



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**AREA JURÍDICA SOCIAL, Y ADMINISTRATIVA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TITULO:**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANADERÍA DE PAN DE SUELO CON PASAS EN FORMA DE FIGURAS EN LA CIUDAD DE LOJA”**

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

**AUTORA:**

**Jessica Paola Nole Quizhpe.**

**DIRECTOR DE TESIS:**

**Ing. Bernardo Patricio Cuenca Ruiz**

**LOJA – ECUADOR**

**2013**



El secreto del éxito... es la perseverancia.

## CERTIFICACIÓN

**Ing. BERNARDO PATRICIO CUENCA RUIZ. DOCENTE DE LA CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA, DEL ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.**

### **CERTIFICA:**

Que la presente tesis de grado titulado "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANADERÍA DE PAN DE SUELO CON PASAS EN FORMA DE FIGURAS EN LA CIUDAD DE LOJA", realizado por la postulante : Jessica Paola Nole Quizhpe, previo a optar por el grado de ingeniera comercial, cumple con los requisitos establecidos por las Normas Generales para la Graduación de la Universidad Nacional de Loja, tanto en aspectos de fondo y forma, por lo cual me permito autorizar su presentación ante el respectivo Tribunal de Grado.

Loja, Junio del 2013

Atentamente



**Ing. Bernardo Patricio Cuenca Ruiz**  
**DIRECTOR DE TESIS DE GRADO**

## AUTORÍA

Yo, Jessica Paola Nole Quizhpe, 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 y acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente declaro y autorizo a la Universidad Nacional de Loja , la publicacion de mi tesis en el Repositorio Institucional – Biblioteca Virtual.

**Autora:** Jessica Paola Nole Quizhpe

**Firma:**.....  


**Cedula N°:**1104679806

**Fecha:** Julio del 2013

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

Yo, Jessica Paola Nole Quizhpe, declaro ser autora de la tesis titulada **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANADERÍA DE PAN DE SUELO CON PASAS EN FORMA DE FIGURAS EN LA CIUDAD DE LOJA”**, como requisito para optar el grado de ingeniera; autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines academicos muestre al mundo La produccion intelectual de la universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 19 días del mes de julio del dos mil trece, firma la autora.

**Firma:** 

**Autor:** Jessica Paola Nole Quizhpe

**Cedula:** 1104679806

**Dirección:** Cuba y Chile

**Correo Electronico:** jpnole3003@gmail.com

**Telefono:** 0999178082

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**DIRECTOR DE TESIS:** Ing. Bernardo Patricio Cuenca Ruiz

**MIEMBROS DEL TRIBUNAL**

**PRESIDENTE:** Ing. Carmen Elizabeth Cevallos Cueva

**VACAL:** Ing. Oscar Gomez Cabrera

**VOCAL:** Ing. César Neira Hinostroza

## DEDICATORIA

A Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mi esposo, Cristian Acaro, quien me brindó su amor, su cariño, su estímulo y su apoyo constante. Su comprensión y paciente espera para que pudiera terminar el grado son evidencia de su gran amor. ¡Gracias!

A mi adorada hija Mirely Anahí quien me prestó el tiempo que le pertenecía para terminar con mi meta.

A mis padres, José y Carmita quienes me enseñaron desde pequeña a luchar para alcanzar mis metas. Mi triunfo es el de ustedes, ¡los amo!

A mis queridos hermanos, Carlos y Stifanny y a todos aquellos familiares y amigos que me apoyaron incondicionalmente. ¡Gracias! Sin ustedes no hubiese podido hacer realidad este sueño.

***Jessica Paola Nole Quizhpe.***

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a la universidad nacional de Loja, en especial a la planta docente y administrativa del Área Jurídica, Social y Administrativa, quienes con su trabajo y saber, han impartido en mi sus conocimientos durante estos cinco años de estudio en la carrera de Administración de Empresas.

