



# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

*“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAN Y PASTELES EN LA PARROQUIA ZAMBI, CANTÓN CATAMAYO, PROVINCIA DE LOJA”*

PROYECTO DE TESIS PREVIA A LA  
OBTENCIÓN DEL GRADO DE  
INGENIERA COMERCIAL.

**AUTORA:**

**Miriam Elizabeth Sánchez Bustamante**

**DIRECTOR DE TESIS:**

**Ing. Patricio Gómez Cabrera**

**LOJA – ECUADOR**

**2013**

## CERTIFICACIÓN

**Ing. Patricio Gómez Cabrera**

**DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

### **CERTIFICA:**

Que el presente trabajo de Tesis, previo a la obtención del Título de INGENIERA COMERCIAL, sobre el tema: "Proyecto de Factibilidad para la Implementación de una Empresa Productora y Comercializadora de Pan Y Pasteles en la Parroquia Zambi del Cantón Catamayo, Provincia de Loja", realizado por la estudiante: Miriam Elizabeth Sánchez Bustamante y revisado minuciosamente bajo mi dirección; por lo tanto autorizo su presentación, sustentación y defensa.

Loja, Febrero del 2013

**Ing. Patricio Gomez Cabrera.**  
**DIRECTOR DE TESIS**

## AUTORÍA

Yo, Miriam Elizabeth Sánchez Bustamante, declaro ser autora del presente Trabajo de Tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi Tesis el Resitorio Institucional – Biblioteca Virtual.

Autora: Miriam Elizabeth Sánchez Bustamante

Firma:



Cédula: 1103767396

Fecha: mayo/ 2013

**CARTA DE AUTORIZACION DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACION ELECTRONICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Yo, Miriam Elizabeth Sánchez Bustamante, declaro ser la autora de la tesis titulada: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAN Y PASTELES EN LA PARROQUIA ZAMBI, CANTÓN CATAMAYO, PROVINCIA DE LOJA”**

Como requisito para optar el grado de Ingeniera Comercial, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repertorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes d información del país y del exterior, los cuales tengan convenio con la Universidad Nacional de Loja.

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

Para constancia de esta autorización en la Ciudad de Loja, a los 12 días del mes de junio del dos mil trece.

Firma:

Autora: Miriam Elizabeth Sánchez Bustamante

Cédula: 1103767396

Dirección: Ciudadela la Alegría

Correo Electrónico: [miriana\\_009@hotmail.com](mailto:miriana_009@hotmail.com)

Teléfono: 2545409

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

Director de Tesis: Ing. Com. Patricio Gómez

Tribunal de Grado: Ing. Com. Ramiro Guzmán (PRESIDENTE)

Ing. Com. Oscar Gómez (VOCAL)

Lcdo. César Neira (VOCAL)

## **AGRADECIMIENTO**

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

**La Autora**

## **DEDICATORIA**

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

**Miriam Elizabeth Sánchez Bustamante**

**a. TITULO:**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAN Y PASTELES EN LA PARROQUIA ZAMBI DEL CANTÓN CATAMAYO, PROVINCIA DE LOJA”**

**b. RESUMEN**

Actualmente la provincia de Loja se ve afectada por una notoria recesión en el campo productivo, siendo una barrera para su desarrollo sostenido y que permita competir con otras provincias del país.

Es por esto que las nuevas generaciones de profesionales tenemos que realizar esfuerzos en pro de crear pequeñas empresas innovadores, ocupando la mano de obra local, con recursos de la zona y con productos que pueden salir al mercado en condiciones óptimas, de calidad y precio, compitiendo con otros similares que vienen de otras provincias o ciudades del país, ocasionando aún más la desocupación y fuentes de trabajo.

Por estas razones este proyecto tiene como finalidad ayudar con la implementación de una empresa que permita crear algunas fuentes de trabajo, aprovechar los recursos naturales existentes, creando un valor económico agregado y poner en práctica los conocimientos adquiridos, en beneficio de una sociedad que necesita que sus nuevos profesionales se inserten en la vida productiva y económica.

De aquí la real necesidad de producir bienes y servicios, siendo emprendedores y afrontando la grave crisis que atraviesa nuestro país, siendo conveniente realizar y ejecutar el proyecto de tesis denominado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAN Y PASTELES EN LA PARROQUIA ZAMBI DEL CANTÓN CATAMAYO, PROVINCIA DE LOJA”**



Este Proyecto es de vital importancia para la obtención de una propuesta estratégica para el desarrollo económico y social de la parroquia el Zambí, a través de fuentes de trabajo de la mano de obra local

El análisis completo del proyecto se requiere de la realización de los siguientes estudios y análisis: estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo y legal, estudio económico, financiero y finalmente la evaluación del proyecto.

Para el estudio de la investigación se utilizaran materiales como suministros de oficina y equipos de computación, los métodos utilizados fueron método inductivo en cual ayudo a la recolección de información mediante el estudio de mercado; el método deductivo permitió obtener conclusiones válidas determinando si es viable o no la creación del proyecto y el método descriptivo analítico este método se utilizó durante el desarrollo de toda la investigación.

En los resultados se aplicó una encuesta tanto a los demandantes de la parroquia Zambí y Guayquichuma para determinar la aceptación del producto en el mercado.

Dentro de la discusión se realizó el estudio de mercado donde se estableció la demanda del producto ya que no hay oferentes en las dos parroquias antes mencionadas; pudiéndose obtener la demanda insatisfecha que es de 160770 unidades de pan y 14526 unidades de pasteles para el primer año, posteriormente se establece el plan de comercialización, determinación del precio, plaza y publicidad del producto.

En el estudio técnico se detalla el tamaño y localización de la planta, en el cual se indica que la empresa estará ubicada en la parroquia el Zambí del cantón Catamayo de la provincia de Loja, en la ingeniería del proyecto se establece la distribución de la planta, así como también la descripción del proceso del producto.

En el estudio administrativo y legal de la empresa facilita determinar el grupo empresarial, la misión, visión, objetivos, constitución, organización y los manuales de funciones.

La empresa hará el comercio bajo la razón social **Panadería y Pastelería Zambí Cía. Ltda.** La Misión será: “producir y comercializar pan y pastel, para satisfacer con calidad y precios competitivos la demanda del cantón Catamayo.

En el estudio financiero se señala la inversión necesaria para poder implementar el proyecto la misma que es de 11719,26 de los cuales el 57,34% es portado por la socia y el resto 42,66% se obtendrá mediante un crédito bancario solicitado a la Corporación financiera Nacional.

Finalmente se realizó la evaluación del proyecto para establecer la conveniencia del proyecto y de su ejecución para lo cual se analizó los siguientes indicadores: Valor Actual Neto de 76.447,59; Tasa Interna de Retorno de 62,20%; Relación Beneficio Costo es de 1,52 por cada dólar invertido la empresa gana 0,52 centavos de dólar; Periodo de Recuperación de Capital es de 2 años, 9 meses, 19 días; Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los

costos del 27,85% dando un total del 0,98% y el análisis de sensibilidad en la disminución en los ingresos del 20,25% dando un total del 0,99% por lo cual el proyecto es factible, cuyas conclusiones y recomendaciones así lo determinan, adjuntándose la bibliografía consultada con sus respectivos anexos.

## SUMMARY

Currently the province of Loja is affected by a marked downturn in the productive, being a barrier to sustainable development and to compete with other provinces.

This is why new generations of professionals have to make efforts for small businesses to create innovative, occupying the local workforce, with resources in the area and with products that may hit the market in top condition, quality and price, competing with the like who come from other provinces or cities, causing even more unemployment and jobs.

For these reasons, this project aims to assist with the implementation of a company that allows create some jobs, leverage existing resources, creating economic value added and put into practice the knowledge acquired for the benefit of a society that needs to their new professionals are inserted into productive and economic life.

Real Hence the need to produce goods and services, being entrepreneurs and facing the grave crisis facing our country, being convenient to perform and execute the thesis project called "PROJECT FEASIBILITY FOR THE IMPLEMENTATION OF A COMPANY PRODUCER AND DISTRIBUTOR OF BREAD AND PASTRY IN THE PARISH OF CANTON ZAMBI CATAMAYO, Loja Province ".

This project is vital to obtain a strategic proposal for economic and social development of the parish Zambí through jobs in the local labor  
The full project analysis requires performing the following studies and analyzes:

market research, technical study, administrative and legal, economic study, and finally financial evaluation.

For the study of research materials be used as office supplies and computer equipment, the methods used were inductive method which helped the collection of information through market research, the deductive method yielded valid conclusions determining the feasibility or not the creation of the project and the analytical descriptive method this method was used during the development of the entire investigation.

The results were surveyed both plaintiffs and Guayquichuma Zambí the parish to determine product acceptance in the market.

Within the discussion of the study which established market demand for the product as there are no bidders in the two parishes mentioned above, being able to get the unsatisfied demand is 160770 units of bread and cakes 14526 units for the first year subsequently establishing the marketing, pricing, place and product advertising.

The technical report detailing the size and location of the plant, which indicates that the company will be located in the parish of the canton Zambí Catamayo of the province of Loja, project engineering provides the distribution of the plant as well as the description of the process of the product.

In the administrative and legal study of the company allows to determine the business group's mission, vision, objectives, constitution, organization and functions manuals.

The company will trade under the name Zambí Baking Co. Ltd. The mission is: "to produce and sell bread and cake, to meet with quality and competitive prices Catamayo Canton demand.

In the financial study notes the investment required to implement the project is the same as 11719.26 of which 57.34% is carried by the partner and the rest 42.66% is obtained through a bank loan asked National Financial Corporation. Finally, we conducted an evaluation of the project to determine the suitability of the project and its implementation for which we analyzed the following indicators: Net Present Value of \$ 76.447,59 (NPV), internal rate of return of 62,20% (IRR), Benefit Cost Ratio is \$ 1.52 for every dollar the company earns 0.52 cents Recovery Period Capital is 2 year, 9 months and 19 days Sensitivity analysis indicates that the project supports an increase in the costs of 27,85% for a total of 0.98% and the sensitivity analysis on the decline in revenues 20,25% giving a total of 0.99% by which the project is feasible, the conclusions and recommendations so determine, accompanied the literature with its annexes.

### **c. INTRODUCCIÒN**

El desarrollo de nuevas empresas es uno de los ejes principales para el crecimiento de la economía y su principal generadora de trabajo, es muy importante que exista una amplia información sobre cómo crear empresas que impulsen el desarrollo, a través de una correcta administración y de esta manera contribuir a un mejor estilo de vida.

En los últimos años, el consumo de pan en el Ecuador ha crecido en una forma muy considerable en relación con el crecimiento poblacional. En la provincia de Loja según el SRI han crecido en los últimos tres años un 8% más de empresas dedicadas a la producción de pan y pasteles. Esto demuestra que existe una mayor demanda y que el producto se irá diversificando según los gustos y preferencias del consumidor final.

Sobre la base de estos argumentos es importante recalcar el papel que tiene el sector de las panificadoras, en la provincia de Loja. Es importante destacar que en el cantón Catamayo se han incrementado algunas panaderías que sirven de abasto a la población; sin embargo en las parroquias Zambí y Guayquichuma, que se encuentra a unos 45 kilómetros de la cabecera cantonal, no existe en la actualidad empresas que se dediquen a la producción y venta de pan, pasteles y otros derivados, lo que ha obligado a sus habitantes a viajar hasta las ciudades de Catamayo y Gonzanamá, en otros casos hasta la ciudad de Loja para abastecerse de pan o pasteles y cubrir las necesidades familiares con estos productos.

Por tanto en la zona de influencia de este proyecto la industria del pan es incipiente por decirlo menos, ya que los intermediarios encarecen el producto y la población tiene que estar a expensas a que estos traigan el producto y poder consumir la población en general. El pan actualmente tiene un costo de 0,15 dólares en adelante esto es hasta 0,25 - 0,30 dólares por unidad, y cierto tipo de pan especial tiene un costo de 0,20 dólares; estos incrementos se provocan por la no existencia de empresas dedicadas a la producción y comercialización de pan y pasteles.

Otro problema es que muchos productos por el manipuleo no llegan en buen estado y en otros son productos que no prestan la seguridad al consumidor final porque no se sabe su procedencia ni cuando fueron fabricados.

Es por esto que el presente trabajo de investigación tiene como finalidad analizar la factibilidad para implementar una empresa productora y comercializadora de pan y pasteles en la parroquia el Zambí del cantón Catamayo Provincia de Loja que ofrezca un producto de calidad y a un precio asequible para el consumidor.

En el proyecto de mención se ha tomado en consideración varios aspectos importantes que han permitido analizar cualitativa y cuantitativamente la conveniencia de emprender un proyecto de inversión.

Para el desarrollo de dicho proyecto de inversión se abordaron los siguientes objetivos como son:



En la exposición de resultados se procedió a redactar los referentes del producto y materia prima a utilizar, así como también se describió y realizó el estudio de mercado, el mismo que sirvió para realizar el análisis de demanda de nuestro producto en la parroquia de Zambí, a través de encuestas directas aplicadas a los consumidores, de cuyos análisis se logró la cuantificación de la demanda, obteniendo así la oportunidad en el mercado, además se determinó la posibilidad del proyecto en el mercado, los canales de comercialización, precios y publicidad.

Una vez obtenida la oportunidad de mercado se procedió a determinar el tamaño del proyecto sobre la base del análisis de ciertos factores como son: demanda, oferta no se aplicó por lo que no hay empresas productoras y comercializadoras de pan y pasteles en la parroquia el Zambí, se adquirió tecnología requerida, la distribución de la planta, como también establecer la macro y micro localización.

En el estudio organizacional se propone la organización legal, estructura organizativa y manual de funciones de la empresa, las mismas que serán una base para el normal funcionamiento de la empresa.

Seguidamente se procedió a realizar el estudio financiero, en donde se determina las inversiones y financiamiento del proyecto, también se realizó la evaluación del proyecto para establecer la conveniencia del proyecto y de su ejecución para cual se analizó los siguientes indicadores como el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación de Capital, Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos y el

análisis de sensibilidad en la disminución en los ingresos en donde indica que el proyecto es rentable.

Una vez realizados los estudios necesarios para la elaboración del proyecto se formuló las debidas conclusiones y recomendaciones de la investigación.

## d. REVISIÓN DE LITERATURA

### Antecedentes del Pan



El pan es un producto comestible que resulta de hornear una mezcla previamente fermentada, lo cual contiene por lo menos los siguientes ingredientes: agua, harina, levadura y sal, llamándose a estos ingredientes básicos, los cuales son responsables de las características de apariencia, textura y sabor; luego tenemos a los ingredientes secundarios como azúcar, grasa leche, huevos y otros los cuales proporcionan características de calidad; finalmente los ingredientes complementarios como los mejoradores que permiten asegurar un rendimiento constante durante el proceso.<sup>1</sup>

Desde la antigüedad se ha elaborado panes de muchas maneras. Una de las grandes diferencias es la adición de levadura. La acción de levadura transforma las características de la harina y le da volumen, textura, esponjosidad y sabor al pan. Las harinas más habituales son: trigo, centeno, cebada, maíz, arroz, patatas y soya. Es frecuente no obstante, que se use harina de legumbres y frutos secos, el medio líquido también varía, usándose desde antiguo la leche o el suero.

La harina de trigo es rica en gluten y por ello importante para crear una textura esponjosa, se suelen mezclar harinas de trigo con otros cereales pobres en él.

---

<sup>1</sup> Rodwenvega.galeon.com/ingred-insumos.pan.htm

Incluso es habitual que se mezclen harinas de trigo de diferentes procedencias, y riqueza en gluten, para obtener harinas destinadas a panes específicos.

El pan es un alimento básico elaborado con harina, generalmente con de trigo, levadura o masas madre y agua, en ocasiones se añaden otros productos para conferirle determinadas cualidades.<sup>2</sup>

El pan es uno de los alimentos más antiguos de la humanidad, no hay pueblo en la tierra que no haya incorporado dentro de sus costumbres alimentarias. Como todas las grandes cosas, para su elaboración requiere una tecnología muy sencilla, sin embargo, aquellos que lo realizan deben poseer una habilidad sencilla y un arte muy especial.

## **INSUMOS**

### **Harina**

Harina de trigo extraída del grano de Trigo, que es el Cereal más importante y el único capaz de dar por sí mismo harinas panificables.

### **Características.**

Es un polvo fino impalpable de color blanco crema con alta proporción de gluten, que le confiere una buena capacidad de absorción y de ganar volumen.

Está formado principalmente por dos grupos de compuestos:

- Los Almidones y/o azúcares.
- Las Proteínas.

---

<sup>2</sup> Rodwenvega.galeon.com/ingred-insumos.pan.htm

**Funciones.**

Su función es la más importante del proceso, todos los demás ingredientes supeditan sus acciones, funciones y dosificaciones a las bondades y/o deficiencias de la harina.

**Clasificación.**

Existen dos grandes grupos de harinas:

**Harinas Duras:** Contienen un alto porcentaje de proteína y son extraídas de variedades de trigo duro (trigo duro de primavera).

**Harinas Suaves:** Se extraen de granos de variedades de trigo con bajo contenido de proteínas (trigo rojo de invierno).

En términos comerciales las harinas panaderas se clasifican en.

- Harina Especial, Harina Extra, Harina Popular, Harina Semi-Integral, Harina Integral

**Levadura**

Es una masa constituida por microorganismos que actúa como fermento. La levadura de panificación está constituida por células del hongo *Saccharomyces Cerevisiae*.

Llamamos levadura a una forma de cultivo microbiológico que, puesto en acción en la masa del pan, produce anhídrido carbónico, y ocasiona así el esponjamiento y crecimiento de la masa.<sup>3</sup>

### **Funciones.**

- Provoca la generación y el mantenimiento de la producción de gas en el proceso de panificación.
- Permite el acondicionamiento de la masa.
- Mejora la calidad nutricional del producto terminado y activo la masa posibilitando un mejor manejo.
- Proporciona sabor y aroma al pan posibilitando mejor volumen y rendimiento.
- Facilita el rebanado, cortado del pan.

### **Clasificación.**

**Levadura Fresca.-** Es una masa de color amarillo grisáceo de olor agradable. Maleable.

**Levadura Seca Activa.-** Es una masa de levadura que por procesos de deshidratación ha perdido totalmente su contenido de agua. Es rehidratable.

El uso del tipo de levadura va a depender del tipo de proceso y tecnología con la que se cuente en el taller de Panadería.

---

<sup>3</sup> <http://pannaturalysaludable.com/levadura-natural/como-obtener-la-levadura-natural/>

### **Almacenamiento y Conservación.**

La levadura fresca debe conservarse en lugares frescos y nunca debe someterse a temperaturas mayores a 40 °C.

### **Mejoradores**

Son productos químicos o biológicos que tienen por finalidad corregir algunas posibles fallas de las masas en el proceso, mejorando las características panaderas de la harina.

### **Funciones.**

- Disminuir el tiempo de elaboración del pan.
- Reforzar el gluten.
- Mejorar la retención del gas, dando mayor volumen a la masa.
- Estandarizar la calidad del pan.
- Dar suavidad a la miga.
- Aumentar la vida del pan.

### **Clasificación.**

**Agentes Oxidantes.-** Participan reforzando o estabilizando la estructura del gluten, para lograr masas elásticas impidiendo el escape del gas.

**Agentes Emulsificantes.-** Acondiciona la masa, mejorando su capacidad de retención de gas y el ablandamiento de la miga del pan.

**Agentes Enzimáticos.-** Su principal función es degradar los almidones para que sean fuentes de alimento de la levadura, prolongando así la producción de bióxido de carbono (gas) el cual es retenido en la masa consiguiendo un mejor volumen.

## **Agua**

Sustancia elemental y humectante universal. Es el disolvente y dispersante de las sustancias sólidas que participan en la preparación de la masa.

### **Características.**

Las aguas de los establecimientos donde se elaboran productos de panadería deben ser potabilizadas, incoloras, inodoras e insípidas.

### **Funciones.**

La cantidad de agua en las masas está en relación a la capacidad de absorción y retención de las harinas.

- Disuelve todos los ingredientes, sólidos y facilita la incorporación., Posibilita el acondicionamiento y la formación del gluten, Regula y controla la temperatura de la masa y los tiempos de fermentación.

### **Clasificación.**

Las aguas se clasifican según el contenido de sales disueltas en ella:

**Aguas Blandas:** Esta agua contiene pocas sales. Esta agua produce una masa suave y pegajosa lo que favorecen la formación del gluten.

**Aguas Duras:** Son aquellas que tienen demasiadas sales, las cuales retardan la fermentación al endurecer el gluten, esto se puede corregir aumentando la levadura y disminuyendo la cantidad del alimento de la levadura.

La concentración ideal de sales en el agua para panificación es de 50 a 200 (ppm) partes por millón en la unidad de medida con la que se evalúa la concentración se refiere a la cantidad de unidad de sustancia, sobre todo para la etapa de fermentación.



## **Sal**

Sustancia química (cloruro de Sodio) que se presenta en forma de cristales blancos, es muy soluble en agua. Se emplea para sazonar comidas. 4

### **Funciones.**

- Dar mejor sabor al pan y fortalece el gluten, Resalta el sabor de los otros ingredientes, como las masas dulces, Controla la fermentación, Regula el consumo del azúcar en la masa y por ello se obtiene un mejor color en la corteza, Tiene acción bactericida impidiendo las fermentaciones inadecuadas.

### **Clasificación.**

**Sal Común.-** Es la sal natural extraída de las salinas.

**Sal Yodada.-** Es una sal comercial a la que se le ha enriquecido con sales de yodo.

### **Almacenamiento Y Conservación.**

Se almacena y se conserva lejos de la humedad.

**Advertencia:** Un incremento en el nivel de sal en la formula, tiende a demorar la actividad de la levadura.

- Cuando se usa harinas frescas (recientemente molidas) o harinas débiles se recomienda aumentar el porcentaje de sal.
- La sal tiende a endurecer el gluten durante el mezclado. Si se agrega durante los últimos minutos del mezclado, se puede reducir el tiempo de amasado entre el 10 y 20%.

## **Azúcar**

Cristales blancos o morenos de sabor dulce y grato extraído de los vegetales, en especial de la caña de azúcar y la remolacha.

### **Funciones.**

- Sirven de alimento a la levadura.
- Ayudan a controlar la fermentación.
- Dan el cuerpo y favorecen la textura, ya que absorben humedad y retienen el agua, dándole suavidad al producto.
- Dan sabor y color a la masa, Prolongan la vida útil del producto conservándola por mayor tiempo.

### **Clasificación.**

**Según su Naturaleza y Calidad:** Sacarosa o caña de azúcar, la sal Glucosa, Levulosa, Lactosa y Maltosa. La sacarosa es la más empleada en Panadería para la elaboración de masas dulces.

**Según el Grado de Refinamiento:** Granulada (Blanca y rubia), Azúcar el polvo.

**Según su Pureza:** jarabe de maíz, miel de abeja, etc.

### **Almacenamiento y Conservación.**

Debido a su agradable sabor es atrayente de plagas y roedores, por lo que nunca se deberá almacenar sobre el piso. El almacén debe ser ventilado y seco. Las altas temperaturas la deterioran.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> <http://definicion.de/azucar/>

## **Grasas**

Sustancia de olor neutro de origen animal o vegetal menos densas que el agua e insoluble en ella. Como alimento, son las sustancias que proporcionan al organismo el mayor número de calorías.

### **Funciones.**

Es el ingrediente considerado dentro del grupo de mejoradores de la masa. Las grasas en panificación son ingredientes utilizados para hacer mas tierno el producto.

- Mejoran la apariencia; la grasa se reparte en finas capas produciendo un efecto lubricante.
- Mejora la corteza; la suaviza.
- Mejoran la textura y el volumen; La uniformidad en la miga es más pronunciada y en cantidades superiores al 3% aumentan el volumen del pan.
- Mejoran el sabor.
- Aumenta el valor alimenticio.
- Prolongan la duración del producto; las grasas disminuyen la perdida de humedad y ayudan a mantener fresco el pan.

### **Clasificación.**

**Según su Consistencia y Origen:** pueden ser Animales y vegetales.

**Según su Estado Físico:**<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> <http://www.definicion.org/colorantes>

**Aceites;** Son grasas en estado líquido a temperatura ambiente.

**Manteca O Grasa;** de consistencia blanda y punto de fusión cercano a 30°C.

### **Almacenamiento y Conservación.**

Se recomienda almacenarlas en lugares oscuros, frescos y secos, con temperatura entre 18° y 21° C. A estas temperaturas conservan el máximo de plasticidad y se evita la rancidez.

### **Colorantes**

Los colorantes, también conocidos como anilinas, son sustancias con color, las cuales presentan la característica de ser solubles en agua o disolventes orgánicos y tener grupos reactivos capaces de fijarse a los diversos sustratos, a los cuales se unen de una cierta forma química, comunicándoles color.

### **Características.**

Un colorante “puro” tiene las siguientes características.

- Granulometría muy fina (parecida al azúcar impalpable).
- Rápida disolución en el agua.
- Después de preparar una solución NO debe quedar ningún sedimento (residuo).

### **Funciones.**

- Dar color y buena apariencia a los panes.

### **Clasificación.**

- Según su origen se clasifican en naturales y artificiales.

**Almacenamiento y Conservación.**

Se recomienda almacenarlos protegidos de la luz y la humedad, en frascos herméticamente cerrados.

**Esencias (Saborizantes)**

Son aquellos productos naturales (Aceites Esenciales) que han sido obtenidos por destilación, extracción por solventes, prensado o maceración y aquellas composiciones de productos o materias aromáticas que han sido sintetizadas o creadas en laboratorios y que dan como resultado las Esencias Artificiales.

**Función.**

- Dar aromas especiales al pan.

**Clasificación.**

- Según su origen pueden ser naturales o artificiales.

**Almacenamiento y Conservación.**

Es recomendable que los saborizantes se mantengan en su frasco original de vidrio ámbar que los protege de la luz, así mismo es preferible trasladarlos a frascos donde se llenen al ras (evitando la presencia de aire). En estas condiciones pueden durar un año después de abierto al envase original.

**TIPOS DE PAN****Panes sin Levadura**

Este tipo de panes, denominados a veces también como *panes cenceños* (o ácimo), se elaboran con el simple concurso de la harina y el agua, es uno de los

panes más antiguos que puede suponerse debido a la simplicidad de los ingredientes. <sup>7</sup>

### **Panes de Masa Ácida**

Este tipo de panes se caracteriza por elaborarse con una masa ácida, la acidez proviene de los cultivos bacterianos realizados en la masa madre que le proporciona un sabor característico final al pan.

### **Panes Levados**

Por regla general cuando se emplean levaduras para 'levar' la masa se obtienen unos resultados específicos de 'hinchado' del pan, pero en algunas culturas no se emplean levaduras y surgen así panes como los de soda muy populares en la culinaria irlandesa.<sup>8</sup>

### **Panes sin Gluten**

Las personas celiacas son sensibles al gluten (gliadina) en los alimentos, lo que hace que se tenga que evitar ciertas harinas en la elaboración. Esta enfermedad ha hecho que existan panes comercializados como productos dietéticos. Estas personas no pueden ingerir pan ordinario debido a su contenido en gluten.

### **PASTEL**



---

<sup>7</sup> es.wikipedia.org/wiki/pan Ingredientes\_ del Pan

<sup>8</sup> es.wikipedia.org/wiki/pan Ingredientes\_ del Pan

La palabra pastel es de origen germánico. Procede de “wastill” que significa alimento. Después la palabra se latiniza y se convierte en “wastel” y luego “gastel” que significa manjar. Para el final convertirse en “pastel”

La pastelería se refiere a piezas hechas a base de una masa o pasta más o menos elaborada y complementada con cremas, almíbares, compotas, merengues y caramelos.<sup>9</sup>

## **Insumos**

### **Azúcar**

Se utiliza azúcar refinada. Para tipos especiales de repostería, como pasteles a base de miel y panes de especias, se utiliza azúcar morena. Para tamizar, aunque también para recetas especiales, es preferible el azúcar en polvo.

### **Cacao/ Chocolate**

Se utiliza el grano de cacao. Para elaborar baños de chocolate y masas para recubrir. Proporciona también la manteca de cacao, un componente aromático.

El chocolate como ingrediente de diversas masas, rallado o fundido al baño maría. Es usado igual como cobertura.

### **Almendras**

Se utilizan sin pelar o peladas, enteras, picadas o ralladas y en cada una de las formas tostadas y sin tostar.

---

<sup>9</sup> artes- culinarias.blogspot.com/p/clasificación.html

**Café**

Como ingrediente aromático para masas, baños y rellenos se utiliza café fuerte filtrado o café instantáneo, soluble y aromático. Su sabor es intenso.

**Colorantes**

Sustancias para dar color a los alimentos. Existen colorantes azules, amarillos, verdes, naranjas, rojos y negros. Varían sus presentaciones, los más comunes vienen en frascos pequeños con dosificación restringida.

**Esencias**

Extracto de diversas sustancias en aceite para aromatizar la repostería, elaboradas a menudo a base de sustancias de sabor y olor artificiales. Sus dosis deben ser mínimas para no quitarle el sabor a los alimentos. **Frutas Confitadas**

Fruta impregnada con una solución consistente y a continuación secada. en repostería se utilizan también frutas escarchadas, que no están confitadas, sino sólo tratadas con azúcar gruesa y que son más blandas.

**Frutas Secas**

Fruta madura secada al aire como albaricoques, manzanas, plátanos, peras, higos, ciruelas, uvas y duraznos. Se utilizan en repostería para panes de frutas principalmente.



**Harina**

Harina principalmente fina que se disuelve fácilmente en líquidos y no hace grumos. Su principal aplicación es para ligar masas, la base de todo para la repostería; al igual que sopas y salsas.

