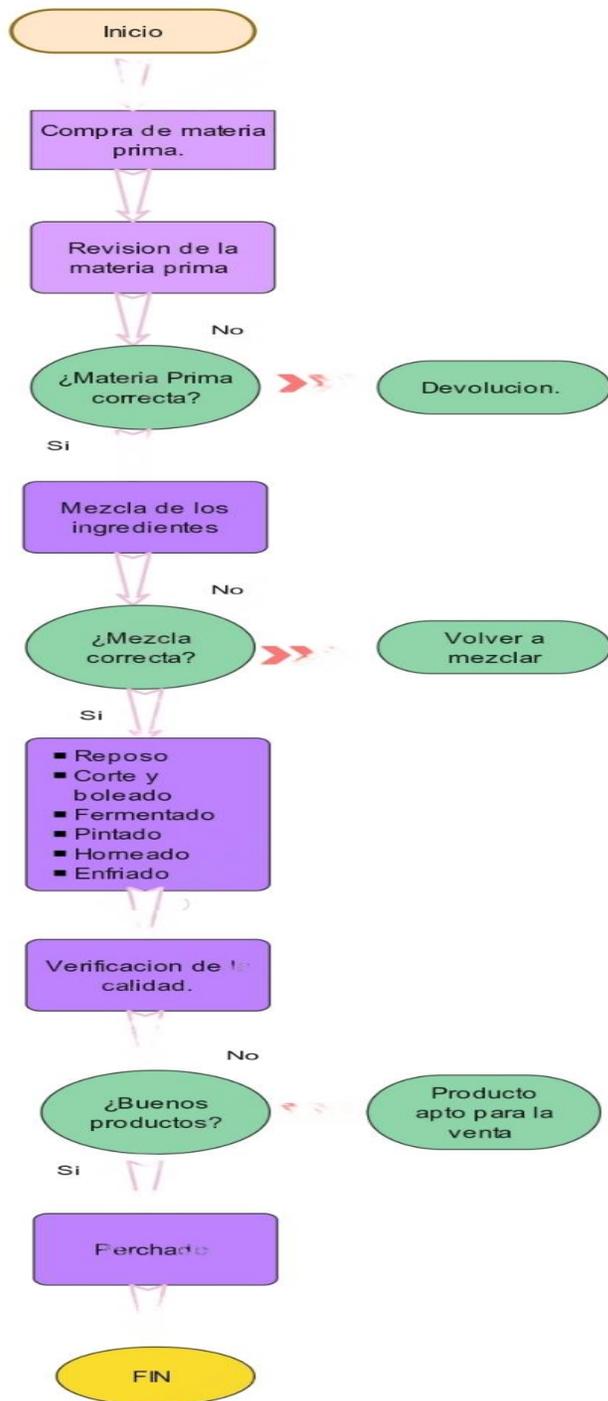
Horneado. - Las bandejas son llevadas al horno en un tiempo máximo de 2 minutos, con una temperatura de 220°C, y el proceso de cocción se demora 25 minutos. Es uno de los procesos más importantes en la elaboración del pan pues en esta etapa la masa se transforma en un producto suave, poroso, digestible y con sabor agradable.

Enfriado. - Esta parte del proceso comienza justo cuando se abre el horno, cuando el pan esté listo, debe ser llevado al área de enfriamiento por 20 minutos para que esté en condiciones de salir a la venta, y se verifica la calidad del producto.

Perchado. - El pan es colocado en las respectivas perchas o mostradores, en un tiempo máximo de 15 minutos, para la venta a los potenciales clientes,

Figura 17

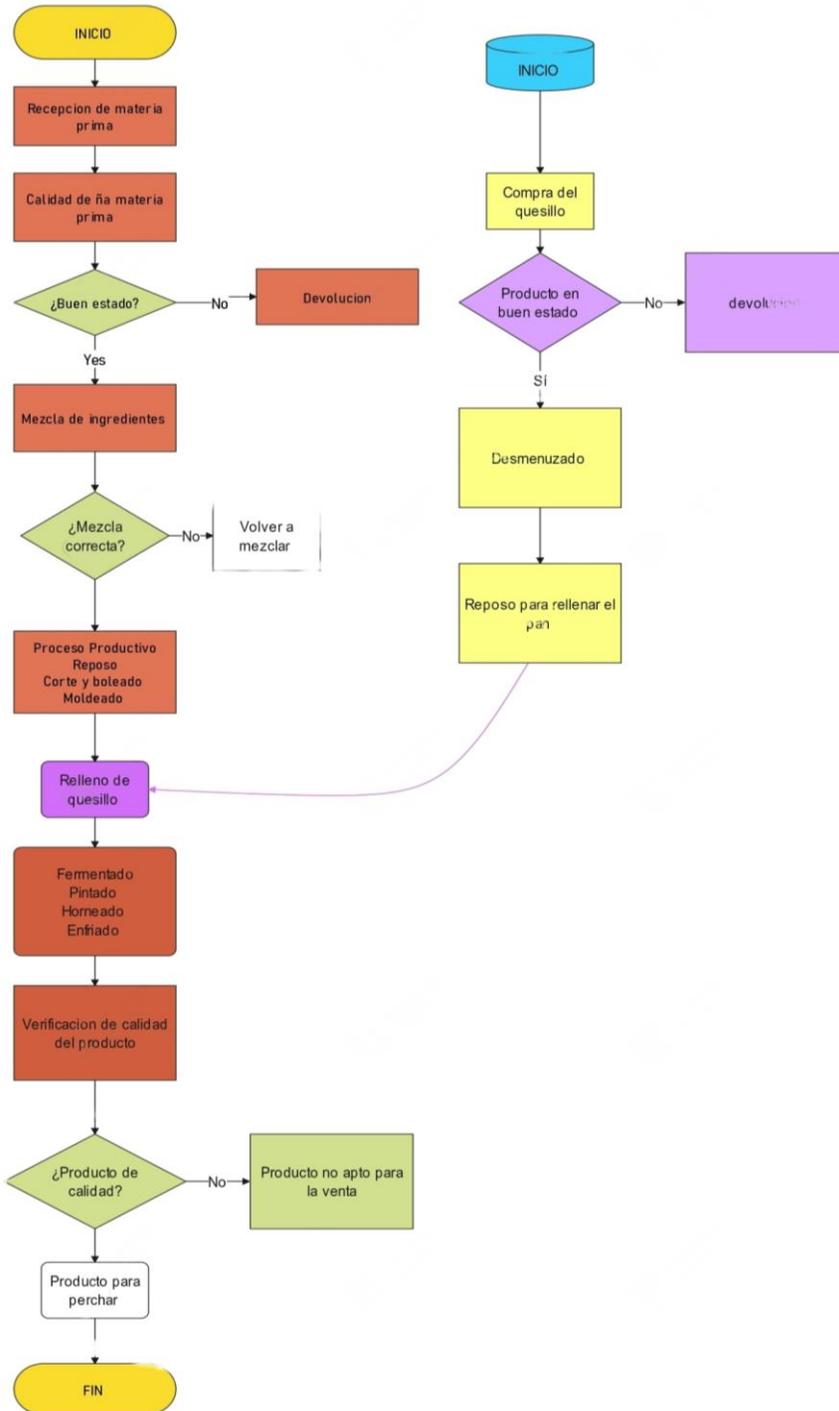
Producción de pan de sal



Nota: Flujograma de la elaboración del pan con su proceso cronológico.

Figura 18

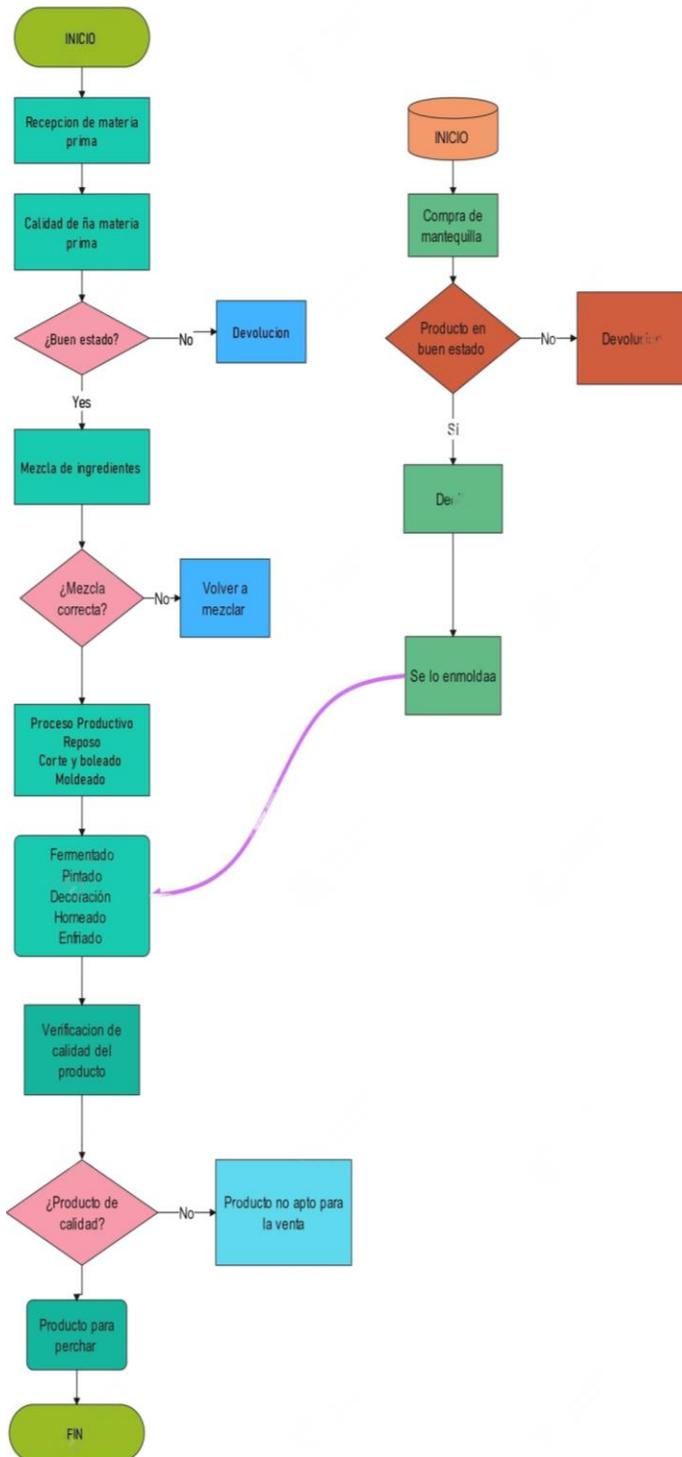
Flujograma de producción del pan de cacho y enrollado



Nota: Flujograma de la elaboración del pan con su proceso cronológico.

Figura 19

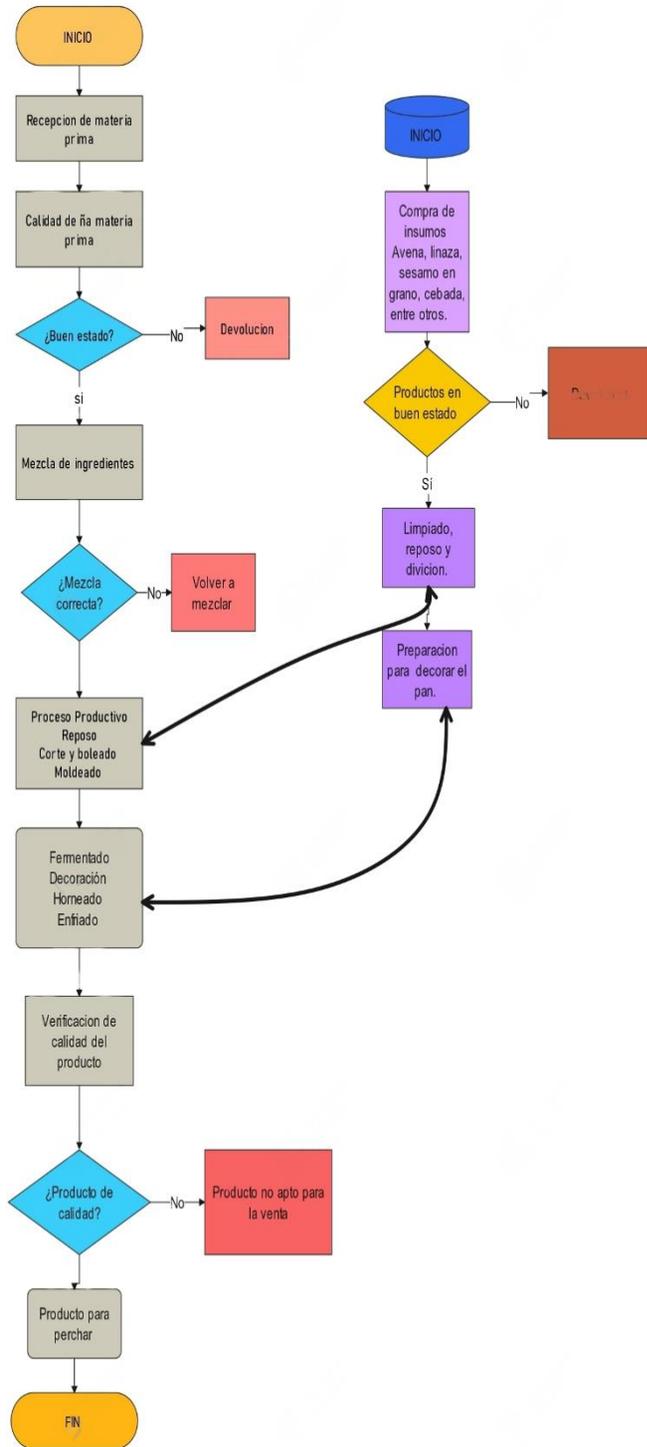
Flujograma de producción del pan de yema



Nota: Flujograma de la elaboración del pan con su proceso cronológico.

Figura 20

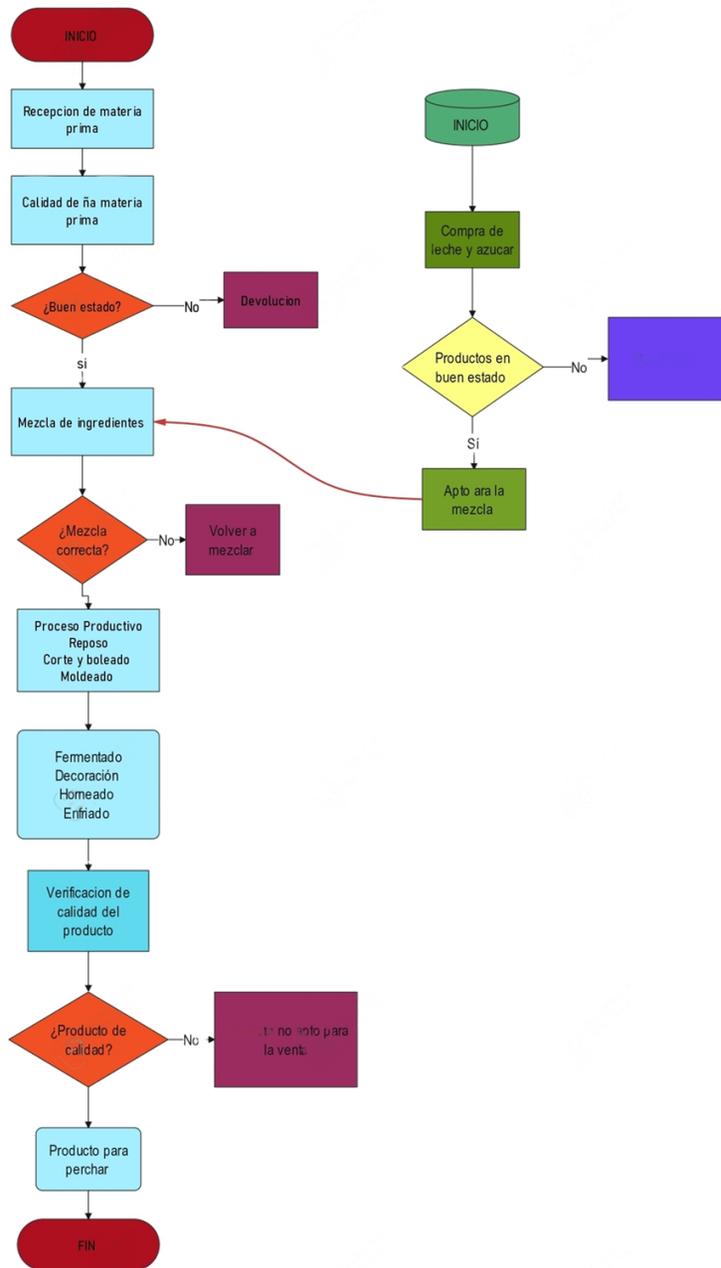
Flujograma de producción del pan integral



Nota: Flujograma de la elaboración del pan con su proceso cronológico.

Figura 21

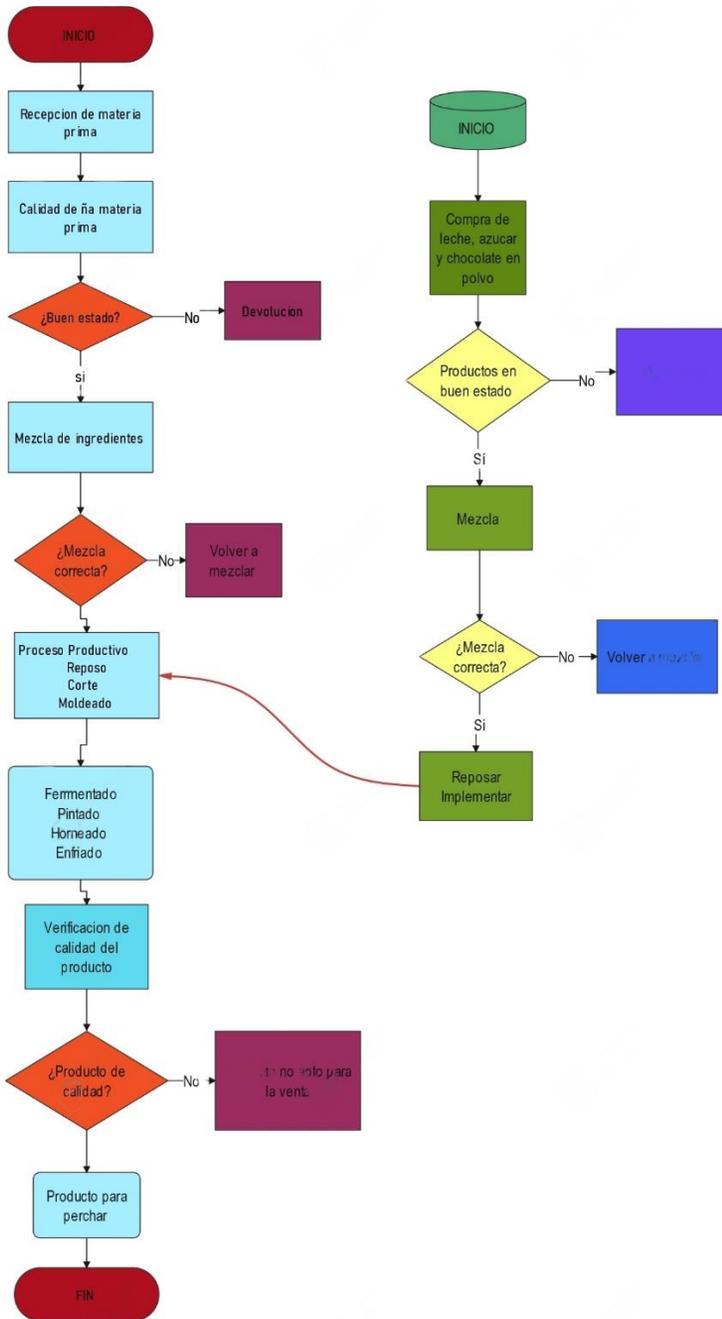
Flujograma de producción del pan dulce



Nota: Flujograma de la elaboración del pan con su proceso cronológico.