De manera especial mi más afectuoso agradecimiento y lealtad al Ing. Com. Manuel Neptalí Calderón Sánchez ex director de tesis y a mi nuevo director el Ing. Patricio Cuenca, por su paciencia y dedicación que sirvieron para dirigir este trabajo, permitiéndome cumplir con éxito esta meta.

**La Autora**

**a. TITULO**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA  
IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANADERÍA DE PAN DE  
SUELO CON PASAS EN FORMA DE FIGURAS EN LA  
CIUDAD DE LOJA”**

## **b. RESUMEN**

El presente trabajo de investigación se realizó en la Ciudad de Loja, teniendo como objetivo presentar una propuesta para la implementación de una panadería de pan de suelo con pasas en forma de figuras.

Dentro de los objetivos que se planteó es realizar el estudio de mercado para conocer la demanda actual, la oferta y la demanda insatisfecha, realizar el estudio técnico para determinar la macro y micro localización, presentar una propuesta orgánico- funcional de la empresa a implementarse, y por ultimo realizar un estudio financiero para establecer la inversión y el financiamiento del proyecto y poder determinar la factibilidad o no del proyecto objeto de estudio.

En lo que concierne a los métodos utilizados se tomó en cuenta el método científico para llegar a plantear el problema, el método deductivo para poder revisar los referentes teóricos, el método inductivo para concluir la rentabilidad del proyecto y el método descriptivo para describir los hechos y acontecimientos sociales.

El estudio de mercado se encuentra enmarcado en una investigación con modalidad descriptiva.

La técnica de recolección de datos fue por medio de una encuesta. La información obtenida de la aplicación del instrumento fue procesada



mediante un enfoque cualitativo utilizando técnicas propias de carácter descriptivo y sustentado a través de las bases teóricas de estudio.

En el estudio técnico se manifiesta la macro y micro localización de la empresa, se detalla la capacidad instalada y utilizada, la mano de obra que se necesita para la producción. En lo que corresponde a la organización administrativa, se ha planteado una empresa de responsabilidad limitada, se da a conocer los niveles jerárquicos, organigramas y manuales que la empresa manejara para definir actividades y tareas que el personal debe realizar a diario.

Finalmente 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 Evaluación Financiera, el presente proyecto tiene los siguientes indicadores: Valor Actual Neto de \$33.189,58; Tasa Interna de Retorno de 60,27%; Relación Beneficio Costo es de \$1,35 por cada dólar invertido la empresa gana 0,35 centavos de dólar; Periodo de Recuperación de Capital es de 2 años y 18 días; Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos del 15,35% dando un total del 0,98% y el análisis de sensibilidad en la disminución en los ingresos del 11,18% 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**

The present research was conducted in the city of Loja, aiming to present a proposal for the implementation of a soil bakery raisin bread shaped figures.

Among the objectives that emerged is performing market research to meet current demand, supply and unmet demand, conduct a technical study to determine the macro and micro location, submit a proposal organo-functional enterprise to be implemented, and finally make a financial study to establish the investment and financing of the project and to determine the feasibility or otherwise of the project under study.

With respect to the methods used was taken into account the scientific method to get to pose the problem, the deductive method to the theoretical review, the inductive method to complete the project profitability and descriptive method to describe the facts and social events. The market study is framed in a descriptive research method.

The technique of data collection was through a survey. The information obtained from the application of the instrument was done through a qualitative approach using techniques of descriptive and supported through theoretical study.

The technical study manifests the macro and micro localization company, is detailed and used capacity, labor is needed for production.

As relates to the administrative organization, has raised a limited liability company, is disclosed hierarchical levels, organizational charts and manuals that the company will manage to define activities and tasks that staff must make daily.