**Huevos**

Se utilizan en la elaboración de masas o cremas. Para separar huevos en claras y yemas y darles un uso deferente a cada uno. Para montar claras a punto de nieve, las cuales son utilizadas para la elaboración de pasteles.

**Leche**

Para repostería son apropiados todos los tipos de leche, lo único importante es la cantidad que debe ser utilizada. También puede utilizarse en polvo, condensada diluida o nata líquida diluida.

**Levadura**

Impulsor compuesto o biológico para preparar masas, al mezclar la levadura en polvo con la harina, se tamizan juntas para agregarla con los demás ingredientes. El cual hace que la masa aumente su volumen.

**Mantequilla**

Es la grasa más utilizada en la repostería, para freír esta la mantequilla congelada. Se puede utilizar también derretida. O sustituirla por margarina.

**Quesos**

Para la repostería a base de queso se utiliza queso curado como emmental, chéster o parmesano. Para los rellenos de queso es apropiado el queso de nata, que mezcla bien todos los sabores posibles de otros ingredientes.<sup>10</sup>

**Vainilla**

Se utiliza como aromatizante. Deja unos puntos negros en la masa, pero su sabor es excelente. También se utiliza en polvo.

**Nueces**

Las nueces ralladas se utilizan como componente de masas y como adorno picadas de diferentes formas. Pueden usarse como relleno o decoración.

**Frutas**

La mayoría de las frutas son utilizadas por sus esencias o ralladuras en la elaboración de todo tipo de postres a base de frutas. Su uso es múltiple, según lo que se prepare.

**Miel**

Se utiliza en repostería tanto natural como artificial, para endulzar postres o como acompañante, su uso en pocas cantidades.

---

<sup>10</sup>artes- culinarias.blogspot.com/p/clasificación.html

## **PROYECTO DE INVERSIÓN**

Un proyecto de inversión se estructura a través de cuatro estudios básicos que son: estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional y estudio financiero.

### **ESTUDIO DE MERCADO**

“Por estudio de mercado se comprende el lugar en donde se vende y compra un producto a un precio al cual exista acuerdo entre oferentes y demandantes, el estudio de mercado de un proyecto es uno de los aspectos más complejos a los que debe enfrentarse el inversionista ya que de este dependerá la decisión de instalar o no una empresa.

#### **Empresa**

Desde el punto de vista económico, empresa es la fusión de capitales para crear una organización con fines de lucro, que puede ser de diversa naturaleza jurídica y de diferentes ramos de explotación.<sup>11</sup>

En efecto, la empresa puede tener carácter individual cuando pertenece a una sola persona, o asumir la forma de una sociedad, por ejemplo, colectiva, anónima o de responsabilidad limitada. Pero además de estos tipos de empresas privadas existen también empresas públicas o del Estado y empresas mixtas, cuyos capitales son de origen privado y

gubernamental.”<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> PASACA MORA, Manuel Formulación y Evaluación de Proyectos. Loja 2008

**Producción**

Se refiere al aspecto tecnológico de ingeniería, el cual norma los procesos y recursos idóneos para fabricar productos y bienes aprovechables originados por la naturaleza y por la obra del hombre.

**Administración De Empresas**

“Proceso social que lleva consigo la responsabilidad de planear, coordinar, controlar y evaluar en forma eficiente los recursos humanos, materiales y económicos de una organización para de esa manera lograr un fin común.

**Mercado**

Área o lugar geográfico en donde concurren los demandantes y ofertantes para realizar transacciones de tipo comercial en base a parámetros dados, siendo libre en algunos casos la competencia en lo que tiene que ver con precio, calidad, cantidad y promoción del producto.

**Mercadotecnia**

Es un sistema integrado de actividades que pretenden lograr que los productos ingresen al mercado en las mejores condiciones, diseñado estrategias respecto a precios, publicidad, promoción, características del producto o servicio y teniendo en consideración a la competencia directa o indirecta .

**Demanda**

Es la cantidad de bienes y servicios que una colectividad está en condiciones de adquirir bajo determinados parámetros, para satisfacer determinadas necesidades primarias o secundarias

**Ley de la demanda.**

A precios elevados, se demandará una cantidad menor que a precios reducidos.

A precios reducidos, se demandará una cantidad mayor que a precios elevados.

**Oferta**

El término oferta puede definirse como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están en condiciones de vender en el mercado a precios y condiciones determinadas.

**Ley de la Oferta.**

A precios elevados, generalmente se da porque se oferta una menor cantidad de productos.

A precios reducidos, generalmente se ofrecerá una mayor cantidad de bienes y productos.”<sup>13</sup>

**Proyección de la Demanda:** Se refiere a estimar la demanda futura, en lo que tiene que ver a cantidades (unidades de medida), conocer los precios de los bienes y servicios que se han de producir.

---

13 PASACA MORA, Manuel Formulación y Evaluación de Proyectos. Loja 2008

**Índice de Precios**

Es un indicador que señala las variaciones de los precios de un grupo de artículos en un determinado mercado, pudiendo ser creciente o decreciente.

**Índice de Cantidad**

Indicador que refleja la verificación de las cantidades de un conjunto de productos, es decir, la variación de venta o de compra de bienes y servicios.

**Índice de Valor**

Es el índice que expresa la variación del valor total o bruto de una gama de productos similares comercializados en las mismas condiciones.

**Bienes de Consumo.**

Son aquellos bienes que tienen una vida útil, corta y que satisfacen las necesidades inmediatas por ejemplo la alimentación.

**Bienes de Capital**

Son aquellos bienes conocidos también como bienes intermediarios que tienen una vida útil, larga, que intervienen en el proceso de producción.

**Elasticidad de la Demanda**

Significa la respuesta, cambios de gustos o sensibilidad de los clientes a los cambios de precios. La elasticidad es una sección de la curva de la demanda, se puede medir con una fórmula o con la observación de los cambios en los ingresos totales. Es decir si los ingresos totales aumentan conforme bajo el precio, la demanda es elástica, y si los ingresos totales aumentan conforme suben los precios la demanda es inelástica.

## **PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN**

### **Producto**

“Bienes o cosas producidas que resultan del trabajo ejecutado sobre una materia prima y que son ofrecidos a los consumidores. Toma gran importancia en nuestro proyecto ya que en él se espera plasmar las más sencillas ideas dando una mercancía al cliente

### **Precio**

El precio se determina primeramente de la comparación del número de unidades a producir, luego se margina un porcentaje de utilidad según la competencia probado de esta manera el pulso del mercado, el cual ayudará a determinar posibles incrementos o constancias de precios.

### **Promoción**

Es una herramienta comercial para empujar el producto hacia el consumidor / cliente.

### **Plaza**

Son los lugares donde se colocará los productos en servicios y que estén al alcance de los posibles clientes”<sup>14</sup>.

## **ESTUDIO TÉCNICO**

### **Ingeniería del Proyecto**

“Es la parte del proyecto que por su naturaleza llega a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos

---

<sup>14</sup> SAPAG, Nassir. Preparación y Evaluación de Proyectos p. p 130 y 131

disponibles para la producción del bien o servicio deseado, para ello se analizará las alternativas en que pueden combinarse los factores productivos , identificando, a través de la cuantificación y proyección en el tiempo de los montos de inversiones de capital , los costos y los ingresos de operación asociados a cada una de las alternativas de producción”<sup>15</sup>.

### **Materia Prima**

Son los bienes de gran consumo en el proceso productivo a lo largo del ejercicio económico, contablemente se los considera costos y forman parte del producto final.

### **Tamaño**

El tamaño que tendría el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación.<sup>16</sup>

### **Localización de la Planta**

La localización puede tener un efecto condicionado sobre la tecnología utilizada en el proyecto tanto por las restricciones físicas como por la variabilidad de los costos de operación y capital de las distintas alternativas tecnológicas asociadas a cada ubicación posible.

---

<sup>15</sup> Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión, MODULO. # 10 de Administración de Empresas 2011.

<sup>16</sup> ETTINGER, Karl, Administración y Productividad p .p 10-12 Edición 2009



### **Tamaño y Localización**

Relación entre la capacidad de producción que tiene la empresa y la ubicación geográfica apta para realizar las actividades productivas de la entidad.

### **ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

“Es el establecimiento de la estructura necesaria para la sistematización de los recursos mediante la organización de jerarquías, disposición y coordinación de actividades con el fin de poder viabilizar los beneficios del grupo social.

Como es de conocimiento en todo grupo social la organización es lo primordial para la utilización en forma racional de los recursos. En el caso de nuestra organización este concepto no se ha quedado atrás y por el contrario nos da mayor relevancia como estará organizada la empresa.

### **Organización Administrativa**

Consiste en llevar a la práctica los objetivos y metas de la planeación administrativa, a través de la cuantificación y determinación de actividades que deben desarrollarse mediante el estudio, diseño y aprobación de la estructura adecuada para su eficiente funcionamiento”<sup>17</sup>.

Por tal razón, la empresa objeto del proyecto estará constituida por un sistema de cometidos y funciones jerárquicas enlazadas entre sí y orientadas a producir bienes.

---

<sup>17</sup> MOLINA Antonio. Contabilidad de Costos. Cuarta Edición. Octubre 2008

## **Organización Jurídica**

De acuerdo al régimen jurídico la constitución legal de una empresa puede ser: sociedad anónima, sociedad anónima de capital variable, sociedad responsabilidad limitada, sociedad cooperativa, sociedad en nombre colectivo, sociedad en comandita simple y sociedad en comandita por acciones.

## **Organigramas**

Son representaciones gráficas de la estructura formal de una organización que muestra las interrelaciones, las funciones, los niveles jerárquicos las obligaciones y la autoridad existente dentro de ella.

Los organigramas permitirán ver con facilidad los diferentes niveles jerárquicos y los departamentos que contendrá la empresa.

Los organigramas jugarán un papel importante para demostrar el contexto de la empresa.

## **Organigrama Estructural**

Es un tipo de organigrama que representa en si la estructura jerárquica de los niveles de la empresa, así el nivel directivo, ejecutivo, asesor, operativo, los cuales tienen una secuencia de trabajo y autoridad descendente.

Además los organigramas ayudan a representar la estructura administrativa y jurídica de la empresa sin olvidar la razón social de la entidad, esta representatividad es principalmente para el público en general el cual otorgará la imagen positiva o negativa de la entidad

### **Organigrama Funcional**

Representa una organización administrativa elaborada según las funciones que tiene cada integrante, es así que cada nivel jerárquico tendría que cumplir objetivos diferentes, pero a la vez todos trabajan por metas comunes, este tipo de organigrama se lo usa principalmente para representarlo en áreas de producción, en donde se distingue al personal por sus funciones, experiencia, y profesionalización.

### **Organigrama Posicional**

“Al igual que el organigrama funcional sistematiza funciones, pero con la característica de que al exponerlo consta los nombres y apellidos de las personas que ocupan los cargos de la empresa, según su orden jerárquico y aunque no es muy recomendable también el sueldo mensual o anual que se percibe, este tipo de organigrama interesa más a los directivos de la empresa ya que de él podrían obtener información para futuras reingenierías de procesos administrativos y productivos.<sup>18</sup>

### **ESTUDIO FINANCIERO**

Son declaraciones informativas de la situación económica, financiera que tiene la empresa. Por lo tanto, en esta fase se agrupa los instrumentos financieros que nos ayudarán a determinar la rentabilidad de la gestión empresarial realizada.

---

<sup>18</sup> MOLINA Antonio. Contabilidad de Costos. Cuarta Edición. Octubre 2008

**Inversión**

Incluyen desde la inversión del proyecto construcción o remodelación de edificios, oficinas o salas de ventas, hasta la construcción de caminos, cercos o estacionamientos.

**Presupuesto**

Es un pronóstico del futuro período de planificación, se base en estimaciones y no podrá superar la capacidad de quien llevará a cabo dichas estimaciones. Mediante el presupuesto estimaremos todos los ingresos o egresos que serán necesarios estimar, realizar o recibir para operar dentro del proceso productivo.

**Flujo de Caja**

“Es un resumen detallado de los ingresos de la empresa ya sea por capital propio, crédito, ventas y los egresos o presupuestos de operación anuales lo cual mediante la resta de las depreciaciones, amortizaciones nos da como resultado el flujo de efectivo que tendría la organización cada cierto periodo.

**Estado de Pérdidas y Ganancias**

Es el segundo de los estados financieros principalmente, básicos o sintéticos y muestra el total de ingresos o egresos de los productos y gastos y su diferencia que es el resultado obtenido en determinado período, pudiendo ser positivo cuando represente utilidad y negativo cuando haya sufrido pérdidas”<sup>19</sup>.

---

<sup>19</sup> PASACA MORA, Manuel, Formulación y Evaluación de Proyectos. Loja 2008.

**Ingresos**

Están conformados por los resultados de las ventas u otros ingresos.

**Egresos**

Se forma por la sumatoria del Costo Primo, Gastos de Producción Gastos de Operación y Gastos Financieros

**Depreciación**

Significa la pérdida de valor como activo que tienen los edificios, vehículos, maquinaria y más activos fijos, el valor depreciable es anual y es calculado en según el activo y su tiempo de durabilidad y uso, el activo que no depreciación es el terreno.

**Utilidad**

Margen o incremento sobre el costo unitario del bien o servicio, el mismo que es planificado según se cubra los costos y los precios que tenga la competencia.

La aplicaremos para indicar la ganancia obtenida después de cubrir todos los gastos que han sido necesarios realizar.

**Punto de Equilibrio**

“Se define como aquel volumen de actividad de la empresa donde el monto total de sus ingresos será exactamente iguales a los gastos de estos es decir, no existe ni utilidad ni pérdida.

Se lo aplicará matemáticamente y se lo representará gráficamente.

### En Función de las ventas

$$PE = \frac{CFT}{1 - (CVT / VT)}$$

### En Función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100$$

**Valor Actual Neto (Van)** Es aquel que permite atraer el valor futuro al valor actual a través de un factor de actualización. Además si él VAN es positivo el proyecto es conveniente financieramente, caso contrario el proyecto no conviene.<sup>20</sup>

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

### Tasa Interna de Retorno (TIR)

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. Su fórmula es:

---

<sup>20</sup> PASACA MORA, Manuel Formulación y Evaluación de Proyectos. 2008.

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

### Relación Beneficio Costo (RCB)

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

B/C > 1 Se puede realizar el proyecto.

B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto.

B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto.

Su fórmula es:

$$\text{C/B} = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Egresos actualizados}}$$

### 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. Cuando en un proyecto afectan estas variaciones es sensible el proyecto. Cuando se dan condiciones viceversa no es sensible el proyecto. Se la obtendrá mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

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

**a. Se obtiene la nueva Tasa Interna de Retorno.**

$$TIR = T_m + Dt \left( \frac{VANT_m}{VANT_m - VANTM} \right)$$

**Se encuentra la Tasa Interna de Retorno resultante.**

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

**c.se calcula el porcentaje de variación.**

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

**d. Se calcula el Valor de Sensibilidad.**

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



## **e. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **MATERIALES**

Para el desarrollo del presente proyecto se utilizó los siguientes materiales como: suministros y equipos de oficina.

- Entre los suministros tenemos: papelería, esferográficos, clips, carpetas, CD'S, entre otros.
- En tanto que los equipos de oficina utilizados tenemos: calculadora, computadora, grapadora, perforadora, flash memory, cámara fotográfica, entre otros.

### **MÉTODOS**

Para efectos del desarrollo del presente proyecto se utilizó algunos métodos y técnicas de investigación; así mismo el presente trabajo tendrá como escenario las parroquias Zambí y Guayquichuma en el cantón de Catamayo, en la cual se realizó el estudio de campo que consiste aplicar las encuestas a las familias de estas parroquias materia de estudio. A continuación se describen los siguientes métodos que se utilizaron en el presente trabajo:

**Método Inductivo:** Este método facilitó la obtención de información mediante el estudio de mercado, interpretando y analizando la información obtenida; el cual permitió determinar las conclusiones del proyecto.

**Método Deductivo:** Este método permitió obtener conclusiones válidas determinando si es viable o no la creación del proyecto, conociendo de forma real el entorno donde funcionará la empresa.

**Método estadístico:** Este método me permitió recopilar, analizar e interpretar los resultados de las encuestas, donde pude determinar la oferta y demanda del producto en estudio.

**Método descriptivo - analítico:** Este método se utilizó durante el desarrollo de toda la investigación, permitió describir de forma real las diferentes circunstancias y situaciones que preceden a la creación y puesta en marcha de la empresa.

## **TÉCNICAS**

**Observación Directa:** Se utilizó la técnica de observación directa para verificar y constatar cada uno de los puntos necesarios para el desarrollo del proyecto, como los procesos de producción, distribución, publicidad y presentación de los productos (pan y pasteles) que tienen los oferentes.

**Encuesta:** La encuesta será la principal fuente de información para el lanzamiento del producto en el mercado, ya que permitirá conocer las características específicas, los gustos y preferencias y los posibles clientes que tendrá la empresa. Para ello se utilizó un listado de preguntas escritas aplicadas a las familias de las parroquias Zambí y Guayquichuma, debido a que en estas dos parroquias no existen panaderías para abastecer el mercado local, siendo el principal proveedor de pan y pasteles la parroquia urbana "San José" (Catamayo); por tanto al no satisfacer la demanda existente se hace necesario la implementación de nueva empresa que ofrezca un producto de calidad en las parroquias objeto de este estudio. Es importante indicar que estas dos parroquias

son muy cercanas y tiene idénticas características en cuanto a la no existencia en la oferta de panaderías, siendo este el universo del presente estudio.

Con el propósito de conocer el tamaño de la muestra, se utilizó los datos del censo poblacional publicados en el año 2010 según el INEC, el mismo que es de 580 habitantes en la parroquia Zambí, con una tasa de crecimiento de -3,39% y para la parroquia Guayquichuma es de 383 habitantes con una tasa de crecimiento poblacional negativa de -1,08%; Pero a partir del año 2012 han comenzado a venir al Ecuador los migrantes de otros países donde prestaban su fuerza laboral, y no es la excepción el cantón Catamayo ya que comienza a existir más flujo de personas y movimiento comercial, por todas estas consideraciones para efectos de este estudio se ha tomado como base la población existente en el año 2010 sin ningún crecimiento o decrecimiento poblacional. Por tanto la muestra poblacional para este estudio será de 963 habitantes para las dos parroquias, que dividido para 4 miembros en promedio por familia, se obtiene la población por familias, que da un total de 241 familias.

Por tanto para este estudio se realizó un censo aplicando un número de encuestas de 241 familias de las parroquias Zambí y Guayquichuma, este censo ha sido distribuido de la siguiente manera:

**Cuadro N° 1**  
**POBLACIÓN Y MUESTRA**

<b>Encuestas aplicadas en las parroquias Zambí y Guayquichuma del Cantón Catamayo</b>			
<b>Parroquias</b>	<b>Población</b>	<b>Familias</b>	<b>Nº Encuestas</b>
Zambí	580	145	145
Guayquichuma	383	96	96
<b>Total</b>	<b>963</b>	<b>241</b>	<b>241</b>

**Fuente:** www.inec.gob.ec

**Elaboración:** La Autora

### **PROCEDIMIENTO**

Una vez aplicados los instrumentos de investigación al sector en estudio, se procederá a sistematizar la información de acuerdo a las respuestas obtenidas, para representar la misma a través de cuadros y gráficos estadísticos, de esta forma se obtendrá una mayor comprensión sobre los datos a fin de realizar el análisis e interpretación de la información; estos datos son de vital importancia ya que permitirá determinar la oferta y demanda, así como la existencia o no de la demanda insatisfecha.

Posterior al estudio de mercado se ejecutó el estudio técnico, con la finalidad de determinar el tamaño, localización e ingeniería de proyecto. Una vez realizado ese estudio se procedió a presentar una propuesta organizacional para la nueva unidad productiva, a fin de establecer su base legal y su estructura organizacional; así como la parte financiera del proyecto, con sus respectivas conclusiones y recomendaciones.

## f. RESULTADOS

### ENCUESTA REALIZADA A LOS DEMANDANTES DE PAN (Familias Zambí)

#### 1. Consume usted pan

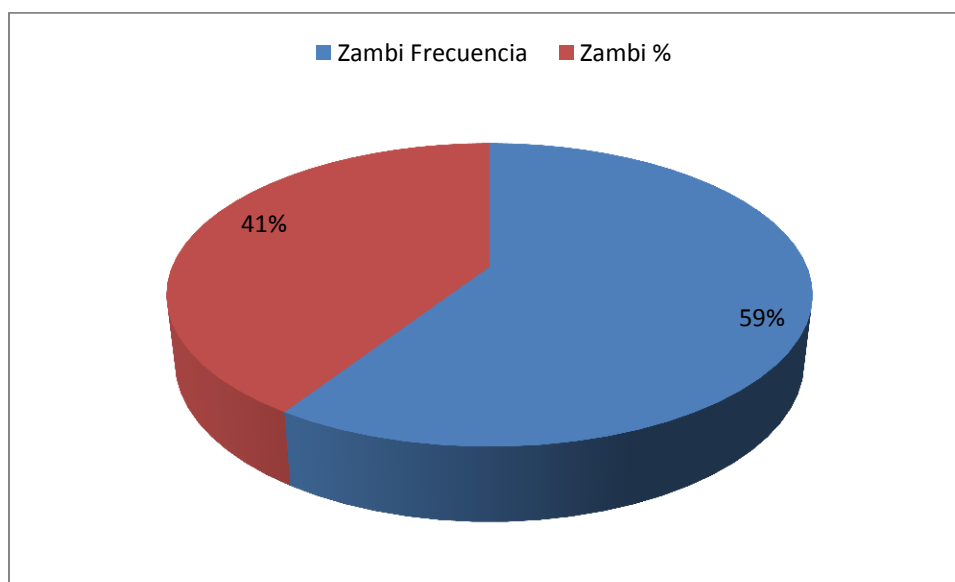
**Cuadro Nº 2**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	145	100,00
No	0	0,00
<b>Total</b>	<b>145</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas Realizadas a los Demandantes

**Elaboración:** La autora

**Gráfico Nº 1**



**INTERPRETACIÓN:** Dentro del consumo de pan que se realizó en las familias de Zambí el 100% indicaron que si consumen pan.

## 2. ¿Qué cantidad y con qué frecuencia adquiere el producto?

**Cuadro N° 3**

<b>Cantidad</b>	<b>Punto medio</b>	<b>Diario</b>	<b>Semanal</b>	<b>Quincenal</b>	<b>Anual</b>	<b>Total anual</b>
( 1 - 4)	2,5	46	38	19	11	48480
( 5 - 8)	6,5	15	8	2	3	38864
( 9 - 12)	10,5	2	0	1	0	7938
(13 - 16)	14,5	0	0	0	0	0
<b>Total</b>						<b>95282</b>
<b>Promedio</b>						<b>657</b>

**Fuente:** Encuestas Realizadas a los Demandantes

**Elaboración:** La autora

**Cuadro N° 4**

<b>Punto promedio</b>	<b>Diario</b>	<b>Semanal</b>	<b>Quincenal</b>	<b>Anual</b>
2,5	41975	4940	1235	330
6,5	35588	2704	338	234
10,5	7665	0	273	0
14,5	0	0	0	0

**Fuente:** Cuadro N°3

**Elaboración:** La autora

**INTERPRETACIÓN:** De acuerdo con esta pregunta en la parroquia Zambí se consume diariamente (1 - 4) un promedio de 2,5 por 46 familias da como resultado 41975 panes al año, en 15 familias consumen semanalmente al año consume 4940 panes al año, quincenalmente consumen 19 familias un total de 1235 panes al año, anual 11 familia consumen 330 panes año. El Promedio de Consumo anual de 657 unidades de pan por familia.

### 3. ¿Cuál es el pan de su preferencia?

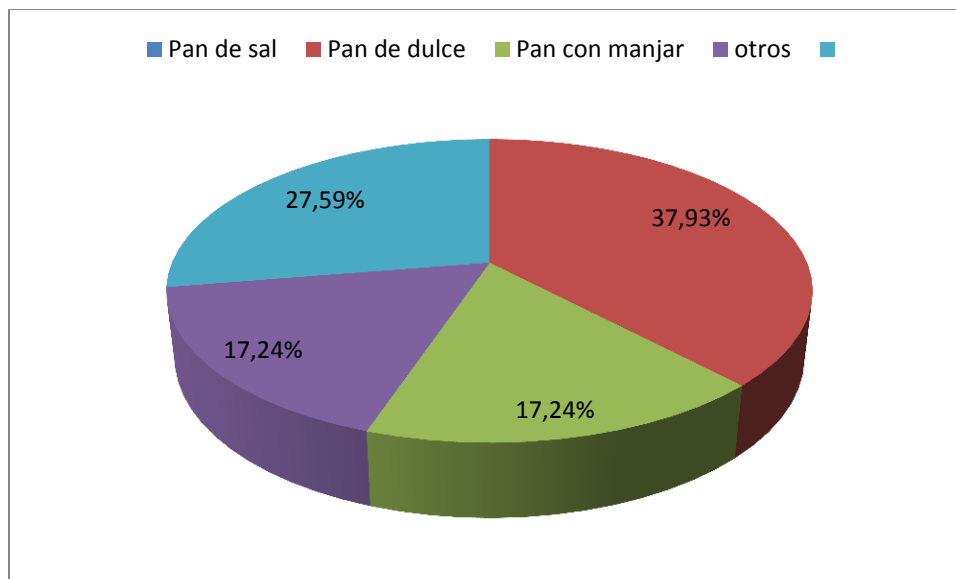
**Cuadro Nº 5**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Pan de sal	55	37,93
Pan de dulce	25	17,24
Pan con manjar	25	17,24
otros	40	27,59
<b>Total</b>	<b>145</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas Realizadas a los Demandantes

**Elaboración:** La autora

**Gráfico Nº 2**



**INTERPRETACIÓN:** De las 145 familias de la parroquia el Zambí prefieren en un 37,97% el pan de sal, el 27,59% prefieren otros sabores, el 17,24% el pan de dulce, el 17,24% prefiere pan con manjar.

**4. ¿Estaría de acuerdo con la implementación de una nueva empresa productora y comercializadora de pan y pasteles en la parroquia el Zambí?**

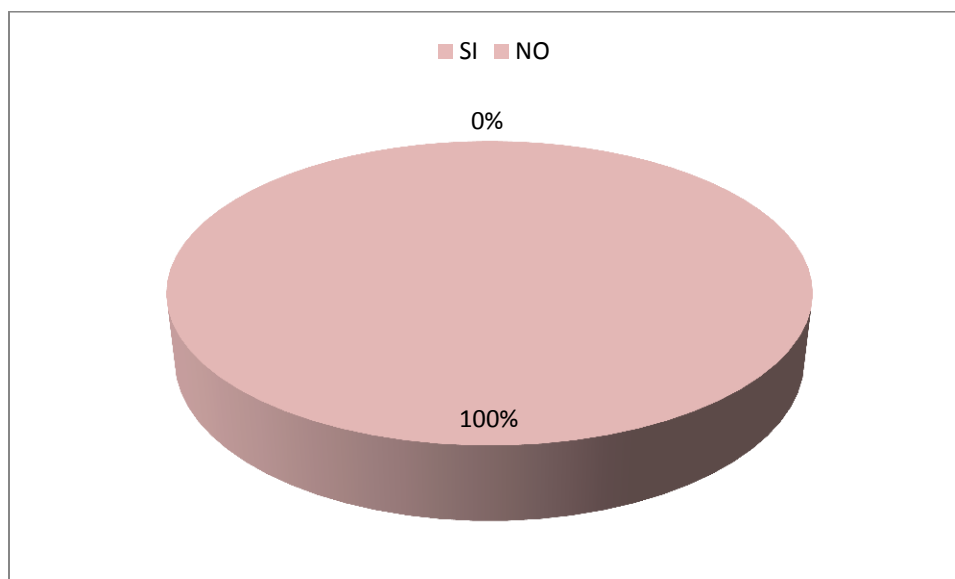
**Cuadro Nº 6**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	145	100,00
No	0	0,00
<b>Total</b>	<b>145</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas Realizadas a los Demandantes

**Elaboración:** La autora

**Gráfico Nº 3**



**INTERPRETACIÓN:** Esta pregunta permitió conocer la aceptación de la empresa en el mercado la respuesta adquirida con un 100% siendo positiva para la parroquia Zambí.



### 5. ¿Cuánto está usted dispuesto a pagar por cada unidad de pan?

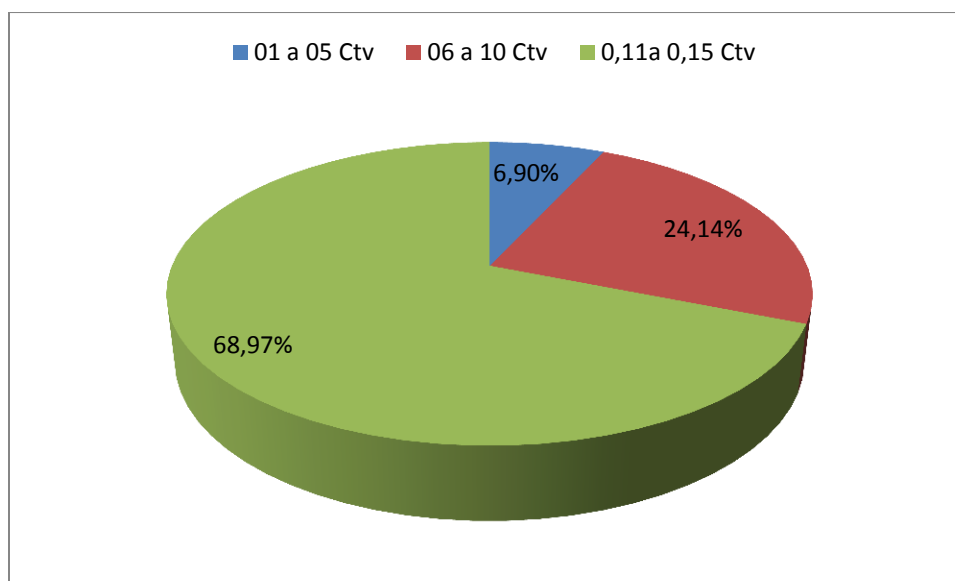
**Cuadro Nº 7**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
01 a 05 Ctv	10	6,90
06 a 10 Ctv	35	24,14
0,11a 0,15 Ctv	100	68,97
<b>Total</b>	<b>145</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas Realizadas a los Demandantes

**Elaboración:** La autora

**Gráfico Nº 4**



**INTERPRETACIÓN:** Las familias de la parroquia Zambí indican el posible costo del producto, entre los resultados obtenidos se obtuvo con el 66,23% por el costo de \$0,15 ctvs., con el 30,46% un valor de \$0,06 a 0,10 ctvs., y por último con el 3,31% está dispuesto a pagar un valor de \$0,01 a 0,05 ctvs.