Figura 22

Flujograma de producción del pan dulce



Nota: Flujograma de la elaboración del pan con su proceso cronológico.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

La organización del presente proyecto de inversión estará fijada bajo las normas y principios básicos administrativos aplicables a las empresas.

Constitución legal de la panadería.

La panadería se constituirá como persona natural, el gerente general será el representante de esta y asumirá todas las responsabilidades a su nombre, por cuanto es el tipo de organización legal que se ajusta al proyecto motivo de estudio; lo que permitirá a futuro ampliar según el crecimiento de la actividad económica,

Concepto de una persona natural.

Son todas las personas nacionales y extranjeras que realizan actividades económicas en nuestro país. La Persona Natural, incluso cuando desarrolle actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares y sucesiones indivisas (herencias), profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes y demás trabajadores autónomos de acuerdo a lo establecido en el Art. 19 de la Ley Orgánica de régimen tributario (Guía tributaria , 2023)

Obtención del Registro Único de Contribuyentes

El Servicio de Rentas Internas solicita los siguientes requisitos:

- 1) Cédula del representante legal.
- 2) Copia del certificado de votación.
- 3) Factura, planilla, comprobante de pago de servicios básicos u otros servicios.
- 4) Patente Municipal, Permiso de Bomberos.

Obtención de patente municipal

- 1) Copia del RUC.
- 2) Cédula y papeleta de votación.

- 3) Formulario de declaración del impuesto de patentes.
- 4) Formulario para categorización según el tipo de local y lugar donde está ubicado.

Permiso de funcionamiento sanitario

El Ministerio de Salud Pública del Ecuador, en el Acuerdo Ministerial 818, solicita:

- 1) Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario. Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- 2) Copia de la cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
- 3) Documentos que acrediten la personería jurídica cuando corresponda. e) Plano del establecimiento a escala 1:50
- 4) Croquis de ubicación del establecimiento.
- 5) Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
- 6) Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

Permiso de los bomberos

El Cuerpo de Bomberos emite la autorización para el funcionamiento de todo local, como se trata de una empresa panificadora el tipo de permiso a tramitar es de categoría C.

Los requisitos son:

Solicitud de Inspección

- 1) Inspección aprobada por personal del Cuerpo de Bomberos de Ibarra. Copia del RUC.
- 2) Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal.

3) Pago de la especie correspondiente al Permiso de Funcionamiento solicitado.

Normativa

Régimen Tributario

El SRI es un ente que administra, controla y regula los tributos de las rentas generales de los ecuatorianos, la cual establece una relación transparente entre el Fisco y el contribuyente por medio de las obligaciones tributarias.

Obligaciones Tributarias de la panadería

- Adjuntar información de compras.
- Emitir facturas por las ventas.
- Declaración mensual de IVA.

Código de trabajo

Somos la Institución rectora de políticas públicas de trabajo, empleo y del talento humano del servicio público, que regula y controla el cumplimiento a las obligaciones laborales mediante la ejecución de procesos eficaces, eficientes, transparentes y democráticos enmarcados en modelos de gestión integral, para conseguir un sistema de trabajo digno, de calidad y solidario para tender hacia la justicia social en igualdad de oportunidades. (Trabajo, 2023)

Obligaciones

- Obtención de clave
- Registro de contrato
- Registro de acta de finiquito
- Registro del décimo tercero
- Registro del décimo cuarto

Nombre de la panadería.

La nueva panadería tendrá como nombre comercial: “*GLASEA2*”, esperando que el mismo cause impacto y llame la atención del consumidor.

Actividad económica de la panadería

“*GLASEA2*”, es una panadería de responsabilidad limitada encaminada a satisfacer necesidades de alimentación en productos de panificación a los consumidores finales

Slogan

“La mejor calidad y sabor a su alcance”

Misión

“Proveer a la ciudadela la cascarilla y sus alrededores productos de panadería, con los mejores productos e insumos de calidad, brindando un servicio de calidad y oportuno encaminado a satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes”

Visión

“Para el año 2028 lograr posicionarse como una microempresa altamente competitiva e innovadora, reconocida por la elaboración de productos de panadería de calidad a nivel de la ciudad, buscando siempre la satisfacción de necesidades de la población”.

Objetivos Organizacionales

- ☞ Atender a los clientes en cada compra con cordialidad, calidez y oportunidad.
- ☞ Ofrecer productos de calidad que cumplan con las normas de higiene para satisfacer las necesidades de los clientes y generar rentabilidad.
- ☞ Mantener el producto en el mercado e incrementar gradualmente y lograr el posicionamiento de la imagen.

Principios y valores

Principios

- En “GLASEADO2”, el trabajo se lo realizará de acuerdo a las necesidades de los clientes y trabajadores.
- Las relaciones con distribuidores, proveedores y otros involucrados se caracterizarán por ser mutuamente benéficas y se lograrán por medio de los objetivos establecidos.
- Para “GLASEA2” la disciplina será el eje fundamental para lograr la excelencia y el éxito.

Valores

- *Ética y honestidad*: se realizará cada actividad con transparencia y rectitud, buscando armonía en las relaciones interpersonales, laborales y comerciales.
- *Responsabilidad*: desarrollará el trabajo con dedicación y cumplirá con los deberes a tiempo y acorde al compromiso con la panadería.
- *Confianza*: ofrecerá productos a precios justos y razonables para mantener e incrementar la participación en el mercado.
- *Respeto*: se verá a los trabajadores como personas y no como instrumentos, se valorará a cada persona y comprenderá sus diferencias sociales, culturales, religiosas y de pensamiento.

Políticas

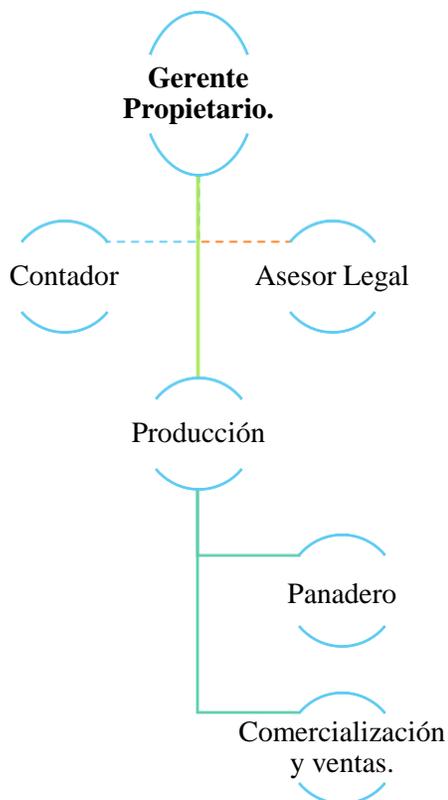
Las políticas serán las orientaciones que seguirá la panadería para el accionar de los empleados mismos que a continuación se detallan:

- La administración será quien determine la estructura organizativa de la panadería.

- Las tareas y responsabilidades asignadas a los trabajadores deberán asignarse de acuerdo a las competencias de cada uno de ellos.
- El cumplimiento de los objetivos organizacionales y el desempeño del personal serán evaluados mediante un cronograma previo.
- Se realizará capacitaciones una vez al año para mejorar el rendimiento de los trabajadores y alimentar el conocimiento de tal manera que a futuro crecer y llegar al nivel competitivo.

Organigrama estructural

El organigrama estructural refleja gráficamente la organización de la panadería “GLASEADO2” y permite determinar las áreas, niveles jerárquicos y la relación de autoridad entre ellos.



La organización interna de la panadería “GLASEA2” tendrá los siguientes niveles jerárquicos.

Nivel Directivo

Está conformada por el gerente propietario el cual se encargará de realizar la toma de decisiones que ayudaran al crecimiento de la nueva panadería, se debe resaltar que la panadería no contara con el nivel ejecutivo, el gerente propietario será encargado de orientar, encaminar a la empresa para su crecimiento futuro.

Nivel Operativo

Este nivel estará conformado por el panadero, y el encargo de distribución y ventas estos serán encargados de la producción y la venta del producto con la finalidad de que el producto llegue de la mejor manera al consumidor final.

Manual de funciones

Al elaborar el manual de funciones se desarrolla la guía para la contratación del personal y sus funciones dentro de la panadería, esto con la finalidad de que no existan actividades repetidas y faciliten el control de empleados dentro de la panadería.

Tabla 38*Funciones del Gerente Propietario*

PANADERIA "GLASEA2"	
PERFIL DE CARGO Y MANUAL DE FUNCIONES	
Nombre del cargo	Gerente Propietario
Superior inmediato	Gerente Propietario
Nivel del cargo	Directivo
Puesto disponible	1
Años experiencia	3
Perfil	Facilidad de palabra Trabajo bajo presión Liderazgo Estabilidad
Funciones	<ul style="list-style-type: none">▪ Ser el representante de la panadería en el ámbito administrativo, legal y judicial ante cualquier autoridad.▪ Coordinar las actividades del resto de departamentos.▪ Plantear objetivos a corto, mediano y largo plazo para que la microempresa se desarrolle y siga creciendo.▪ Asegurarse de que el personal cuente con las condiciones y herramientas de trabajo idóneas para garantizar el rendimiento laboral y la seguridad de todo el personal.
Requisitos mínimos	Estudio en Contabilidad o administración de empresas. 1 año de experiencia.

Tabla 39*Funciones Contador General*

PANADERIA "GLASEA2" PERFIL DE CARGO Y MANUAL DE FUNCIONES	
Nombre del cargo	Contador General
Superior inmediato	Gerente Propietario
Nivel del cargo	Operativo
Puesto disponible	1
Años experiencia	3
Perfil	Facilidad de palabra Conocimiento de leyes tributarias. Relaciones humanas. Resolución de problemas.
Funciones	<ul style="list-style-type: none">▪ Llevar un registro contable y financiero de las operaciones efectuadas dentro y fuera de la organización, que permita observar su situación económica▪ Emplear todos los principios, normas y leyes que sustenten el proceso contable y económico al que se sujetará la microempresa.▪ Elaborar las declaraciones al propietario de la empresa.
Requisitos mínimos	Estudio en Contabilidad 1 año de experiencia.

Tabla 40*Funciones del Asesor Legal*

PANADERIA "GLASEA2"	
PERFIL DE CARGO Y MANUAL DE FUNCIONES	
Nombre del cargo	Asesor Legal
Superior inmediato	Gerente Propietario
Nivel del cargo	Operativo
Puesto disponible	1
Años experiencia	2
Perfil	Facilidad de palabra Trabajo bajo presión Conocimiento de leyes.
Funciones	<ul style="list-style-type: none">▪ Ofrecer asesoramiento preciso y oportuno a ejecutivos sobre distintas cuestiones jurídicas.▪ Investigar y evaluar diferentes factores de riesgo referentes a decisiones y operaciones comerciales.▪ Preparar y consolidar acuerdos, contratos y otros documentos jurídicos para garantizar todos los derechos jurídicos de la empresa.▪ Desempeñar el trabajo con integridad y responsabilidad.▪ Estar al día de los cambios legislativos.
Requisitos mínimos	Estudio en Derecho 1 año de experiencia.

Tabla 41*Manual de funciones del Maestro Panificador*

PANADERIA "GLASEA2"	
PERFIL DE CARGO Y MANUAL DE FUNCIONES	
Nombre del cargo	Maestro Panificador
Superior inmediato	Gerente Propietario
Nivel del cargo	Operativo
Puesto disponible	1
Años experiencia	3
Perfil	Facilidad de palabra. Trabajo bajo presión. Liderazgo. Conocimiento en panificación. Disponibilidad de adquirir mas conocimientos. Facilidad en relaciones humanas.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Revisar permanentemente los resultados, para realizar sugerencias de mejoras. ▪ Realizar el control de calidad del producto terminado. ▪ Notificar anomalías en su área. ▪ Controlar el trabajo del asistente de producción. ▪ Garantizar el adecuado y buen uso de los materiales de trabajo. ▪ Inventariar las materias primas e insumos. ▪ Recepcionar la materia prima y verificar la calidad.
Requisitos mínimos	Estudios en el área de panificación. 1 año de experiencia.

Tabla 42*Funciones del asistente de producción*

PANADERIA "GLASEA2"	
PERFIL DE CARGO Y MANUAL DE FUNCIONES	
Nombre del cargo	Asistente de panificación
Superior inmediato	Maestro panificador
Nivel del cargo	Operativo
Puesto disponible	1
Años experiencia	1
Perfil	Facilidad de palabra Trabajo bajo presión Relaciones humanas. Amabilidad
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Limpiar el área de trabajo ▪ Poner en marcha el horneado. ▪ Estar pendiente de los tiempos. ▪ Limpiar las áreas de exhibición del producto ▪ Pesar los ingredientes. ▪ Manipular los productos que necesiten congelación. ▪ Reponer y mantener los lineales según familias de productos.
Requisitos mínimos	Título de bachiller Conocimiento en el área de panificación. 1 año de experiencia.

Tabla 43*Funciones de venta y producción.*

PANADERIA "GLASEA2"	
PERFIL DE CARGO Y MANUAL DE FUNCIONES	
Nombre del cargo	Comercializador y ventas
Superior inmediato	Gerente Propietario
Nivel del cargo	Operativo
Puesto disponible	1
Años experiencia	1
Perfil	Facilidad de palabra Trabajo bajo presión Paciencia. Responsabilidad. Agilidad.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar y entregar reportes de las ventas ▪ Cerrar la caja diariamente ▪ Estar al pendiente del stock en vitrinas. ▪ Verificar la limpieza, higiene, estado del producto y del espacio destinado a la comercialización ▪ Colocar el material publicitario o de promoción de forma visible. ▪ Atender a los clientes de tal manera que se sientan cómodos. ▪ Receptar sugerencias o quejas por parte de los clientes.
Requisitos mínimos	Estudio en Contabilidad o administración de empresas. 1 año de experiencia.

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero identifica los recursos financieros necesarios para ejecutar el proyecto propuesto.

Inversión en activos fijos

Maquinaria y equipo

Maquinaria y equipo estará constituida por la maquinaria que se tendrá para la elaboración del pan en la siguiente tabla se detalla la maquinaria a utilizarse

Tabla 44

Inversión en Maquinaria y equipo

 PANADERÍA GLASEA2			
Descripción	Cant.	Valor unitario	Valor total
Amasadora sm-120T	1	2.453,00	2.453,00
Divisora boleadora. SM -430	1	874,00	874,00
Horno industrial	1	4.350,00	4.350,00
Balanza digital ACS-6Z DD	1	215,00	215,00
Latas de acero inoxidable	3	16,85	50,55
Refrigeradora	1	456,00	456,00
Carro escobillero	1	125,00	125,00
Cocina con horno	1	195,00	195,00
Mesa de acero	1	135,00	135,00
Total			8.853,55

Nota: la inversión total en maquinaria y equipo; información obtenida de los centros Industriales de la localidad

Depreciación de maquinaria y equipo

La depreciación de maquinaria y equipo se la realizo mediante la depreciación de línea recta teniendo una vida útil de 10 y 5 años correspondientes a cada activo y un porcentaje de depreciación del 10% en la tabla siguiente se detalla la depreciación por cada uno de las maquinarias y equipos que se trabajara en el presente proyecto.

Tabla 45

Depreciación de maquinaria y equipo

 PANADERÍA GLASEA2					
Descripción	Valor histórico	Vida útil	% de depreciación anual	Valor residual	Valor. Dep.
Amasadora sm-120T	2.453,00	10	10%	245,30	220,77
Divisora boleadora. SM -430	874,00	10	10%	87,40	78,66
Horno industrial	4.350,00	10	10%	435,00	391,50
Balanza digital ACS-6Z DD	215,00	10	10%	21,50	19,35
Latas de acero inoxidable	50,55	5	10%	5,06	9,10
Refrigeradora	456,00	10	10%	45,60	41,04
Carro escobillero	125,00	10	10%	12,50	11,25
Cocina con horno	195,00	10	10%	19,50	17,55
Mesa de acero	135,00	10	10%	13,50	12,15
Total	8.853,55		0,90	885,36	801,37

Nota: Indica la inversión en propiedad planta y equipo; información obtenida de los diferentes locales industriales de la ciudad.

Equipo de oficina

En equipo de oficina se comprará lo expuesto en la tabla, para el gerente propietario.

Tabla 46

Equipo de oficina

 PANADERÍA GLASEA2			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computadora hp	1	350	350
Escritorio	1	100	100
Silla giratoria	1	50	50
Total			500

Nota: Inversión en equipo de cómputo: información obtenida de almacenes de la localidad

Depreciación de equipo de computo

Para la depreciación del equipo de compito se lo calculo por el método de línea recta teniendo esto un porcentaje del 33% y una vida útil de 3 años.

Tabla 47

Depreciación equipo de computo

 PANADERÍA GLASEA2					
Descripción	Valor histórico	Vida útil	% de depreciación anual	Valor residual	Valor. Dep.
Computadora hp	350	3	33%	115,50	78,17
Escritorio	100	3	33%	33,33	105.67
Silla giratoria	50	3	33%	16,50	11,17
Total	450				195.00

Nota: Depreciación correspondiente a el equipo de cómputo; información obtenida de la tabla N.º 47.