Finally, we conducted an evaluation of the project to determine the suitability of the project and its implementation which was analyzed for the following indicators as the net present value of \$33.189,58; Internal Rate of Return of 60,27%; Relationship Benefit Cost is \$ 1,35 for every dollar the company earns 0.35 cents, Capital Recovery Period is 2 years and 18 days; Sensitivity analysis indicates that the project supports an increase in costs of 15.35% giving a total of 0.98% and the sensitivity analysis on the decrease in revenue of 11.80% for a total of 0.99% by which the project is feasible, the conclusions and recommendations so determine, accompanied the literature with its annexes.

### **c. INTRODUCCIÓN**

Las organizaciones están en la búsqueda de constantes cambios para mejorar sus procesos administrativos, que conlleven a aumentar su nivel de trabajo y generar más ingresos.

Es por ello que las organizaciones deben tener unas estrategias claves para lograr avances y desarrollos de la empresa asegurando la posesión de los productos en el mercado, mediante las mejoras de calidad.

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad analizar la factibilidad para implementar de una Panadería de Pan de suelo con Pasas en Forma de Figuras en la Ciudad de Loja que ofrezca un producto de calidad y a un precio asequible para el consumidor.

El proyecto en mención se tomó 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 aplicó el presente proceso:

En la exposición de resultados se procedió a redactar los referentes del producto y materia prima a utilizar, así como también se describió y representó el estudio de mercado, el mismo que nos sirvió para realizar el

análisis de oferta y demanda de nuestro producto en la ciudad de Loja, a través de encuestas directas aplicadas a los consumidores y las comercializadoras de productos de consumo masivo, de cuyos análisis se obtuvo la cuantificación de la demanda y oferta, obteniendo así la oportunidad en el mercado, además se determinó las posibilidades 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, tecnología requerida, la distribución de la planta, como también establecer la macro y micro localización.

En el estudio organizacional se establece 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 determinó 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 del incremento en los costos y el análisis de sensibilidad en la disminución

en los ingresos, lo mismo que indican que es factible la puesta en ejecución del proyecto

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**

La castellana ciudad de Loja es el principal centro urbano, histórico y cultural de la Región Sur, “Jardín y Fortaleza del Ecuador”. Está ubicada entre los ríos Zamora y Malacatos, que se unen en el vértice norte del antiguo centro urbano.<sup>12</sup>

Loja, conocida también como “Capital Musical del país”, ha sido cuna de grandes artistas, poetas y escritores que han cantado, descrito y mimado sus encantadores paisajes multiformes. Tiene sus comidas típicas como el repe blanco, la cecina, el cuy, el tamal lojano, y el pan de suelo que día a día se está perdiendo dicha tradición.

### **DEFINICIÓN DE FACTIBILIDAD**

Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto. El estudio de factibilidad, es una de las primeras etapas del desarrollo de un sistema informático, dicho estudio incluye los objetivos, alcances y restricciones sobre el sistema, además de un modelo lógico de alto nivel del sistema actual (si existe). A partir de esto, se crean soluciones alternativas para el nuevo sistema, analizando para cada una de éstas, diferentes tipos de factibilidades.

---

<sup>1</sup> [http://www.utpl.edu.ec/issummit2010/index.php?option=com\\_content&view=article&id=8&Itemid8=](http://www.utpl.edu.ec/issummit2010/index.php?option=com_content&view=article&id=8&Itemid8=)

<sup>2</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Factibilidad>

## **HISTORIA DEL PAN**

El pan acompaña a la alimentación de la humanidad desde 8000 a. C. Se sabe que la introducción del cereal en la dieta humana aparece en el hombre primitivo cuando este deja de ser nómada para ser sedentario (con la aparición de la agricultura); probablemente algún tipo primitivo de trigo fuese una de las primeras plantaciones del hombre. Es muy posible que en esos comienzos una mezcla de estos granos de cereal, toscamente molidos con una piedra y algo humedecidos, en lo que podrían haber sido unas primitivas gachas, acabaran por casualidad cerca de una fuente de calor: bien podría haber sido entre las cenizas de un fuego, o simplemente una masa líquida esparcida y expuesta al sol sobre una piedra.