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

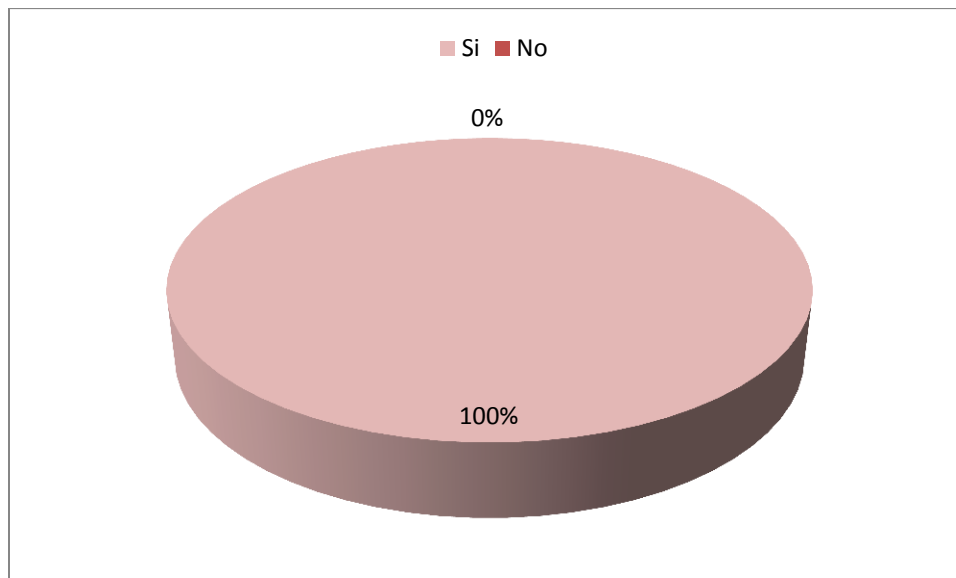
**Cuadro Nº 8**

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	145	100,00
No	0	0,00
<b>Total</b>	<b>145</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas Realizadas a los Demandantes

**Elaboración:** La autora

**Gráfico Nº 5**



**INTERPRETACIÓN:** El 100% de las familias de la parroquia Zambí si están de acuerdo en adquirir el producto debido a que en esta parroquia no existen panaderías.

**7. Por qué medios de comunicación le gustaría enterarse de la nueva empresa productora de pan y pasteles?**

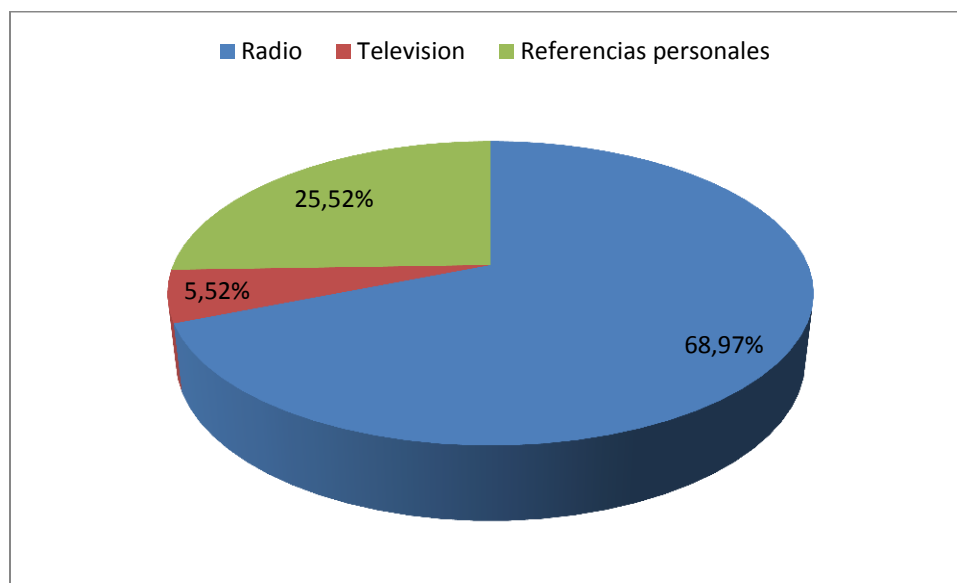
**Cuadro Nº 9**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Radio	100	68,97
Televisión	8	5,52
Referencias personales	37	25,52
<b>Total</b>	<b>145</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas Realizadas a los Demandantes

**Elaboración:** La autora

**Gráfico Nº 6**



**INTERPRETACIÓN:** De acuerdo a las encuestas a las familias de la parroquia Zambi les gustaría enterarse de la nueva empresa productora de pan y pasteles por medio de la radio con el 68,97%; 25,52% por referencias personales y el 5,525 por medio de la televisión.

## ENCUESTA REALIZADA A LOS DEMANDANTES DE PASTELES (Familias Zambí)

### 1. ¿Consumen usted pastel?

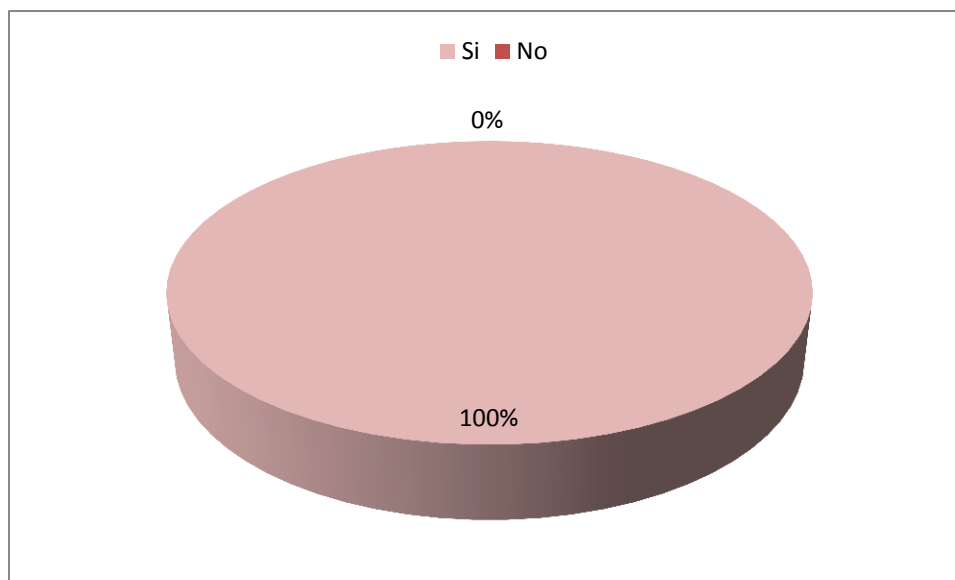
Cuadro Nº 10

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	145	100,00
No	0	0,00
<b>Total</b>	<b>145</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuestas Realizadas a los Demandantes

Elaboración: La autora

Gráfico Nº 7



**INTERPRETACIÓN:** El 100% de las familias si consumen pasteles además cuando son fechas especiales como cumpleaños, aniversarios.

## 2. ¿Qué cantidad y con qué frecuencia consume pasteles?

**Cuadro N° 11**

Cantidad	Punto medio	Diario	Semanal	Quincenal	Anual	Total anual
( 1 a 2 )	1,5	0	8	20	41	2142
( 3 a 4 )	3,5	0	5	9	30	2989
( 5 a 6 )	5,5	0	2	1	18	1903
( 7 a 8 )	7,5	0	1	1	9	1395
<b>Total</b>						<b>8429</b>
<b>Promedio</b>						<b>58</b>

**Fuente:** Encuestas Realizadas a los Demandantes

**Elaboración:** La autora

**Cuadro N° 12**

Punto promedio	Diario	Semanal	Quincenal	Anual
1,5	0	624	780	738
3,5	0	910	819	1260
5,5	0	572	143	1188
7,5	0	390	195	810

**Fuente:** Encuestas Realizadas a los Demandantes

**Elaboración:** La autora

**INTERPRETACIÓN:** De acuerdo con esta pregunta para la parroquia Zambí semanalmente consumen pasteles con un promedio de 1,5 por 8 pasteles cada familia da como resultado 624 pasteles al año, de (3 - 4) con un promedio de 3,5 y 5 familias consumen semanalmente al año consume 910, de (5 - 6) con un promedio de 5,5 y 2 familias consumen semanalmente al año consume 572 y de (7 - 8) con un promedio de 7,5 y 1 familia consumen semanalmente al año consume 390. El Promedio de Consumo anual es de 58 unidades de pastel por familia.

### 3. Cuál es el pastel de su preferencia?

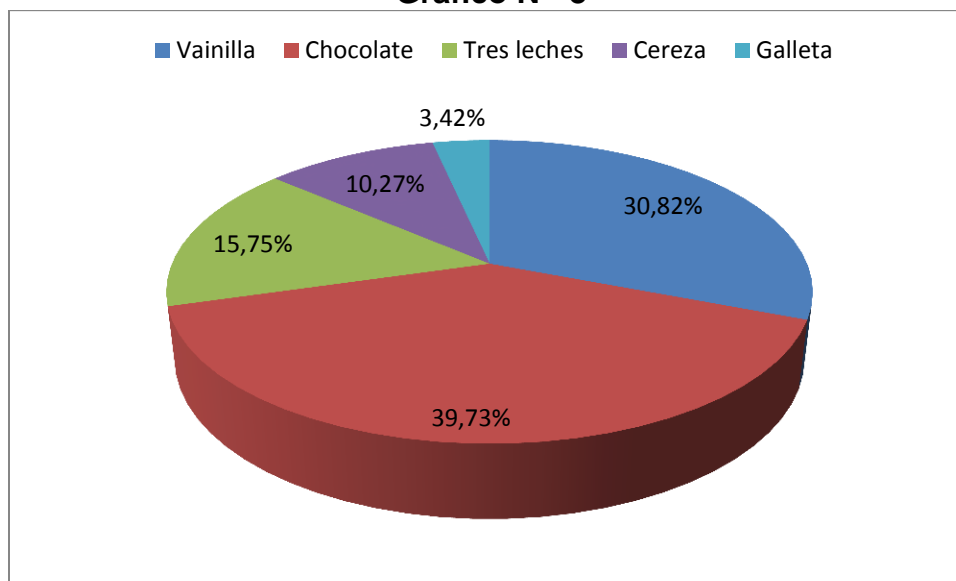
**Cuadro N° 13**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Vainilla	45	30,82
Chocolate	58	39,73
Tres leches	23	15,75
Cereza	15	10,27
Galleta	5	3,42
<b>Total</b>	<b>146</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas Realizadas a los Demandantes

**Elaboración:** La autora

**Gráfico N° 8**



**INTERPRETACIÓN:** Los pasteles de su preferencia para las familias de Zambí son los siguientes el pastel de chocolate con un porcentaje del 39,73%; seguidamente el pastel de vainilla con el 30,82%; el de tres leches con el 15,75%; y también prefieren pastel de cereza con el 10,275.

4. ¿Está de acuerdo con la implementación de una nueva empresa productora y comercializadora de pan y pasteles en la parroquia el Zambí?

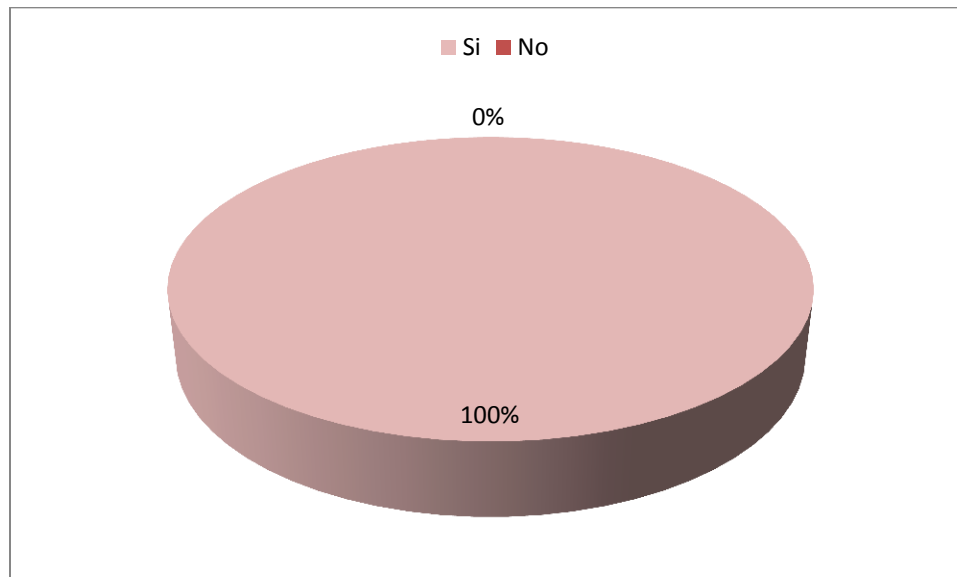
**Cuadro N° 14**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	145	100,00
No	0	0,00
<b>Total</b>	<b>145</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas Realizadas a los Demandantes

**Elaboración:** La autora

**Gráfico N° 9**



**INTERPRETACIÓN:** El 100% que representa a las familias si están de acuerdo con la implementación de la empresa de pan y pasteles

**5. Usted estaría dispuesto a adquirir nuestro nuevo producto.**

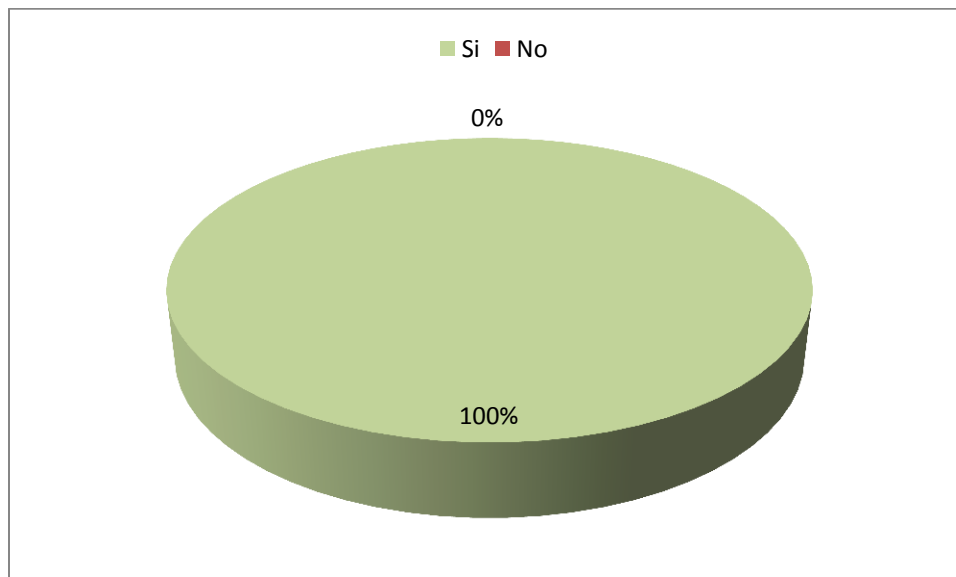
**Cuadro Nº 15**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	145	100,00
No	0	0,00
<b>Total</b>	<b>145</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas Realizadas a los Demandantes

**Elaboración:** La autora

**Gráfico Nº 10**



**INTERPRETACIÓN:** El 100% de las familias si están de acuerdo en adquirir el producto debido a que en esta parroquia no existen empresas que se dediquen a la venta de pasteles por lo tanto las familias salen al cantón Catamayo a adquirir los productos.



**6. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría enterarse de la nueva empresa?**

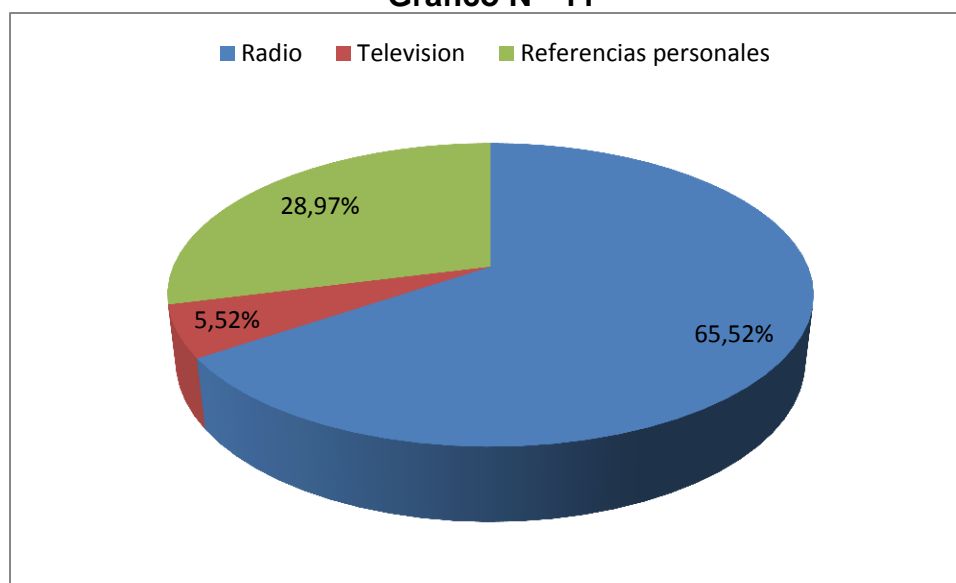
**Cuadro N° 16**

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Radio	95	65,52
Televisión	8	5,52
Referencias personales	42	28,97
<b>Total</b>	<b>145</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas Realizadas a los Demandantes

**Elaboración:** La autora

**Gráfico N° 11**



**INTERPRETACIÓN:** Los medios de comunicación que les gustaría enterarse de la nueva empresa son por medio de la radio con el 65,52% para las familias de Zambi también indican que les gustaría enterarse por medio de referencias personales con el 28,97% y el 5,52% por medio de la televisión.

## ENCUESTA REALIZADA A LOS DEMANDANTES DE PAN (Familias Guayquichuma)

### 1. Consume usted pan

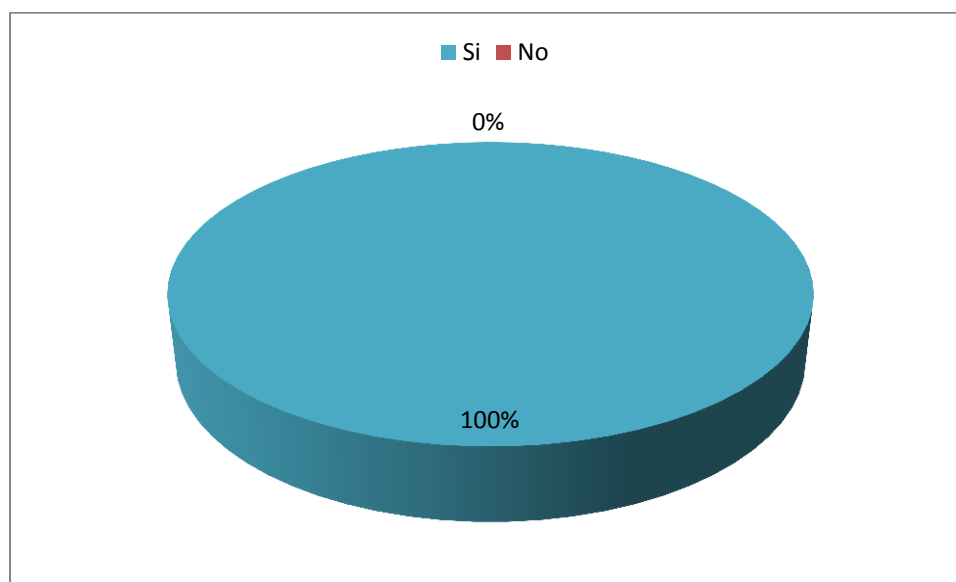
**Cuadro Nº 17**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	96	100,00
No	0	0,00
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas Realizadas a los Demandantes

**Elaboración:** La autora

**Gráfico Nº 12**



**INTERPRETACIÓN:** Dentro del consumo de pan que se realizó en las familias de la parroquia Guayquichuma el 100% indicaron que si consumen pan.

## 2. ¿Qué cantidad y con qué frecuencia adquiere el producto?

**Cuadro N° 18**

Cantidad	Punto medio	Diario	Semanal	Quincenal	Anual	Total anual
( 1 - 4)	2,5	30	36	12	9	33105
( 5 - 8)	6,5	4	3	2	0	10842
( 9 - 12)	10,5	0	0	0	0	0
(13 - 16)	14,5	0	0	0	0	0
<b>Total</b>						<b>43947</b>
<b>Promedio</b>						<b>458</b>

**Fuente:** Encuestas Realizadas a los Demandantes

**Elaboración:** La Autora

**Cuadro N° 19**

Punto promedio	Diario	Semanal	Quincenal	Anual
2,5	27375	4680	780	270
6,5	9490	1014	338	0
10,5	0	0	0	0
14,5	0	0	0	0

**Fuente:** Encuestas Realizadas a los Demandantes

**Elaboración:** La Autora

**INTERPRETACIÓN:** De acuerdo con esta pregunta en la parroquia Zambí se consume diariamente (1 - 4) un promedio de 2,5 por 30 familias da como resultado 27375 panes al año, en 36 familias consumen semanalmente al año consume 4680 panes al año, quincenalmente consumen 12 familias un total de 780 panes al año, anual 9 familia consumen 270 panes año. El Promedio de Consumo anual de 458 unidades de pan por familia.

### 3. ¿Cuál es el pan de su preferencia?

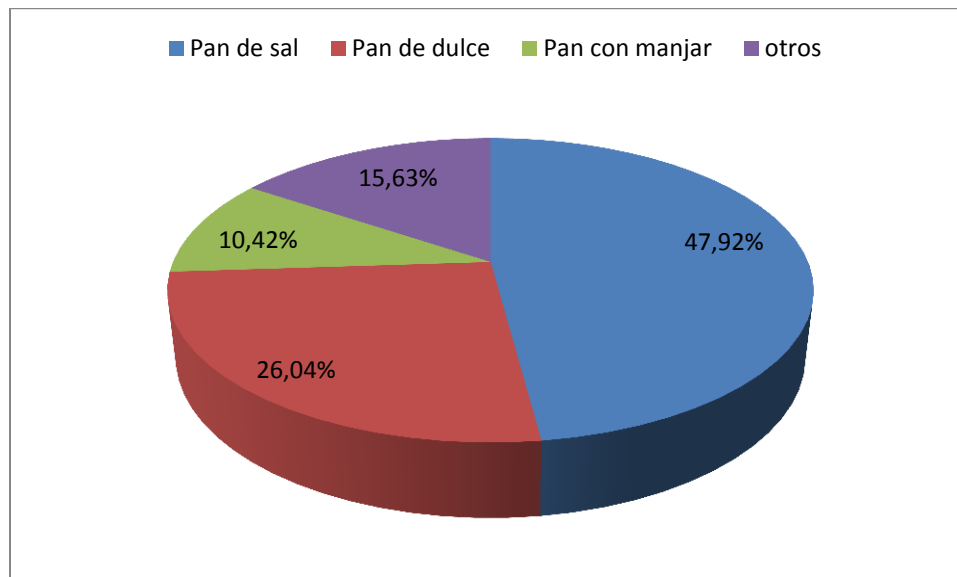
**Cuadro N° 20**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Pan de sal	46	47,917
Pan de dulce	25	26,042
Pan con manjar	10	10,417
otros	15	15,625
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100,000</b>

**Fuente:** Encuestas Realizadas a los Demandantes

**Elaboración:** La autora

**Gráfico N° 13**



**INTERPRETACIÓN:** De las familias de Guayquichuma de las 96 familias consumen pan de sal con un porcentaje del 47,92, otros consumen pan de dulce con un porcentaje del 26,04%, otras familias consumen pan con manjar con el 10,42 y otras familias prefieren consumir otro tipo de pan con el 15,63%.

4. ¿Estaría de acuerdo con la implementación de una nueva empresa productora y comercializadora de pan y pasteles en la parroquia el Zambí?

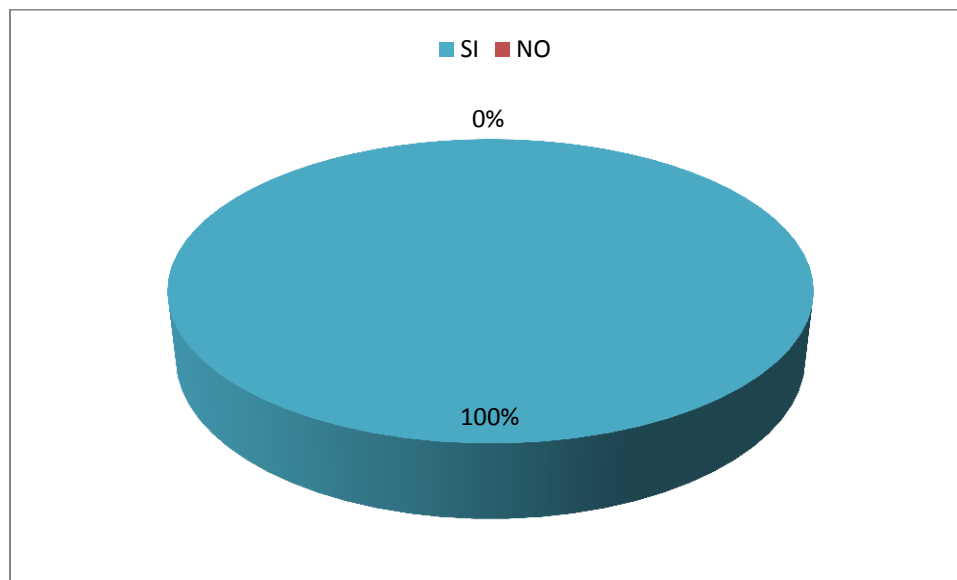
**Cuadro N° 21**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	96	100,00
No	0	0,00
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas Realizadas a los Demandantes

**Elaboración:** La autora

**Gráfico N° 14**



**INTERPRETACIÓN:** Las 96 familias de Guayquichuma si están de acuerdo con la aceptación de la nueva empresa.

## 5. ¿Cuánto está usted dispuesto a pagar por cada unidad de pan?

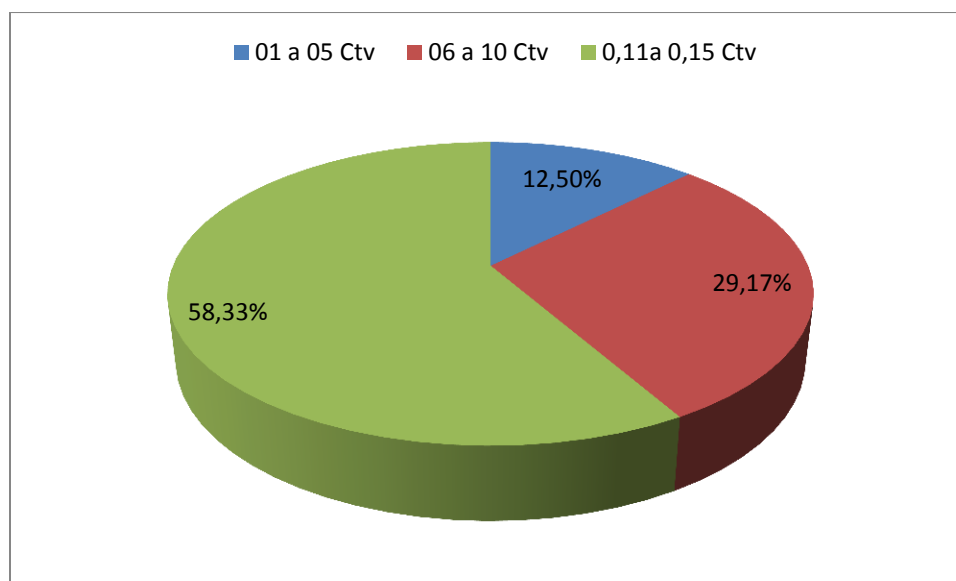
**Cuadro Nº 22**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
01 a 05 Ctv	12	12,50
06 a 10 Ctv	28	29,17
0,11a 0,15 Ctv	56	58,33
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas Realizadas a los Demandantes

**Elaboración:** La autora

**Gráfico Nº 15**



**INTERPRETACIÓN:** Las familias de la parroquia Guayquichuma indican el posible costo del producto, entre los resultados obtenidos se obtuvo con el 58,33% por el costo de \$0,15 ctvs., con el 29,17% un valor de \$0,06 a 0,10 ctvs., y por último con el 12,05% está dispuesto a pagar un valor de \$0,11 a 0,15 ctvs.