Exhibición y ventas

Para la exhibición y ventas se tiene lo siguiente expuesto en la tabla.

Tabla 48

Exhibición y ventas

 PANADERÍA GLASEA2				
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total	
Vitrina exhibidora	1	250	250	
Exhibidor de pared	1	325	325	
Caja registradora	1	350	350	
Silla giratoria	1	50	100	
Total			975.00	

Nota: Inversión en exhibición y ventas: información obtenida de almacenes de la localidad

Depreciación

Para la depreciación de exhibición y ventas se lo calculo por el método de línea recta teniendo esto un porcentaje del 33% y 10% y una vida útil de 3 años y 10 años correspondientes.

Tabla 49

Depreciación equipo de ventas

 PANADERÍA GLASEA2					
Descripción	Valor histórico	Vida útil	% de depreciación anual	valor residual	Valor. Dep.
Vitrina exhibidora	250	10	10%	25,00	22,50
Exhibidor de pared	325	10	10%	32,50	29,25
Silla giratoria	50	3	33%	16,50	11,17
Caja registradora	350	3	33%	115,50	78,17
Total	925,00				141.08

Nota: Depreciación correspondiente a el equipo de ventas; información obtenida de la tabla N.º

49.

Utensilios de cocina

La siguiente tabla expresa los utensilios que se utilizaran para poder terminar con el proceso productivo del pan,

Tabla 50

Utensilios de cocina

 PANADERÍA GLASEA2			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Cucharas de acero inoxidable	3	0,75	2,25
Fuente de aluminio	2	2,25	4,50
Brocha para pintar	3	1,50	4,50
Olla de acero inoxidable	2	25,00	50,00
Total			61.25

Nota: Inversión en utensilios de cocina: información obtenida de almacenes de la localidad

Depreciación de utensilios de cocina

Para realizar la depreciación se tomó como cada útil 3 años y su desgaste un 33% respectivamente.

Tabla 51

Depreciación de utensilios de cocina

 PANADERÍA GLASEA2					
Descripción	valor histórico	Vida útil	% de depreciación anual	Valor residual	Valor. Dep.
Olla de acero inoxidable	25,00	3	33%	8,25	5,58
Total	25,00				5,58

Nota: Depreciación correspondiente a utensilios de cocina; información obtenida de la tabla N.º 50.

Resumen de activos fijos

Se presenta un cuadro resumen de activos fijos el cual nos arrojará el valor total de inversión en activos fijos

Tabla 52

Resumen de activos fijos

 PANADERÍA GLASEA2	
Activo fijo	Rubro
Maquinaria y equipo	8.853,55
Equipo de oficina	500
Exhibición y ventas	925
Utensilios de cocina	61,25
Total	10.389,80

Nota: Cuadro resumen de los activos fijos; información obtenida de las tablas N.º 45,46, 48 y 50

Inversión en activo diferido.

El valor de este activo, está en función de los presupuestos para la constitución adecuada de la panadería para que pueda operar libremente sin restricciones.

Tabla 53

Inversión en activo diferido

 PANADERÍA GLASEA2	
Descripción	Rubro
Permisos de funcionamiento	300,00
Adecuación del local	1.000,00
Letrero	220,00
Constitución de la panadería	150,00
Total	1.670,00

Nota: Inversión en activos corriente; información obtenida de los diferentes locales de la ciudad.

Amortización de activos diferidos

La amortización de gastos diferidos se calculará para los 5 años de vida útil del proyecto la siguiente tabla muestra lo expresado:

Tabla 54

Amortización de activo diferido.

 PANADERÍA GLASEA2		
Descripción	Rubro	Amortización
Permisos de funcionamiento	300,00	\$ 60,00
Adecuación del local	1.000,00	\$ 200,00
Letrero	220,00	\$ 44,00
Constitución de la panadería	150,00	\$ 30,00
Total	1.670,00	\$ 334,00

Nota: La amortización correspondiente del activo diferido; información obtenida de Tabla N°53

Capital de trabajo

El capital de trabajo dentro del presente proyecto corresponderá al valor en dinero que requiere el proyecto para su operación.

Materia Prima

La materia prima será presupuestada para el mes de producción y para cada tipo de pan

Tabla 55

Presupuesto de materia prima del pan de sal

 PANADERÍA GLASEA2				
Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Costo unitario	Costo total
Harina	20	libras	0,50	10,00
Huevos	30	Unidad	0,15	4,50
Agua	4	litros	0,25	1,00

Sal	2	onzas	0,25	0,50
Levadura	10	onzas	0,20	2,00
Mantequilla	6	libras	3,80	22,80
Leche	3	litros	1.00	3,00
Total				43,80
<i>Unidades producidas al mes</i>				<i>250,00</i>

Nota: Presupuesto de M.P para el pan de sal; información obtenida de los locales de la ciudad

Tabla 56

Presupuesto de materia prima para el pan cacho

 PANADERÍA GLASEA2				
Descripción	Cantidad	Uní medida	Costo unitario	Costo total
Harina	20	libras	0,50	10,00
Huevos	25	Unidad	0,15	3,75
Agua	4	litros	0,25	1,00
Sal	3	onzas	0,25	0,75
Levadura	10	onzas	0,20	2,00
Mantequilla	6	libras	3,80	22,80
Quesillo	15	libras	1,85	27,75
Total				68,05
<i>Unidades producidas al mes</i>				<i>375</i>

Nota: Presupuesto de M.P para el pan cacho; información obtenida de los locales de la ciudad.

Tabla 57

Presupuesto de Materia prima para el pan enrollado

 PANADERÍA GLASEA2				
Descripción	Cantidad	Uni. Medida	Costo unitario	Costo total
Harina	25	libras	0,50	12,50
Huevos	30	Unidad	0,15	4,50
Agua	4	litros	0,25	1,00
Sal	3	onzas	0,25	0,75
Levadura	10	onzas	0,20	2,00

Mantequilla	6	libras	3,80	22,80
Quesillo	15	libras	1,85	27,75
Total				71,3
<i>Unidades producidas al mes</i>				<i>390</i>

Nota: Presupuesto de M.P para el pan de enrollado; información obtenida de los locales de la ciudad.

Tabla 58

Presupuesto de Materia prima para el pan de yema

 PANADERÍA GLASEA2				
Descripción	Cant.	Unidad de medida	Costo unitario	Costo total
Harina	20	libras	0,50	10,00
Huevos	20	Unidad	0,15	3,00
Agua	4	litros	0,25	1,00
Azúcar	4	onzas	1,15	4,60
Levadura	10	onzas	0,20	2,00
Manteca	6	libras	3,80	22,80
mantequilla	4	libras	3,80	15,20
Leche	3	litros	1.00	3,00
Total				61,6
<i>Unidades producidas al mes</i>				<i>275</i>

Nota: Presupuesto de M.P para el pan de yema; información obtenida de los locales de la ciudad

Tabla 59

Presupuesto de Materia prima para el pan integral

 PANADERÍA GLASEA2				
Descripción	Cant.	Uni. de medida	Costo unitario	Costo total
Harina integral	20	libras	1,50	30,00
Harina blanca	15	libras	0,50	7,50
sal	20	libras	0,25	5,00
Azúcar	30	onzas	0,15	4,50
Agua	4	litros	0,25	1,00

Levadura	10	onzas	0,20	2,00
Mantequilla	6	libras	3,80	22,80
Total				72,8
<i>Unidades producidas al mes</i>				<i>125</i>

Nota: Presupuesto de M.P para el pan integral; información obtenida de los locales de la ciudad

Tabla 60

Presupuesto de Materia prima para el pan de dulce

 PANADERÍA GLASEA2				
Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Costo unitario	Costo total
Harina	15	Libras	0,50	7,50
Huevos	15	Unidad	0,15	2,25
Agua	4	Litros	0,25	1,00
Azúcar	13	Onzas	0,25	3,25
Levadura	5	Onzas	0,20	1,00
Mantequilla	5	Libras	3,80	19,00
Leche	3	Litros	1.00	3,00
Total				37,00
<i>Unidades producidas al mes</i>				<i>250</i>

Nota: Presupuesto de M.P para el pan de dulce; información obtenida de los locales de la ciudad.

Tabla 61

Presupuesto de Materia prima para el pan de chocolate

 PANADERÍA GLASEA2				
Descripción	Cant.	Uni. Medida	Costo unitario	Costo total
Harina	20	libras	0,50	10.00
Huevos	30	Unidad	0,15	4,50
Agua	4	litros	0,25	1.00
Levadura	10	onzas	0,20	2.00
Mantequilla	6	libras	3,80	22,8
Leche	3	litros	1.00	3.00
Chocolate	4	libras	2,25	9.00

Total	52,3
<i>Unidades producidas al mes</i>	<i>375</i>

Nota: Presupuesto de M.P para el pan de chocolate; información obtenida de los locales de la ciudad.

Mano de obra directa

En el presupuesto de mano de obra directa se consideró al maestro panificador con sus respectivos beneficios de ley calculando el sueldo mensual y el sueldo anual.

Tabla 62

Presupuesto de mano de obra directa.

 PANADERÍA GLASEA2	
Descripción	Panificador
Salario básico unificado	450,00
Décimo tercer saldo	37,50
Décimo cuarto saldo	37,50
Fondos de reserva 8,33%	37,49
Aporte patronal 12.12%	54,68
Aporte individual 9.45%	42,53
Vacaciones	18,75
Total de salarios	678,44
Trabajadores	1
Total mensual	678,44
Total anual	8.141,22

Nota: Sueldo y salarios del maestro panificador con sus beneficios de ley; información obtenida del Ministerio del Trabajo

Gasto de ventas

Gasto de ventas está constituida por la adquisición de fundas y servilletas las mismas que servirán para la entrega del producto al consumidor final.

Tabla 63*Gastos de venta*

 PANADERÍA GLASEA2					
Descripción	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Fundas plásticas grandes	paquete	10	2,50	25.00	300
Fundas plásticas medianas	paquete	10	2,80	28.00	336.00
Servilletas	paquete	10	0,85	8.50	102.00
Total				61.50	738.00

Nota: Gasto de ventas, se presenta la compra de las fundas y servilletas para ña venta del producto; información obtenida de los diferentes distribuidores de plásticos de la ciudad.

Tabla 64*Arriendo del local*

 PANADERÍA GLASEA2					
Descripción	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Local	Unidad	1	350	350	4200

Nota: Arriendo del local; información obtenida de los diferentes arrendatarios de la localidad

Indumentaria del personal

La indumentaria del personal será entregada a al maestro panificador, y el vendedor

Tabla 65

Indumentaria del personal

 PANADERÍA GLASEA2						
Descripción	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual	
Mandiles	Unidad	2	10	10	120	
Mallas para el cabello x 12 u	Caja	1	3,60	3,60	43,2	
Guantes	Caja	2	3,95	7,90	94,8	
Total				21,50	258,00	

Nota: Inversión de la indumentaria que utilizara el personal para la elaboración y venta del pan; información obtenida de los diferentes centros comerciales especializados en la venta de indumentarias de la localidad.

Sueldos administrativos

Los sueldos estarán distribuidos para el gerente propietario, el contador y el asesor legal no se los cuantifica puesto que sus servicios estarán dentro de los servicios profesionales.

Tabla 66

Sueldos y salarios

 PANADERÍA GLASEA2	
Descripción	Gerente Propietario
Salario Básico Unificado	490,00
Décimo tercer saldo	40,83
Décimo cuarto saldo	40,83
Fondos de reserva 8,33%	40,82
Aporte patronal	59,54
Aporte personal	46,31

Vacaciones	18,75
Trabajadores	1
Total mensual	737,07
Total anual	8.844,88

Nota: Detalle de los sueldos administrativos con su respectivo desglose; información obtenida del Ministerio del trabajo.

Servicios Básicos

Se cuantifican los servicios básicos para la operatividad del proyecto

Tabla 67

Servicios básicos

 PANADERÍA GLASEA2		
Descripción	Valor mensual	Valor anual
Energía eléctrica	120	1440
Agua Potable	65	780
Internet	20	240
Total	205	2.460,00

Nota: Servicios básicos para la operatividad del proyecto; información obtenida del Municipio de Loja, ERSSA y Klix Internet.

Materiales de aseo

Los materiales de aseo a utilizarse en el proyecto se detallan a continuación

Tabla 68

Materiales de aseo

 PANADERÍA GLASEA2				
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Trapeador	1	2,60	2,60	31,20
Escoba	1	2,20	2,20	26,40
Recogedor de basura	1	2,00	2,00	24,00
Basurero	2	4,50	9,00	108,00
Detergente	1	2,60	2,60	31,20

Papel higiénico 200m	2	3,20	6,40	76,80
Jabón líquido isabella	1	2,00	2,00	24,00
Toalla para manos desechables 150u	5	2,00	10,00	120,00
Total		21,10	36,80	441,60

Nota: Los materiales de aseo para el proyecto; información obtenida de los locales de limpieza de la ciudad.

Resumen de capital de trabajo

Se presenta el cuadro resumen de activos del presente proyecto y en base a este se asumirá el monto de financiamiento.

Tabla 69

Resumen de capital de trabajo.

 PANADERÍA GLASEA2	
Descripción	Rubro
Materia prima directa	406,85
Mano de obra directa	678,44
Gastos de venta	61,50
Arriendo local	350,00
Indumentaria del personal	21,50
Servicios básicos	205,00
Materiales de aseo	36,80
Sueldos y salarios	737,07
Total	2.497,16

Nota: Resumen de todas las inversiones a realizar dentro del proyecto; información obtenida de las tablas N.º 55 a la N.º68

Cuadro resumen de inversiones

El cuadro resumen de inversiones será la guía para delimitar el porcentaje de financiamiento propio y ajeno.

Tabla 70

Cuadro de inversiones

 PANADERÍA GLASEA2	
ACTIVOS FIJOS	RUBRO
Maquinaria y equipo	8.853,55
Equipo de oficina	500,00
Exhibición y ventas	975,00
Utensilios de cocina	61,25
<i>Total, de activos fijos</i>	<i>10.389,80</i>
ACTIVOS DIFERIDOS	
Permisos de funcionamiento	300,00
Adecuación del local	1.000,00
Letrero	220,00
Constitución de la panadería	150,00
<i>Total de activos diferidos</i>	<i>1.670,00</i>
CAPITAL DE TRABAJO	
Materia prima directa	406,85
Mano de obra directa	678,44
Gastos de venta	61,50
Arriendo local	350,00
Indumentaria del personal	21,50
Servicios básicos	205,00
Materiales de aseo	36,80
Sueldos y salarios	737,07
<i>Total capital de trabajo</i>	<i>2.497,16</i>
<i>Total de inversión</i>	<i>14.556,96</i>

Nota: Resumen de todas las inversiones necesarias para el proyecto; información obtenida de las tablas N.º 52, 53 Y 69.

Financiamiento

El monto de inversión del presente proyecto esta valorizado en **14.556.96** el cual será cubierto con capital propio que representa el 55% y el 45% faltante será financiado con un préstamo bancario este será obtenido a través del Banco de Loja de 6.000,00 dólares para 4 años y 6 meses con el **11.23%** de interés.

Tabla 71

Financiamiento

 PANADERÍA GLASEA2		
Distribución	Valor	Porcentaje
Capital propio	8.556,96	55%
Capital ajeno	6.000.00	45%
Total	15.265.09	100%

Nota: Financiamiento para el proyecto; información obtenida del banco de Loja y Tabla N.º 70

Presupuesto de producción

El presupuesto de producción contiene información relacionada con la cantidad de bienes que se van a producir tomando en cuenta la demanda del consumidor y la capacidad instalada del proyecto.

Tabla 72

Presupuesto de producción

 PANADERÍA GLASEA2				
Producto	Diaria	Semanal	Mensual	Anual
Pan de sal	300	2.100,00	8.400,00	100.800,00
Pan cacho	290	2.030,00	8.120,00	97.440,00

Pan enrollado	280	1.960,00	7.840,00	94.080,00
Pan de yema	200	1.400,00	5.600,00	67.200,00
Pan integral	100	700,00	2.800,00	33.600,00
Pan de dulce	100	700,00	2.800,00	33.600,00
Pan de chocolate	120	840,00	3.360,00	40.320,00

Nota: Presupuesto de la producción del producto.

El presupuesto de producción es un estimado de lo que se va producir en un determinado tiempo como se puede observar en la tabla N.º 68 se producirá 100 panes diarios y así de esta manera está presupuestado;

☞ Producción a la semana = 300 panes*7días de la semana = 2.100,00

☞ Mensual = 2100 semanal *4 semanas del mes = 8400

☞ Anual = 8400 mensual * 12 meses del año = 100800

Presupuesto de egresos

Costos de producción

El costo de producción está conformado por todos los valores expuestos en el período de producción, tales como la materia prima, la mano de obra y los costos indirectos de producción, mismos que son recuperables al venderse el producto.

Materia Prima

A la materia prima directa se le considera el principal elemento en los costos de producción, debido a que al transformarse se convierte en un producto terminado. En lo que se refiere a la proyección de la materia prima directa requerida para los próximos 5 años, se consideraron las mismas variables de las ventas; es decir, el crecimiento económico del país cuya tasa es del 4.10% y la tasa de inflación actual vigente que es del 2.80% según datos del Banco Central del Ecuador.

Tabla 73

Proyección de materia prima

 PANADERÍA GLASEA2					
Proyección de materia prima			Inflación: 2,80% Crec. Econo: 4,10%		
Descripción	1	2	3	4	5
HARINA					
Cantidad qq	500,00	541,84	611,26	717,84	877,57
Precio	25,00	25,00	25,02	25,03	25,05
Total	12.500,00	13.546,01	15.290,59	17.967,49	21.978,66
HARINA INTEGRAL					
Cantidad qq	300,00	325,10	366,75	430,70	526,54
Precio	18,50	18,52	18,53	18,55	18,56
Total	5.550,00	6.019,31	6.795,95	7.987,39	9.772,58
TOTAL	18.050,00	19.565,32	22.086,54	25.954,88	31.751,25

Nota: Se muestra la proyección de la materia prima a utilizar.

Mano de obra directa

En la mano de obra directa interviene el maestro panadero, que trabajará en la producción diaria de los productos de panadería. Para hacer el cálculo respectivo se tomó en consideración la tabla porcentual de crecimiento de sueldos en el Ecuador.