## **TRADICIÓN DEL PAN DE SUELO**

El pan es un elemento importante en la dieta del ser humano de cualquier latitud, en el caso del lojano este tiene una muy rica tradición.<sup>3</sup>

Existen aún en algunos sitios de la Provincia y en la propia Ciudad de Loja hornos de leña para hacer el conocido "pan de suelo", estos hornos sobreviven al uso de combustibles más baratos como el gas, por el esfuerzo de quienes se niegan a ver morir el afamado antaño pan lojano.

Los ingredientes para este pan no difieren de los que se usan para el pan de otras latitudes: harina, manteca vegetal, aceite, huevos, sal y azúcar

---

<sup>3</sup> <http://laopiniondelsur.blogspot.com/2011/11/el-pan-de-suelo-lojano.html>



según sea el caso, y Royal o levadura. Sin embargo, lo que le entrega el sabor que le distingue es más bien el horno.

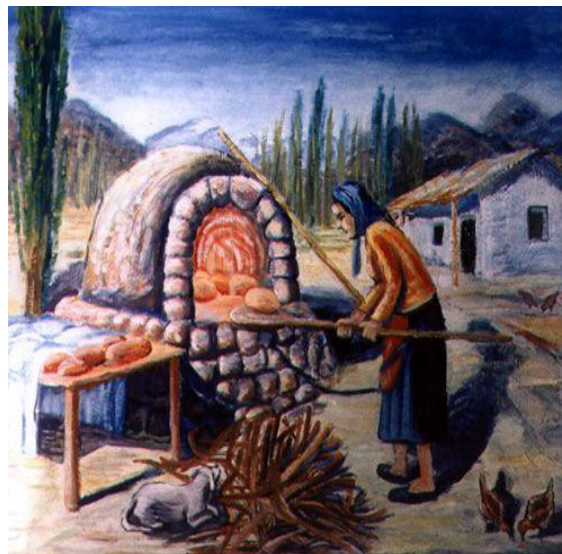
En el sector rural, aunque casi sin uso ya, existen algunos hornos que nos permiten distinguir los materiales usados en su construcción: Base o soportes de piedras planas, madera, barro, vidrio molido y bareque.

Similar al nido de un hornero (conocido como chilalo por el lojano), tiene espacios interiores tanto para la leña como para el pan.

Se usa para introducir el pan al horno o rotarlo, una gran pala o paleta de madera (de palma).

Para limpiar el horno se usaba escobas confeccionadas con ramas de plantas aromáticas como el cedrón o de arbustos como la llamada llazhipa o el sauco.

**Imagen Nº 1**



Explica la manera como se produce el pan de suelo.

La tradición de las guaguas de quichua pequeños, bebes, tiene raíces evidentemente indígenas, en la cosmovisión andina en esta fecha se ha venido recordando a los ancestros con rituales en los cementerios. Uno de ellos es colocar una pequeña masa de harina en la tierra, lo que sería la guagua de pan.

El horno de barro es una bóveda que se construye en el exterior, con barro o adobe, posee una entrada frontal y un orificio a modo de chimenea en la parte trasera (a un costado) para dejar escapar los gases de combustión. Para comenzar a utilizarlo se carga con leña, se enciende y se calienta por alrededor de una hora. Cuando se determina que se encuentra listo para cocinar se apartan las brasas a los costados de las paredes y se introducen el pan. Se tapan tanto la entrada como la chimenea para conservar el calor y se espera a que esté listo. Como se darán cuenta esto es muy diferente a la clásica forma de cocinar ya que la leña le da un sabor inigualable a los alimentos.