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

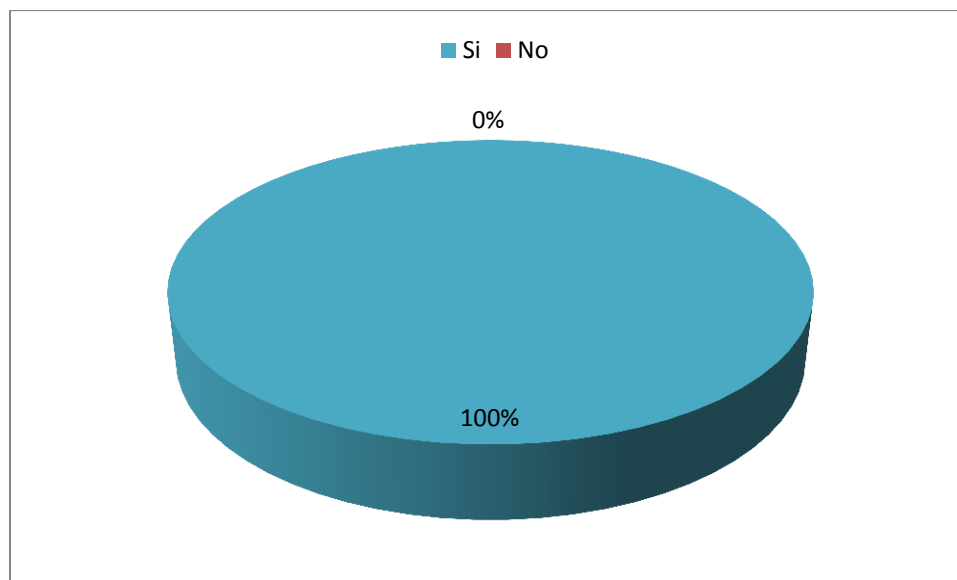
**Cuadro Nº 23**

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	96	100,00
No contestan	0	0,00
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas Realizadas a los Demandantes

**Elaboración:** La autora

**Gráfico Nº 16**



**INTERPRETACIÓN:** El 100% de las familias de la parroquia Guayquichuma si están de acuerdo en adquirir el producto debido que en las dos parroquias no existen panaderías.

**7. Por qué medios de comunicación le gustaría enterarse de la nueva empresa productora de pan y pasteles?**

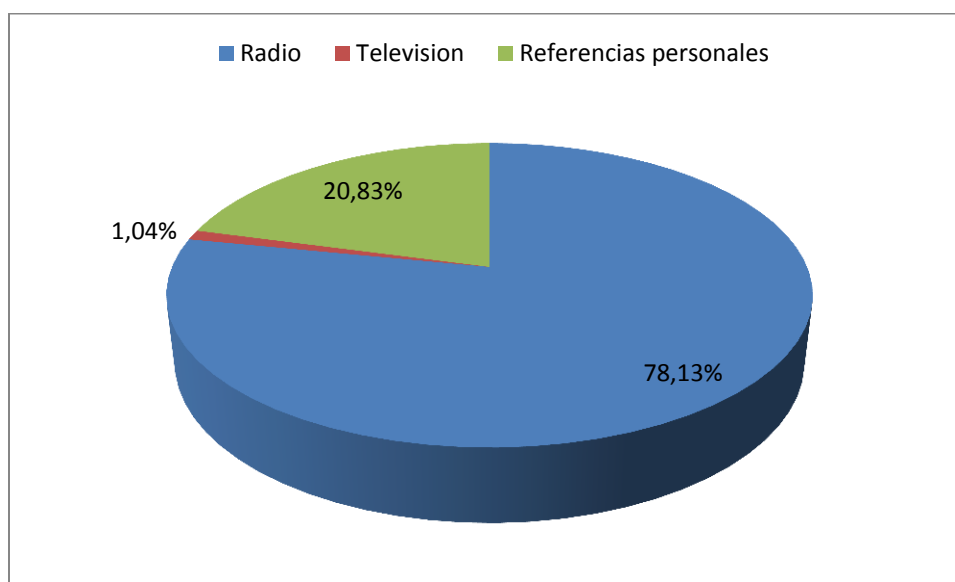
**Cuadro N° 24**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Radio	75	78,13
Televisión	1	1,04
Referencias personales	20	20,83
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas Realizadas a los Demandantes

**Elaboración:** La autora

**Gráfico N° 17**



**INTERPRETACIÓN:** Las familias de la Guayquichuma les gustaría enterarse por medio de la radio de la nueva empresa con el 78,13%; el 20,83% por referencias personales y el 1,04% por medio de la televisión.



## ENCUESTA REALIZADA A LOS DEMANDANTES DE PASTELES (Familias Guayquichuma)

### 1. ¿Consume usted pastel?

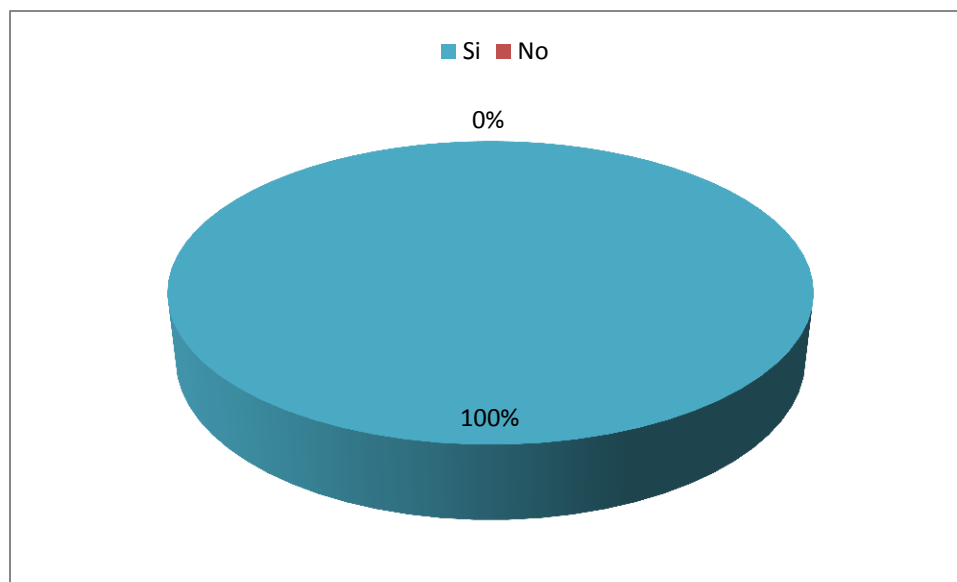
**Cuadro Nº 25**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	96	100,00
No	0	0,00
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas Realizadas a los Demandantes

**Elaboración:** La autora

**Gráfico Nº 18**



**INTERPRETACIÓN:** El 100% de las familias si consumen pasteles.

## 2. ¿Qué cantidad y con qué frecuencia consume pasteles?

**Cuadro Nº 26**

Cantidad	Punto medio	Diario	Semanal	Quincenal	Anual	Total anual
( 1 a 2 )	1,5	0	9	14	35	1878
( 3 a 4 )	3,5	0	8	5	15	2541
( 5 a 6 )	5,5	0	2	1	3	913
( 7 a 8 )	7,5	0	1	1	2	765
<b>Total</b>						<b>6097</b>
<b>Promedio</b>						<b>64</b>

**Fuente:** Encuestas Realizadas a los Demandantes

**Elaboración:** La autora

**Cuadro Nº 27**

Punto promedio	Diario	Semanal	Quincenal	Anual
1,5	0	702	546	630
3,5	0	1456	455	630
5,5	0	572	143	198
7,5	0	390	195	180

**Fuente:** Encuestas Realizadas a los Demandantes

**Elaboración:** La autora

**INTERPRETACIÓN:** De acuerdo con esta pregunta para la parroquia Guayquichuma semanalmente consumen pasteles con un promedio de 1,5 por 9 pasteles cada familia da como resultado 702 pasteles al año, de (3 - 4) con un promedio de 3,5 y 8 familias consumen semanalmente al año consume 1456, de (5 - 6) con un promedio de 5,5 y 2 familias consumen semanalmente al año consume 572 y de (7 - 8) con un promedio de 7,5 y 1 familia consumen semanalmente al año consume 390. El Promedio de Consumo anual es de 64 unidades de pastel por familia.

### 3. Cuál es el pastel de su preferencia?

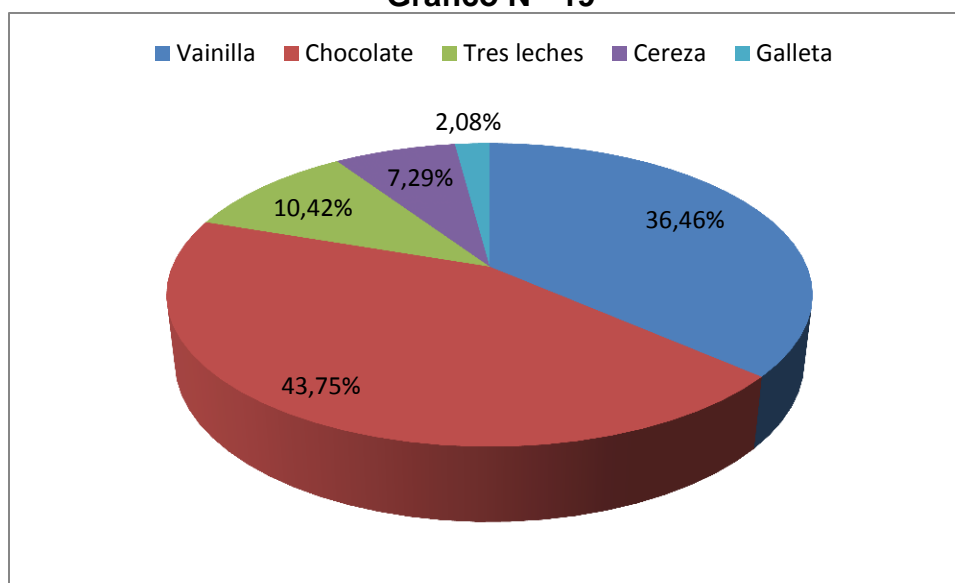
**Cuadro Nº 28**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Vainilla	35	36,46
Chocolate	42	43,75
Tres leches	10	10,42
Cereza	7	7,29
Galleta	2	2,08
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas Realizadas a los Demandantes

**Elaboración:** La autora

**Gráfico Nº 19**



**INTERPRETACIÓN:** Para las familias de Guayquichuma los pasteles de su preferencia son de chocolate con el 43,75%; el de vainilla con el 36,46%; otro pastel de su preferencia es el de tres leches con el 10,42%; de cereza con el 7,29% y el 2,08 prefieren el pastel con galletas.

4. ¿Está de acuerdo con la implementación de una nueva empresa productora y comercializadora de pan y pasteles en la parroquia el Zambí?

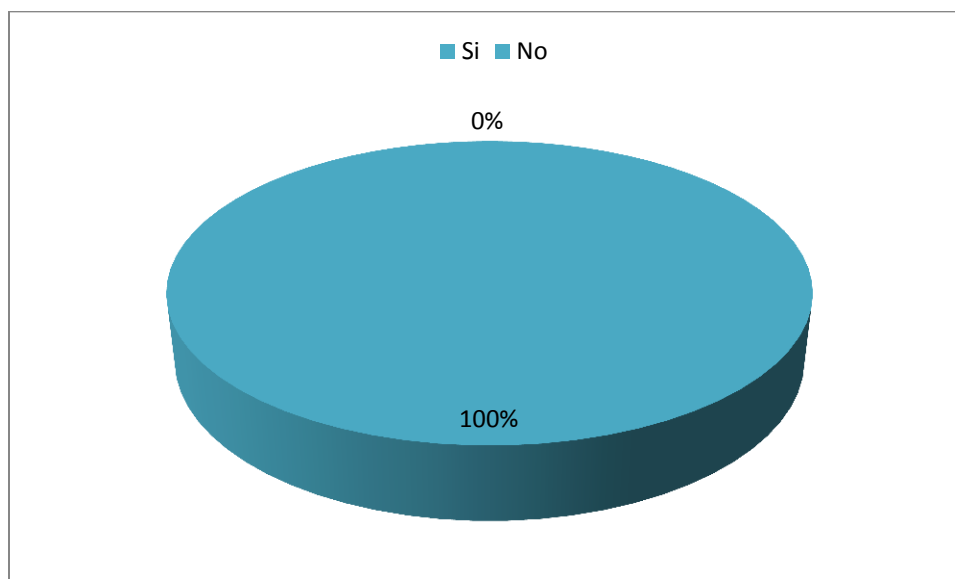
Cuadro Nº 29

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	96	100,00
No	0	0,00
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuestas Realizadas a los Demandantes

Elaboración: La autora

Gráfico Nº 20



**INTERPRETACIÓN:** El 100% que representa a las familias si están de acuerdo con la implementación de la empresa de pan y pasteles

**5. Usted estaría dispuesto a adquirir nuestro nuevo producto.**

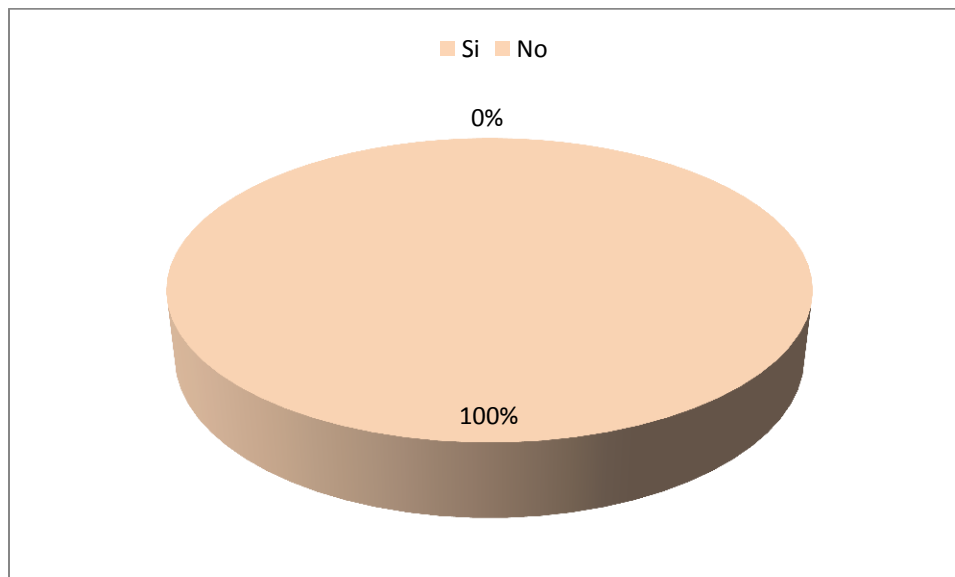
**Cuadro N° 30**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	96	100,00
No	0	0,00
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas Realizadas a los Demandantes

**Elaboración:** La autora

**Gráfico N° 21**



**INTERPRETACIÓN:** El 100% de las familias si están de acuerdo en adquirir el producto debido a que en esta parroquia no existen panaderías y pastelerías que se dediquen a la venta de pasteles por lo tanto las familias salen al cantón Catamayo a adquirir los productos.

**6. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría enterarse de la nueva empresa?**

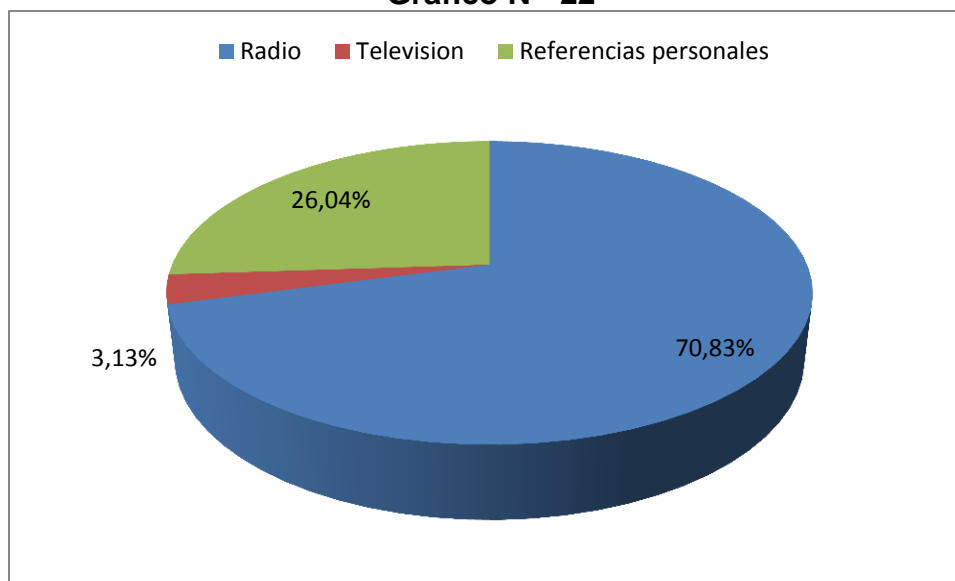
**Cuadro N° 31**

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Radio	68	70,83
Televisión	3	3,13
Referencias personales	25	26,04
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas Realizadas a los Demandantes

**Elaboración:** La autora

**Gráfico N° 22**



**INTERPRETACIÓN:** Según la encuesta a las familias de Guayquichuma les gustaría enterarse por medio de la radio con el 70,83%; el 26,04 por medio de referencias personales y el 3,13% por la televisión.

## **g. DISCUSIÓN**

### **1. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **Análisis de la Demanda**

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado

El análisis de la demanda tiene como objetivo principal medir las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado, con respecto a un bien o servicio y como este puede participar para lograr la satisfacción de dicha demanda.

La demanda funciona a través de distintos factores:

La necesidad real del bien, su precio, nivel de ingreso de la población

- El principal propósito de nuestro análisis es determinar la posibilidad que tiene los productos en la satisfacción de dicha demanda, determinando ciertos factores como son:
  - Determinación de la demanda potencial, Determinación de la demanda efectiva, Determinación de la demanda insatisfecha

#### **Demanda Potencial**

- **Zambi**

Para determinar la demanda potencial del presente proyecto, se realizó 145 encuestas a las familias de la parroquia el Zambi, a los cuales se preguntaron si consumen pan y pasteles, respondiendo el 100 % que sí, y el 0% restante que no, lo que se evidencia en el cuadro N° 2 y cuadro N°10.

**Cuadro N° 32**

<b>Población</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Demandantes Potenciales</b>
145	100%	145

**Fuente:** Cuadro N° 2 y 10

**Elaboración:** La Autora

- **Guayquichuma**

Se realizó 96 encuestas a las familias de la parroquia el Guayquichuma, a los cuales se preguntaron si consumen pan y pasteles, respondiendo el 100 % que sí, y el 0% restante que no, lo que se evidencia en el cuadro N°17 y cuadro N° 25 .

**Cuadro N° 33**

<b>Población</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Demandantes Potencial</b>
96	100%	96

**Fuente:** Cuadro N° 17 y 25

**Elaboración:** La Autora

### **Demanda Real**

- **Zambi**

Para determinar la demanda real se tomó la demanda potencial de Zambi que es de 145 familias y se multiplica por el 100% que son las familias que si les gustaría que existiera en la parroquia una empresa de este tipo, según el cuadro N° 6 y 14 de la encuesta a las familias, obteniendo como resultado 145 familias



**Cuadro N° 34**

<b>Demandantes Potenciales</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Demandantes Real</b>
145	100%	145

**Fuente:** Cuadro 8 y 15

**Elaboración:** La Autora

- **Guayquichuma**

Para determinar la demanda real se tomó la demanda potencial de Guayquichuma que es de 96 familias y se multiplica por el 100% que son las familias que si les gustaría que existiera en la parroquia una empresa de este tipo, según el cuadro N° 21 y 29 de la encuesta a las familias, obteniendo como resultado 96 familias.

**Cuadro N° 35**

<b>Demandantes Potenciales</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Demandantes Real</b>
96	100%	96

**Fuente:** Cuadro 21 y 29

**Elaboración:** La Autora

### **Demanda Efectiva**

- **Zambi**

Para su determinación se utilizó las respuestas sobre su disposición a comprar los productos en el caso que se instale una empresa productora de pan y pasteles en la parroquia de Zambi obteniéndose que el 100% estén dispuestos a adquirir el producto ofrecido por la empresa cuadro N° 7 y cuadro N° 15.

**Cuadro N° 36**

<b>Demandantes Reales</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Demandantes efectiva</b>
145	100%	145

**Fuente:** Cuadro 7 y 15

**Elaboración:** La Autora

- **Guayquichuma**

Para su determinación se utilizó las respuestas sobre su disposición a comprar los productos en el caso que se instale una empresa productora de pan y pasteles en la parroquia de Guayquichuma obteniéndose que el 100% estén dispuestos a adquirir el producto ofrecido por la empresa cuadro N° 23 y cuadro N° 30.

**Cuadro N° 37**

<b>Demandantes Reales</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Demandantes Real</b>
96	100%	96

**Fuente:** Cuadro N° 23 y 30

**Elaboración:** La Autora

### **Demanda Efectiva en Unidades de Pan**

- **Zambi**

**Cuadro N° 38**

<b>Años</b>	<b>Demandantes Efectiva</b>	<b>Consumo promedio anual</b>	<b>Demandantes Proyectada</b>
1	145	657	95282
2	145		95282
3	145		95282
4	145		95282
5	145		95282
6	145		95282
7	145		95282
8	145		95282
9	145		95282
10	145		95282

**Fuente:** Cuadro N° 36 y 3

**Elaboración:** La Autora

- Guayquichuma

Cuadro N° 39

Años	Demandantes Efectiva	Consumo promedio anual	Demanda de unidades de pan
1	96	458	43947
2	96		43947
3	96		43947
4	96		43947
5	96		43947
6	96		43947
7	96		43947
8	96		43947
9	96		43947
10	96		43947

Fuente: Cuadro N° 37 y 18

Elaboración: La Autora

### Total de los Demandantes de Pan

Cuadro N° 40

Total de la Demanda efectiva en unidades de pan
139229
139229
139229
139229
139229
139229
139229
139229
139229
139229
139229

Fuente: Cuadro N° 38 y 39

Elaboración: La Autora

### Demanda Efectiva en Unidades de Pasteles

- Zambí

Cuadro N° 41

<b>Demanda Efectiva</b>	<b>Consumo promedio anual</b>	<b>Demanda de unidades de pasteles</b>
145	58	8429
145		8429
145		8429
145		8429
145		8429
145		8429
145		8429
145		8429
145		8429
145		8429
145		8429

**Fuente:** Cuadro N° 36 y 11

**Elaboración:** La Autora

- **Guayquichuma**

Cuadro N° 42

<b>Demanda Efectiva</b>	<b>Consumo promedio anual</b>	<b>Demanda de unidades de pasteles</b>
96	64	6097
96		6097
96		6097
96		6097
96		6097
96		6097
96		6097
96		6097
96		6097
96		6097
96		6097

**Fuente:** Cuadro N° 37 y 26

**Elaboración:** La Autora

## Total de los Demandantes de Pan

**Cuadro N° 43**

<b>Demanda efectiva Total (100%)</b>
14526
14526
14526
14526
14526
14526
14526
14526
14526
14526
14526

**Fuente:** Cuadro N° 41 y 42

**Elaboración:** La Autora

**Oferta:** En la oferta no se realizó el estudio por lo que no existen ninguna empresa productora de pan en la parroquia de Zambí por lo tanto la oferta es cero.

### **Determinación de la Demanda Insatisfecha**

La demanda insatisfecha se obtiene de la diferencia entre la demanda y la oferta actual, tomando en cuenta los resultados de las encuestas aplicadas a los consumidores y las entrevistas a oferentes. En el siguiente cuadro encontramos el balance entre la demanda y oferta de la producción de pan y pasteles en la parroquia el Zambí. En este caso la demanda insatisfecha va a hacer la misma demanda.

## - Pan

Cuadro N° 44

<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
160770	0	160770
160770	0	160770
160770	0	160770
160770	0	160770
160770	0	160770
160770	0	160770
160770	0	160770
160770	0	160770
160770	0	160770
160770	0	160770
160770	0	160770

**Fuente:** Cuadro N° 29  
**Elaboración:** La Autora

## - Pasteles

Cuadro N°45

<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
14526	0	14526
14526	0	14526
14526	0	14526
14526	0	14526
14526	0	14526
14526	0	14526
14526	0	14526
14526	0	14526
14526	0	14526
14526	0	14526
14526	0	14526

**Fuente:** Cuadro N° 32  
**Elaboración:** La Autora

## Plan de Comercialización

### El Producto

El producto es el punto central del estudio de mercado, que la empresa pretende vender, y sus características que debe tener, así tenemos:

El producto (pan) a comercializar, es un producto de sabor y texturas únicas, blando, esponjoso, y crujiente. Sus propiedades se mantendrán invariables por el transcurso del tiempo, contará con los controles de calidad adecuados y permanentes, así mismo con una etiqueta para identificar la empresa, con su respectivo slogan, el producto será elaborado higiénicamente, con los más altos estándares de calidad, garantizando que el producto llegue en óptimas condiciones al consumidor.

### Características del Producto:

- Elaborado con buena calidad, Variedad de productos a elegir, Precios cómodos y accesibles

### Nombre de la empresa:



## Precio

El precio del producto que se va a ofrecer en el mercado tendrá un precio de 0.15 ctvs. De acuerdo a los resultados del estudio de mercado y también de acuerdo a los precios de la competencia.

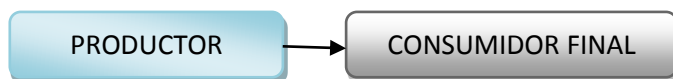
## Plaza

La operación empresarial, está basada en varias etapas, luego de haber elaborado el producto, queda por definir la plaza, la concentración mayor será la parroquia Zambi. Para este tipo de productos la comercialización se da de la siguiente manera:

**Gráfico N° 23**



Para la comercialización de los productos se realizara dos tipos de plazas una se hará la distribución en los diferentes barrios de Zambi y llegar hacia el consumidor final



Y la otra plaza será desde el productor hacia el consumidor final que son los consumidores directos de la Parroquia el Zambi.

## Publicidad y Promoción

La publicidad es cualquier tipo de presentación de venta no personal, pagado por un patrocinador determinado.

Este anuncio se lo realizará en la radio “WG Milenio”, que es la de mayor sintonía en la localidad, se harán cuñas radiales para 3 meses a un precio de 72,00



dólares mensuales, también se realizara por medio de la Radio boquerón para 3 meses a un costo de 74,40 dólares mensual, como se expresa a continuación:

**Cuadro Nº 46**

<b>Elementos</b>	<b>Cantidades</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>	<b>Meses</b>	<b>Costo anual Total</b>
Radio (WG Milenio)	16 Anuncios	1,50	24,00	3	72,00
Radio (Boquerón)	16 Anuncios	1,55	24,80	3	74,40
<b>TOTAL</b>					<b>146,40</b>

**Elaboración:** La Autora

## 2. ESTUDIO TÉCNICO

Significa determinar la posibilidad de ofrecer productos y servicios, la unidad productiva, los costos y gastos, el tamaño tratando de que todos estos recursos sean utilizados de la manera más óptima.

### TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

**Capacidad Instalada:** La capacidad instalada es de 6 latas en cada bandeja entran 30 panes con un tiempo horneado de 30 minutos más 5 minutos de demora al ingresar y sacar las latas del horno con un total de 35 minutos, dando un total de 180 panes por cada proceso productivo.

En el día se puede realizar 41 procesos (35 minutos cada uno) y esto multiplicado por 180 panes da un total de 7380 panes diarios; a este resultado se lo multiplica por los 264 días laborables al año de acuerdo a Ley (8 horas en el día) dando un total de elaboración de 1.948.320 panes al año.

**Cuadro N° 47**

Capac. del horno	N° horno	Producción por cada proceso	Procesos productivos en el día	Producción anual (264 días laborables)
6 bandejas	1 horno para la elaboración del pan	180 panes	41 procesos	1.948.320 panes

**Fuente:** capacidad de producción.

**Elaboración:** La Autora

**Capacidad Utilizada:** Es el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar el componente tecnológico, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un determinado período de tiempo.

Para determinar la capacidad utilizada se tomará en consideración el componente tecnológico y el porcentaje de producción que vamos a ofertar para cubrir la demanda insatisfecha.

El horno cuenta con 6 latas; la empresa trabajara solo con 3 latas para cada proceso productivo, ya que las 3 latas más estarían colocando los productos para el siguiente proceso productivo. Las cuales pueden hornearse 30 panes en cada lata, se trabajara los 264 días laborables del año de acuerdo a Ley, realizando 10 procesos productivos al día cada uno de estos procesos tiene una duración de 35 minutos. Se procesará 900 panes diarios esto multiplicado por 264 días al año se obtiene un total de 237600 panes al año.

**Cuadro N° 48**

N° Produc. Diarias	Capac. del horno con lo que se trabajara	N° Hornos	Producción por proceso	Producción diaria	Producción anual (264 días al año)
10	3 bandejas (30 panes)	1horno para pan	90 panes	900 panes	237600 panes

Elaboración: La Autora

**Cuadro N° 49**  
**Porcentaje de Capacidad Utilizada del Pan**

Año	Capacidad Instalada	Porcentaje	Capacidad utilizada
1	1.948.320	12%	237600
2	1.948.320	17%	335016
3	1.948.320	22%	432432
4	1.948.320	27%	529848
5	1.948.320	32%	627264
6	1.948.320	37%	724680
7	1.948.320	42%	822096
8	1.948.320	47%	919512
9	1.948.320	52%	1016928
10	1.948.320	57%	1114344

Fuente: Cuadro N° 47

Elaborado por: La Autora

**Capacidad Instalada del Pastel:** El horno tiene una capacidad de 6 latas en cada bandeja entran 2 pasteles con un tiempo de horneado de 45 minutos en cada proceso productivo dando un total de 12 pasteles en cada producción, esto multiplicando por 1440 minutos que tiene el día y dividiendo para 45 minutos en cada proceso se obtiene 32 pasteles al día; esto multiplicando 32 por 12 procesos productivos dando un resultado de 384 pasteles al día y multiplicado por 264 días laborables al año da un total de 101.376 pasteles al año.