Tabla 74*Proyección de mano de obra directa*

 PANADERÍA GLASEA2					
Incremento porcentual de los sueldos: 3.15%					
Personal	1	2	3	4	5
Maestro panificador	450	464,18	478,8	493,88	509,44
salario mensual	450	464,18	478,8	493,88	509,44
Desglose de beneficios de ley					
Descripción	1	2	3	4	5
Salario	450,00	464,18	478,80	493,88	509,44
Décimo tercer sueldo	37,50	38,68	39,90	41,16	42,45
Décimo cuarto sueldo	37,50	38,68	39,90	41,16	42,45
Fondos de reserva	-	38,67	39,88	41,14	42,44
Aporte patronal	50,18	51,76	53,39	55,07	56,80
Aporte Individual	41,99	43,31	44,67	46,08	47,53
Vacaciones	18,75	19,34	19,95	20,58	21,23
Total mensual	635,92	694,62	716,49	739,07	762,34
Total anual	7.630,98	8.335,42	8.597,90	8.868,83	9.148,09

Nota: La proyección del salario del maestro panificador y anexo 28.

Costos indirectos de fabricación

Estos costos indirectos de producción, son todos aquellos gastos adicionales que se presenten en la elaboración de los productos.

Materia prima indirecta

Tabla 75

Proyección de la materia prima indirecta

 PANADERÍA GLASEA2						
Inflación: 2,80%		Crec. Econo: 4,10%				
Descripción	Unidad de medida	1	2	3	4	5
Azúcar	Quintal	35,00	36,44	39,48	44,54	52,31
Precio		19,00	19,15	19,30	19,45	19,60
Total		665,00	697,73	762,04	866,35	1.025,25
Manteca	Libras	300,00	325,10	366,75	430,70	526,54
Precio		0,55	0,57	0,58	0,60	0,61
Total		165,00	183,68	212,72	256,27	321,19
Huevos	Unidad	2,9540	2.237,59	2.524,25	2.964,39	3.624,01
Precio		0,12	0,14	0,15	0,17	0,18
Total		0,35	302,07	378,64	489,13	652,32
Levadura	Paquete	3.000,00	3.251,04	3.667,54	4.307,03	5.265,40
Precio		1,25	1,27	1,28	1,30	1,31
Total		3.750,00	4.112,57	4.694,45	5.577,60	6.897,68
Leche	Litros	500,00	541,84	611,26	717,84	877,57
Precio		0,85	0,87	0,88	0,90	0,91
Total		425,00	468,69	537,91	642,47	798,59
Mantequilla	Libras	975,00	1.056,59	1.191,95	1.399,78	1.711,26
Precio		1,60	1,62	1,63	1,65	1,66
Total		1.560,00	1.706,39	1.942,88	2.302,65	2.840,68
Chocolate	Libras	900,00	975,31	1.100,26	1.292,11	1.579,62
Precio		2,20	2,22	2,23	2,25	2,26
Total		1.980,00	2.160,32	2.453,58	2.900,78	3.569,94
Quesillo	Libras	2.631,00	2.851,16	3.216,43	3.777,26	4.617,76
Precio		1,75	1,77	1,78	1,80	1,81
Total		4.604,25	5.032,31	5.725,25	6.780,19	8.358,14
Total anual		13.149,60	14.663,77	16.707,47	19.815,43	24.463,79

Nota: Especificación de la materia prima indirecta para la elaboración del producto; información obtenida de los Supermercados de la ciudad.

Utensilios de cocina

Con respecto a la proyección de los utensilios de cocina requeridos para los próximos 5 años, se detallan a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 76

Proyección de utensilios de cocina

 PANADERÍA GLASEA2					
Descripción	1	2	3	4	5
Cucharas de acero inoxidable					
Cantidad	5	6	6	7	9
Unid	5	6	6	7	9
Precio unit	0,75	0,82	0,89	0,96	1,03
Total anual	3,75	4,92	5,34	6,72	9,27
Fuente de aluminio					
Cantidad unid	3,00	5	5	5	5
Precio unit	2,25	2,32	2,39	2,40	2,47
Total anual	6,75	11,6	11,95	12	12,35
Brocha para pintar					
Cantidad unid	5,00	6	7	8	8
Precio unit	1,50	7,07	7,14	7,20	7,29
Total anual	7,50	42,42	49,98	57,6	58,32
Olla de acero inoxidable					
Cantidad unid	2,00			2	
Precio unit	25,00			32,00	
Total anual	50,00			64,00	
Gas					
Cantidad unid	15,00	18	20	22	24
Precio unit	3,00	3,50	3,54	3,58	3,62
Total anual	45,00	63	70,8	78,76	86,88
Total USD	18,00	58,94	67,27	76,32	79,94

Nota: Especificación de los utensilios de cocina para la elaboración del producto; información obtenida de los Supermercados de la ciudad

Indumentaria del personal

Este rubro está representado por lo siguiente;

Tabla 77

Indumentaria del personal

 PANADERÍA GLASEA2					
Descripción	1	2	3	4	5
MANDILES					
Cantidad	3	3	3	4	4
Unid					
Precio unit	9	9,07	9,14	9,2	9,29
Total anual	27,00	27,21	27,42	36,80	37,16
MALLAS PARA EL CABELLO X 12 U					
Cantidad unid	18,00	20	22	24	24
Precio unit	3,50	3,55	3,60	3,62	3,72
Total anual	63,00	71,00	79,20	86,88	89,28
GUANTES					
Cantidad caja	5,00	7	7	5	8
Precio unit	7,00	7,07	7,14	7,20	7,29
Total anual	35,00	49,49	49,98	36,00	58,32
Total USD	125,00	147,70	156,60	159,68	184,76

Nota: Especificación de la indumentaria del personal para la elaboración del producto; información obtenida de los Supermercados de la ciudad

Servicios básicos operativos

Con respecto a la proyección de los costos por servicios básicos requeridos para la producción en los próximos 5 años, se detallan a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 78*Servicios básicos operativos*

 PANADERÍA GLASEA2					
Descripción	1	2	3	4	5
Energía eléctrica					
Cantidad KW	150	162,55	183,38	215,35	263,27
Precio	0,15	0,18	0,20	0,22	0,24
Valor men.	22,5	29,26	36,68	47,38	63,18
Total anual	270,00	351,11	440,10	568,53	758,22
Agua potable					
Cantidad m3	15	16,26	18,34	21,54	26,33
Precio	0,25	0,27	0,29	0,31	0,34
Valor men.	3,75	4,39	5,32	6,68	8,95
Total anual	45,00	52,67	63,82	80,11	107,41
TOTAL	315,00	403,78	503,92	648,64	865,63

Nota: Los servicios básicos consumidos por parte de la administración con su respectiva proyección

Resumen de los costos indirectos de producción**Tabla 79***Resumen de los costos indirectos de producción*

 PANADERÍA GLASEA2					
Descripción	1	2	3	4	5
Materia prima indirecta	13.149,60	14.663,77	16.707,47	19.815,43	24.463,79
Indumentaria del personal	125,00	147,70	156,60	159,68	184,76
Utensilios de cocina	18,00	58,94	67,27	76,32	79,94
Servicios básicos operativos	315,00	403,78	503,92	648,64	865,63
Total	13.608,60	15.276,19	17.438,26	20.704,07	25.599,12

Nota: Resumen de los costos indirectos incurridos dentro de la producción; información obtenida de las Tablas N.º 75,76,77 y 78

Resumen de los costos de producción

A continuación, en siguiente cuadro muestra el resumen de los costos de producción y su respectiva proyección:

Tabla 80

Resumen de los costos de producción

 PANADERÍA GLASEA2					
Descripción	1	2	3	4	5
Materia prima directa	18.050,00	19.565,32	22.086,54	25.954,88	31.751,25
Mano de obra directa	7.630,98	8.335,42	8.597,90	8.868,83	9.148,09
Costos indirectos de producción	13.608,60	15.276,19	17.438,26	20.704,07	25.599,12
TOTAL	39.290,58	43.178,92	48.125,70	55.531,77	66.503,46

Nota: Resumen de los costos de producción incurridos dentro de la producción; información obtenida de las Tablas N.º 73, 74 y 75

Gastos de administración

Para el cálculo de los gastos administrativos se han considerado los costos de los sueldos del personal administrativo, servicios básicos, equipo de oficina, suministros de limpieza y los gastos de constitución. Es importante destacar que estos gastos no son recuperables, pero sin son de apoyo para la venta del producto; como se puede observar en las tablas que se presentan a continuación:

Sueldos administrativos

Para el cálculo de los sueldos administrativos, se tomó en cuenta el sueldo básico sectorial más los beneficios de ley; y los fondos de reserva se calcularon a partir del segundo año. En lo que se refiere a la proyección requerida para los próximos 5 años, se utilizó la tasa de

incremento calculada anteriormente la cual tiene el 3.15%.

Tabla 81

Sueldos administrativos

 PANADERÍA GLASEA2					
Personal	1	2	3	4	5
Gerente propietario	490	531,00	599,03	703,48	860,02
Salario mensual	490	531,00	599,03	703,48	860,02
Salario anual	5.880,00	6.372,04	7.188,38	8.441,78	10.320,19
Desglose de beneficios de ley					
Descripción	1	2	3	4	5
Gerente propietario					
Salario	490,00	531,00	599,03	703,48	860,02
Décimo tercer sueldo	39,00	40,23	41,50	42,80	44,15
Décimo cuarto sueldo	39,00	40,23	41,50	42,80	44,15
Fondos de reserva	-	44,23	49,90	58,60	71,64
Aporte patronal	54,64	59,21	66,79	78,44	95,89
Aporte personal	46,31	50,18	56,61	66,48	81,27
Vacaciones	20,42	22,13	24,96	29,31	35,83
Total mensual	689,36	787,21	880,29	1.021,91	1.232,95
Salario Anual	8.272,28	9.446,50	10.563,49	12.262,92	14.795,42

Nota: Proyección de sueldos administrativos; información obtenida del Anexo N° 29 y Ministerio de Trabajo.

Servicios básicos de administración

La siguiente tabla muestra el detalle de los costos por concepto de servicios básicos en el área administrativa, y para el cálculo de las proyecciones para los próximos 5 años, se utilizó la tasa de inflación actual vigente que es del 3,40% según datos del Banco Central del Ecuador

Tabla 82*Servicios básicos de administración*

 PANADERÍA GLASEA2					
Descripción	1	2	3	4	5
Energía eléctrica					
Cantidad KW	10	10,42	10,78	11,16	11,54
Precio	0,12	0,12	0,13	0,13	0,14
Valor mensual	60	62,08	64,24	66,47	68,77
Total anual	7,20	7,45	8,35	8,64	9,63
Agua potable					
Cantidad m3	7,00	7,29	7,60	7,92	8,25
Precio	0,12	0,12	0,13	0,13	0,14
Valor mensual	15,2	15,73	16,27	16,84	17,42
Total anual	1,824	1,89	2,12	2,19	2,44
Internet					
Precio mensual.	20	20	20	20	20
Total anual	240	240	240	240	240
Total	249,03	249,34	250,47	250,83	252,07

Notas: Proyección de los servicios básicos relacionados a la administración; información obtenida a partir del Municipio de Loja, ERSSA y klix Internet.

Suministro de limpieza

Para la proyección de los suministros de limpieza considerados necesarios para la puesta en marcha del proyecto, utilizando la inflación actual vigente que es del 3,40% según datos del Banco Central del Ecuador; a continuación, se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 83

Suministro de limpieza

 PANADERÍA GLASEA2					
Descripción	1	2	3	4	5
TRAPEADOR					
Cantidad	2	2	3	3	3
Precio unit	4,25	4,37	4,49	4,61	4,73
Total anual	8,50	8,74	13,47	13,83	14,19
ESCOBA					
Cantidad	1	2	2	2	2
Precio unit	2,50	2,80	3,10	3,40	3,70
Total anual	2,50	5,60	6,20	6,80	7,40
RECOGEDOR DE BASURA					
Cantidad qq	1	1	2	2	2
Precio unit	2	2,07	2,14	2,22	2,29
Total anual	2	2,07	4,28	4,44	4,58
BASURERO					
Cantidad qq	3	3	3	3	3
Precio unit	4,50	4,66	4,82	4,98	5,16
Total anual	13,50	13,98	14,46	14,94	15,48
DETERGENTE					
Cantidad qq	4	4	4	5	3
Precio unit	5,80	6,55	7,30	8,05	8,80
Total anual	23,20	26,20	29,20	40,25	26,40
PAPEL HIGUENICO 200m					
Cantidad qq	7	6	8	8	8
Precio unit	5,75	6,50	7,25	8,00	8,75
Total anual	40,25	39,00	58,00	64,00	70,00
JABON LIQUIDO ISABELLA					
Cantidad qq	7	7	7	7	8
Precio unit	3,75	4,50	5,25	6,00	6,75
Total anual	26,25	31,50	36,75	42,00	54,00
TOALLA PARA MANOS DESECHABLES 150U					
Cantidad qq	5	5	5	5	6
Precio unit	2,85	3,60	4,35	5,10	5,85
Total anual	14,25	18,00	21,75	25,50	35,10

TOTAL USD *130,45 145,09 184,11 211,76 227,15*

Notas: Proyección de los materiales de aseo para la limpieza.

Resumen gastos de administración

A continuación, en la siguiente tabla se muestra el resumen de los gastos de administración y su respectiva proyección:

Tabla 84

Resumen de gastos de administración

 PANADERÍA GLASEA2					
Descripción	1	2	3	4	5
Sueldos administrativos	8.272,28	9.446,50	10.563,49	12.262,92	14.795,42
Servicios básicos administrativos	249,02	249,34	250,47	250,83	252,07
Suministro de limpieza	130,45	145,09	184,11	211,76	227,15
Total	8.651,75	9.840,93	10.998,07	12.725,51	15.274,64

Nota: Resumen de los gastos administrativos incurridos dentro de la operatividad; información obtenida de las Tablas N.º 81, 82 y 83.

Gasto de ventas

Para realizar la proyección de los gastos de venta, se ha tomado en cuenta el gasto del sueldo generado por el vendedor despachador, las fundas para expender el pan y servilletas haciendo énfasis en que estos costos se incrementan según la inflación actual vigente que es del 2.80% según datos del Banco Central del Ecuador; con excepción del sueldo que se proyecta según datos establecidos en la tabla de salarios mínimos sectoriales para 2023; a continuación, se sintetiza lo expresado en las siguientes tablas:

Sueldo de ventas

Para el cálculo de los sueldos del vendedor despachador, las fundas para expender el pan y servilletas se tomó en cuenta el sueldo básico sectorial más los beneficios de ley; y los fondos

de reserva se calcularon a partir del segundo año. En lo que se refiere a la proyección requerida para los próximos 5 años, se utilizó la tasa de incremento porcentual de 3.15% como se detalla a continuación:

Tabla 85

Sueldo de ventas

 PANADERÍA GLASEA2					
Personal	1	2	3	4	5
Vendedor					
Salario mensual	450	464,18	478,8	493,88	509,44
Salario anual	5.400,00	5.570,10	5.745,56	5.926,54	6.113,23
Desglose de beneficios de ley					
Descripción	1	2	3	4	5
Vendedor					
Salario	450,00	464,18	478,80	493,88	509,44
Decimo tercer sueldo	37,50	38,68	39,90	41,16	42,45
Decimo cuarto sueldo	37,50	38,68	39,90	41,16	42,45
Fondos de reserva		38,67	39,88	41,14	42,44
Aporte patronal	50,18	51,76	53,39	55,07	56,80
Aporte personal	42,53	43,87	45,25	46,67	48,14
Vacaciones	18,75	19,34	19,95	20,58	21,23
TOTAL	636,46	695,18	717,07	739,66	762,95
TOTAL ANUAL	7.637,46	8.342,10	8.604,80	8.875,94	9.155,42

Nota: Sueldos y salarios del vendedor proyectada para cada año; información obtenida del Ministerio del trabajo y anexo 29.

Otros gastos

Este rubro contemplara la compra de fundas plásticas de tamaño mediano y grande, de igual manera las servilletas que servirán para expender al público.

Tabla 86

Otros gastos

 PANADERÍA GLASEA2					
Descripción	1	2	3	4	5
Fundas plásticas grandes					
Cantidad paquete	30	40	50	65	80
Precio unitario	2,50	2,59	2,68	2,77	2,87
Total anual	75	103,6	134	180,05	229,6
Fundas plásticas medianas					
Cantidad paquete.	10	40	50	70	90
Precio unitario	2,80	2,90	3,00	3,10	3,21
Total anual	28	116	150	217	288,9
Servilletas					
Cantidad paquete	30	80	90	100	120
Precio unitario	0,85	0,88	0,91	0,94	0,97
Total anual	25,50	70,40	81,90	94,00	116,40
TOTAL USD	128,50	290,00	365,90	491,05	634,90

Nota: Proyección de la compra de fundas y servilletas para la venta del producto; información obtenida de los Supermercados de la ciudad

Gasto promociones

Este rubro comprenderá la compra de cafeteras, delantales y guastes de cocina para realizar las promociones antes mencionadas en el estudio técnico. De igual manera se usó la inflación que respecta a 2.80% y la tasa de crecimiento económico de 4,20% según datos del Banco central.

Tabla 87

Gasto de promociones

 PANADERÍA GLASEA2					
Descripción	1	2	3	4	5
Cafeteras	2	2	2	2	2
Precio unitario	25,00	32,00	40,00	47,00	53,00
Total anual	50,00	64,00	80,00	94,00	106,00

Delantales	2	2	2	2	2
Precio unitario	5,50	5,69	5,89	6,09	6,30
Total anual	11,00	11,38	11,78	12,18	12,60
Guantes para horno					
Cantidad paquete.	2	3	3	3	3
Precio unitario	4,85	5,02	5,19	5,37	5,56
Total anual	9,70	15,06	15,57	16,11	16,68
TOTAL USD	70,70	90,44	107,35	122,29	135,28

Nota: El valor proyectado de la compra de los artículos que se comprara para premiar la fidelidad del cliente, información obtenida de los Supermercados de la ciudad, inflación del país y crecimiento económico.

Resumen gastos de ventas

El presente cuadro representa el cuadro resumen del gasto de ventas de la panadería.

Tabla 88

Resumen gastos de ventas

 PANADERÍA GLASEA2					
Descripción	1	2	2	4	5
Sueldo de ventas	7.691,40	8.397,76	8.719,71	8.994,35	9.277,72
Otros gastos	128,50	290,00	365,90	491,05	634,90
Gasto promociones	70,70	90,44	107,35	117,60	135,28
TOTAL	7.890,60	8.778,20	9.192,96	9.603,00	10.047,90

Nota: Resumen de lo que se debe pagar para la venta del producto; información obtenida de las Tablas N.º 85, 86 y 87.