**Imagen N° 2**



## **TÍPICO TRADICIONAL “PAN DE SUELO” LOJANO.**

Su autor o creador fue el fallecido sr Leonardo Quispe quien se lo conocía como el señor del pan desuelo quien dedicó toda su vida a elaborar el pan más apetecible para lojanos y afuereños. Su vivienda está en el barrio Las Palmas, nororiente de la capital lojana. “Esta calle que ingresa a la Universidad Técnica era de tierra y rodeada de pencos”. Carlos Barba, un ex empleado, prepara el ‘pan de suelo’. Heredó las herramientas y la técnica para hacer el pan de Loja. Marcia Ordóñez, nuera del sr Quispe, es abogada y también hace el pan con la misma receta que le enseñó sus suegros desde cuando tenía 16 años.

La clave del ‘pan de suelo’: que el ambiente donde se elabora sea rústico. Por eso tanto Barba como Ordóñez mantienen sus hornos con una base sobre un metro de altura del piso.

Esta base está conformada por capas de adobe, ladrillo, vidrio, arena y salen grano. Encima de este piso está la cobertura esférica de arcilla y ladrillo y una pequeña ventana por donde se coloca el pan mediante paletas de hasta cuatro m de largo. En el mercado Centro Comercial, el puesto de Ordóñez es uno de los más vistosos y desde ahí el pan sale a otros destinos. “Va a EE.UU., España, Bélgica y hasta a África”, dice Ordóñez, de 52 años.

“El éxito de la venta es mantener la receta tradicional de la abuela”, dice la mujer. El pan de suelo contiene huevos ‘runas’, manteca de cerdo,

mantequilla, anís molido, sal, panela y azúcar. Con eso y la harina se forma una textura consistente y debe leudar un par de horas antes de ir al horno. El sabor se complementa en el horno, con el humo de la leña de faique y el piso del horno limpio donde se colocan los panes y de donde proviene el nombre de pan de suelo. Antes de eso el piso se limpia con marco o altamisa (planta medicinal). Este pan cuando lo elaboraba el Sr Quispe se lo obtenía a partir de las 4 de la tarde para aprovechar el cafecito de la tarde con un café filtrado tostado y molido de la región ya sea de Chaguarpamba o de Vilcabamba.

## **HISTORIA DE LAS PASAS**

La palabra pasa viene del francés “raisin sec” que significa “uva seca”. Entonces cualquier uva seca tendría derecho de llamarse pasa; sin embargo por acuerdo en el comercio internacional, el término se ha dejado limitado a las uvas secas de unos cuantos cultivares propios, diferenciándose de los reales uvas secas provenientes de uvas para vino (Winkler, 1965 citado por: Huarcaya, 1971)

## **VALOR NUTRICIONAL**

**Imagen N° 3**



Las uvas pasas son ante todo una gran fuente de energía, ya que contienen altas dosis de hidratos de carbono. Por este motivo es muy recomendable su consumo en deportistas y personas que mantienen una alta actividad. Al estar secas el concentrado nutricional es mayor, ya que la uva ha perdido el agua y se han quedado los azúcares que son los causantes del característico sabor de las pasas y su alto contenido energético.<sup>4</sup>

### **FIGURAS DE PAN DE SUELO**

Las "Figuras de pan" también forma parte de la tradición gastronómica de Loja, los productores de este pan especial que se lo comercializa, le dan una figura específica al delicioso pan lojano.

Se realiza las figuras a mano ya tenemos pan redondo, pan largo, empanada y palanqueta.

**Imagen N° 4**



Pan Largo



Pan Redondo

---

<sup>4</sup><http://www.vitonica.com/alimentos-funcionales/las-uvas-pasas-un-manjar-lleno-de-beneficios>

## **PROYECTO DE INVERSIÓN**

Los proyectos surgen de las necesidades individuales y colectivas de las persona. Es ella la que importa, son sus necesidades las que deben satisfacer a través de una demanda asignación de recursos, teniendo en cuenta la realidad social, cultural y política en la que el proyecto pretende desarrollarse. Un proyecto puede ser variable tanto por tener un mercado asegurado como por ser técnicamente factibles.”<sup>5</sup>

### **Etapas de la Factibilidad de un Proyecto de Inversión.**

El análisis completo de un proyecto requiere de cinco estudios complementarios: del mercado técnico, organizacional administrativo, económico-financiero y evaluación económica, social y ambiental. Mientras los tres primeros proporcionan información económica de costos y beneficios, el último además de generar información, contribuye los flujos de caja y evalúa el proyecto.