**Cuadro N° 50**

Capac. del horno	N° hornos	Producción diaria	Producción anual (264 días laborables)
6 bandejas	1 horno para pasteles	384 pasteles	101.376 pasteles

Elaboración: La Autora

**Capacidad Utilizada:** El horno cuenta con 6 latas, en cada lata entran dos pasteles, se trabajara con 264 días al año, realizando 1 proceso productivo al día cada uno de estos procesos tiene una duración de 45 minutos.

Se procesará 12 pasteles diarios esto multiplicado por 264 días al año se obtiene un total de 3168 pasteles al año.

**Cuadro N° 51**

N° Producc. Diarias	Capac. del horno	N° hornos	Producción diaria	Producción anual (312 días al año)
6	3 bandejas	1 para pasteles	12 pasteles	3168 pasteles

Elaboración: La Autora

**Cuadro N° 52**  
**Porcentaje de Capacidad Utilizada**

<b>Año</b>	<b>Capacidad Instalada</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Capacidad utilizada</b>
1	119800	3%	3168
2	119800	8%	9734
3	119800	13%	15724
4	119800	18%	21714
5	119800	23%	27704
6	119800	28%	33694
7	119800	33%	39684
8	119800	38%	45674
9	119800	43%	51664
10	119800	48%	57654

Fuente: Cuadro N° 47

Elaborado por: La Autora

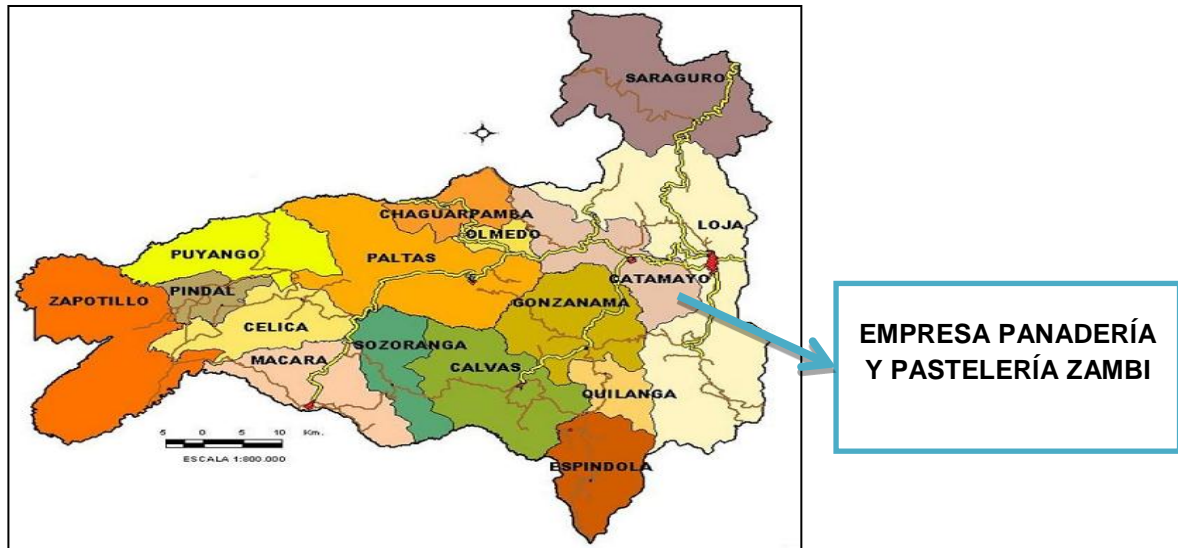
## **LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA**

### ➤ **Macro localización**

También llamada macro zona, es el estudio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto. Determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes.

La empresa “**panadería y pastelería Zambi**”, estará ubicada en la parroquia de Zambi Cantón Catamayo Provincia de Loja; puesto que está ubicada en un sector donde no existe competencia alguna y así nos permitirá prestar productos de calidad.

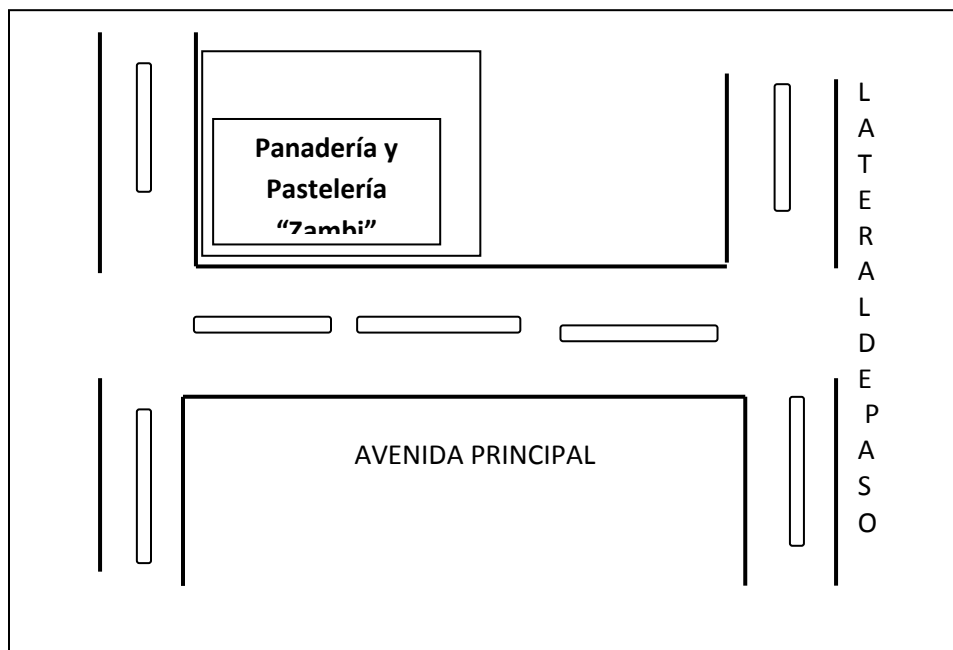
Gráfico N° 24



### Micro localización

La empresa Panadería y Pastelería “Zambi” se ubicara en el centro de la parroquia Zambi del cantón Catamayo provincia de Loja.

Gráfico N° 25  
CENTRO DE LA PARROQUIA ZAMBI



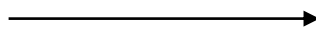
**Nota:** Zambi no cuenta con nombres en sus calles

## INGENIERÍA DEL PROYECTO

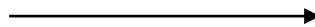
El objetivo de la Ingeniería del presente proyecto es el de probar la viabilidad técnica del mismo, aportando información que permita su evaluación técnica y económica, al mismo tiempo de proporcionar los fundamentos técnicos sobre los cuales se diseñará y ejecutará el proyecto.

## DESCRIPCIÓN DE MAQUINARIAS, EQUIPOS, HERRAMIENTAS Y UTENSILIOS PARA LA PRODUCCIÓN DE PAN Y PASTELES

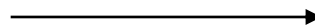
### Materiales Y Equipos



BATIDORA



GAS INDUSTRIAL



MESA DE ALUMINIO



HORNO A GAS

## **✚ Descripción del producto**

La Planta de producción pan y pasteles, tendrá como su actividad principal la producción de pan y pasteles, higiénicamente elaborados, listos para ser vendidas a los consumidores.

## **✚ Proceso de Producción**

La materia prima que en este caso es la harina que, deberá cumplir con las especificaciones técnicas y de calidad necesarias para que el producto salga en condiciones óptimas y adecuadas para el consumo.

### **1. Disponibilidad de Materia Prima**

La materia prima deberá reunir parámetros de calidad y con especificaciones y recomendaciones técnicas que garanticen su uso o consumo.

#### **Descripción del Proceso Productivo del Pan**

Una vez que se realizó el diagrama de los elementos del producto, y la presentación del mismo se procede a describir el proceso productivo.

#### **Fase 1.- Proceso de Producción de la Preparación de los Materiales**

##### **Recepción de la Materia Prima**

En este punto se mantendrá total cuidado, pues la materia prima (harina) principal insumo del producto, no podrá tener contacto directo con el ambiente. Es decir, en el proceso de descargue, los sacos harineros no podrán romperse, así eliminaremos la aparición de ratones y polillas en nuestra bodega de almacenamiento ni menos a que la harina se humedezca, tiempo empleado 15 minutos.



### **Revisión y Control**

Al retirar los sacos harineros de nuestras bodegas, para iniciar con el proceso productivo, es necesario que se supervisen los sacos de manera que ninguno se haya roto y apolillado.

Al abrirlo, es totalmente necesario, que se haga con gran cuidado, de forma que no quede alguna hilacha del tejido del saco en la harina, pues ésta fácilmente podría entrar en las fases siguientes del proceso y aparecer en el producto final, tiempo estimado 10 minutos.

### **Proceso de Mezclado**



En esta etapa, la harina mezclada con los demás ingredientes, la cantidad dependerá de los niveles de producción alcanzados. Normalmente ésta máquina es capaz de contener un quintal, es decir un saco o 80 kg de harina.

En esta fase, se le agrega el agua y los demás aditivos (sal, levadura, mantequilla) en su proporción justa. Para un quintal la proporción de los aditivos es la siguiente: La cantidad de agua que se le adhiere representa un 50 a 60% del total de harina vaciada. Requiere de un tiempo de 40 minutos.

### **Control de Calidad**

Se realizó una revisión minuciosa para determinar si la masa se encuentra totalmente homogénea, si no existen grumos y si se encuentra apta para continuar a la siguiente etapa, en caso de existir algún inconveniente, se debe regresar a la etapa anterior para mezclar una vez más a fin de lograr la consistencia necesaria, tiempo empleado 10 minutos.

### **Fermentación y Leudado.**

Se pone a fermentar y leudar la masa, de manera tal, que la masa pueda ser estirada y alcance un grosor para el corte apropiado. En esta etapa del proceso el maestro panadero debe añadir harina cruda a la masa y a los rodillos de la máquina, de manera, que la masa no se pegue en ellos. Una vez estirada la masa esta se debe tomar con tal cuidado para posteriormente dejarla sobre el mesón en el cual se hará el cortado tiempo empleado 25 minutos.

### **Proceso de Corte y formado**



El proceso de corte se hace sobre un mesón de madera limpio y en excelentes condiciones. El corte se realiza con unos moldes metálicos. El maestro panadero solo tiene que cargar o golpear respectivo molde sobre la masa. La velocidad de corte dependerá de la experiencia que tenga dicho maestro. Posteriormente al corte, la masa será depositada en unas bandejas metálicas para su posterior proceso de cocción. 20 min.

## **Fase 2.- Proceso de Horneado y Almacenamiento**

### **Engrasado de las latas.**

Se procede a poner manteca a las latas a utilizar para hornear los panes. Tiempo que requiere este proceso es de 2 minutos.

### **Proceso de Cocción**

En esta etapa las bandejas llenas son depositadas en un horno a una temperatura de 180° C. El proceso de cocción es del orden de los 30 minutos.

### **Proceso de Enfriamiento**

Luego de horneado el pan se espera para que se enfríe y poder hacer el control de calidad, tiempo empleado es de 3 minutos

### **Almacenamiento**

Una vez cocido el pan, es sacado del horno y vaciado a unos canastos de mimbres bien aireados de manera tal, que el pan permanezca fresco para que transpire y se humedezca. Una vez en los canastos, el pan es trasladado a las respectivas cajoneras y vitrinas del lugar donde es comercializado. Tiempo empleado 1 minuto.

La producción de pan es en el mismo lugar de venta.

## **FLUJOGRAMA DE PROCESO**

El flujo grama constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta el proceso productivo: en la cual se realizaran dos fases la primera de 120 minutos en la preparación de la materia

prima y la segunda fase describe el proceso de horneado de los panes dando un total de 480 minutos en el día (8 horas)

### FASE 1.- DIAGRAMA DEL PROCESO DE LA PREPARACIÓN DE LOS MATERIALES PARA DÍA (900 PANES)

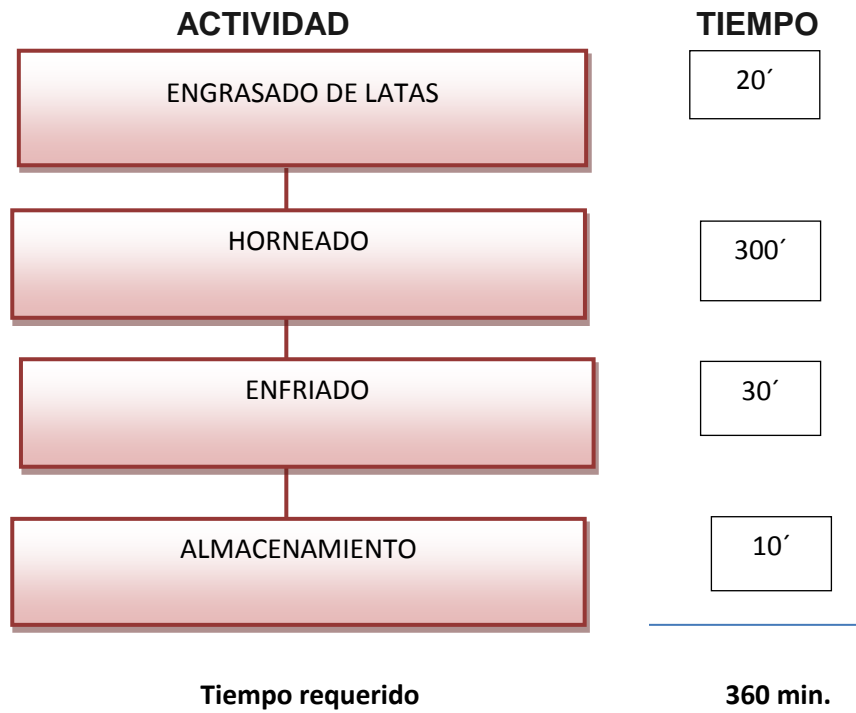


**FASE 1.- DIAGRAMA DEL PROCESO DE RECORRIDO DE LA PREPARACIÓN  
DE LOS MATERIALES PARA DÍA (900 PANES)**

FASES	OPERACIÓN	TRANSPORTE	INSPECCIÓN	INSPECCIÓN Y OPERACIÓN	DEMORA	ALMACENAMIENTO	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO (ACTIVIDADES)	TIEMPO (MINUTOS)
1						▼	RECEPCIÓN DE MATERIA PRIMA	15'
2			■				REVISIÓN Y CONTROL	10'
3	●						PROCESO DE MEZCLADO	40'
4			■				CONTROL	5'
5					◐		FERMENTACIÓN Y LEUDADO	30'
6	●						CORTE Y FORMADO	20'
6	2	0	2	0	1	1	<b>Totales</b>	120'

**Fuente:** Proceso Productivo

**Elaboración:** La Autora

**Fase 2.- DIAGRAMA DEL PROCESO DE HORNEADO (900 PANES EN EL DÍA)**

**Nota:** Al sumar los minutos de las dos fases del proceso productivo para los panes se obtiene 480 minutos en el día.

## FASE 2.- DIAGRAMA DEL PROCESO DE RECORRIDO DE HORNEADO (900 PANES EN EL DÍA)

FASES	OPERACIÓN	TRANSPORTE	INSPECCIÓN	INSPECCIÓN Y OPERACIÓN	DEMORA	ALMACENAMIENTO	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO (ACTIVIDADES)	TIEMPO (MINUTOS)
1	●						ENGRASA DE LATAS	20´
2					◐		HORNEADO	300´
3					◐		ENFRIADO	30´
4						▼	ALMACENAMIENTO	10´´
4	1	0	0	0	2	1	<b>Totales</b>	<b>360 min</b>

Fuente: Proceso Productivo

Elaboración: La Autora

## **Descripción del Proceso Productivo del Pastel**

### **Recepción de la Materia Prima**

En este punto se mantendrá total cuidado, pues la materia prima (harina) principal insumo del producto, no podrá tener contacto directo con el ambiente. Es decir, en el proceso de descargue, los sacos harineros no podrán romperse, así eliminaremos la aparición de ratones y polillas en nuestra bodega de almacenamiento ni menos a que la harina se humedezca, tiempo empleado 15 minutos.

### **Revisión y Control**

Al retirar los sacos harineros de nuestras bodegas, para iniciar con el proceso productivo, es necesario que se supervisen los sacos de manera que ninguno se haya roto y apolillado.

Al abrirlo, es totalmente necesario, que se haga con gran cuidado, de forma que no quede alguna hilacha del tejido del saco en la harina, pues ésta fácilmente podría entrar en las fases siguientes del proceso y aparecer en el producto final, tiempo estimado 10 minutos.

### **Proceso de Mezclado**

En esta etapa, la harina mezclada con los demás ingredientes, la cantidad dependerá de los niveles de producción alcanzados. En esta fase, se le agrega: Se agrega la azúcar, las yemas de huevo, habiéndolas separado previamente de las claras, la leche, saborizante, agente leudante. Requiere de un tiempo de 40 minutos.



**Engrasado de moldes:**

Se realiza el engrasado de los moldes en que se verterá la masa, el engrasado se hará con mantequilla y manteca. Requiere 10 minutos

**Vaciado de Mezcla en Moldes.**

La mezcla contenida en la batidora se vierte en los moldes engrasados, el vertido se realiza por gravedad, una vez que el molde contiene la mezcla, se elimina el exceso de ésta para que la superficie quede uniforme. Requiere de 10 minutos.

**Horneado.-** La mezcla se deja hornear a una temperatura promedio de 350° C durante unos 45 minutos.

En esta parte del proceso de elaboración del pastel el calor transforma la mezcla en un producto ligero, poroso, fácilmente digerible y de sabor agradable, lo cual se logra por una serie de reacciones que se llevan a cabo debido a la temperatura. Estas reacciones ocurren en una secuencia propia y deben realizarse en condiciones controladas.

**Enfriado**

Terminado de hornearse el pastel se transporta manualmente por medio de charolas a la mesa de trabajo para que se enfríen durante 10 minutos.

**Almacenamiento.**

El producto terminado se almacena en una cámara de refrigeración quedando listo para su venta. Se debe tener cuidado de no tener almacenado el producto terminado por más de 10 minutos.

## FASE 1.- DIAGRAMA DEL PROCESO PARA LOS PASTELES (12 PASTELES EN EL DIA)



### DIAGRAMA DEL PROCESO PARA LOS PASTELES (12 PASTELES EN EL DIA)

FASES	OPERACIÓN	TRANSPORTE	INSPECCIÓN	INSPECCIÓN Y OPERACIÓN	DEMORA	ALMACENAMIENTO	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO (ACTIVIDADES)	TIEMPO (MINUTOS)
1						▼	RECEPCIÓN DE MATERIA PRIMA	15'
2			■				REVISIÓN Y CONTROL	10'
3	●						PROCESO DE MEZCLADO	40'
4	●						ENGRASADO DE MOLDES	10'
5	●						VACIADO A LOS MOLDES	10'
6					⌒		HORNEADO	45'
7					⌒		ENFRIADO	10'
8						▼	ALMACENAMIENTO	10'
8	3	0	1	0	2	2	<b>Totales</b>	150' MINUTOS

**Fuente:** Proceso Productivo

**Elaboración:** La Autora

## **MATERIALES**

- Moldes de tamaño semi industrial, Bandejas plásticas, Charoles, Juego de decoradores, Espátulas, cucharetas, cuchillos – menaje de cocina repostería en general, Pozos para lavados de materiales, Conexiones agua fría, Desagües apropiados con filtros para grasa, Extractor de humos y olores, Filtros de polvo y grasa, Mesas de acero.

## **Equipos De Oficina**

### **Área Administrativa**

- ❖ Teléfono
- ❖ Calculadora Casio con papel.
- ❖ Hojas de papel boom, CD,
- ❖ flash memory

### **Requerimiento de Personal Administrativo**

- ❖ Gerente – Administrador
- ❖ Secretaria – Contadora
- ❖ Asesor Jurídico (temporal)

### **Requerimiento de Personal área de Producción.**

- ❖ Preparación de materias primas y operación de la mezcladora vertical.
- ❖ Traslado de la mezcla en el molde de hornear y colocación del molde en el horno, horneado (horno a gas)
- ❖ Bañado con crema de mantequilla y almacenado

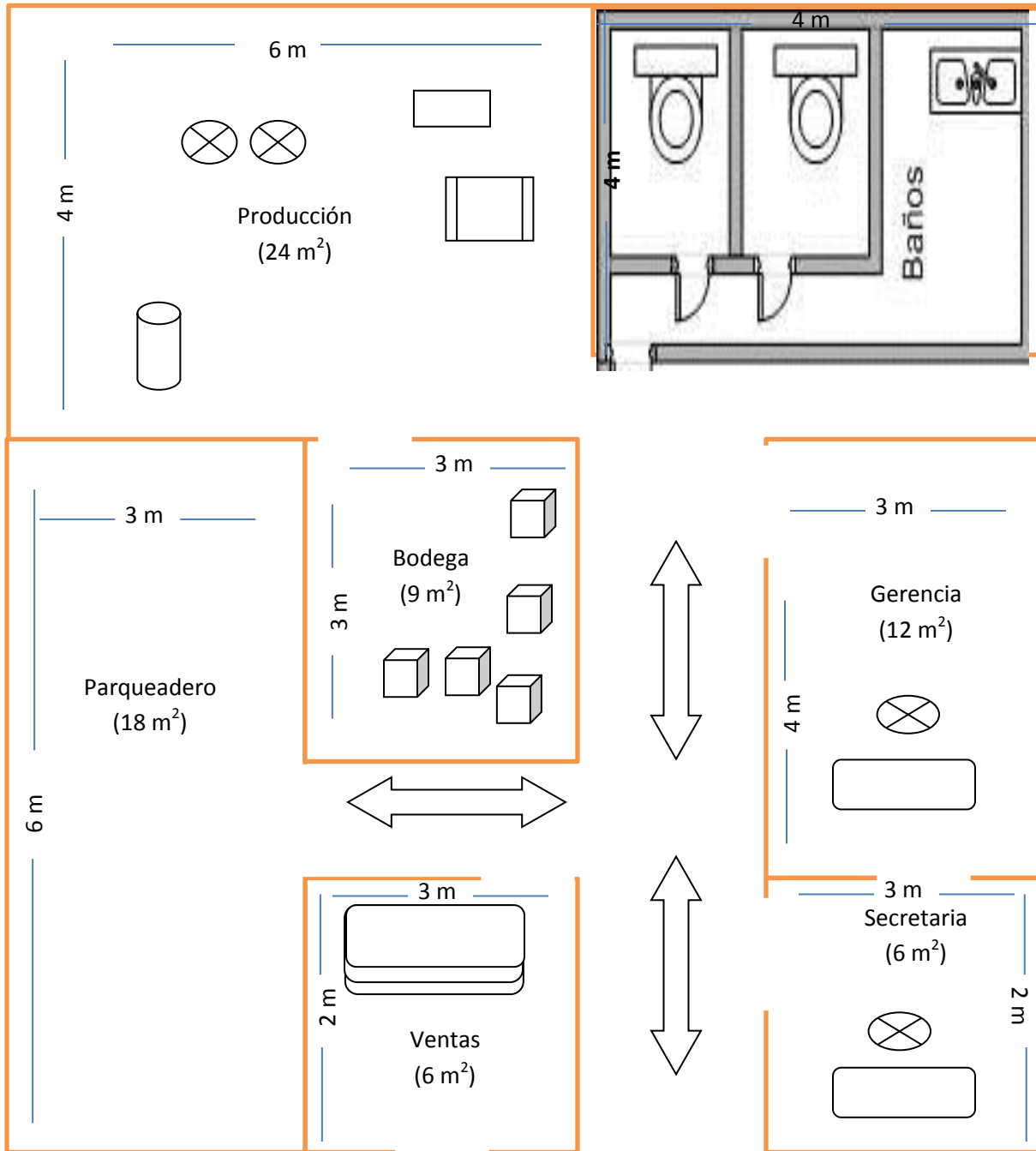
## **DISTRIBUCIÓN Y DISEÑO DE LA PLANTA**

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

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

- \* Producción
- \* Bodega
- \* Baños
- \* Gerencia
- \* Secretaria
- \* Ventas
- \* Parqueadero

## Distribución Física de la Planta



Elaborado por: La Autora

### 3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

El análisis administrativo pretende establecer los aspectos relacionados con la organización legal y administrativa de la empresa.

La empresa pretende cumplir con todos los requisitos legales necesarios para poder iniciar las operaciones como una empresa legalmente constituida en la parroquia Zambí cantón Catamayo y provincia de Loja.

**Base Legal.-** Para su operación se crea la empresa cumpliendo con lo que exige la Constitución Política del Estado, Ley de Compañías, Código de trabajo y más leyes concordantes y conexas, así como también sus reglamentos y normas que tengan relación con la iniciación y desarrollo de toda actividad empresarial o de producción en el país.

Para la implementación de esta empresa se adoptará la forma jurídica de Compañía de Responsabilidad Limitada, cuyo capital es aportaciones por 1 accionista. Para que una empresa se constituya legalmente la Superintendencia de Compañías exige el cumplimiento de los siguientes requisitos mismos que se detallan a continuación:

- **Razón Social:** Esta empresa estará constituida jurídicamente como Compañía de Responsabilidad Limitada y su razón social será: “ **Panadería Y Pastelería Zambí** ”

- **Objeto:** El objeto principal de la compañía será de ofrecer productos en la parroquia Zambi del cantón Catamayo.
- **Domicilio:** El domicilio de la presente compañía estará ubicado en la provincia de Loja, cantón Catamayo parroquia Zambi.
- **Nacionalidad:** La compañía será de nacionalidad ecuatoriana, por tanto está sujeta a las leyes vigentes en el Ecuador y a los estatutos que se elaboren dentro de ella.
- **Duración:** El Plazo de duración será constituida por el lapso de diez años a partir de su fecha de inscripción.
- **Capital:** La empresa estará conformada por 1 accionista, las cuales en base a la necesidad de inversión del proyecto, establecerá el monto individual de sus aportaciones, y con ello, el capital social.

### **Derecho del Accionista**

Las accionistas tendrán los siguientes derechos:

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



### **Obligaciones de las Accionistas.**

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

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

### **ESTRUCTURA EMPRESARIAL**

Para el cumplimiento de las actividades la empresa “**panadería y pastelería Zambi**” requiere de una estructura vertical en donde todas sus obligaciones y decisiones recaen sobre la gerencia, además la empresa cuenta con un área administrativa (gerente y secretaria-contadora) y 1 vendedora.

### **DETERMINACIÓN DE LOS NIVELES JERÁRQUICOS**

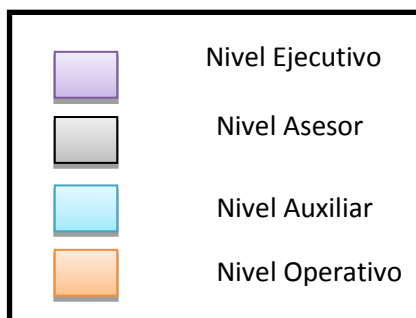
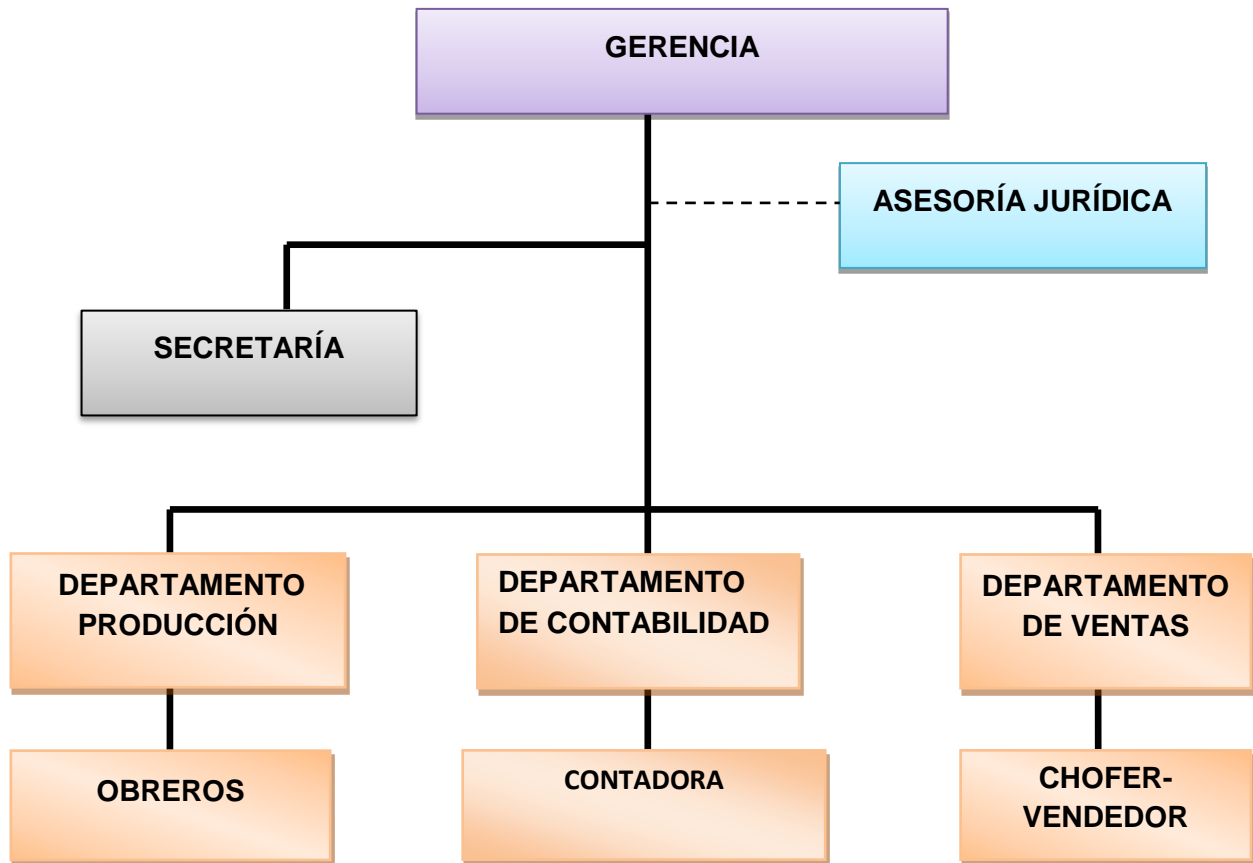
Es el conjunto de órganos agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que posean. En nuestra empresa únicamente se cuenta con el nivel ejecutivo, nivel de apoyo y nivel operativo.