Gastos financieros

El gasto de financiero está conformado por los intereses generados por el préstamo, que nos otorgó el Banco del Loja con un interés de 10,50% a 3 años y 5 meses plazo

Tabla 89 .*Interés crédito financiero*

 PANADERÍA GLASEA2				
Descripción	1	2	3	5 meses
Interés	\$559,34	\$394,40	\$211,30	\$30,76
Total	560,34	396,40	214,30	30,76

Nota: Se muestra los intereses del préstamo bancario; información obtenida del Anexo N° 22

Resumen de costos y gastos anuales

Se presenta todos los costos y gastos anuales que tendrá la panadería GLASEA2 durante sus 5 años de vida útil.

Tabla 90*Resumen de costos y gastos anuales*

 PANADERÍA GLASEA2					
Descripción	1	2	3	4	5
Proyección de costos de producción	39.290,58	43.178,92	48.125,70	55.531,77	66.503,46
Proyección gastos administrativos	8.651,75	9.213,27	9.500,28	9.795,81	10.101,80
Proyección gastos de ventas	7.890,60	8.778,20	9.192,96	9.603,00	10.047,90
Proyección gastos financieros	559,34	394,40	211,30	30,76	
TOTAL	56.392,27	61.564,79	67.030,24	74.961,34	86.653,16

Nota: El resumen de las proyecciones de los costos y gastos anuales del proyecto; información obtenida de las Tablas N.º 80, 84, 88 y 89.

Presupuesto de egresos

Tabla 91

Presupuesto de egreso

 PANADERÍA GLASEA2					
Descripción	1	2	3	4	5
Gasto personal					
Mano de obra directa	7.630,98	8.335,42	8.597,90	8.868,83	9.148,09
Remuneraciones administrativas	8.272,28	9.446,50	10.563,49	12.262,92	14.795,42
Remuneraciones ventas	7.691,40	8.397,76	8.719,71	8.994,35	9.277,72
TOTAL	23.594,66	26.179,67	27.881,11	30.126,10	33.221,23
COSTOS Y GASTOS					
Materia prima directa	18.050,00	19.565,32	22.086,54	25.954,88	31.751,25
Materia prima indirecta	13.149,60	14.663,77	16.707,47	19.815,43	24.463,79
Costos indirectos de producción	458,00	610,42	727,79	884,64	1.130,33
Gastos administrativos	379,47	394,43	434,58	462,59	479,22
Gastos de ventas	199,20	380,44	473,25	608,65	770,18
Gastos financieros	\$559,34	\$394,40	\$211,30	\$30,76	
TOTAL	32.795,61	36.008,78	40.640,92	47.756,94	58.594,77
Depreciaciones					
Dep. Maquinaria y equipo	801,37	801,37	801,37	801,37	801,37
Dep. Utensilios de cocina	5,58	5,58	5,58	5,58	5,58
Dep. Equipo de oficina	195,00	195,00	195,00	195,00	195,00
Dep. equipo de ventas	141,08	141,08	141,08	141,08	141,08
TOTAL	1.143,04	1.143,04	1.143,04	1.143,04	1.143,04
TOTAL DE PRESUPUESTO DE EGRESOS	57.533,31	63.331,49	69.665,07	79.026,08	92.959,04

Nota; El detalle del presupuesto de egresos y su respectiva proyección; información obtenida de las Tablas N.º 45, 47, 49, 51, 74, 80, 81, 85, 89.

Presupuesto de Ingresos

Se ha determinado el precio del pan en base a al precio aproximado establecido por tipo de pan en la tabla N°30, así mismo el volumen de ventas ha sido tomado de la tabla N.° 24 del estudio de mercado del presente proyecto de factibilidad, también se consideró el crecimiento económico del país cuya tasa es 4.20% según datos del Banco central del Ecuador.

Tabla 92

Proyección de ventas para el pan de sal

 PANADERÍA GLASEA2					
Descripción	1	2	3	4	5
Volumen de ventas	84.000,00	88.149,21	92.503,37	97.072,61	101.867,55
Precio unitario	0,15	0,20	0,20	0,25	0,25
TOTAL	12.600,00	17.629,84	18.500,67	24.268,15	25.466,89

Nota: Proyección de ventas para el pan se sal; información obtenida de las Tabla N.° 72

Tabla 93

Proyección de ventas para el pan cancho

 PANADERÍA GLASEA2					
Descripción	1	2	3	4	5
Volumen de ventas	73.920,00	77.571,31	81.402,97	85.423,90	89.643,44
Precio unitario	0,20	0,20	0,20	0,25	0,25
TOTAL	14.784,00	15.514,26	16.280,59	21.355,97	22.410,86

Nota: Proyección de ventas para el pan cancho; información obtenida de las Tabla N.° 73

Tabla 94*Proyección de ventas para el enrollado*

 PANADERÍA GLASEA2					
Descripción	1	2	3	4	5
Volumen de ventas	70.560,00	74.045,34	77.702,83	81.540,99	85.568,74
Precio unitario	0,20	0,20	0,25	0,25	0,25
TOTAL	14.112,00	14.809,07	19.425,71	20.385,25	21.392,18

Nota: Proyección de ventas para el pan enrollado; información obtenida de las Tablas N.º 73**Tabla 95***Proyección de ventas para el pan de yema*

 PANADERÍA GLASEA2					
Descripción	1	2	3	4	5
Volumen de ventas	33.600,00	35.259,68	37.001,35	38.829,04	40.747,02
Precio unitario	0,15	0,20	0,20	0,25	0,25
TOTAL	5.040,00	7.051,94	7.400,27	9.707,26	10.186,75

Nota: Proyección de ventas para el pan de yema; información obtenida de la Tabla N.º 73**Tabla 96***Proyección de ventas para el pan integral*

 PANADERÍA GLASEA2					
Descripción	1	2	3	4	5
Volumen de ventas	31.920,00	33.496,70	36.008,97	39.654,18	44.733,91
Precio unitario	0,30	0,30	0,35	0,40	0,45
Total	9.576,00	10.049,01	12.603,14	15.861,67	20.130,26

Nota: Proyección de ventas para el pan se sal; información obtenida de las Tabla N.º 73

Tabla 97*Proyección de ventas para el pan de dulce*

 PANADERÍA GLASEA2					
Descripción	1	2	3	4	5
Volumen de ventas	31.920,00	33.496,70	36.008,97	39.654,18	44.733,91
Precio unitario	0,20	0,20	0,25	0,30	0,30
Total	6.384,00	6.699,34	9.002,24	11.896,26	13.420,17

Nota: Proyección de ventas para el pan dulce; información obtenida de las Tabla N.º 73**Tabla 98***Proyección de venta para el pan de chocolate*

 PANADERÍA GLASEA2					
Descripción	1	2	3	4	5
Volumen de ventas	30.240,00	31.733,72	34.113,76	37.567,12	42.379,49
Precio unitario	0,20	0,25	0,30	0,35	0,35
Total	6.048,00	7.933,43	10.234,13	13.148,49	14.832,82

Nota: Proyección de ventas para el pan se chocolate; información obtenida de las Tabla N.º 73

Resumen de proyecciones de ventas

En la tabla resumen se establece los totales de ingresos por la venta de cada tipo de pan; el primer año se obtendrá \$ **68.544,00** dólar por la venta de todos los tipos de panes mientras que para el quinto año la venta total será de **\$126.427,29** refiriendo que para el último año tendremos una ganancia alta con referencia al primer año del proyecto en marcha.

Tabla 99

Resumen de proyecciones por año

 PANADERÍA GLASEA2					
PROYECCIONES	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Proyección de ventas pan de sal	12.600,00	17.629,84	18.500,67	24.268,15	25.466,89
Proyección de ventas pan cacho	14.784,00	15.514,26	16.280,59	21.355,97	22.410,86
Proyección de ventas pan enrollado	14.112,00	14.809,07	19.425,71	20.385,25	21.392,18
Proyección de ventas pan de yema	5.040,00	7.051,94	7.400,27	9.707,26	10.186,75
Proyección de ventas pan integral	9.576,00	10.049,01	12.603,14	15.861,67	20.130,26
Proyección de ventas pan dulce	6.384,00	6.699,34	9.002,24	11.896,26	13.420,17
Proyección de ventas pan de chocolate	6.048,00	6.699,34	9.002,24	11.896,26	13.420,17
TOTALES	68.544,00	78.452,80	92.214,87	115.370,82	126.427,29

Nota: Proyección de ventas para cada tipo de pan; información obtenida de las Tablas N.º 92 hasta la 98

Estado de pérdidas y ganancias

El estado de pérdida y ganancias indica los ingresos, los gastos, las ganancias y las pérdidas durante el ejercicio económico. En la siguiente tabla se refleja los ingresos, gastos, ganancias y pérdida que tendrá la panadería en sus primeros 5 años de su vida útil.

Según la Ley de Régimen Tributario Interno en artículo 9.1 - *Exoneración de pago del Impuesto a la Renta para el desarrollo de inversiones nuevas y productivas.* – en el literal a “Sector agrícola; producción de alimentos frescos, congelados e industrializados”, el proyecto de inversión de la Panadería “**GLASEA2**” está excepto de cancelar este tributo por ser una inversión y producción nueva dentro del mercado por sus 5 primeros años de ejecución.

Tabla 100*Estado de pérdidas y ganancias*

 PANADERÍA GLASEA2					
Descripción	1	2	3	4	5
VENTAS	68.544,00	78.452,80	92.214,87	115.370,82	126.427,29
(-) Costos de producción	39.290,58	43.178,92	48.125,70	55.531,77	66.503,46
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	29.253,42	35.273,88	44.089,17	59.839,05	59.923,83
(-) Gastos de ventas	7.890,60	8.778,20	9.192,96	9.603,00	10.047,90
UTILIDAD NETA EN VENTAS	21.362,82	26.495,68	34.896,21	50.236,05	49.875,93
(-) Gastos de administración	8.651,75	9.840,93	10.998,07	12.725,51	15.274,64
UTILIDAD EN OPERACIONES	12.711,07	16.654,75	23.898,13	37.510,54	34.601,29
(-) Gastos Financieros	559,34	394,40	211,30	30,76	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES	12.151,73	16.260,35	23.686,84	37.479,78	34.601,29
(-) 15% Utilidad a trabajadores	1.822,76	2.439,05	3.553,03	5.621,97	5.190,19
(=) UTILIDAD NETA	10.328,97	13.821,29	20.133,81	31.857,81	29.411,10

Nota: El estado de perdidos y ganancias del proyecto; información obtenida de las Tablas N.º 80, 84, 88, 89, 99.

Clasificación de costos fijos y variables

En todo proceso productivo los costos en que se incurre no son de la misma magnitud e incidencia en la capacidad de producción, por lo cual se hace necesario clasificarlos.

Tabla 101

Clasificación de los costos fijos y variables

Descripción	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	C.F	C.V								
<i>Materia prima directa</i>		18.050,00		19.565,32		22.086,54		25.954,88		31.751,25
<i>Mano de obra directa</i>		7.630,98		8.335,42		8.597,90		8.315,73		9.148,09
<i>Materia prima indirecta</i>		13.149,60		14.663,77		16.707,47		19.815,43		24.463,79
<i>Utensilios de cocina</i>			69,50		69,50		69,50		69,50	
<i>Indumentaria del personal</i>	125,00		147,7		156,6		159,68		184,76	
<i>Servicios básicos</i>	315		9,34		10,47		10,83		12,07	
<i>Depr. de M.E</i>	801,37		801,37		801,37		801,37		801,37	
<i>Depr. Ute. Coc.</i>	5,58		5,58		5,58		5,58		5,58	
<i>Sueldos y salarios</i>	7.691,40		8.778,20		9.192,96		9.603,00		10.047,90	
<i>Depr. Equip. Ofi.</i>	195,00		195,00		195,00		195,00		195,00	
<i>Depr. Exhi.Ventas</i>	141,08		141,08		141,08		141,08		141,08	
<i>Gasto de venta</i>	199,20		380,44		473,25		608,65		770,18	
<i>Interés del crédito</i>	\$559,34		\$394,40		\$211,30		\$30,76		414,54	
<i>Amortización de A.C.</i>	\$334,00		334		334		334		334	
Total	10.366,97	38.830,58	11.256,62	42.564,50	11.591,12	47.391,91	11.959,45	54.086,03	12.975,98	65.363,13
	49.197,56		53.821,12		58.983,03		66.045,49		78.339,11	

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el punto de producción en el que los ingresos cubren totalmente los egresos de la empresa y por tanto no existe ni utilidad ni pérdida, es donde se equilibran los costos y los ingresos. Insertar grafica

Punto de equilibrio año 1

i. Costo total

$$CT = \text{Costo Fijo} + \text{Costo Variable}$$

$$CT = 10.366,97 + 38.830,58$$

$$CT = 49.197,36$$

ii. Punto de equilibrio en función a las ventas.

$$P. E. = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - (\text{Ventas}/\text{Costos V. T})}$$

$$P. E. = \frac{10.366,97}{1 - (38.830,58 / 68.544,00)}$$

$$P. E. = 23.914,84$$

iii. En función de la capacidad instalada

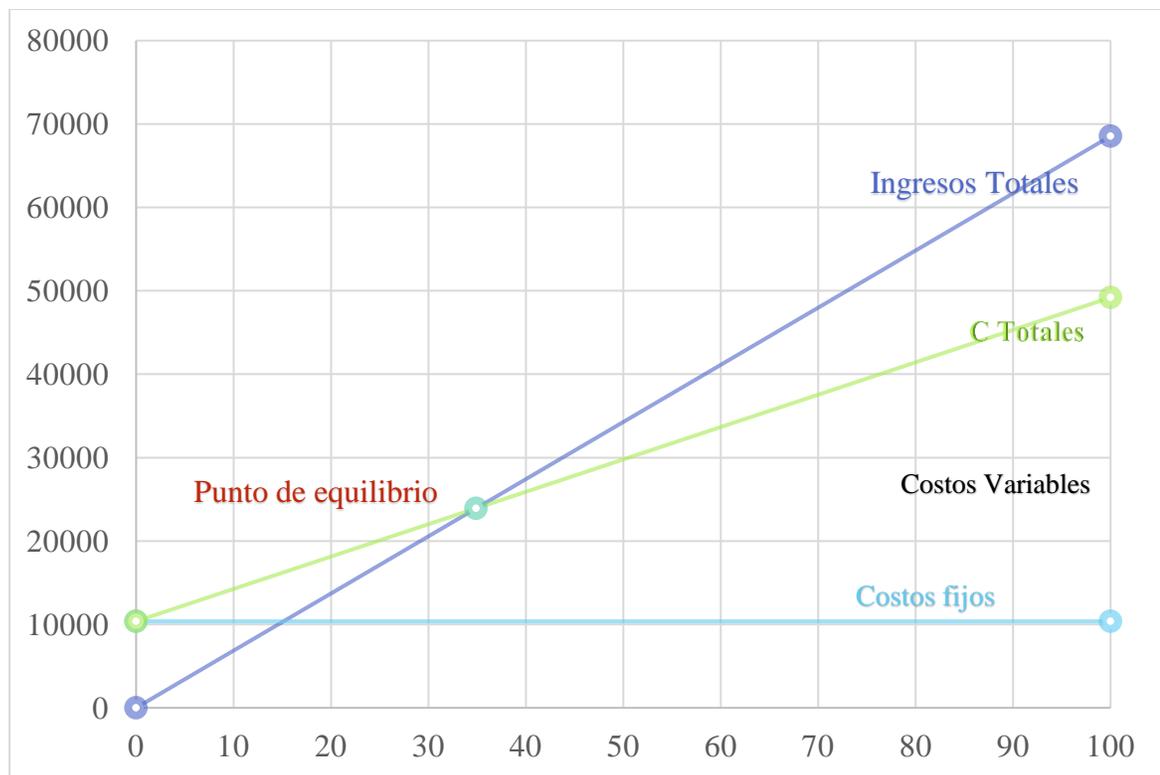
$$P. E. = \frac{\text{Costos Fijos}}{(\text{Costos variable}/\text{ventas})}$$

$$P. E. = \frac{10.366,97}{(38.830,58/68.544,00)}$$

$$P. E. = 34.89\%$$

Figura 23

P.E Año 1



Nota: La gráfica muestra el punto de equilibrio del primer año, en función a las ventas y la capacidad instalada.

Análisis: La grafica hace alusión a que dentro del primer año de la panadería

“GLASEA2” debe alcanzar un total de ventas \$23.914.84 y su capacidad instalada en un nivel mínimo de 34.89%. Se indica que la panadería debe trabajar al mínimo rendimiento expuesto para no generar perdidas ni ganancias.

Punto de equilibrio año 5

i. Costo total

$$\text{CT} = \text{Costo Fijo} + \text{Costo Variable}$$

$$\text{CT} = 12.975,98 + 65.363,13$$

$$\text{CT} = 78.339,11$$

ii. En función de ventas

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - (\text{Costos variable/ventas})}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{12.975,98}{1 - (65.363,13/126.427,29)}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = 26.865,48$$

iii. Punto de equilibrio en función a la capacidad instalada

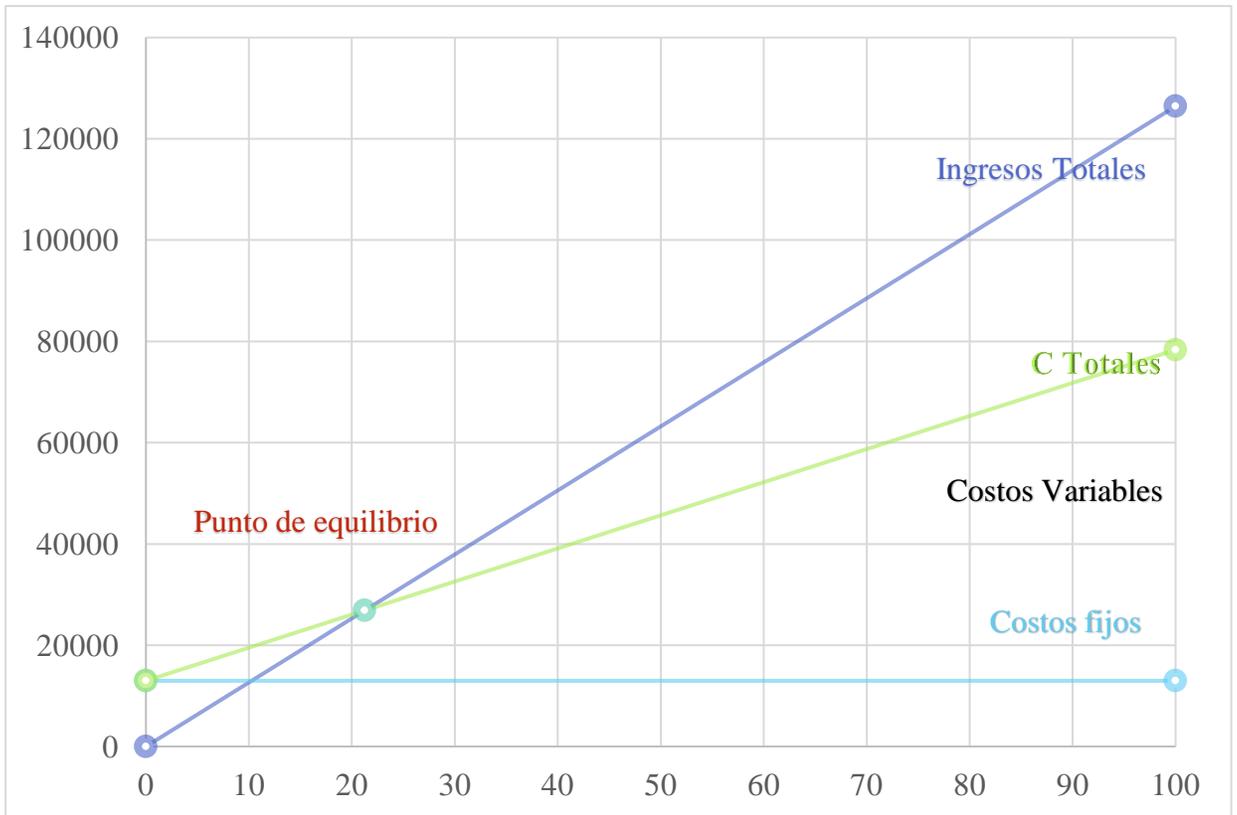
$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{(\text{Ventas } T - \text{Costos } V.T)}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{12.975,98}{(126.427,29 - 65.363,12)}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = 21.25\%$$

Figura 24

P.E Año 5



Nota: La gráfica muestra el punto de equilibrio del primer año, en función a las ventas y la capacidad instalada.