**NIVEL EJECUTIVO:** Lo constituye el gerente que será nombrado por los socios.

**NIVEL DE APOYO:** En este nivel se encuentra la secretaria contadora que tiene relación directa con las actividades administrativas.

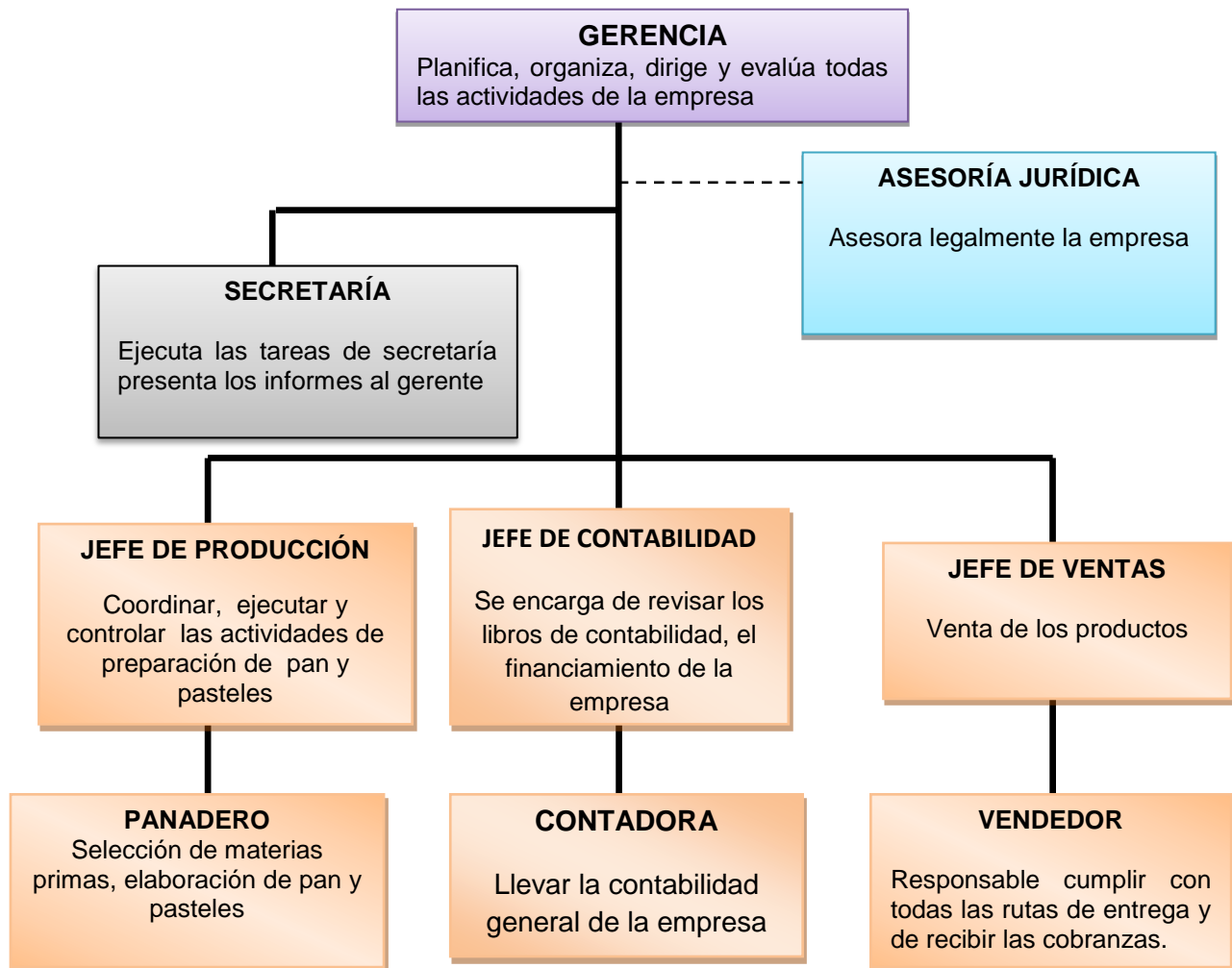
**NIVEL OPERATIVO:** Conformado por el jefe de producción y 2 obreros y un vendedor.

## ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA “panadería y pastelería Zambi”

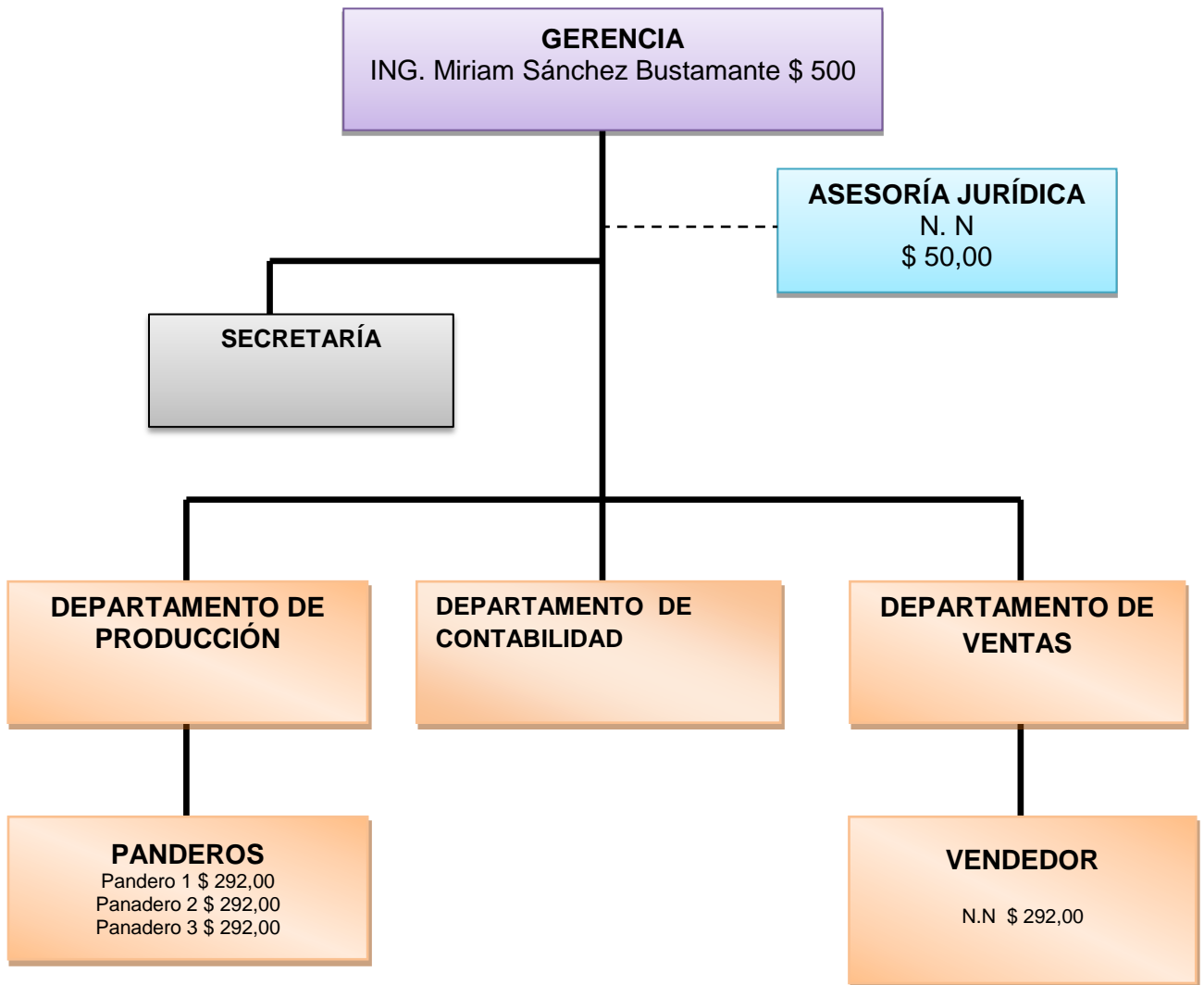


Elaboración: La Autora

## ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA “panadería y pastelería Zambi”




Elaboración: La Autora


**ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA “panadería y pastelería  
Zambi”**


Elaboración: La Autora


## MANUAL DE FUNCIONES

Todos quienes integran el Recurso Humano de la Compañía deben tener conocimiento claro del trabajo de la Empresa y del suyo, esto dependerá para alcanzar una mayor productividad en la Empresa.


	<p><b>NIVEL JERÁRQUICO: : Nivel Ejecutivo</b></p>
<p><b>CÓDIGO:</b> 001</p>	
<p><b>NOMBRE DEL PUESTO :</b> Gerente</p>	
<p><b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b> Planifica, organiza, dirige y evalúa todas las actividades de la empresa</p>	
<p><b>FUNCIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificar las actividades a realizarse</li> <li>• Organiza en forma coordinada los recursos económicos- financieros, humanos, materiales, etc.</li> <li>• Controla la ejecución del plan para realizar los ajustes correspondientes.</li> <li>• Ejerce la representación legal, judicial de la empresa.</li> <li>• Contrata al personal que se requiera para la realización de las diferentes actividades.</li> </ul>	
<p><b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Supervisar y controlar las actividades bajo su mando, así como las actividades de la empresa, usando su criterio profesional para la solución de los problemas inherentes a su cargo.</li> </ul>	
<p><b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de Ingeniero Comercial, Economista o carreras afines</li> <li>• Experiencia 1 años en actividades similares</li> <li>• Calidad de gestión, liderazgo y confiabilidad. Tener buenas relaciones interpersonales, presencia y facilidad de palabra.</li> </ul>	

	<b>NIVEL JERÁRQUICO: : Nivel Asesor</b>
<b>CÓDIGO:</b> 002	
<b>NOMBRE DEL PUESTO :</b> Asesor Jurídico	
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b> Controlar las actividades legales de la empresa, asesorar e informar sobre aspectos legales.	
<b>FUNCIONES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asesorar a los directivos sobre aspectos legales</li> <li>• Representar conjuntamente con el Gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa</li> <li>• Participar en sesiones, juntas de accionistas y jefes departamentales.</li> </ul>	
<b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantiene autoridad funcional más no de mando en razón de que asesora y recomienda pero no toma decisiones además su participación es eventual.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Título superior en jurisprudencia (abogado)</li> <li>• Experiencia mínima de 3 años en trabajos similares</li> <li>• Conocimiento de los programas básicos Excel, Word, etc.</li> <li>• Buenas relaciones interpersonales.</li> </ul>	

	<b>NIVEL JERÁRQUICO: Nivel Auxiliar</b>
<b>CÓDIGO:</b> 003	
<b>NOMBRE DEL PUESTO :</b> Secretaria	
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b> Realizar labores de secretaría, y asistencia directa al Gerente de la empresa.	
<b>FUNCIONES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Redactar oficios, memorándums, circulares de la empresa.</li> <li>• Atender al público en general y asignarles las entrevistas con el Gerente.</li> <li>• Mantener el archivo de documentación recibida y entregada.</li> <li>• Controlar la asistencia del personal.</li> <li>• Asistir de manera adecuada al Gerente de la empresa.</li> </ul>	
<b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Requiere de responsabilidad y conocimiento de secretariado, y tener buenas relaciones interpersonales.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de Secretaria Ejecutiva</li> <li>• Experiencia de 1 año en funciones similares</li> <li>• Cursos de relaciones humanas interpersonales</li> </ul>	

	<b>NIVEL JERÁRQUICO:</b> Nivel Auxiliar
<b>CÓDIGO:</b> 004	
<b>NOMBRE DEL PUESTO :</b> Contadora	
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b> Ejecutar las operaciones contables de la empresa y realizar el análisis financiero.	
<b>FUNCIONES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparar los estados financieros de la empresa.</li> <li>• Actualizar los sistemas contables de la empresa.</li> <li>• Organizar adecuadamente los registros contables.</li> <li>• Elaborar los roles de pago de todo el personal.</li> <li>• Mantener correctamente el manejo de los libros contables.</li> <li>• Determinar el control previo sobre los gastos.</li> </ul>	
<b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El puesto requiere de mucha responsabilidad y mucha concentración.</li> <li>• Responsabilidad técnica y económica en el manejo de las operaciones contables.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de Contadora.</li> <li>• Experiencia mínima de dos años en funciones similares.</li> <li>• Cursos de contabilidad y relaciones interpersonales.</li> </ul>	



	<b>NIVEL JERÁRQUICO:</b> Nivel Operativo
<b>CÓDIGO:</b> 007	
<b>NOMBRE DEL PUESTO :</b> Pandero	
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b> Se encarga de la producción del pan y pastel desde su elaboración hasta el almacenaje para su posterior comercialización.	
<b>FUNCIONES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Es el responsable de los materiales y herramientas que se empleen en la ejecución de las actividades.</li> <li>• Informa de todas las actividades realizadas y de los inconvenientes encontrados a su inmediato superior.</li> </ul>	
<b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Requiere de iniciativa y buena disposición en las tareas asignadas.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachiller</li> <li>• Experiencia en panadería y pastelería</li> </ul>	

#### 4. INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

##### INVERSIONES

La implementación del proyecto implica el uso de una serie de recursos, los cuales deben ser identificados en forma minuciosa, porque de ello depende que al momento de implementar el proyecto no surjan problemas, que al final podrían atender contra la implementación del proyecto.

##### Activos Fijos

Son todos los activos necesarios para llevar a efecto el proceso productivo, son bienes que posee la empresa en determinado periodo de tiempo.

**Maquinaria y Equipo:** Aquí agrupamos los valores correspondientes a la maquinaria y equipo que forma parte del proceso productivo, el valor de la maquinaria asciende a un total de \$ 3180 dólares americanos como se lo demuestra en el siguiente cuadro:

**Cuadro N° 53  
Maquinaria**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Hornos industriales de 6 bandejas	Unidad	2	400,00	800,00
Batidora semi industrial Marca Hamilton Beach	Unidad	1	420,00	420,00
cocina Industrial	Unidad	1	0,00	0,00
Amasadora Industrial	Unidad	1	45,00	45,00
<b>TOTAL</b>				<b>1265,00</b>

**Fuente:** Local de la Ciudad de Loja

**Elaboración:** LA Autora

**Cuadro N° 54  
Equipos**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Extintor	Unidad	1	35,00	35,00
Mesa Metálica	Unidad	1	95,00	95,00
Espiguesos	Unidad	2	150,00	300,00
<b>Total</b>				<b>430,00</b>

**Fuente:** Local de la Ciudad de Loja

**Elaboración:** LA Autora

**Herramientas menores:** Para ciertos procesos, además de maquinaria y equipos, es necesario utilizar herramientas que ayuden a la correcta realización del proceso de producción de pan y pasteles entre estos tenemos:

**Cuadro N° 55  
Herramientas**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
juego de cuchillos Tramontina (docena)	Unidad	1	20,00	20,00
Bandejas plásticas	Unidad	5	2,50	12,50
Latas de Horno	Unidad	10	8,00	80,00
Juego de decoradores	Unidad	10	4,00	40,00
Espátulas	Unidad	8	3,50	28,00
Cucharetas	Unidad	8	2,00	16,00
Espigueros	Unidad	2	150,00	300,00
Moldes de tamaño semi industrial rectangulares	Unidad	15	10,00	150,00
<b>Total</b>				<b>646,50</b>

**Fuente:** Local de la Ciudad de Loja

**Elaboración:** La Autora

**Muebles y enseres de oficina:** Son los muebles que hacen posible la ejecución de actividades en el ámbito administrativo, los mismos que aportarán al desarrollo eficiente y ordenado de la empresa:

**Cuadro N° 56**  
**Muebles y Enseres**

Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Escritorio Ejecutivo	1	175,00	175,00
Sillón Ejecutivo	1	75,00	75,00
Escritorio tipo Secretaria	1	125,00	125,00
sillas Giratorias	1	45,00	45,00
sillas	2	15,00	30,00
Archivadores	1	166,00	166,00
<b>TOTAL</b>		<b>601,00</b>	<b>616,00</b>

**Fuente:** Local de la Ciudad de Loja

**Elaboración:** La Autora

**Equipo de Oficina:** Son los bienes que serán utilizados para labores cotidianas en el área administrativa y operativa.

**Cuadro N° 57**  
**Equipos de Oficina**

Descripción	Unidad	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Computadora	Unidad	1	600,00	600,00
Impresora	Unidad	1	320,00	320,00
Telefónico	Unidad	1	130,00	130,00
<b>TOTAL</b>			<b>1050,00</b>	<b>1050,00</b>

**Fuente:** Local de la Ciudad de Loja

**Elaboración:** La Autor

## RESUMEN DE ACTIVOS

**Cuadro N° 58**

ACTIVOS	V. TOTAL
Maquinaria	1265,00
Equipo	430,00
Herramientas	646,50
equipos de oficina	1050,00
muebles y enseres de oficina	616,00
<b>Total</b>	<b>4007,50</b>

**Elaboración:** La Autora

## Resumen de Depreciaciones

Cuadro N° 59

Descripción	Valor	% Depreciación	Valor Residual	Vida Útil	Depreciación Anual
Maquinaria	1265,00	10,00%	126,50	10	113,85
Equipo	430,00	10,00%	43,00	10	38,70
herramientas	646,50	33,33%	215,48	3	143,67
equipos de oficina	1050,00	33,33%	349,97	3	233,35
muebles y enseres de oficina	616,00	20%	123,20	5	98,56
<b>TOTAL</b>			<b>858,14</b>		<b>628,13</b>

Elaboración: LA Autora

**Inversiones en Activos Diferidos:** Son aquellos desembolsos que se deben realizar para operar normalmente y garantizar la estabilidad de la empresa. A continuación se describe esta inversión:

Cuadro N° 60

Conceptos	Monto Individual	monto total
Constitución de la empresa	350	350
Patentes y registro de marca	180	180
permiso de funcionamiento	150	150
<b>Total</b>	<b>680</b>	<b>680</b>

Fuente: Asesoramiento profesional

Elaboración: La Autora

**Amortización de activo diferido:** Se lo calcula proporcionalmente para los años de vida útil del proyecto, en nuestro caso son 10 años. A continuación lo detallamos en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 61

Descripción	Vida Útil	Valor Activo	Valor Amortizado Anual
Activos Diferidos	10	680	68

Elaboración: La Autora

**Inversiones en Activos Circulantes:** Es la parte de las inversiones que se destina para resolver los costos de producción y de operación al inicio del funcionamiento del proyecto; es el dinero que se dispone para trabajar y en función del mismo proceder a realizar la rotación de inventarios.

Este capital se lo ha calculado para dos meses, puesto que luego de este lapso se generará ingresos por la venta del producto que la empresa ofrecerá.

**Materia Prima Directa:** Es los elementos materiales que se utiliza para la transformación de un producto. Para producir 900 panes se requiere de los siguientes materia prima para cada proceso productivo. En el anexo N°4 se encuentra la materia que se utilizara para para la producción diaria, mensual y anual

**Cuadro N° 62**  
**Materia Prima Directa del Pan**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad mensual</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Harina	Libras	1556	0,3	466,75	5601,02
Manteca vegetal	Libras	220	0,75	165	1980,00
Mantequilla vegetal	libras	220	0,75	165	1980,00
Huevos	Unidades	1980	0,12	237,6	2851,20
<b>Total</b>				<b>1034,35</b>	<b>12412,22</b>

**Fuente:** Bodegas Distribuidoras

**Elaboración:** La Autora

**Cuadro N° 63**  
**Materia Prima Directa del Pastel**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad mensual</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Harina	Libras	433,16	0,3	129,95	1559,38
Huevos	Unidad	936	0,12	112,32	1347,84
<b>Total</b>				<b>242,27</b>	<b>2907,22</b>

**Proyección de la Materia Prima Directa:** La proyección se la realizará con el 4,16%, que es la tasa de inflación del año 2012.

**Cuadro N° 64**  
**Proyección de la Materia Prima Directa**

<b>AÑOS</b>	<b>V. TOTAL</b>
1	15319,44
2	15956,73
3	16620,53
4	17311,94
5	18032,12
6	18782,26
7	19563,60
8	20377,44
9	21225,14
10	22108,11

**Fuente:** Tasa de inflación 2012 de 4,16%

**Mano de Obra Directa:** En este rubro se considera todo el gasto empleado en la contratación del personal que interviene directamente en el proceso de producción, es decir aquellos que con su trabajo transforman la materia prima en producto terminado. La mano de obra directa estará integrada por 2 obreros, quienes ejecutaran el proceso de producción.

**Cuadro N° 65**  
**Mano de Obra Directa**

<b>Especificaciones</b>	<b>Valor</b>
Sueldo Básico	318,00
Décimo Tercero (S.B./12)	26,50
Décimo Cuarto (S.B./12)	26,50
Vacaciones (S.B./24)	13,25
Aporte Patronal IEES (12,15%)	38,64
<b>Total Remuneración (I-E)</b>	<b>422,89</b>
Nº Obreros	2
<b>Total Mensual</b>	<b>845,77</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>10149,29</b>

**Fuente:** Inspectoría de Trabajo  
**Elaboración:** La Autora

**Proyección de la Mano de Obra Directa:** La proyección se la realizará con el 4,16%, que es la tasa de inflación del año 2012.

**Cuadro N° 66**  
**Proyección de la Mano de Obra Directa**

<b>AÑOS</b>	<b>V. TOTAL</b>
1	10149,29
2	10571,50
3	11011,27
4	11469,34
5	11946,47
6	12443,44
7	12961,09
8	13500,27
9	14061,88
10	14646,85

**Fuente:** Tasa de inflación 2012 de 4,16%

**Materia Prima Indirecta.-** Es los elementos materiales secundarios que se utiliza para la transformación de un producto. En este caso la materia prima directa serán los que se describen a continuación.



**Cuadro N° 67**  
**Materia Prima Indirecta del Pan**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad Mensual</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Levadura	Libras	6	0,3	1,8	21,60
Sal	Libras	44	0,3	13,2	158,40
Azúcar	Libras	220	0,4	88	1056,00
Agua	litros	440	0	0	0,00
<b>Total</b>				<b>103</b>	<b>1236,00</b>

**Fuente:** Bodegas Distribuidoras

**Elaboración:** La Autora

**Cuadro N° 68**  
**Materia Prima Indirecta del Pastel**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad mensual</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Royal	libras	5,5	0,25	1,375	16,50
Leche	Litros	220	0,6	132	1584,00
Mantequilla	Libras	132	0,75	99	1188,00
Manteca	Libras	110	0,75	82,5	990,00
Azúcar	libras	132	0,4	52,8	633,60
<b>Total</b>				<b>367,675</b>	<b>4412,10</b>

**Fuente:** Bodegas Distribuidoras

**Elaboración:** La Autora

**Proyección de la Materia Prima Indirecta:** es la sumatoria de las dos materias primas indirectas del pan y del pastel

**Cuadro N° 69**

<b>AÑOS</b>	<b>V. TOTAL</b>
1	5648,10
2	5883,06
3	6127,80
4	6382,71
5	6648,23
6	6924,80
7	7212,87
8	7512,93
9	7825,46
10	8151,00

**Fuente:** Tasa de inflación 2012 de 4,16%

**Mano de Obra Indirecta:** Son los Gastos de contratación de empleados que intervienen de forma indirecta en el proceso de producción, la mano de obra indirecta estará a cargo de un maestro panadero (en este caso será el mismo gerente de la empresa)

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

**Cuadro N° 70**  
**Servicios Básicos**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad Mensual</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
Agua Potable m3*	87	0,096	8,35	100,22
Energía eléctrica Kw	85	0,12	10,20	122,40
Teléfono (minutos)	121	0,05	6,05	72,60
<b>Total</b>			<b>24,60</b>	<b>295,22</b>

**Fuente:** Municipio; EERSSA; CNT.

**Elaboración:** La Autora

**Proyección de los Servicios Básicos:** La proyección se la realizará con el 4,16%, que es la tasa de inflación del año 2012.

**Cuadro N° 71**

<b>AÑOS</b>	<b>V. TOTAL</b>
1	295,22
2	307,51
3	320,30
4	333,62
5	347,50
6	361,96
7	377,01
8	392,70
9	409,03
10	426,05

**Fuente:** Tasa de inflación 2012 de 4,16%

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

**Cuadro N° 72**  
**Sueldos Administrativos**

<b>Especificaciones</b>	<b>Gerente</b>
Sueldo Básico	550,00
Décimo Tercero (S.B./12)	45,83
Décimo Cuarto (S.B./12)	26,50
Vacaciones (S.B./24)	22,92
Aporte Patronal IEES (12,15%)	66,83
Total Remuneración (I-E)	<b>712,08</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>8544,90</b>
<b>TOTAL</b>	<b>8544,90</b>

**Fuente:** Inspectoría de Trabajo  
**Elaboración:** La Autora

**Proyección de Sueldos Administrativos:** La proyección se la realizará con el 4,16%, que es la tasa de inflación del año 2012

**Cuadro N° 73**  
**Proyección de Sueldos Administrativos**

<b>AÑOS</b>	<b>V. TOTAL</b>
1	8544,90
2	8900,37
3	9270,62
4	9656,28
5	10057,98
6	10476,39
7	10912,21
8	11366,16
9	11838,99
10	12331,49

**Fuente:** Tasa de inflación 2012 de 4,16%  
**Elaboración:** La Autora

**Arriendo:** En vista de que no se tiene un terreno propio para ubicar la empresa se ha creído conveniente realizar en un local (este local es propio), el mismo que debe encontrarse en perfecta ubicación y en las mejores condiciones para el correcto funcionamiento de la empresa, su costo es de un aproximado de \$ 100,00 mensual.

#### Cuadro N° 74

##### Arriendo

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Arriendo	100,00	1200,00
<b>Total</b>	<b>100,00</b>	<b>1200,00</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaboración:** La Autora

**Proyección de Arriendo:** La proyección se la realizará con el 4,16%, que es la tasa de inflación del año 2012.

#### Cuadro N° 75

##### Proyección de Arriendo

AÑOS	V. TOTAL
1	1200,00
2	1249,92
3	1301,92
4	1356,08
5	1412,49
6	1471,25
7	1532,45
8	1596,20
9	1662,60
10	1731,77

**Fuente:** Tasa de inflación 2012 de 4,16%

**Elaboración:** La Autora

**Útiles de Oficina:** Es el gasto que se produce con la adquisición de material de oficina como: papel bond, facturas, registros contables, esferográficos, lápices, etc.

**Cuadro Nº 76**  
**Útiles de Oficina**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad Mensual</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
Facturas	1 millar	20,00	20,00	240,00
Papel bond	1 resmas	3,00	3,00	36,00
Esferográficos	3	0,20	0,60	7,20
Imprevistos 5%			1,18	14,16
<b>Total</b>			<b>24,78</b>	<b>297,36</b>

**Fuente:** Casas Comerciales

**Elaboración:** La Autora

**Proyección de Útiles de Oficina:** La proyección se la realizará con el 4,16%, que es la tasa de inflación del año 2012.

**Cuadro Nº 77**  
**Proyección de Útiles de Oficina**

<b>AÑOS</b>	<b>V. TOTAL</b>
1	297,36
2	309,73
3	322,61
4	336,04
5	350,01
6	364,58
7	379,74
8	395,54
9	411,99
10	429,13

**Fuente:** Tasa de inflación 2012 de 4,16%

**Elaboración:** La Autora

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

**Cuadro N° 78**  
**Útiles de Aseo**

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Escobas	Unidad	1	2	2	24,00
Trapeadores	Unidad	1	2,5	2,5	30,00
Detergente multiuso	Fundas	2	3	6	72,00
recogedor de basura	Unidad	1	1	1	12,00
<b>Total</b>				<b>11,5</b>	<b>138,00</b>

Fuente: Almacenes Locales

Elaboración: La Autora

**Proyección de Útiles de Aseo:** La proyección se la realizará con el 4,16%, que es la tasa de inflación del año 2012.

**Cuadro N° 79**  
**Proyección de Útiles de Aseo**

AÑOS	V. TOTAL
1	138,00
2	143,74
3	149,72
4	155,95
5	162,44
6	169,19
7	176,23
8	183,56
9	191,20
10	199,15

Fuente: Tasa de inflación 2011 de 5,41%

Elaboración: La Autora

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

**Cuadro Nº 80**

**Publicidad**

<b>Elementos</b>	<b>Cantidades</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total Mensual</b>	<b>Meses</b>	<b>Costo anual Total</b>
Radio (WG Milenio)	16 Anuncios	1,5	24,00	3	72
Radio (Boquerón)	16 Anuncios	1,55	24,8	3	74,4
<b>TOTAL</b>			<b>48,80</b>		<b>146,4</b>

**Fuente:** WGMILENIO FM

**Elaboración:** La Autor

**Proyección de Publicidad:** La proyección se la realizará con el 4,16%, que es la tasa de inflación del año 2012.

**Cuadro Nº 81**

**Proyección de Publicidad**

<b>Años</b>	<b>V. Total</b>
1	146,40
2	152,49
3	158,83
4	165,44
5	172,32
6	179,49
7	186,96
8	194,74
9	202,84
10	211,28

**Fuente:** Tasa de inflación 2012 de 4,16%

**Elaboración:** La Autora

**Mantenimiento:** Para el desarrollo normal de las operaciones de la empresa y evitar posibles fallas en el proceso productivo, es necesario dar el respectivo mantenimiento a la maquinaria, lo cual se ha procedido a calcular un porcentaje anual correspondiente a cada rubro.