Análisis: La grafica hace alusión a que en el quinto año de la panadería "GLASEA2" debe alcanzar un total de ventas \$26.865,48 y su capacidad instalada en un nivel mínimo de 21.25%. Se indica que la panadería debe trabajar al mínimo rendimiento expuesto para no generar perdidas ni ganancias.

Flujo de caja

El flujo de caja simbolizara el comportamiento del dinero en las operaciones que se realizaran dentro del negocio es decir nos anticipa el movimiento de entradas y salida del dinero permitiendo establecer diferentes escenarios que podrían surgir a lo largo del tiempo, esto ayudara a la panadería "GLASEA2" a tener una visión general sobre los movimientos de dinero que tendrá en el tiempo y al final de cada periodo cuanto obtendrá una vez cancelado sus obligaciones.

Tabla 102

Flujo de caja

 PANADERÍA GLASEA2						
Descripción	Año 0	1	2	3	4	5
Ingresos						
Ventas		68.544,00	78.452,80	92.214,87	115.370,82	126.427,29
Egresos		57.533,31	63.331,49	69.665,07	79.026,08	92.959,04
Depreciación Maquinaria y equipo		801,37	801,37	801,37	801,37	801,37
Depreciación de equipo de oficina		195,00	195,00	195,00	195,00	195,00
Depreciación de exhibición y ventas		141,08	141,08	141,08	141,08	141,08
Depreciación de utensilios de cocina		5,58	5,58	5,58	5,58	5,58
Utilidad del ejercicio		9.867,66	13.978,27	21.406,77	35.201,71	36.325,22
(-) 15% Utilidad a trabajadores		1.480,15	2.096,74	3.211,01	5.280,26	5.448,78
Utilidad Neta		8.387,51	11.881,53	18.195,75	29.921,45	30.876,44
Amortización activo diferido		334,00	334,00	334,00	334,00	334,00

Depreciación Maquinaria y equipo		801,37	801,37	801,37	801,37	801,37
Depreciación de equipo de oficina		195,00	195,00	195,00	195,00	195,00
Depreciación de exhibición y ventas		141,08	141,08	141,08	141,08	141,08
Depreciación de utensilios de cocina		5,58	5,58	5,58	5,58	5,58
Total de Flujo de Caja Operativo		9.864,55	13.358,57	19.672,79	31.398,49	32.353,47
Flujo Caja inversión						
Activo fijo	10.389,80					
Activo diferido	1.670,0					
Capital de trabajo	2.497,16					
Total flujo caja inversión	14.556,96					
Flujo caja financiamiento						
Préstamo a largo plazo	6.000,00					
Aporte de capital personal	8.556,96					
Pago capital (Préstamo)		-2.616,28	-2.452,35	-2.270,24	-1.058,73	
Total flujo de financiamiento	14.556,96	-2.616,28	-2.452,35	-2.270,24	-1.058,73	
Flujo del proyecto		7.248,27	10.906,22	17.402,55	30.339,75	32.353,47

Nota: El flujo de caja proyectado para los 5 años de vida útil del proyecto, con sus respectivas obligaciones financieras y legales.

Análisis: Una vez ya calculado el flujo de caja de la panadería “GLASEA2” para cada periodo. Se realiza el análisis de los indicadores financieros que constituye la evaluación financiera de un proyecto; estos indicadores nos ayudan a cuantificar los beneficios que se obtendrá con los flujos de caja.

Evaluación Financiera

Una evaluación financiera tiene el fin de medir la rentabilidad de un proyecto, tomar mejores decisiones de inversión y hacerlo de manera inteligente, se realizarán las siguientes métricas: VPN, TIR, PRC, RBC y análisis de sensibilidad. (AS) con escenarios de aumento en los ingresos y disminución en los egresos.

Costo promedio ponderado.

El WACC como costo de oportunidad permite cuantificar las diferentes tasas que ofrecen las oportunidades de negocios para decidir si el negocio es viable y rentable.

Tabla 103

Costo de capital.

 PANADERÍA GLASEA2				
Descripción	Valor	Porcentaje	TASA	Valor ponderado
<i>Inversión propia</i>	8.556,96	55%	12.45%	6.85%
<i>Inversión financiada</i>	6.000,00	45%	10,50%	4,73%
<i>Riesgo del negocio</i>			3%	3%
			WACC	14.57%

Nota: La tabla muestra las tasas de interés de una inversión con los diferentes capitales de inversión; información obtenida del B.C.E y tabla N.º 71

Valor Actual Neto (VAN)

El VAN es la suma de todos los flujos de efectivo netos anuales esperados de la inversión inicial. Vale la pena mencionar que el VAN representa valor actual de la moneda; si el resultado de la acción es igual o mayor que cero, es aceptable el proyecto.

$$VAN = \sum \frac{\text{Flujos netos de caja}}{(1 + i)^n} - \text{inversion inicial}$$

Tabla 104*Cálculo del VAN*

 PANADERÍA GLASEA2			
Años	Flujos neto	Factor de actualización	Flujo de caja actualizado
	14.556,96	14,57%	
1	7.248,27	0,87281	6.326,36
2	10.906,22	0,76180	8.308,33
3	17.402,55	0,66490	11.571,02
4	30.339,75	0,58033	17.607,21
5	32.353,47	0,50652	16.387,74
	Total flujos actuales		<u>60.200,65</u>
		(-) Inversión	<u>14.556,96</u>
		VAN	<u>45.643,69</u>

Nota: La tabla muestra el cálculo del Valor Actual Neto que tendrá el proyecto; información obtenida de la tabla N.º 102 y 103

En el cálculo del VAN del presente proyecto "GLASEA2" se obtiene un beneficio de **\$45.643,69** sobre el total de la inversión, con esto se puede indicar que es potencialmente aceptable según los criterios de evaluación y es conveniente ejecutar puesto que es un beneficio alto sobre la inversión necesaria.

Tasa interna de retorno (TIR)

La TIR es la que determina la rentabilidad del proyecto durante su vida útil y también refleja la tasa a la que el proyecto se debe reflejar para recuperar su inversión.

Para el cálculo de la TIR debemos proceder a obtener el VAN positivo y el VAN negativo, para el cálculo se utiliza el método de ensayo y error que consiste en emplear tasas al azar para obtener un VAN positivo y negativo:

Tabla 105

Cálculo del TIR (TIR)

 PANADERÍA GLASEA2					
Periodo	Flujo neto	Factor de actualización	Van tasa menor	Factor de actualización	VAN Tasa Mayor
0	14.556,96	81,00%		82,00%	
1	7.248,27	0,55249	4.004,57	0,54945	3.982,57
2	10.906,22	0,30524	3.329,03	0,30190	3.292,54
3	17.402,55	0,16864	2.934,79	0,16588	2.886,68
4	30.339,75	0,09317	2.826,82	0,09114	2.765,20
5	32.353,47	0,05148	1.665,44	0,05008	1.620,18
TOTAL			14.760,64		14.547,17
INVERSION INICIAL			14.556,96		14.556,96
		VPN+	203,68	VPN-	-9,79

Nota: Se indica el cálculo de la Tasa Interna de Retorno; información obtenida de la tabla N.º 102

Desarrollo de la fórmula

$$TIR = Tasa Menor + diferencias de tasas \frac{VAN menor}{VAN menor - VAN mayor}$$

$$TIR = 81 + 1 \frac{203.68}{203.68 - (-9.79)}$$

$$TIR = 81 + 1 \frac{203.68}{213.47}$$

$$TIR = 81 + 1 (0.9541)$$

$$TIR = 81 + 0.95$$

$$TIR = 81.95\%$$

Análisis: Con los resultados obtenidos el cálculo de la TIR que es de **81.95%** la cual es mayor al costo de oportunidad de capital que es **14.57%** y se deduce que es viable en la panadería

“GLASEA2”

Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

El cálculo del periodo de recuperación de la inversión es el indicador el cual nos ayuda a genera una cifra relativa al tiempo estimado de recuperar el capital invertido.

Tabla 106

Periodo de recuperación de la inversión

 PANADERÍA GLASEA2					
Periodo	Flujo neto	Factor de actualización	Valor Actual	Flujo acumulado	
0	- 14.556,96	14,57%			
1	7.248,27	0,87281	6.326,36	6.326,36	
2	10.906,22	0,76180	8.308,33	14.634,69	
3	17.402,55	0,66490	11.571,02	26.205,71	
4	30.339,75	0,58033	17.607,21	43.812,92	
5	32.353,47	0,50652	16.387,74	60.200,65	

Nota; Se muestra el cálculo del periodo de recuperación del capital; información obtenida de la tabla N,° 102

$$PRI = \text{Año ant. inm a que se recupera la inv.} + \frac{\text{Inversion} - \sum \text{de los flujos de efectivo anterior}}{\text{Flujo neto de efect del año en que se satisface la inversión}}$$

$$PRI = 1 + \frac{14.556,96 - 6.326,36}{14.634,69}$$

$$PRI = 1 + \frac{8.230,60}{14.634,69}$$

$$PRI = 1 + 0.562403516$$

$$PRI = 1,56$$

Tabla 107*Distribución del periodo de recuperación del capital*

TIEMPO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL		
Año	1	1
Meses	0.40* 12	6
Días	0.72*30	21

Nota: Se muestra la recuperación del capital detalladamente; información obtenida de la tabla N.º 106.

Análisis; Como se evidencia en la tabla el periodo de recuperación de la inversión será en 1 año, seis meses y 21 días de vida útil del proyecto donde se generan ingresos altos. Lo cual según la evaluación financiera es aceptable,

Relación Beneficio Costo

Este indicador nos permite conocer las unidades monetarias USD el rendimiento que se espera de la inversión,

 PANADERÍA GLASEA2					
Periodo	Ingreso Inicial	Egreso Inicial	Costo de capital	Ingresos actualizados	Egresos actualizados
0			14,57%		
1	68.544,00	57.533,31	0,87281	59.825,87	50.215,63
2	78.452,80	63.331,49	0,76180	59.765,10	48.245,73
3	92.214,87	69.665,07	0,66490	61.314,02	46.320,57
4	115.370,82	79.026,08	0,58033	66.953,67	45.861,56
5	126.427,29	92.959,04	0,50652	64.038,17	47.085,77
Total				311.896,84	237.729,27

Nota; Se muestra la RBC del proyecto; información obtenida de la tabla N,º 102 y 103.

$$RBC = \frac{\text{Total de los flujos de ingresos actualizados}}{\text{Total de los flujos de egresos actualizados}} - 1$$

$$RBC = \frac{311.896.84}{237.729.27}$$

$$RBC = 1,31$$

Análisis: Con los resultados obtenidos del cálculo de PRI es de 1.31 en valores monetarios; es decir que por cada \$1.00 invertido la Gancia será de 0.31 ctvs., según los criterios de evaluación financiera se deduce que es viable.

Análisis de sensibilidad

Permite identificar las debilidades y fortalezas de este proyecto, permitiendo identificar el fracaso o éxito de la panadería.

Es un indicador financiero que estudia cómo varía el valor del proyecto, ante cambios en las fluctuaciones de alguna de sus variables claves como son los ingresos y los costos, las variaciones más sensibles a un incremento o disminución de los precios.

Tabla 108

Análisis de sensibilidad con una disminución de Ingresos de 5.27%

 PANADERÍA GLASEA2								
Años	Ingresos	Egresos	Ingreso disminuido	flujo neto	fac act	VAN Tasa Menor	Factor actualizado	Van tasa mayor
0			5,27%		81,00%		82,00%	
1	68.544,00	57.533,31	64.931,73	7.398,43	0,55249	4.087,53	0,54945	4.065,07
2	78.452,80	63.331,49	74.318,33	10.986,85	0,30524	3.353,64	0,30190	3.316,88
3	92.214,87	69.665,07	87.355,15	17.690,08	0,16864	2.983,28	0,16588	2.934,37
4	115.370,82	79.026,08	109.290,78	30.264,70	0,09317	2.819,82	0,09114	2.758,36
5	126.427,29	92.959,04	119.764,57	26.805,54	0,05148	1.379,85	0,05008	1.342,36
TOTAL						14.624,12		14.417,04
(-) INVERSION						14.556,96		14.556,96
					VPN+	67,16	VPN-	-139,92

Nota: La tabla muestra la disminución de los ingresos para el cálculo de la nueva TIR

1. Nueva TIR

$$TIR = Tm + Df \frac{VAN\ menor}{(VAN\ menor - VAN\ mayor)}$$

$$TIR = 81 + 1 \frac{67.16}{(67.16 - (-139.92))}$$

$$TIR = 81 + 1 (0.32431863)$$

$$TIR = 81.32$$

2. Diferencia de las tasas

DIF= TIR del proyecto – Nueva TIR

DIF= 81.95 – 81.32

DIF = 0.63%

3. Porcentaje de variación

$$\%Variación = \left(\frac{DIFERENCIA DE LA TIR}{TIR DEL PROYECTO} \right) * 100$$

$$\%Variación = \frac{0.63}{81.95} * 100$$

%Variación = 0.77

4. Sensibilidad

$$Sensibilidad = \left(\frac{\% de variación}{Nueva TIR} \right)$$

$$Sensibilidad = \left(\frac{0.77}{81.32} \right)$$

Sensibilidad = 0.94

Análisis

Una vez ya realizo los respectivos cálculos correspondientes se determina que el proyecto no es sensible ante una disminución en los ingresos de 5.27% es decir si los ingresos disminuyen hasta ese porcentaje no afectaría en la rentabilidad del proyecto

Análisis de Sensibilidad con Aumento en los Egresos

Tabla 109

Análisis de Sensibilidad con Aumento en los Egresos 6.7%

 PANADERÍA GLASEA2								
Años	Ingresos	Egresos	Egreso aumentado	flujo neto	fac actualización	VAN Tasa Menor	Factor actualizado	Van tasa mayor
0		6,7%			81,00%		81,50%	
1	68.544,00	57.533,31	61.359,27	7.184,73	0,55249	3.969,46	0,55096	3.958,53
2	78.452,80	63.331,49	67.543,03	10.909,77	0,30524	3.330,11	0,30356	3.311,79
3	92.214,87	69.665,07	74.297,80	17.917,08	0,16864	3.021,56	0,16725	2.996,66
4	115.370,82	79.026,08	84.281,31	31.089,51	0,09317	2.896,67	0,09215	2.864,89
5	126.427,29	92.959,04	99.140,81	27.286,48	0,05148	1.404,61	0,05077	1.385,37
TOTAL			386.622,22			14.622,41		14.517,22
(-) INVERSION						14.556,96		14.556,96
					VPN+	65,45	VPN-	-39,74

Nota: La tabla muestra el aumento de los egresos para el cálculo de la nueva TIR.

1. **Nueva TIR**

$$TIR = Tm + Df \frac{VAN\ menor}{1 - (VAN\ menor - VAN\ mayor)}$$

$$TIR = 81 + 1 \frac{65.45}{1 - (65.45 - (-39.774))}$$

$$TIR = 81 + 1 (0.62224212)$$

$$TIR = 81.31\%$$

3. **Porcentaje de variación**

$$\%Variación = \left(\frac{DIFERENCIA\ DE\ LA\ TIR}{TIR\ DEL\ PROYECTO} \right) * 100$$

$$\%Variación = \frac{0.64}{81.95}$$

$$\%Variación = 0.78\%$$

2. **Diferencia de las tasas**

$$DIF = TIR\ del\ proyecto - Nueva\ TIR$$

$$DIF = 81.95 - 81.31$$

$$DIF = 0.64\%$$

4. **Sensibilidad**

$$Sensibilidad = \left(\frac{\% de\ variación}{Nueva\ TIR} \right)$$

$$Sensibilidad = \left(\frac{0.78}{81.31} \right)$$

$$Sensibilidad = 0.96$$

Análisis: Una vez ya realizo los respectivos cálculos correspondientes se determina que el proyecto no es sensible ante un incremento en los egresos de 6.7 % es decir si los egresos aumentan hasta ese porcentaje no afectaría en la rentabilidad del proyecto

7. Discusión

El pan es un alimento básico en la sociedad y ha sido un elemento importante de la cultura y la historia del país. El pan se consume en todas las comidas y es un símbolo de la tradición y la identidad nacional. Sin lugar a duda es un alimento que está dentro de la alimentación diaria de los ecuatorianos por lo que su mercado tiene algo grado de demandantes y diversificación entre sabores y diseños de molde de panes. La ubicación del presente proyecto se centra en la ciudadela la Cascarilla esta ubicación cuenta con todos los factores apropiados para su puesta en desarrollo. El objetivo del trabajo de investigación es establecer una panadería que cubra la demanda de clientes y generar beneficios económicos a su propietaria.