**Cuadro Nº 82**  
**Mantenimiento**

Descripción	Precio	Mantenimiento	Total
Maquinaria/Equipo	1265,00	1%	12,65
<b>Total Anual</b>			<b>12,65</b>
<b>Total Mensual</b>			<b>1,05</b>

Fuente: Asesoramiento Técnico

Elaboración: La Autora

**Proyección del Mantenimiento:** La proyección se la realizará con el 4,16%, que es la tasa de inflación del año 2012.

**Cuadro Nº 83**  
**Proyección del Mantenimiento**

Años	V. Total
1	12,65
2	13,18
3	13,72
4	14,30
5	14,89
6	15,51
7	16,15
8	16,83
9	17,53
10	18,26

Fuente: Tasa de inflación 2011 de 5,41%

Elaboración: La Autora



## RESUMEN DEL ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

Cuadro Nº 84

<b>Activos</b>	<b>Monto 2 Meses</b>	<b>Monto Anual</b>
Materia Prima Directa	2553,24	15319,44
Mano de Obra Directa	1691,55	10149,29
Materia Prima Indirecta	941,35	5648,10
Servicios Básicos	49,20	295,22
Sueldo Administrativo	1424,15	8544,90
Arriendo	200,00	1200,00
Útiles de oficina	49,56	297,36
Útiles de Aseo	23,00	138,00
Publicidad	97,60	146,40
Mantenimiento	2,11	12,65
<b>Total</b>	<b>7031,76</b>	<b>41751,36</b>

Elaboración: La Autora

Para efectos del presente proyecto el activo circulante o capital de trabajo se ha determinado para dos meses de tiempo en el cual la empresa entra en funcionamiento.

## INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

Cuadro Nº 85

<b>Especificación</b>	<b>Valor Total</b>
Activo Fijo	4007,50
Activo Diferido	680,00
Activo Circulante o capital	7031,76
<b>Total</b>	<b>11719,26</b>

Elaboración: La Autora

## FINANCIAMIENTO

Para poner en funcionamiento la presente empresa se requieren \$ 30618,07, mismos que serán suministrados de la siguiente manera; el 34,68% con capital propio, por medio del aporte de las accionistas de la empresa; el 65,32% restante a través de un crédito concebido por la Corporación Financiera Nacional (CFN) a una tasa de interés del 15% anual.

**Cuadro Nº 86**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Capital Interno	6719,26	57,34
Capital Externo	5000,00	42,66
<b>Total</b>	<b>11719,26</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Corporación Financiera Nacional

**Elaboración:** La Autora

## Amortización del Préstamo

### Cálculo Matemático:

#### Datos:

Saldo inicial: \$ 5.000

Interés:  $15\% / 100 = 0,15$

Tiempo: 5 años

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

#### Desarrollo:

Para sacar la amortización se divide:

$5.000 / 10 \text{ \# de pagos} = 500,00$

Para sacar el interés se multiplica:

$\$ 5.000 \times 0,5 \times 0,15 = 375,00$

## AMORTIZACIÓN

**Monto:** \$ 5.000,00

**Interés:** 15%

**Amortización:** Semestral

**Número de pagos:** 10

**Pagos anuales:** 2

**Cuadro Nº 87**

AMORTIZACIÓN							
AÑO	SEMESTRAL	SALDO INICIAL	AMORTIZACIÓN	INTERESES	DIVIDENDO SEMESTRAL	DIVIDENDO ANUAL	SALDO FINAL
1	1	5.000,00	500,00	375,00	875,00	1.712,50	4.500,00
	2	4.500,00	500,00	337,50	837,50		4.000,00
2	1	4.000,00	500,00	300,00	800,00	1.562,50	3.500,00
	2	3.500,00	500,00	262,50	762,50		3.000,00
3	1	3.000,00	500,00	225,00	725,00	1.412,50	2.500,00
	2	2.500,00	500,00	187,50	687,50		2.000,00
4	1	2.000,00	500,00	150,00	650,00	1.262,50	1.500,00
	2	1.500,00	500,00	112,50	612,50		1.000,00
5	1	1.000,00	500,00	75,00	575,00	1.112,50	500,00
	2	500,00	500,00	37,50	537,50		0

**Fuente:** Corporación Financiera Nacional (CFN)

**Elaboración:** La Autora

### ESTRUCTURA DE COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

Es necesario tomar como base la producción programada en relación con la capacidad utilizada del proyecto.

Para la proyección de los costos se utiliza los promedios de la tasa de inflación del 4,161% del año 2012.

**PRESUPUESTO DE COSTOS**  
**Cuadro Nº 88**

<b>RUBROS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>32052,83</b>	<b>33360,10</b>	<b>34721,75</b>	<b>36140,04</b>	<b>37617,34</b>	<b>39156,09</b>	<b>40758,85</b>	<b>42428,29</b>	<b>44167,18</b>	<b>45978,40</b>
COSTO PRIMO										
Materia Prima Directa	15319,44	15956,73	16620,53	17311,94	18032,12	18782,26	19563,60	20377,44	21225,14	22108,11
Mano de Obra Directa	10149,29	10571,50	11011,27	11469,34	11946,47	12443,44	12961,09	13500,27	14061,88	14646,85
<b>Total de costos primos</b>	<b>25468,73</b>	<b>26528,23</b>	<b>27631,80</b>	<b>28781,28</b>	<b>29978,59</b>	<b>31225,69</b>	<b>32524,68</b>	<b>33877,71</b>	<b>35287,02</b>	<b>36754,96</b>
<b>GASTOS DE FABRICACIÓN</b>										
Materia prima Indirecta	5648,10	5883,06	6127,80	6382,71	6648,23	6924,80	7212,87	7512,93	7825,46	8151,00
Depreciaciones	628,13	628,13	628,13	628,13	628,13	628,13	628,13	628,13	628,13	628,13
Mantenimiento	12,65	13,18	13,72	14,30	14,89	15,51	16,15	16,83	17,53	18,26
Servicios básicos	295,22	307,51	320,30	333,62	347,50	361,96	377,01	392,70	409,03	426,05
<b>Total de gastos de fabricación</b>	<b>6584,10</b>	<b>6831,87</b>	<b>7089,95</b>	<b>7358,76</b>	<b>7638,75</b>	<b>7930,39</b>	<b>8234,17</b>	<b>8550,58</b>	<b>8880,15</b>	<b>9223,44</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>11107,16</b>	<b>11386,75</b>	<b>11684,21</b>	<b>12000,28</b>	<b>12335,75</b>	<b>12728,90</b>	<b>13255,60</b>	<b>13804,20</b>	<b>14375,63</b>	<b>14970,83</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>										
Útiles de Oficina	297,36	309,73	322,61	336,04	350,01	364,58	379,74	395,54	411,99	429,13
Útiles de Aseo	138,00	143,74	149,72	155,95	162,44	169,19	176,23	183,56	191,20	199,15
Sueldos Administrativos	8544,90	8900,37	9270,62	9656,28	10057,98	10476,39	10912,21	11366,16	11838,99	12331,49
Arriendo	1200,00	1249,92	1301,92	1356,08	1412,49	1471,25	1532,45	1596,20	1662,60	1731,77
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>10180,26</b>	<b>10603,76</b>	<b>11044,88</b>	<b>11504,34</b>	<b>11982,92</b>	<b>12481,41</b>	<b>13000,64</b>	<b>13541,47</b>	<b>14104,79</b>	<b>14691,55</b>
<b>GASTOS DE VENTA</b>										
Publicidad	146,40	152,49	158,83	165,44	172,32	179,49	186,96	194,74	202,84	211,28
<b>Total Gasto de Venta</b>	<b>146,40</b>	<b>152,49</b>	<b>158,83</b>	<b>165,44</b>	<b>172,32</b>	<b>179,49</b>	<b>186,96</b>	<b>194,74</b>	<b>202,84</b>	<b>211,28</b>
<b>GASTO FINANCIERO</b>										
Amortizaciones de activo diferido	68,00	68,00	68,00	68,00	68,00	68,00	68,00	68,00	68,00	68,00
Interés del préstamo	712,50	562,50	412,50	262,50	112,50	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Total Gasto Financiero</b>	<b>780,50</b>	<b>630,50</b>	<b>480,5</b>	<b>330,5</b>	<b>180,5</b>	<b>68</b>	<b>68,00</b>	<b>68</b>	<b>68</b>	<b>68</b>
<b>TOTAL DE COSTOS</b>	<b>43159,99</b>	<b>44746,85</b>	<b>46405,96</b>	<b>48140,33</b>	<b>49953,08</b>	<b>51884,99</b>	<b>54014,45</b>	<b>56232,49</b>	<b>58542,81</b>	<b>60949,23</b>

Elaboración: La Autora

### Total de costo para cada Producto:

Para obtener este rubro se ha tenido que dividir el presupuesto total, en la cual el costo para el pastel es la cuarta parte del costo total y el resto es para el pan, como lo indica el siguiente cuadro:

**Cuadro Nº 89**

Productos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Pasteles	10790,00	11186,71	11601,49	12035,08	12488,27	12971,25	13503,61	14058,12	14635,70	15237,31
Pan	32369,99	33560,14	34804,47	36105,24	37464,81	38913,75	40510,84	42174,37	43907,10	45711,92
<b>Costo Total</b>	<b>43159,99</b>	<b>44746,85</b>	<b>46405,96</b>	<b>48140,33</b>	<b>49953,08</b>	<b>51884,99</b>	<b>54014,45</b>	<b>56232,49</b>	<b>58542,81</b>	<b>60949,23</b>

### COSTOS UNITARIOS

Los costos unitarios se los obtiene dividiendo los costos totales para el número de unidades producidas al año (34. En esta empresa elaborar dos productos diferentes como es pan y pasteles, por lo cual se ha tenido que dividir el costo total por el número de productos diferentes (dos productos) y se ha obtenido los costos unitarios de pan y de pasteles como lo demuestran las siguientes tablas:

**Cuadro Nº 90**  
**Costo Unitario de Pan**

Años	Costos Totales	Nº de productos al año	Costo Unitario
1	32369,99	237600	0,14
2	33560,14	276566	0,12
3	34804,47	315532	0,11
4	36105,24	354499	0,10
5	37464,81	393465	0,10
6	38913,75	432432	0,09
7	40510,84	471398	0,09
8	42174,37	510364	0,08
9	43907,10	549331	0,08
10	45711,92	588297	0,08

Elaboración: La Autora

**Cuadro N° 91  
Costo Unitario de Pastel**

<b>Años</b>	<b>Costos Totales</b>	<b>N° de productos al año</b>	<b>Costo Unitario</b>
1	10790,00	3168	3,41
2	11186,71	3168	3,53
3	11601,49	3168	3,66
4	12035,08	3168	3,80
5	12488,27	3168	3,94
6	12971,25	4182	3,10
7	13503,61	4182	3,23
8	14058,12	5196	2,71
9	14635,70	5196	2,82
10	15237,31	6209	2,45

Elaboración: La Autora

### **PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO**

El precio de venta al público se lo obtiene aumentándole un margen de utilidad al costo unitario, el margen de utilidad se lo pone de acuerdo a la empresa y a la competencia. En este caso el pan tendrá un 8% (0,01) y el pastel es del 46% (1,59). Para sacar el P.V.P. se realiza de la siguiente manera ( $0,14 \times 0,08 = 0,01$ ) ( $0,14 + 0,01 = 0,15$ )

**Cuadro N° 92  
P.V.P de Pan**

<b>Años</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Margen de Utilidad %</b>	<b>Precio de Venta al Público</b>
1	0,14	0,01	0,15
2	0,14	0,01	0,15
3	0,12	0,02	0,15
4	0,11	0,04	0,15
5	0,10	0,05	0,15
6	0,10	0,05	0,15
7	0,09	0,06	0,15
8	0,09	0,06	0,15
9	0,08	0,07	0,15
10	0,08	0,07	0,15

Elaboración: La Autora

**Cuadro N° 93**  
**P.V.P de Pastel**

<b>Años</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Margen de Utilidad 25%</b>	<b>Precio de Venta al Público</b>
1	3,41	1,59	5,00
2	3,53	1,47	5,00
3	3,66	1,34	5,00
4	3,80	1,20	5,00
5	3,94	1,06	5,00
6	3,10	1,90	5,00
7	3,23	1,77	5,00
8	2,71	2,29	5,00
9	2,82	2,19	5,00
10	2,45	2,54	5,00

**Elaboración:** La Autora

## **INGRESOS TOTALES**

Para determinar los ingresos de pan y pasteles (unidades), se procedió a multiplicar el precio de venta al público por las unidades producidas tanto de pasteles como de pan como se demuestra en las siguientes tablas:

**Cuadro N° 94**  
**Ingresos de Pan**

<b>Años</b>	<b>Precio de Venta al Público</b>	<b>Unid. Producidas al año</b>	<b>Ingresos Totales</b>
1	0,15	237600	34960
2	0,15	276566	40316
3	0,15	315532	45946
4	0,15	354499	51615
5	0,15	393465	60111
6	0,15	432432	63821
7	0,15	471398	72114
8	0,15	510364	76754
9	0,15	549331	81710
10	0,15	588297	86990

**Elaboración:** La Autora

**Cuadro N° 95**  
**Ingresos de Pastel**

<b>Años</b>	<b>Precio de Venta al Público</b>	<b>Unid. Producidas al año</b>	<b>Ingresos Totales</b>
1	5,00	3168	15840
2	5,00	3168	15852
3	5,00	3168	15836
4	5,00	3168	15838
5	5,00	3168	15835
6	5,00	4182	20923
7	5,00	4182	20917
8	5,00	5196	25965
9	5,00	5196	25993
10	5,00	6209	31023

**Elaboración:** La Autora

El ingreso total de la empresa se sumara los ingresos de los dos productos a elaborarse en donde se obtendrá lo siguiente:

**Cuadro N° 96**

<b>Años</b>	<b>ingresos totales</b>
1	50799,31
2	56167,76
3	61782,29
4	67453,62
5	75946,01
6	84744,03
7	93031,54
8	102719,51
9	107702,91
10	118013,16

**Elaboración:** La Autora



**Distribución de Costos.**

**Costos Fijos:** Permanecen constantes en relación con los cambios o volumen de producción.

**Costos Variables:** Varían de acuerdo con el volumen de producción, ya que se presenta cuando hay producción y ventas.

**COSTO TOTAL (años 1, 5, y 10)**  
**Cuadro N° 97**

RUBROS	Año 1		Año 5		Año 10	
	C-F	C-v	C-F	C-v	C-F	C-v
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>						
<b>COSTO PRIMO</b>						
Materia Prima Directa		15319,44		18032,12		22108,11
Mano de Obra Directa	10149,29		11946,47		14646,85	
<b>Total de costos primos</b>						
<b>GASTOS DE FABRICACIÓN</b>						
Materia prima Indirecta		5648,10		6648,23		8151,00
Depreciaciones	628,13		628,13		628,13	
Mantenimiento		12,65		14,89		18,26
Servicios básicos		295,22		347,50		426,05
<b>Total de gastos de fabricación</b>						
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>						
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>						
Útiles de Oficina		297,36		350,01		429,13
Útiles de Aseo		138,00		162,44		199,15
Sueldos Administrativos	8544,90		10057,98		12331,49	
Arriendo		1200,00		1412,49		1731,77
<b>Total Gastos Administrativos</b>						
<b>GASTOS DE VENTA</b>						
Publicidad	146,40		172,32		211,28	
<b>Total Gasto de Venta</b>						
<b>GASTO FINANCIERO</b>						
Amortizaciones de activo diferido	68,00		68,00		68,00	
Interés del préstamo	712,50		112,50		0,00	
<b>Total Gasto Financiero</b>	<b>20249,22</b>	<b>22910,77</b>	<b>22985,40</b>	<b>26967,68</b>	<b>27885,75</b>	<b>33063,48</b>
	<b>43159,99</b>		<b>49953,08</b>		<b>60949,23</b>	

Elaboración: La Autora

## DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

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

### Cálculo del Punto de Equilibrio para el año 1.

#### Método matemático

##### a. En función de las ventas

$$P. E = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costo variable total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$P. E = \frac{20249,22}{1 - \frac{22910,77}{50799,31}}$$

$$P. E = \frac{20249,22}{0,5490}$$

$$P. E = 36883,83$$

**b. En función de la capacidad instalada**

$$\text{P.E} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas totales} - \text{Costos variables totales}} \times 100$$

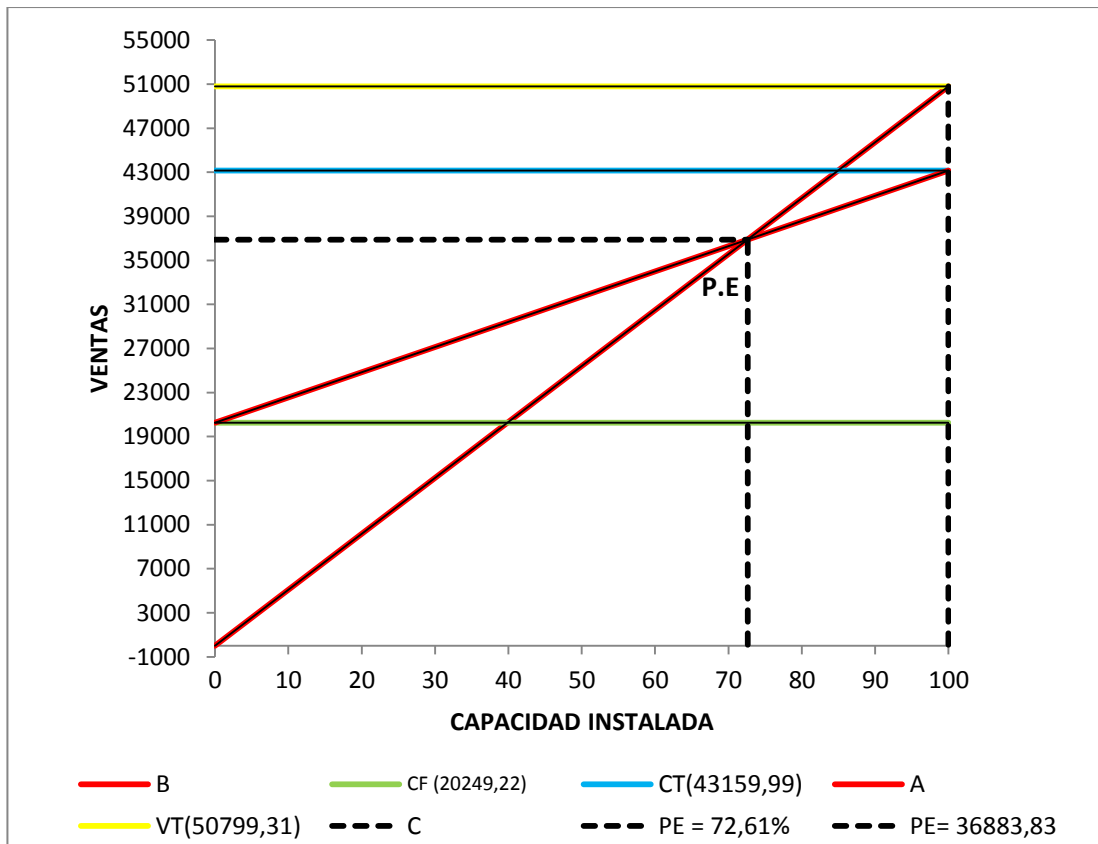
$$\text{P.E} = \frac{20249,22}{50799,31 - 22910,77} \times 100$$

$$\text{P.E} = \frac{20249,22}{27888,54} \times 100$$

$$\text{P.E} = 0,7261 \times 100$$

$$\text{P.E} = 72,61\%$$

### Punto de Equilibrio para el Año 1



#### Análisis:

El siguiente gráfico nos indica que para el primer año la empresa debe vender \$36883,83 dólares de su servicio para llegar al punto de equilibrio con un 72,61% de capacidad instalada.

**Cálculo del Punto de Equilibrio para el año 5.****Método matemático**

a. En función de las ventas

$$P. E = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costo variable total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$P. E = \frac{22985,40}{1 - \frac{26967,68}{75946,01}}$$

$$P. E = \frac{22985,40}{0,6449}$$

$$P. E = 35641,81$$

b. En función de la capacidad instalada

$$P.E = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas totales} - \text{Costos variables totales}} \times 100$$

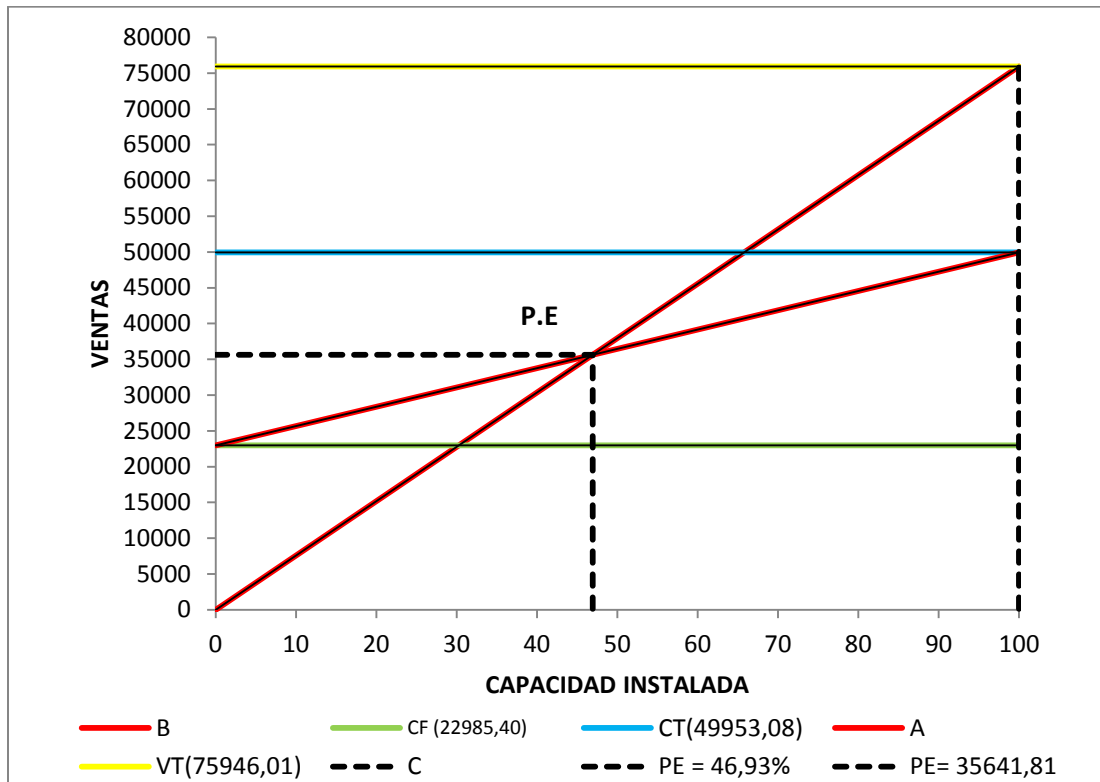
$$P.E = \frac{22985,40}{75946,01 - 26967,68} \times 100$$

$$P.E = \frac{22985,40}{48978,33} \times 100$$

$$P.E = 0,4693 \times 100$$

$$P.E = 46,93\%$$

### Punto de Equilibrio para el Año 5



#### Análisis:

El siguiente gráfico nos indica que para el quinto año la empresa debe vender \$35641,81 dólares de su servicio para llegar al punto de equilibrio con un 46,93% de capacidad instalada.

**Cálculo del Punto de Equilibrio para el año 10.****Método matemático**

c. En función de las ventas

$$P. E = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costo variable total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$P. E = \frac{27885,75}{1 - \frac{33063,48}{118013,16}}$$

$$P. E = \frac{27885,75}{0,7198}$$

$$P. E = 38740,97$$



d. En función de la capacidad instalada

$$P.E = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas totales} - \text{Costos variables totales}} \times 100$$

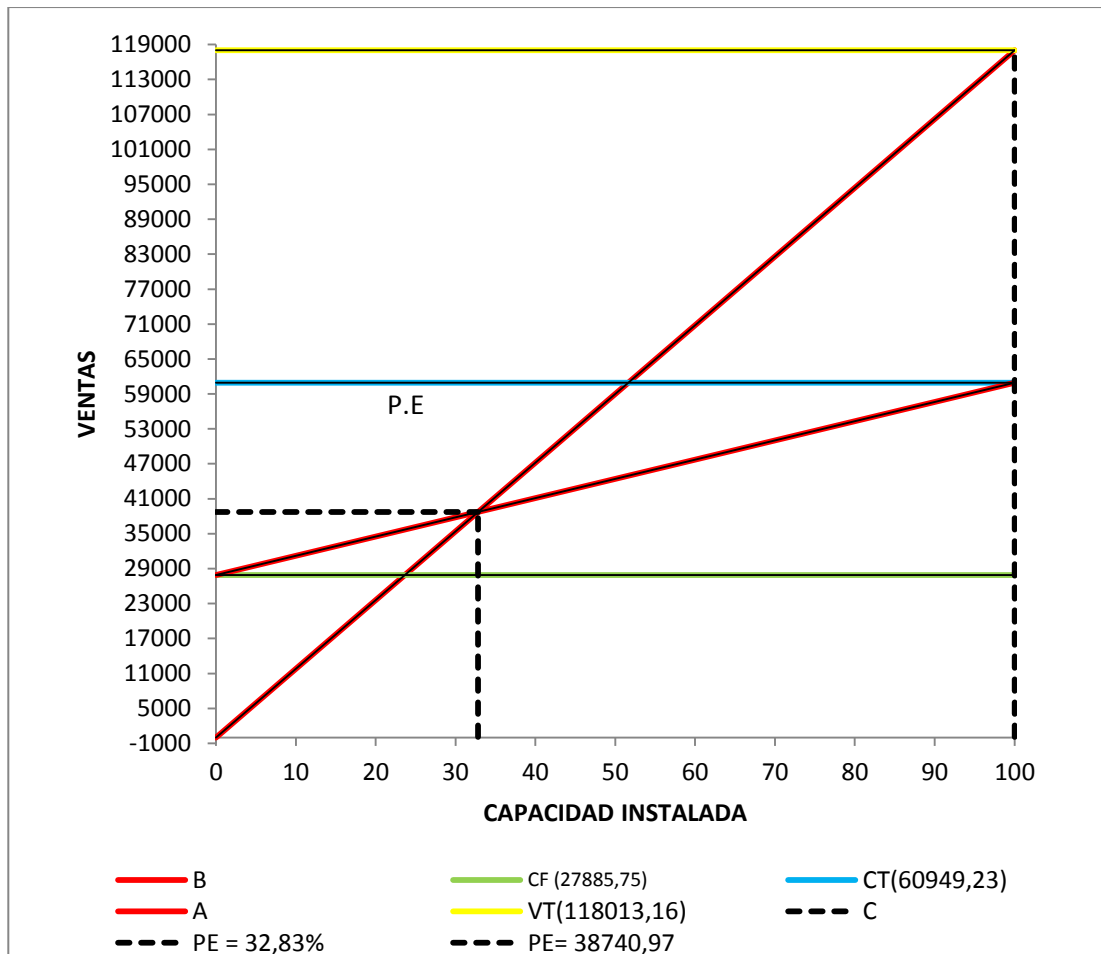
$$P.E = \frac{27885,75}{118013,16 - 33063,48} \times 100$$

$$P.E = \frac{27885,75}{84949,68} \times 100$$

$$P.E = 0,3283 \times 100$$

$$P.E = 32,83\%$$

### Punto de Equilibrio para el Año 10



#### Análisis:

El siguiente gráfico nos indica que para el décimo año la empresa debe vender \$38740,97 dólares de su servicio para llegar al punto de equilibrio con un 32,83% de capacidad instalada.

## ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Es un estado financiero que permite obtener la utilidad neta a través de la diferencia entre los ingresos por ventas y los egresos por concepto de costos.