Durante el desarrollo del proyecto se inició con la investigación de mercado mediante la aplicación de 377 encuestas dirigidas a los adultos de la casa (Papá y mamá) así como también a los diferentes propietarios de panaderías cercanas a la localización donde estará establecida la panadería. Una vez analizada la información se estableció una gran demanda insatisfecha siendo esta de 133.534,37 para el año 0 el cual nos indica que sería una gran oportunidad de integrarnos dentro del mercado y satisfacer las necesidades de los clientes.

En relación a la información determinada se realizó el plan de marketing que considera los panes a ofertar y anuncios llamativos para los potenciales clientes, la publicidad se la realizará mediante Facebook, TikTok e Instagram siendo estas las más consumidas dentro de las encuestas aplicadas. También se aplicó estrategias de mercadotecnia donde se estableció los precios, promociones, canales de distribución, y para finalizar los aspectos de producción, ubicación, ingeniería del proyecto.

En el marco legal y organizacional se diseñó el manual de funciones, su estructura

organizacional y la forma jurídica de cómo se presentará antes la ley la panadería es esta ocasión su personería será de Persona Natural y el propietario será el representante legal y bajo su nombre la panadería se desarrollará.

En la investigación económica y financiera se elaboró los respectivos presupuestos de egresos e ingresos y a partir de esta información se generan los estados financieros y seguido de ello la determinación del punto de equilibrio. En la evaluación financiera se aplicó los respectivos indicadores dándonos los siguientes resultados:

Valor actual neto con; **USD \$45.643,69**

Tasa interna de retorno con el: **81.95%**

Periodo de recuperación de la inversión de; **1 año, 6 meses y 21 días**

Relación de benéfico costo: **1.31**

Análisis de sensibilidad con una disminución de Ingresos de **6.7%**

Análisis de Sensibilidad con Aumento en los Egresos **5.27 %**

Dándonos todo esto como un proyecto rentable que soportaría cambios dentro de sus presupuestos.

8. Conclusiones

Las conclusiones obtenidas del "Proyecto de Factibilidad para la implementación de una panadería en la ciudadela la cascarilla – Loja " son las siguientes:

1. El estudio de mercado demostró que, si existe una aceptación por parte de las familias hacia la nueva panadería con un porcentaje de 73%, con la aceptación determinada se evidencio que los panes de Cacho, Pan de Enrollado y pan de Yema son los más consumidos por lo que estos tendrán un volumen alto de producción y ventas. El precio de venta de los panes se lo estipulo con las encuestas los cuales se establecen ente 0.15 ctvs a 0.35 ctvs. de dólar respectivamente al tipo de pan.
2. Respecto al análisis técnico se ha determina una jornada laboral de 8 horas para el primer año de funcionamiento, con la producción proyecta de 97.920,00 lo que representa el 82% de la capacidad operativa. Se pretende que con esta producción la panadería lograra alcanzar una participación de 76% dentro del mercado y aprovechar el 76% de la demanda insatisfecha.
3. En el estudio financiero se estableció que el proyecto requiere una inversión inicial de 15.265.09 el cual será financiando con capital propio y capital ajeno. Dentro de la evaluación financiera se determinó valor positivo para el presente proyecto Valor Actual Neto (VAN) de UDS **45.643,69** lo que indica que el proyecto es rentable y supera el umbral de inversión. La Tasa Interna de Retorno (TIR) del 81.95% es superior al Costo de oportunidad 16.24%, lo que refuerza la atractiva naturaleza del proyecto. Además, el período de recuperación de la inversión (PRI) se estima en 1 año, 6 meses y 21 días, lo que significa que la empresa podrá recuperar la inversión inicial en un período relativamente corto. La relación beneficios costo (RBC) muestra que la empresa obtendrá

una rentabilidad de USD 0.31 centavos de dólar por cada dólar invertido, y el análisis de sensibilidad (AS) demuestra que el proyecto es resistente ante posibles cambios en los ingresos y egresos.

4. El proyecto representa un futuro prometedor tanto en el mercado como en lo financiero lo que respalda su viabilidad y su potencialidad de convertirse en una panadería exitosa.

9. Recomendaciones

Con los resultados ya realizado se recomienda lo siguiente:

1. Al momento de incrementar un producto tomen en cuenta todos sus costos tanto directos como indirectos, para que de esa manera no haya pérdidas.
2. En un futuro se incremente la producción de línea de diferentes tipos de pan y si es posible la pastelería, con una buena diversificación de productos y servicios siempre incrementará clientes y por consiguiente mayor rentabilidad y clientes nuevos.
3. Con la finalidad de llegar a más familias con los diferentes productos se podría ubicar una sucursal, donde sea un sector con bastante afluencia de familias, allí hacer un estudio de mercado para definir la demanda insatisfecha.
4. Analizar la posibilidad de adquirir un carro con la finalidad de movilizar la materia prima y vender el producto a domicilio.
5. Se debe investigar de manera continua las necesidades de los clientes, de tal modo que se pueda aprovechar al máximo los recursos y ser un ente competitivo en el sector de la panificación.

10. Bibliografía

- A, P. P. (3 de mayo de 2021). *Definición de* . Obtenido de Definición de :
<https://definicion.de/costo/>
- Arthur, H. Y. (1963). Herbert Y Arthur . En H. Y. Arthur, *Herbert Y Arthur* (pág. 79). Mexico :
Prentice Hall.
- Ayora, F. (2019). *Uco.es* . Obtenido de Uco.es : <http://www.uco.es/ayc/mono/pan.htm>
- Bocher, N. (28 de Octubre de 2019). *Wix site* . Obtenido de Wix site :
<https://proyectosuntref.wixsite.com/proyectos/post/importancia-del-estudio-legal#:~:text=En%20el%20Estudio%20Legal%2C%20se,factible%20por%20una%20norma%20legal.>
- Borrego, F. (1997). Sistemas administrativos. En F. Borrego, *Sistemas administrativos* (pág. 18).
Mexico : McGraw- Hill.
- Chiavenato, I. (2010). Administración de recursos humanos. En I. Chiavenato, *Administración de recursos humanos* (pág. 156). Bogota: McGraw Hill.
- Clavijo, C. (25 de enero de 2023). *Blog.hustpo* . Obtenido de Blog.hustpo :
[https://blog.hubspot.es/sales/periodo-recuperacion-inversion#:~:text=El%20periodo%20de%20recuperaci%C3%B3n%20de%20la%20inversi%C3%B3n%20\(PRI\)%20o%20payback,proyecto%20es%20rentable%20o%20no.](https://blog.hubspot.es/sales/periodo-recuperacion-inversion#:~:text=El%20periodo%20de%20recuperaci%C3%B3n%20de%20la%20inversi%C3%B3n%20(PRI)%20o%20payback,proyecto%20es%20rentable%20o%20no.)
- Corvo, H. S. (20 de febrero de 2021). *Lifeder* . Obtenido de lifeder:
<https://www.lifeder.com/analisis-oferta/>
- Educaweb . (2018). *Educaweb* . Obtenido de Educaweb :
<https://www.educaweb.com/profesion/panadero-19/#:~:text=La%20panader%C3%ADa%20industrial%20es%20la,se%20hacen%20de%2>

Oesta%20manera.

Enciclopedia.banrepcultural. (2018). *Enciclopedia.banrepcultural*. Obtenido de

Enciclopedia.banrepcultural: <https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Ingresos>

Espejo, L. (2012). *Contabilidad General* . Loja: EdiLoja.

Euroinnova . (2021). *Euroinnova* . Obtenido de Euroinnova :

<https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-la-panaderia>

Flores, J. (31 de enero de 2023). *Blog,hubspot*. Obtenido de Blog,hubspot:

<https://blog.hubspot.es/sales/punto-equilibrio-empresa>

Gomez, C. (1997). . *Sistemas administrativos*. En C. Gomez, . *Sistemas administrativos*. Mexico : McGraw- Hill.

INEC. (2010). *INEC*. Obtenido de INEC :

<http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>

Jesus, S. (02 de 03 de 2023). *Economia 3* . Obtenido de *Economia 3* :

<https://economia3.com/tasa-interna->

[retorno/#:~:text=Para%20calcular%20la%20TIR%2C%20se,multiplicar%20el%20resultado%20por%20100.](https://economia3.com/tasa-interna-retorno/#:~:text=Para%20calcular%20la%20TIR%2C%20se,multiplicar%20el%20resultado%20por%20100.)

Lopez, J. A. (2018). *Fundamentos de la direccion de empresas* . En J. A. Lopez, *Fundamentos de la direccion de empresas* (pág. 21). Colombia : Ediciones RIALP, S.A .

López, J. F. (7 de septiembre de 2020). *Economipedia*. Obtenido de *Economipedia*:

<https://economipedia.com/definiciones/empresa-industrial.html>

Martinez, R. (2018). *Formulacion y evaluacion de proyectos tecnicos* .

Mora, M. E. (2009). *Manual para la elaboraci3n de proyectos de graduaci3n a nivel superior* . En

- M. E. Mora, *Manuel Enrique Pasaca Mora* (pág. 24). Loja : Auto edicion .
- Morales, A. M. (2009). Proyecto de inversion evaluacion y formulacion. En A. M. Morales, *Proyecto de inversion evaluacion y formulacion* (pág. 69). Mexico: McGraw Hill.
- Morales, V. V. (01 de marzo de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia :
<https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>
- Moya, R. D. (2002). *El proyecto Factible: una modalidad de investigacion*. España: Sapiens,Revista Universitaria de Investigacion.
- Orozco, h. d. (2013). Evaluacion Financiera de proyectos. En J. d. Orozco, *Evaluacion Financiera de proyectos* (pág. 29). Bogota: Eco Ediciones.
- Orozco, J. d. (2013). Evaluacion Financiera de proyectos . En J. d. Orozco, *Evaluacion Financiera de proyectos* (pág. 15). Bogota : Ecoe Ediciones.
- Orozco, J. d. (2013). Evaluacion Financiera de Proyectos . En J. d. Orozco, *Evaluacion Financiera de Proyectos* (pág. 28). Bogota : Eco ediciones .
- Pacheco, J. (9 de mayo de 2023). *Web empresas* . Obtenido de Web empresas :
https://www.webyempresas.com/empresa-de-servicios/#Tipos_de_empresas_de_servicios
- Padilla, D. N. (2013). Contabilidad administrativa . En D. N. Padilla, *Contabilidad administrativa* . Mexico : Mc Graw Hili .
- Padilla, M. (2011). Formulacion de y evaluacion de proyectos. En M. Padilla, *Formulacion de y evaluacion de proyecto* (pág. 2.4.5). Bogota: Ecoe Ediciones.
- Padilla, M. (2011). Formulacion y Evaluacion de proyectos. En M. C. Padilla, *Formulacion y Evaluacion de proyectos* (págs. 16-17). Bogota: Ecoe Ediciones.
- Padilla, M. C. (2011). Formulacion y evaluacion de proyectos . En M. C. Padilla, *Formulacion y*

- evaluacion de proyectos* (pág. 191). Bogota : Eco ediciones .
- Padilla, M. C. (2011). Formulacion y Evaluacion de Proyectos . En M. C. Padilla, *Formulacion y Evaluacion de Proyectos* (pág. 62). Bogota : Eco Ediciones .
- Peña, D. N. (2006). Como gestionar el binomio rentabilidad- productividad . En D. N. Peña, *Como gestionar el binomio rentabilidad- productividad* (pág. 21). Madrid : Especial Directivos .
- Pimentel, E. (2008). Formulación y evaluación de proyectos. En E. Pimentel, *Formulación y evaluación de proyectos* (pág. 38).
- Pimentel, E. (2008). Formulación y evaluación de proyectos. En E. Pimentel, *Formulación y evaluación de proyectos*. (pág. 38).
- Romero, L. (2017). *Stodocu.com*. Obtenido de Stodocu.com:
<https://www.studocu.com/co/document/universidad-nacional-de-colombia/hidraulica/historia-de-la-panaderia/2601271>
- Salas, A. (2016). Fundamentos de administracion . En A. Salas, *Fundamentos de administracion* (pág. 16;17). Riobamba : Edit. RB .
- Salazar, B. (20 de enero de 2023). *Guia del empresario* . Obtenido de Guia del empresario :
<https://guiadelempresario.com/administracion/empresa/de-servicios/>
- Salazar, B. (20 de enero de 2023). *Guia del empresario* . Obtenido de Guia del empresario :
<https://guiadelempresario.com/administracion/empresa/de-servicios/#%C2%BFQue-son-las-Empresas-de-Servicios>
- Serrano, M. J. (2010). OPERACIONES ADMINISTRATIVAS DE COMPRAVENTA. En M. J. Serrano, *OPERACIONES ADMINISTRATIVAS DE COMPRAVENTA* (pág. 24). Madrid, España : Paraninfo.

Solano, F. (2019). *Anch.co.cr*. Obtenido de Anch.co.cr:

<https://www.anch.co.cr/2018/05/01/importancia-de-la-panaderia-en-la-gastronomia/>

Stenn . (21 de septiembre de 2022). *Stenn* . Obtenido de Stenn:

<https://stenn.com/es/blog/articulos/capital-de-trabajo-definicion-y-formula-de-calculo>

Torres, D. (20 de enero de 2023). *Blog,hubspot*. Obtenido de Blog,hubspot:

<https://blog.hubspot.es/sales/analisis-demanda>

Ucha, F. (Mayo de 2009). *Definición ABC* . Obtenido de Definición ABC :

<https://www.definicionabc.com/general/gastos.php#cerrar>

Urbina, G. B. (2010). Evaluacion de proyectos. En G. B. Urbina, *Evaluacion de proyectos* (pág. 166). Mexico: Mc Graw Hill.

Urbina, G. B. (2010). Gabriel Baca Urbina . En G. B. Urbina, *Gabriel Baca Urbina* (pág. 145). Mexico : Mc Graw Hill .

Urbina, J. B. (2010). Evaluacion de Proyectos . En J. B. Urbina, *Jose Vaca Urbina* (pág. 7). Mexico : Mc Graw Hill .

Viñán, J., Puente, M., & Córdova, J. Á. (2018). PROYECTOS DE INVERSIÓN:. En M. P. Janneth Viñán, *PROYECTOS DE INVERSIÓN:* (pág. 30). Chimborazo: La Caracola Editores.

11. ANEXOS

Anexo 1

Encuesta



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

Estimados amigos;

Con la finalidad de desarrollar el Trabajo de Titulación; “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA PANADERIA EN LA CIUDADELA LA CASCARILLA- LOJA” previo a optar el Título de Licenciada en contabilidad y auditoría, agradeceré a ustedes, brindar la información, que consta en la presente encuesta. Agradezco su colaboración.

Pregunta 1. *¿Dentro de su alimentación, Usted consume pan? Si su respuesta es “Si” porfavor continúe con la encuesta, si su respuesta es “No” le agradezco su colaboración.*

Si () No ()

Pregunta 2. *De la siguiente lista por favor marque con una X el pan o los panes que son de su preferencia.*

Opciones	
Pan de sal	
Pan cacho	
Pan enrollado	
Pan de yema	
Pan Integral	
Pan de dulce	
Pan de chocolate	

Pregunta 3. *De la lista que se presentó en la pregunta número 2, por favor seleccione cuantos panes usted consume al día.*

Opciones	Consumo de pan						
	1	2	3	4	5	6	7
Pan de sal							
Pan cacho							
Pan enrollado							

<i>Pan de yema</i>	1	2	3	4	5	6	7
<i>Pan Integral</i>	1	2	3	4	5	6	7
<i>Pan de dulce</i>	1	2	3	4	5	6	7
<i>Pan de chocolate</i>	1	2	3	4	5	6	7

Pregunta 4. ¿De los panes que usted selecciono, recuerda en qué lugar los compro?

.....
Pregunta 5 ¿Cuánto paga usted por una unidad de pan?

Opciones	Precios		
<i>Pan de sal</i>	\$ 0.10 ctvs.	\$ 0.15 ctvs	\$ 0.20 ctvs.
<i>Pan cacho</i>	\$ 0.15 ctvs.	\$ 0.20 ctvs	\$ 0.25 ctvs
<i>Pan enrollado</i>	\$ 0.15 ctvs.	\$ 0.18 ctvs.	\$ 0.20 ctvs.
<i>Pan de yema</i>	\$ 0.10 ctvs.	\$ 0.20 ctvs	\$ 0.25 ctvs
<i>Pan Integral</i>	\$ 0.25 ctvs	\$ 0.35 ctvs	\$ 0.45ctvs
<i>Pan de dulce</i>	\$ 0.10 ctvs.	\$ 0.15 ctvs.	\$ 0.20 ctvs
<i>Pan de chocolate</i>	\$ 0.20 ctvs	\$ 0.25 ctvs	\$ 0.30 ctvs

Pregunta 6. ¿Qué medio de comunicación usted más frecuente?

Opciones	Selección
Tv	
Radio	
Facebook	
WhatsApp	
Instagram	
Tik tok	

Pregunta 7. ¿Recibió algún tipo de promoción al momento de consumir o comprar algún tipo de pan?

Opciones	Selección
-----------------	------------------

<i>Si</i>	
<i>No</i>	

Pregunta 8 ¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir al momento de comprar una unidad de pan?

<i>Opciones</i>	<i>Selección</i>
<i>Descuento</i>	
<i>Producto</i>	

Pregunta 9. ¿De las siguientes opciones seleccione con una X cuál es su actividad laboral?

<i>Opciones</i>	<i>Selección</i>
Agricultura	
Comercio	
Construcción	
Manufactura	
Enseñanza	
Alojamiento y servicios de comida	
Transporte	

Pregunta 10 ¿Si en la ciudadela “ La Cascarilla ” se crearía una panadería que ofrezca panes de calidad y buen servicio al cliente estaría dispuesto a comprar?, igual que la primera pregunta si su respuesta afirmativa continúe con la siguiente pregunta, caso contrario le agradezco su participación.

<i>Opciones</i>	<i>Selección</i>
<i>Si</i>	
<i>No</i>	

Pregunta 11. Que sugerencias usted podría indicar a la nueva empresa que se propone en el presente proyecto.

.....

Anexo 2

Entrevista



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

Pregunta 1. *¿Que lo motivo a usted a ser panadero?*

.....