**Cuadro N° 98**

PERIODOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos por ventas	50.799,31	56.167,76	61.782,29	67.453,62	75.946,01	84.744,03	93.031,54	102.719,51	107.702,91	118.013,16
( - ) Costo Total	43159,99	44746,85	46405,96	48140,33	49953,08	51884,99	54014,45	56232,49	58542,81	60949,23
( = ) Utilidad Bruta Ventas	7.639,32	11.420,91	15.376,33	19.313,29	25.992,93	32.859,04	39.017,09	46.487,02	49.160,10	57.063,93
( - ) 15% Utilidad de Trabajadores	1145,90	1713,14	2306,45	2896,99	3898,94	4928,86	5852,56	6973,05	7374,02	8559,59
( = ) Utilidad Ante Impuestos a la Renta	6.493,42	9.707,78	13.069,88	16.416,30	22.093,99	27.930,18	33.164,53	39.513,97	41.786,09	48.504,34
( - ) 25% Impuesto a la renta	1623,36	2426,94	3267,47	4104,08	5523,50	6982,55	8291,13	9878,49	10446,52	12126,09
( = ) Utilidad Neta	<b>4.870,07</b>	<b>7.280,83</b>	<b>9.802,41</b>	<b>12.312,23</b>	<b>16.570,49</b>	<b>20.947,64</b>	<b>24.873,40</b>	<b>29.635,48</b>	<b>31.339,56</b>	<b>36.378,26</b>

Elaboración: La Autora

## EVALUACIÓN FINANCIERA

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

### FLUJO DE CAJA.

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

**Cuadro Nº 99**

Denominación	Periodo										
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>Ingresos</b>											
ventas		50.799,31	56.167,76	61.782,29	67.453,62	75.946,01	84.744,03	93.031,54	102.719,51	107.702,91	118.013,16
crédito bancario	5000,00										
Capital Propio	6719,26										
Valor Residual					565,44		123,20				169,50
<b>Total Ingresos</b>	<b>11719,26</b>	<b>50799,31</b>	<b>56167,76</b>	<b>61782,29</b>	<b>68019,06</b>	<b>75946,01</b>	<b>84867,23</b>	<b>93031,54</b>	<b>102719,51</b>	<b>107702,91</b>	<b>118182,66</b>
<b>Egresos</b>											
activo Fijo	4007,50										
Acto Diferido	680,00										
Activo Circulante	7031,76										
Reinversión					1696,50		616,00				
Presupuesto de Operación	11719,26	43159,99	44746,85	46405,96	48140,33	49953,08	51884,99	54014,45	56232,49	58542,81	60949,23
Depreciación y amortización		696,13	696,13	696,13	696,13	696,13	696,13	696,13	696,13	696,13	696,13
15% de Utilidad de Trabajo		1145,90	1713,14	2306,45	2896,99	3898,94	4854,94	5852,56	6973,05	7374,02	8585,02
25% Impuesto a la Renta		1909,83	2855,23	3844,08	4545,56	6498,23	8091,56	9754,27	11621,75	12290,03	14308,36
Amortización de Capital		500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Total de Egresos	<b>11719,26</b>	<b>47411,85</b>	<b>50511,34</b>	<b>53752,62</b>	<b>58475,51</b>	<b>61546,38</b>	<b>66643,62</b>	<b>70817,42</b>	<b>76023,43</b>	<b>79402,98</b>	<b>85038,73</b>
<b>Balance</b>	<b>0,00</b>	<b>3.387,46</b>	<b>5.656,42</b>	<b>8.029,67</b>	<b>9.543,56</b>	<b>14.399,63</b>	<b>18.223,61</b>	<b>22.214,13</b>	<b>26.696,08</b>	<b>28.299,93</b>	<b>33.143,93</b>

**Elaboración:** La Autora

## VALOR ACTUAL NETO

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

**Cuadro N° 100**

<b>Años</b>	<b>Flujo Neto</b>	<b>Fact. Actual</b>	<b>Flujo Descontado</b>
0	-11.719,26		
1	3.387,46	0,909091	3.079,51
2	5.656,42	0,826446	4.674,73
3	8.029,67	0,751315	6.032,81
4	9.543,56	0,683013	6.518,38
5	14.399,63	0,620921	8.941,04
6	18.223,61	0,564474	10.286,75
7	22.214,13	0,513158	11.399,36
8	26.696,08	0,466507	12.453,92
9	28.299,93	0,424098	12.001,93
10	33.143,93	0,385543	12.778,42
		<b>Total</b>	88.166,85
		<b>Inversión</b>	-11.719,26
		<b>VAN</b>	<b>76.447,59</b>

**Elaboración:** La Autora

Para determinar el VAN se utiliza la siguiente fórmula:

**VAN = Sumatoria VAN - Inversión inicial**

$$\text{VAN} = 83.166,26 - 11.719,26 \quad \text{VAN} = \mathbf{76.447,59}$$

El valor actual neto en el presente proyecto es de 76.447,59; por lo tanto se acepta el proyecto.

## TASA INTERNA DE RETORNO

Expresa en forma porcentual la capacidad de ganancia de un proyecto, además se la conoce como la tasa de descuento que hace posible que la corriente de beneficios actualizados sea iguales a la inversión inicial.

**Cuadro N° 101**

Años	Flujo Neto	Factor de descuento	Valor Actual	Factor de descuento	Valor Actual
		<b>61,21%</b>	<b>Tm</b>	<b>62,21%</b>	<b>TM</b>
0	-11.719,26		-11.719,26		-11.719,26
1	3.387,46	0,620309	2.101,27	0,6164848	2.088,32
2	5.656,42	0,384783	2.176,49	0,3800535	2.149,74
3	8.029,67	0,238684	1.916,56	0,2342972	1.881,33
4	9.543,56	0,148058	1.413,00	0,1444407	1.378,48
5	14.399,63	0,091842	1.322,49	0,0890455	1.282,22
6	18.223,61	0,056970	1.038,20	0,0548952	1.000,39
7	22.214,13	0,035339	785,03	0,0338420	751,77
8	26.696,08	0,021921	585,21	0,0208631	556,96
9	28.299,93	0,013598	384,82	0,0128618	363,99
10	33.143,93	0,008435	279,57	0,0079291	262,80
<b>VAN Tm</b>			<b>283,38</b>	<b>VAN TM</b>	<b>-3,26</b>
				<b>TIR</b>	<b>62,20%</b>

**Elaboración:** La Autora

Para poder determinar la TIR se procede a aplicar la siguiente fórmula:

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

$$TIR = 61,21 + 1 \left( \frac{283,38}{283,38 - (-3,26)} \right)$$

$$TIR = 62,20\%$$

La tasa interna de retorno en el presente proyecto es de 62,20% siendo este mayor al resto de oportunidad, por lo tanto es rentable.

## RELACIÓN BENEFICIO-COSTO

Es un indicador financiero que indica la cantidad obtenida por cada dólar invertido.

Se lo obtiene a través de la división de los ingresos actualizados para los costos actualizados.

**Cuadro N° 102**

Año	Ingresos Original	Costos Originales	Factor Actualización 10%	Ingresos Actualizados	Costos Actualizados
1	50799	43159,99	0,909091	46181,19	39236,36
2	56168	44746,85	0,826446	46419,64	36980,87
3	61782	46405,96	0,751315	46417,95	34865,48
4	67454	48140,33	0,683013	46071,73	32880,49
5	75946	49953,08	0,620921	47156,50	31016,94
6	84744	51884,99	0,564474	47835,80	29287,73
7	93032	54014,45	0,513158	47739,89	27717,95
8	102720	56232,49	0,466507	47919,41	26232,87
9	107703	58542,81	0,424098	45676,55	24827,86
10	118013	60949,23	0,385543	45499,18	23498,57
				<b>466917,83</b>	<b>306545,11</b>
					<b>1,52</b>

**Elaboración:** La Autora

Para determinar la RBC se aplica la siguiente fórmula:

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

$$\text{RBC} = \frac{466917,83}{306545,11}$$

$$\text{RBC} = 1,52$$

La relación beneficio-costo en el presente proyecto es, que por cada dólar que se invierte se obtendrá una rentabilidad de 0,52 centavos de dólar.

## PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

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

**Cuadro N° 103**

<b>Años</b>	<b>Inversión Inicial</b>	<b>Flujo Neto</b>	<b>Flujo Acumulado</b>
<b>Inversión</b>	<b>-11.719,26</b>		
1		3.387,46	3.387,46
2		5.656,42	9.043,88
3		8.029,67	17.073,55
4		9.543,56	26.617,11
5		14.399,63	41.016,73
6		18.223,61	59.240,35
7		22.214,13	81.454,47
8		26.696,08	108.150,56
9		28.299,93	136.450,49
10		33.143,93	169.594,42

Elaboración: La Autora

Su fórmula es:

**PRC = Año anterior a la inversión + (Inversión -  $\sum$  Primeros Flujos / flujo de año que supera la inversión)**

$$\text{PRC} = 2 + ((11.719,26 - 9.043,88) / 5.656,42)$$

$$\text{PRC} = 2 + (0,47)$$

$$\text{PRC} = 2,47$$

- 2 años
- 0,47\*12 meses = 5,64
- 0,64\* 30 = 19 días

Esto indica que el periodo de recuperación de la inversión inicial, será de 2 años, 9 meses, 19 días.



## ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Es la interpretación de incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de interpretar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro.

### Análisis de Sensibilidad con Aumento en los Costos de un 27,58% Cuadro N° 104

ANÁLISIS DE LA SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DEL 27,58% EN LOS COSTOS								
	Costo T. Original	Costo T. original	Ingreso Original	Actualización				
Años		umentado		Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actual	Factor de Actualización	Valor Actual
		27,85%			37,66%		38,66%	
0				-11.719,26				
1	43159,99	55.180,05	50799,31	-4.380,74	0,72642743	-3.182,29	0,7211885	-3.159,34
2	44746,85	57.208,84	56167,76	-1.041,08	0,52769681	-549,38	0,5201129	-541,48
3	46405,96	59.330,02	61782,29	2.452,27	0,38333344	940,04	0,3750994	919,85
4	48140,33	61.547,41	67453,62	5.906,21	0,27846392	1.644,67	0,2705174	1.597,73
5	49953,08	63.865,02	75946,01	12.080,99	0,20228383	2.443,79	0,1950940	2.356,93
6	51884,99	66.334,97	84744,03	18.409,07	0,14694452	2.705,11	0,1406996	2.590,15
7	54014,45	69.057,48	93031,54	23.974,07	0,10674453	2.559,10	0,1014709	2.432,67
8	56232,49	71.893,24	102719,51	30.826,27	0,07754216	2.390,34	0,0731797	2.255,86
9	58542,81	74.846,98	107702,91	32.855,93	0,05632875	1.850,73	0,0527763	1.734,02
10	60949,23	77.923,59	118013,16	40.089,57	0,04091875	1.640,42	0,0380617	1.525,88
					<b>Total</b>	12.442,53	<b>Total</b>	11.712,26
					<b>Inversión</b>	-11.719,26	<b>Inversión</b>	-11.719,26
					<b>VAN Tm</b>	723,26	<b>VAN TM</b>	-7,00

Elaboración: La Autora

Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor a 1 el proyecto es sensible

Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a 1 el proyecto no sufre ningún efecto

Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor a 1 el proyecto no es sensible

**TIR DEL PROYECTO = 62,20%**

**NUEVA TIR= 38,65**

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

$$TIR = 37,66 + 1 \left( \frac{723,26}{723,26 - (-7)} \right)$$

**NUEVA TIR = 38,65%**

**DIFERENCIA DE TIR:**

Diferencia de Tir = Tir del Proyecto – Nueva Tir

Diferencia de Tir = 62,20– 38,65= 23,55%

**PORCENTAJE DE VARIACIÓN:**

% Variación = (Diferencia de Tir / Tir del Proyecto) \* 100

% Variación = (23,55% / 62,20%) \* 100

**% Variación = 37,86%**

**SENSIBILIDAD:**

Sensibilidad = % Variación / Nueva Tir

Sensibilidad = 37,86/ 38,65

**Sensibilidad = 0,98**

**Análisis de Sensibilidad con Disminución en los Ingresos de un 20,25%**  
**Cuadro Nº 105**

<b>ANALISIS DE LA SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN DEL 20,25% EN LOS INGRESOS</b>								
	<b>Ingreso Original</b>	<b>Ingreso original</b>	<b>Costo Original</b>	<b>Actualización</b>				
<b>Años</b>		<b>disminuido</b>		<b>Flujo Neto</b>	<b>Factor de Actualización</b>	<b>Valor Actual</b>	<b>Factor de Actualización</b>	<b>Valor Actual</b>
		<b>20,25%</b>			<b>37,66%</b>	<b>Tm</b>	<b>38,66%</b>	<b>TM</b>
0				-11.719,26				
1	50.799,31	40.512,45	43.159,99	-2.647,54	0,72642743	-1.923,25	0,7211885	-1.909,38
2	56.167,76	44.793,79	44.746,85	46,94	0,52769681	24,77	0,5201129	24,41
3	61.782,29	49.271,38	46.405,96	2.865,42	0,38333344	1.098,41	0,3750994	1.074,82
4	67.453,62	53.794,26	48.140,33	5.653,94	0,27846392	1.574,42	0,2705174	1.529,49
5	75.946,01	60.566,94	49.953,08	10.613,86	0,20228383	2.147,01	0,1950940	2.070,70
6	84.744,03	67.583,36	51.884,99	15.698,37	0,14694452	2.306,79	0,1406996	2.208,75
7	93.031,54	74.192,66	54.014,45	20.178,20	0,10674453	2.153,91	0,1014709	2.047,50
8	102.719,51	81.918,81	56.232,49	25.686,32	0,07754216	1.991,77	0,0731797	1.879,72
9	107.702,91	85.893,07	58.542,81	27.350,26	0,05632875	1.540,61	0,0527763	1.443,45
10	118.013,16	94.115,50	60.949,23	33.166,27	0,04091875	1.357,12	0,0380617	1.262,36
					<b>Total</b>	12.271,57	<b>Total</b>	11.631,83
					<b>Inversión</b>	-11.719,26	<b>Inversión</b>	-11.719,26
					<b>VAN</b>	552,31	<b>VAN</b>	-87,43

**Elaboración:** La Autora

Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor a 1 el proyecto es sensible

Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a 1 el proyecto no sufre ningún efecto

Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor a 1 el proyecto no es sensible

**TIR DEL PROYECTO = 62,20**

**NUEVA TIR= 38,52**

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

$$TIR = 37,66 + 1 \left( \frac{552,31}{552,31 - (-87,43)} \right)$$

**NUEVA TIR = 38,52%**

**DIFERENCIA DE TIR:**

Diferencia de TIR = TIR del Proyecto – Nueva TIR

Diferencia de TIR = 62,20 – 38,66 = **23,68%**

**PORCENTAJE DE VARIACIÓN:**

% Variación = (Diferencia de Tir / Tir del Proyecto) \* 100

% Variación = (23,68% / 62,20%) \* 100

% Variación = 38,06%

**SENSIBILIDAD:**

Sensibilidad = % Variación / Nueva Tir

Sensibilidad = 38,06 / 38,52

Sensibilidad = 0,99

## h.CONCLUSIONES

Luego de haber culminado con el presente trabajo investigativo, y tomando como base los resultados obtenidos en la misma les presentamos a continuación las conclusiones a las que se ha llegado:

- ✚ El producto que se ofrecerá será pan y pasteles, elaborados en la parroquia Zambi, cantón Catamayo, provincia de Loja.
- ✚ La demanda insatisfecha de nuestro producto para el primer año es de 3160770 para panes y 14526 pasteles (unidades).
- ✚ La empresa se constituirá legalmente como una compañía de Responsabilidad Limitada **“Panadería y Pastelería Zambi” Cía. Ltda.**
- ✚ El total de la inversión para que se ponga en marcha esta empresa es de \$11719,26.
- ✚ Se pedirá un crédito del 42,66% del total de la inversión que es de \$5000,00, mismo que se pedirá a la Corporación Financiera Nacional (CFN).
- ✚ El costo total de producción para el primer año de operación es de \$50799,31, para el año 49953,08 y para el décimo año es de 118013,16.
- ✚ Los costos fijos para el primer año son de \$ 20249,22 y los costos variables son \$22910,77.
- ✚ El costo unitario del pan es de \$ 0,14, al cual se le sumó un margen de utilidad del 8% (0,01) dando como precio de venta al público \$0,15 Cts. Y el costo unitario del pastel es de \$ 3,64, al cual se le sumó un margen de utilidad del 46,80% (1,59) dando como precio de venta al público \$5,00

dólares.

- ✚ El número de unidades de pan a producir para el primer año es de 237600, y sus ventas totales son de \$36278.
- ✚ El punto de equilibrio para el año 1 en función a las ventas tiene un total de \$36883,83 y en función de la capacidad instalada de 72,62%
- ✚ El punto de equilibrio para el décimo año en función a las ventas es del \$ 38740,97 y la capacidad instalada del 32,83%.
- ✚ La utilidad neta que se obtendrá en el primer año de operaciones es de \$4.870,07; mientras que su flujo neto es de \$3.387,46
- ✚ En cuanto a la Evaluación Financiera, el presente proyecto tiene los siguientes indicadores: Valor Actual Neto de 76.447,59; Tasa Interna de Retorno de 62,20%; Relación Beneficio Costo es de 1,52 por cada dólar invertido la empresa gana 0,52 centavos de dólar; Periodo de Recuperación de Capital es de 2 años, 9 meses, 19 días; Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos del 27,85% dando un total del 0,98% y el análisis de sensibilidad en la disminución en los ingresos del 20,25% dando un total del 0.99% por lo cual el proyecto es factible.

## **i.RECOMENDACIONES**

- ✚ Se recomienda la ejecución de este proyecto, debido a que es recomendable económicamente de acuerdo a los resultados obtenidos, además se cuenta con un amplio mercado, con materias primas de buena calidad y excelente mano de obra local, permitiendo una competencia justa.
- ✚ Que las instituciones de nivel superior orienten y motiven a través de los estudiantes a la población en general, mediante programas de capacitación y apoyo al desarrollo empresarial, y así propiciar la generación de fuentes de trabajo que indican positivamente en la economía de Loja y el país.
- ✚ Para la implementación de una empresa es aconsejable realizar un buen estudio de mercado, porque es el punto de partida del proyecto con lo cual se puede mermar cualquier tipo de riesgo que pudiese existir, de tal manera que su rentabilidad y éxito sea garantizada.
- ✚ Que en un futuro se deberían realizar estudios técnicos y económicos, con la expectativa de mejorar la capacidad de producción y poder cubrir una mayor demanda del mercado, aunque esto ocasione un poco más de inversión.
- ✚ A los inversionistas y futuros emprendedores que deseen formar parte de esta iniciativa empresarial, tomar en consideración el presente proyecto ya que es factible.

## j.BIBLIOGRAFÍA

- BACA URBINA, Gabriel Evaluación de Proyectos, VI Edición año 2010
- ETTINGER, Karl, Administración y Productividad p .p 10-12, edición 2009
- Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión, MODULO. # 10 de Administración de Empresas, varios autores. Edición 2011.
- FLOREZ URIBE Juan Antonio. Proyecto de Inversión para las PYME, Primera edición. Enero 2007.
- J. FRED WESTON FUGENE F. BRIGHAM. Fundamentos de la Administración Financiera, Editorial Mc Graw Hill. XII edición año 2010.
- LEON GARCIA Oscar, Administración Financiera, Fundamentos y Aplicación, Sexta Edición 2009.
- LEDESMA MARTINEZ. Análisis Económico Social de un Proyecto de Inversión. Zulema Cuarta Edición 2010.
- MOLINA Antonio. Contabilidad de Costos. Sexta Edición. Octubre 2008
- PASACA MORA, Manuel, 2004Formulación y Evaluación de Proyectos. Loja 2008.
- ROJAS SORIANO Raül," Guía para realizar proyectos de Investigación Científica", Edit. Harl.2008
- SAPAG, Nassir. Criterios de Evaluación de Proyectos, Editorial Mc Graw Hill
- [www.biblioteca.co.cr/html/glosariofinaciero.shtml](http://www.biblioteca.co.cr/html/glosariofinaciero.shtml)
- [www.cnbv.gob.mx/recursos/Glosario1P.htm](http://www.cnbv.gob.mx/recursos/Glosario1P.htm).



**k.ANEXOS****ANEXO Nº 1****ENCUESTA REALIZADA A LOS DEMANDANTES DE PAN (Familias Zambí y Guayquichuma)****1. Consume usted pan**

Si ( )

No ( )

**2. ¿Qué cantidad y con qué frecuencia adquiere el producto?**• **Zambí**

(1 - 4) ( )

(5 - 8) ( )

(9 - 12) ( )

(13 -16) ( )

• **Guayquichuma**

(1 - 4) ( )

(5 - 8) ( )

(9 - 12) ( )

(13 -16) ( )

**3. ¿Cuál es el pan de su preferencia?**

Pan de sal ( )

Pan de dulce ( )

Pan con manjar ( )

Otros ( )

**4. ¿Estaría de acuerdo con la implementación de una nueva empresa productora y comercializadora de pan y pasteles en la parroquia el Zambí?**

Si ( )

No ( )

**5. ¿Cuánto está usted dispuesto a pagar por cada unidad de pan?**

01 a 05 Ctv. ( )

06 a 10 Ctv. ( )

0,11a 0,15 Ctv. ( )

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

Si ( )

No ( )

**7. Por qué medios de comunicación le gustaría enterarse de la nueva empresa productora de pan y pasteles?**

Radio ( )

Televisión ( )

Referencias personales ( )

**ENCUESTA REALIZADA A LOS DEMANDANTES DE PASTELES (Familias Zambí y Guayquichuma)****1. ¿Consume usted pastel?**

Sí ( )

No ( )

**2. ¿Qué cantidad y con qué frecuencia consume pasteles?****• Zambí**

(1 a 2) ( )

(3 a 4) ( )

(5 a 6) ( )

(7 a 8) ( )

**• Guayquichuma**

(1 a 2) ( )

(3 a 4) ( )

(5 a 6) ( )

(7 a 8) ( )

**3.Cuál es el pastel de su preferencia?**

Vainilla ( )

Chocolate ( )

Tres leches ( )

Cereza ( )

Galleta ( )

**4. ¿Está de acuerdo con la implementación de una nueva empresa productora y comercializadora de pan y pasteles en la parroquia el Zambí?**

Sí ( )

No ( )

**5. Usted estaría dispuesto a adquirir nuestro nuevo producto.**

Si ( )

No ( )

**6. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría enterarse de la nueva empresa?**

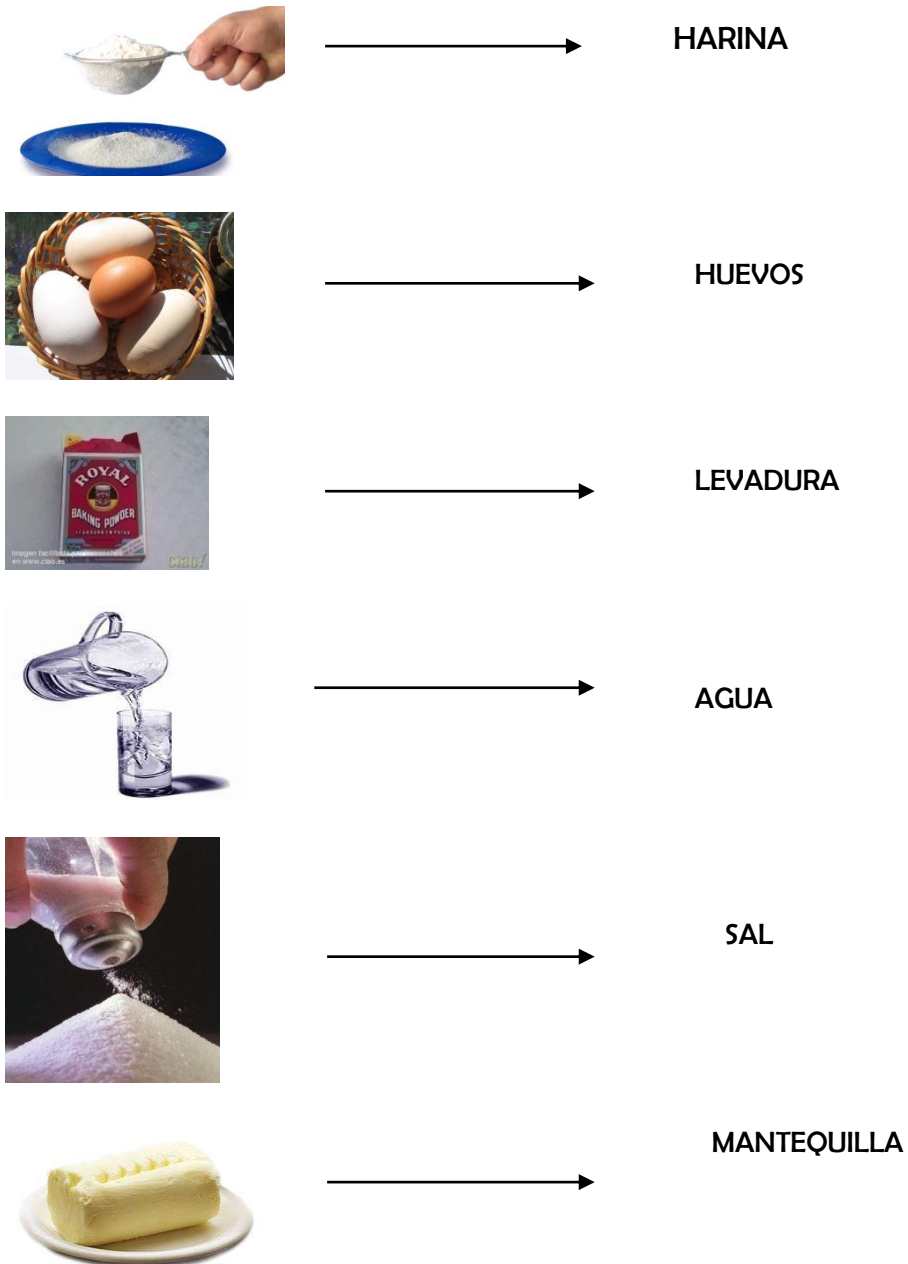
Radio ( )

Televisión ( )

Referencias personales ( )

## ANEXO Nº 3

## DIAGRAMA DE ELEMENTOS NECESARIOS PARA EL PRODUCTO: PAN



**DIAGRAMA DE ELEMENTOS NECESARIOS PARA EL PRODUCTO PASTELES****Harina****Leche****Huevo**



## ANEXO Nº 4

### MATERIA PRIMA DIRECTA DEL PAN DIARIO

Descripción	Unidad	Cantidad Diaria	Valor Unitario	Valor Total
Harina	Libras	70,72	0,30	21,22
Manteca vegetal	Libras	10,00	0,75	7,5
Mantequilla vegetal	libras	10,00	0,75	7,5
Huevos	Unidades	90,00	0,12	10,8
<b>Total</b>				<b>47,02</b>

### MATERIA PRIMA DIRECTA DEL PAN MENSUAL

Descripción	Unidad	Cantidad mensual	Valor Unitario	Valor Mensual
Harina	Libras	1556	0,30	466,75
Manteca vegetal	Libras	220	0,75	165,0
Mantequilla vegetal	libras	220	0,75	165,0
Huevos	Unidades	1980	0,12	237,6
<b>Total</b>				<b>1034,35</b>

### MATERIA PRIMA DIRECTA DEL PAN ANUAL

Descripción	Unidad	Cantidad Anual	Valor Unitario	Valor Total
Harina	Libras	18670,08	0,3	5601,02
Manteca vegetal	Libras	2640,00	0,75	1980
Mantequilla vegetal	libras	2640,00	0,75	1980
Huevos	Unidades	23760,00	0,12	2851,2
<b>Total</b>				<b>12412,22</b>

**MATERIA PRIMA INDIRECTA DEL PAN DIARIO**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad Diario</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Levadura	Libras	0,27	0,30	0,08
Sal	Libras	2,00	0,30	0,60
Azúcar	Libras	10,00	0,40	4,00
Agua	litros	20	0	0
<b>Total</b>				<b>4,68</b>

**MATERIA PRIMA INDIRECTA DEL PAN MENSUAL**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad Mensual</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Mensual</b>
Levadura	Libras	6	0,30	1,80
Sal	Libras	44	0,30	13,20
Azúcar	Libras	220	0,40	88,00
Agua	litros	440	0	0
<b>Total</b>				<b>103,00</b>

**MATERIA PRIMA INDIRECTA DEL PAN ANUAL**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad Anual</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Anual</b>
Levadura	Libras	72	0,30	21,6
Sal	Libras	528	0,30	158,4
Azúcar	Libras	2640	0,40	1056
Agua	litros	5280	0	0
<b>Total</b>				<b>1236,00</b>



**MATERIA PRIMA DIRECTA DEL PASTEL DIARIO**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad Diario</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Diaria</b>
Harina	Libras	19,69	0,3	5,91
Huevos	Unidad	42,55	0,12	5,11
<b>Total</b>				<b>11,01</b>

**MATERIA PRIMA DIRECTA DEL PASTEL MENSUAL**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad mensual</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Mensual</b>
Harina	Libras	433,16	0,3	129,95
Huevos	Unidad	936	0,12	112,32
<b>Total</b>				<b>242,27</b>

**MATERIA PRIMA DIRECTA DEL PASTEL ANUAL**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad Anual</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Anual</b>
Harina	Libras	5197,92	0,3	1559,38
Huevos	Unidad	11232	0,12	1347,84
<b>Total</b>				<b>2907,22</b>

**MATERIA PRIMA INDIRECTA DEL PASTEL DIARIO**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad Diario</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Diario</b>
Royal	libras	0,25	0,25	0,0625
Leche	Litros	10	0,6	6
Mantequilla	Libras	6	0,75	4,5
Manteca	Libras	5	0,75	3,75
Azúcar	libras	6	0,4	2,4
<b>Total</b>				<b>16,71</b>

**MATERIA PRIMA INDIRECTA DEL PASTEL MENSUAL**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad mensual</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Mensual</b>
Royal	libras	5,5	0,25	1,375
Leche	Litros	220	0,6	132
Mantequilla	Libras	132	0,75	99
Manteca	Libras	110	0,75	82,5
Azúcar	libras	132	0,4	52,8
<b>Total</b>				<b>367,68</b>

**MATERIA PRIMA INDIRECTA DEL PASTEL ANUAL**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad Anual</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Anual</b>
Royal	libras	66	0,25	16,5
Leche	Litros	2640	0,6	1584
Mantequilla	Libras	1584	0,75	1188
Manteca	Libras	1320	0,75	990
Azúcar	libras	1584	0,4	633,6
<b>Total</b>				<b>4412,10</b>

## I. ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN.....	¡Error! Marcador no definido.
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
a. TÍTULO:.....	1
b. RESUMEN.....	2
c. INTRODUCCIÓN.....	9
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	13
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	43
MATERIALES.....	43
f. RESULTADOS.....	47
g. DISCUSIÓN.....	73
1. ESTUDIO DE MERCADO.....	73
Plan de Comercialización.....	81
2. ESTUDIO TÉCNICO.....	84
LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	87
INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	89
3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	105
MANUAL DE FUNCIONES.....	111
4. INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO.....	116
INVERSIONES.....	116
RESUMEN DE ACTIVOS.....	118
RESUMEN DEL ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO.....	131
FINANCIAMIENTO.....	132
DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.....	140
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	149
EVALUACIÓN FINANCIERA.....	150
h. CONCLUSIONES.....	159
i. RECOMENDACIONES.....	161
j. BIBLIOGRAFÍA.....	162
k. ANEXOS.....	163
l. ÍNDICE GENERAL.....	173