Pregunta 2. *De la lista que se presenta a continuación porfavor indique cuantos elabora por día.*

Opciones	N.º elaboración
<i>Pan de sal</i>	
<i>Pan cacho</i>	
<i>Pan enrollado</i>	
<i>Pan de yema</i>	
<i>Pan Integral</i>	
<i>Pan de dulce</i>	
<i>Pan de chocolate</i>	

Pregunta 3. *De la lista que se presenta a continuación porfavor indique el precio el cual usted los vende.*

Opciones	Precios			Opcional
<i>Pan de sal</i>	\$ 0.10 ctvs.	\$ 0.15 ctvs	\$ 0.20 ctvs.	
<i>Pan cacho</i>	\$ 0.15 ctvs.	\$ 0.20 ctvs	\$ 0.25 ctvs	
<i>Pan enrollado</i>	\$ 0.15 ctvs.	\$ 0.18 ctvs.	\$ 0.20 ctvs.	
<i>Pan de yema</i>	\$ 0.10 ctvs.	\$ 0.20 ctvs	\$ 0.25 ctvs	
<i>Pan Integral</i>	\$ 0.25 ctvs	\$ 0.35 ctvs	\$ 0.45ctvs	
<i>Pan de dulce</i>	\$ 0.10 ctvs.	\$ 0.15 ctvs.	\$ 0.20 ctvs	
<i>Pan de chocolate</i>	\$ 0.20 ctvs	\$ 0.25 ctvs	\$ 0.30 ctvs	

Pregunta 4. *Porfavor indique el nombre o los nombres de los proveedores que usted pose.*

.....

Pregunta 5. ¿De la siguiente lista relacionado a la publicidad, porfavor seleccione cual fue el que más utilizo para promocionar su panadería?

Opciones	Selección
Publicidad Radial	
Publicidad Televisiva	
Facebook	
WhatsApp	
Instagram	
Tik tok	
Afiches	

Anexo 3

Consumo promedio de pan

Opciones	Precios						
	1	2	3	4	5	6	7
Pan de sal	9	15	2	2	3	1	0
Pan cacho	2	31	12	3	4	2	0
Pan enrollado	2	35	8	5	4	4	0
Pan de yema	3	26	6	5	2	2	0
Pan Integral	1	17	4	0	2	0	0
Pan de dulce	2	29	5	5	1	1	0
Pan de chocolate	4	21	1	1	2	1	0
Total	23	174	38	21	18	11	0

Anexo 4

Consumo promedio anual de pan

Opciones	Consumo promedio por tipo de pan						Total de panes	N.º de personas	Consumo promedio diario	Consumo anual
Pan de sal	9	30	6	8	15	68	282	0,24	88,01	
Pan cacho	18	465	24	6	12	525	282	1,86	679,52	
Pan enrollado	2	70	24	20	20	136	282	0,48	176,03	
Pan de yema	3	52	18	20	10	103	282	0,37	133,32	
Pan Integral	1	34	12	0	10	57	282	0,20	73,78	
Pan de dulce	2	58	15	20	5	100	282	0,35	129,43	
Pan de chocolate	4	42	3	4	10	63	282	0,22	81,54	

Anexo 5

Demanda efectiva por tipo de pan (proyección años)

LA DEMANDA EFECTIVA POR TIPO DE PAN AÑO 0			
Tipo de pan	% por tipo de pan	Demanda efectiva	Familias
Pan de sal	5,61%		250,52
Pan cacho	9,47%		422,90
Pan enrollado	10,18%		454,60
Pan de yema	7,72%	4.466	344,75
Pan Integral	4,21%		188,00
Pan de dulce	7,54%		336,71
Pan de chocolate	5,26%		234,89

Anexo 6

La demanda efectiva por tipo de pan año 1

LA DEMANDA EFECTIVA POR TIPO DE PAN AÑO 1			
Tipo de pan	% por tipo de pan	Demanda efectiva	Familias
Pan de sal	5,61%	4.517	253,38
Pan cacho	9,47%		427,72
Pan enrollado	10,18%		459,78
Pan de yema	7,72%		348,68
Pan Integral	4,21%		190,15
Pan de dulce	7,54%		340,55
Pan de chocolate	5,26%		237,57

Anexo 7

La demanda efectiva por tipo de pan año 2

LA DEMANDA EFECTIVA POR TIPO DE PAN AÑO 2			
Tipo de pan	% por tipo de pan	Demanda efectiva	Familias
Pan de sal	5,61%	4.568	256,27
Pan cacho	9,47%		432,59
Pan enrollado	10,18%		465,03
Pan de yema	7,72%		352,65
Pan Integral	4,21%		192,31
Pan de dulce	7,54%		344,43
Pan de chocolate	5,26%		240,28

Anexo 8

La demanda efectiva por tipo de pan año 3

LA DEMANDA EFECTIVA POR TIPO DE PAN AÑO 3			
Tipo de pan	% por tipo de pan	Demanda efectiva	Familias
Pan de sal	5,61%		259,19
Pan cacho	9,47%		437,52
Pan enrollado	10,18%		470,33
Pan de yema	7,72%	4.620	356,67
Pan Integral	4,21%		194,51
Pan de dulce	7,54%		348,36
Pan de chocolate	5,26%		243,02

Anexo 9

La demanda efectiva por tipo de pan año 4

LA DEMANDA EFECTIVA POR TIPO DE PAN AÑO 4			
Tipo de pan	% por tipo de pan	Demanda efectiva	Familias
Pan de sal	5,61%		265,13
Pan cacho	9,47%		447,56
Pan enrollado	10,18%		481,11
Pan de yema	7,72%	4.726	364,85
Pan Integral	4,21%		198,97
Pan de dulce	7,54%		356,34
Pan de chocolate	5,26%		248,59

Anexo 10

La demanda efectiva por tipo de pan año 5

LA DEMANDA EFECTIVA POR TIPO DE PAN AÑO 5			
Tipo de pan	% por tipo de pan	Demanda efectiva	Familias
Pan de sal	5,61%		271,21
Pan cacho	9,47%		457,82
Pan enrollado	10,18%		492,14
Pan de yema	7,72%	4.834	373,22
Pan Integral	4,21%		203,53
Pan de dulce	7,54%		364,51
Pan de chocolate	5,26%		254,29

Demanda consumo anual

Anexo 11

Demanda de consumo anual año 0

Tipo de pan	Demanda por tipo de pan	Consumo promedio anual	Cantidad demandada anual
Pan de sal	250,52	88,01	22048
Pan cacho	422,90	679,52	287366
Pan enrollado	454,60	176,02	80019
Pan de yema	344,75	133,31	45958
Pan Integral	188,00	73,77	13869
Pan de dulce	336,71	129,43	43580
Pan de chocolate	234,89	81,54	19153

Anexo 12

Demanda de consumo anual

Año 1

Tipo de pan	Demanda por tipo de pan	Consumo promedio anual	Cantidad demandada anual
Pan de sal	253,38	88,01	22.300
Pan cacho	427,72	679,52	290.642
Pan enrollado	459,78	176,02	80.931
Pan de yema	348,68	133,31	46.482
Pan Integral	190,15	73,77	14.027
Pan de dulce	340,55	129,43	44.077
Pan de chocolate	237,57	81,54	19.371

Anexo 13

Demanda de consumo anual

AÑO 2

Tipo de pan	Demanda por tipo de pan	Consumo promedio anual	Cantidad demandada anual
Pan de sal	256,27	88,01	22.554
Pan cacho	432,59	679,52	293.955
Pan enrollado	465,03	176,02	81.854
Pan de yema	352,65	133,31	47.012
Pan Integral	192,31	73,77	14.187
Pan de dulce	344,43	129,43	44.579
Pan de chocolate	240,28	81,54	19.592

Anexo 14

Demanda de consumo anual

AÑO 3			
Tipo de pan	Demanda por tipo de pan	Consumo promedio anual	Cantidad demandada anual
Pan de sal	259,19	88,01	22.811
Pan cacho	437,52	679,52	297.306
Pan enrollado	470,33	176,02	82.787
Pan de yema	356,67	133,31	47.548
Pan Integral	194,51	73,77	14.349
Pan de dulce	348,36	129,43	45.088
Pan de chocolate	243,02	81,54	19.816

Anexo 15

Demanda de consumo anual

Tipo de pan	Demanda por tipo de pan	Consumo promedio anual	Cantidad demandada anual
Pan de sal	265,13	88,01	23.334
Pan cacho	447,56	679,52	304.123
Pan enrollado	481,11	176,02	84.685
Pan de yema	364,85	133,31	48.638
Pan Integral	198,97	73,77	14.678
Pan de dulce	356,34	129,43	46.122
Pan de chocolate	248,59	81,54	20.270

Anexo 16

Demanda de consumo anual

AÑO 5			
Tipo de pan	Demanda por tipo de pan	Consumo promedio anual	Cantidad demandada anual
Pan de sal	271,21	88,01	23.869
Pan cacho	457,82	679,52	311.097
Pan enrollado	492,14	176,02	86.627
Pan de yema	373,22	133,31	49.753
Pan Integral	203,53	73,77	15.014
Pan de dulce	364,51	129,43	47.179
Pan de chocolate	254,29	81,54	20.735

Oferta demanda por panaderías

Anexo 17

Oferta de Panadería Andr's P

Panadería Andre's P		
Tipos de pan	Elaboración diaria	Oferta anual
Pan de sal	100	36500
Pan cacho	150	54750
Pan enrollado	150	54750
Pan de yema	80	29200
Pan Integral	50	18250
Pan de dulce	120	43800
Pan de chocolate	50	18250
Total	700	255.500,00

Anexo 18

Oferta de la Panadería Rico Pan

Panadería Rico Pan		
Tipos de pan	Elaboración diaria	Oferta anual
Pan de sal	100	36500
Pan cacho	150	54750
Pan enrollado	150	54750
Pan de yema	95	34675
Pan Integral	75	27375
Pan de dulce	75	27375
Pan de chocolate	25	9125
Total	670	244.550,00

Anexo 19

Oferta Panadería y pastelería Su sabor

Panadería y pastelería Su sabor		
Tipos de pan	Elaboración diaria	Oferta anual
Pan de sal	120	43800
Pan cacho	200	73000
Pan enrollado	230	83950
Pan de yema	100	36500
Pan Integral	50	18250
Pan de dulce	50	18250
Pan de chocolate	75	27375
Total	825	301.125,00

Anexo 20

Oferta de Panadería y pastelería Salome

Panadería y pastelería Salome		
Tipos de pan	Elaboración diaria	Oferta anual
Pan de sal	150	54750
Pan cacho	150	54750
Pan enrollado	150	54750
Pan de yema	100	36500
Pan Integral	55	20075
Pan de dulce	50	18250
Pan de chocolate	25	9125
Total	680	248.200,00

Anexo 21

Oferta proyectada por tipo de pan año 0

Tipos de pan	PORCENTAJE DE CRECIMIENTO	CANTIDAD ANUAL DEMANDA	OFERTA PROYECTADA
Pan de sal		250,52	15,031
Pan cacho		422,90	25,374
Pan enrollado		454,60	27,276
Pan de yema	6%	344,75	20,685
Pan Integral		188,00	11,280
Pan de dulce		336,71	20,203
Pan de chocolate		234,89	14,094

Anexo 22

Oferta proyectada por tipo de pan año 1

Tipos de pan	PORCENTAJE DE CRECIMIENTO	Demanda efectiva	OFERTA PROYECTADA
Pan de sal		253,38	15,2027
Pan cacho		427,72	25,6630
Pan enrollado		459,78	27,5870
Pan de yema	6%	348,68	20,9206
Pan Integral		190,15	11,4088
Pan de dulce		340,55	20,4328
Pan de chocolate		237,57	14,2542

Anexo 23

Oferta proyectada por tipo de pan año 2

Tipos de pan	PORCENTAJE DE CRECIMIENTO	Demanda efectiva	OFERTA PROYECTADA
Pan de sal		256,27	15,3760
Pan cacho		432,59	25,9555
Pan enrollado		465,03	27,9015
Pan de yema	6%	352,65	21,1591
Pan Integral		192,31	11,5388
Pan de dulce		344,43	20,6658
Pan de chocolate		240,28	14,4167

Anexo 24

Oferta proyectada por tipo de pan año 3

Tipos de pan	PORCENTAJE DE CRECIMIENTO	Demanda efectiva	OFERTA PROYECTADA
Pan de sal		259,19	15,5513
Pan cacho		54750	3.285,00
Pan enrollado		54750	3.285,00
Pan de yema	6%	29200	1.752,00
Pan Integral		18250	1.095,00
Pan de dulce		43800	2.628,00
Pan de chocolate		18250	1.095,00

Anexo 25

Oferta proyectada por tipo de pan año 4

Tipos de pan	PORCENTAJE DE CRECIMIENTO	Demanda efectiva	OFERTA PROYECTADA
Pan de sal		265,13	15,9079
Pan cacho		447,56	26,8534
Pan enrollado		481,11	28,8667
Pan de yema	6%	364,85	21,8910
Pan Integral		198,97	11,9380
Pan de dulce		356,34	21,3806
Pan de chocolate		248,59	14,9154

Anexo 26

Oferta proyectada por tipo de pan año 5

Tipos de pan	PORCENTAJE DE CRECIMIENTO	Demanda efectiva	OFERTA PROYECTADA
Pan de sal		271,21	16,2726
Pan cacho		457,82	27,4691
Pan enrollado		492,14	29,5286
Pan de yema	6%	373,22	22,3930
Pan Integral		203,53	12,2117
Pan de dulce		364,51	21,8709
Pan de chocolate		254,29	15,2574

Anexo 27

Amortización del préstamo

Capital	6000
Interés	10,50%
Tasa de interés mensual	0,00875
Tipo de Pago	Mensual
Tiempo	42
N.º de pagos	60
Cuota	\$171,33

	Cuota	Cuota	Interes	Amortizacion	Saldo Capital
0					6000
1	\$171,33		\$52,50	\$118,83	\$5.881,17
2	\$171,33		\$51,46	\$119,87	\$5.761,30
3	\$171,33		\$50,41	\$120,92	\$5.640,39
4	\$171,33		\$49,35	\$121,98	\$5.518,41
5	\$171,33		\$48,29	\$123,04	\$5.395,37
6	\$171,33		\$47,21	\$124,12	\$5.271,25
7	\$171,33		\$46,12	\$125,21	\$5.146,04
8	\$171,33		\$45,03	\$126,30	\$5.019,74
9	\$171,33		\$43,92	\$127,41	\$4.892,34
10	\$171,33		\$42,81	\$128,52	\$4.763,82

11	\$171,33	\$41,68	\$129,65	\$4.634,17
12	\$171,33	\$40,55	\$130,78	\$4.503,39
13	\$171,33	\$39,40	\$131,92	\$4.371,47
14	\$171,33	\$38,25	\$133,08	\$4.238,39
15	\$171,33	\$37,09	\$134,24	\$4.104,15
16	\$171,33	\$35,91	\$135,42	\$3.968,73
17	\$171,33	\$34,73	\$136,60	\$3.832,13
18	\$171,33	\$33,53	\$137,80	\$3.694,33
19	\$171,33	\$32,33	\$139,00	\$3.555,33
20	\$171,33	\$31,11	\$140,22	\$3.415,11
21	\$171,33	\$29,88	\$141,45	\$3.273,66
22	\$171,33	\$28,64	\$142,68	\$3.130,98
23	\$171,33	\$27,40	\$143,93	\$2.987,05
24	\$171,33	\$26,14	\$145,19	\$2.841,86
25	\$171,33	\$24,87	\$146,46	\$2.695,39
26	\$171,33	\$23,58	\$147,74	\$2.547,65
27	\$171,33	\$22,29	\$149,04	\$2.398,61
28	\$171,33	\$20,99	\$150,34	\$2.248,27
29	\$171,33	\$19,67	\$151,66	\$2.096,62
30	\$171,33	\$18,35	\$152,98	\$1.943,63
31	\$171,33	\$17,01	\$154,32	\$1.789,31
32	\$171,33	\$15,66	\$155,67	\$1.633,64
33	\$171,33	\$14,29	\$157,03	\$1.476,60
34	\$171,33	\$12,92	\$158,41	\$1.318,20
35	\$171,33	\$11,53	\$159,79	\$1.158,40
36	\$171,33	\$10,14	\$161,19	\$997,21
37	\$171,33	\$8,73	\$162,60	\$834,61
38	\$171,33	\$7,30	\$164,03	\$670,58
39	\$171,33	\$5,87	\$165,46	\$505,12
40	\$171,33	\$4,42	\$166,91	\$338,21
41	\$171,33	\$2,96	\$168,37	\$169,84
42	\$171,33	\$1,49	\$169,84	\$-0,00
TOTAL		\$1.195,80	\$6.000,00	

Anexo 28

Incremento porcentual de sueldos

Año	SBU	Incremento	Porcentaje
2018	386		
2019	394	8	2,07%
2020	400	6	1,52%
2021	400	0	0,00%
2022	425	25	6,25%
2023	450	25	5,88%
Incremento porcentual			3,15

Anexo 29*Rol de pagos*

Cargo	Nombre	Sbu	Décimo tercer sueldo 1/12	Décimo cuarto sueldo sbu/12	Fondos de reserva 1sbu/12	Vacaciones 1sbu/24	Aporte patronal 11,15%	Total de ingresos	Aporte personal 9,45%	Total de egresos	Liquido a pagar	Total a pagar
<i>Panificador</i>	Panificador	450	37,5	37,5	37,485	18,75	50,175	631,41	42,53	42,53	588,89	673,94
<i>Vendedor</i>	Vendedor	450	37,5	37,5	37,485	18,75	50,175	631,41	42,53	42,53	588,89	673,94
<i>Gerente</i>	Gerente	500	41,67	41,67	41,65	20,83	55,75	701,57	47,25	47,25	654,32	748,82
<i>Contadora</i>	Contadora	468	39,00	39,00	38,9844	19,50	52,18	656,67	44,23	44,23	612,44	700,89
TOTAL											2444,53	2797,58

Anexo 30

Certificado de Traducción

Loja 15 de mayo del 2024

Lic. Alexandra Salinas
DOCENTE DE INGLES

CERTIFICO

Que he realizado la traducción de español al idioma Inglés del resumen del presente trabajo de integración curricular o de titulación denominado **“Proyecto de factibilidad para la implementación de una panadería en la ciudadela la Cascarilla de la ciudad de Loja.”**, de autoría de **Josselyn de los Ángeles Palacios Reinoza** , portadora de la cédula de identidad, número **1106015371**, estudiante de la carrera de Contabilidad y Auditoría de la Facultad Jurídica Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja, siendo el mismo verdadero y correcto a mi mejor saber y entender.

Además, dejo sentado que, de ser necesario, puedo ser contactado posteriormente en caso de necesitar cualquier aclaración respecto del presente documento.

Atentamente



Lic., Alexandra Salinas
C.I. 1104640915
Numero de celular: 0985954679
Registro del SENESCYT: 1008-12-1150017