## **ESTUDIO DE MERCADO**

“El estudio de mercado es aquella etapa de un proyecto que tiene por objeto estimar la demanda, es decir la cantidad de bienes y servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios y un cierto período de tiempo”<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup>Microsoft® Encarta® 2008. © 1993-2007 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

<sup>6</sup>[www.yahoo.com](http://www.yahoo.com) “ESTUDIO DE MERCADO”; © Agence Pour la Création d’Entreprises (APCE)

## **Objetivos**

- Conocer lo que está sucediendo y que se espera que suceda en el sector de la economía al cual se pretende incursionar con el producto.
- Establecer las fortalezas y debilidades de los competidores para aprovechar oportunidades en cuanto a la satisfacción de los clientes.
- Verificar que los clientes previstos existen realmente.
- Medir la potencialidad de esta demanda.
- Determinar el precio del producto o servicio.
- Elegir los medios más rentables para realizar la cifra de negocios, venta, comunicación, distribución, etc.

## **Comportamiento del Mercado**

Un mercado se confluyen productos y consumidores para realizar intercambios de compra y venta. Para conocer el comportamiento del mercado, es preciso conocer todos y cada uno de los agentes que, con su actuación tendrán algún grado de influencia sobre las decisiones que se tomarán al definir las estrategias comerciales.

Para realizar el presente estudio se determinará cinco tipos de mercado:

- Mercado proveedor (quienes nos abastecen)
- Mercado distribuidor (intermediarios)
- Mercado consumidor (los clientes)
- Mercado competidor (la competencia)

- Mercado externo (fuentes externas de abastecimiento)

### **Análisis de la Demanda (clientes)**

Definición.- “La demanda se define como la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio y una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir”<sup>7</sup>.

Conocer la demanda es uno de los requisitos de un estudio de mercado, pues se debe saber cuántos compradores están dispuestos a adquirir los bienes y servicios y a qué precio.

Para realizar el análisis de la demanda se debe tomar en cuenta:

- Los tipos de consumidores.
- Segmentarlos por actividad, edad, sexo, ubicación geográfica, ingresos.
- Conocer los gustos y preferencias.

### **Demanda Potencial**

La demanda potencial es la cantidad global de las familias lojanas de la provincia que corresponden al porcentaje de la población total de la provincia, dividida por cuatro miembros por hogar, independientemente de los medios y preferencias para la adquisición del producto.

Para determinar la demanda potencial se considera:

1. La tasa de crecimiento poblacional
2. Población urbana
3. Cuatro miembros por familia

---

<sup>7</sup>www.google.com “DICCIONARIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS” Factores de Producción.



## **Demanda Real**

Se denomina demanda real a la demanda verdaderamente ejercida en los mercados. En sí, la demanda real es el número absoluto de familias que están dispuestas a adquirir el producto.

Para obtener la demanda real tomamos en consideración lo siguiente:

1. Demanda potencial
2. Porcentaje de las familias que no consumen
3. Porcentaje de familias que no apoyan al producto
4. Porcentaje de familias que no contestan

## **Plan de Comercialización**

El propósito de plan de comercialización es de prevenir a la empresa acerca de su posición actual y futura, puesto que los alcances de hoy y sus planes para el futuro depende de juicios anticipados de las condiciones del mercado.

La comercialización es un instrumento de la dirección de empresas que suministra a las mismas los medios para diseñar y vender el producto aprovechando los recursos de la empresa.

El plan de comercialización está elaborado en base a:

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción y
- Posventa

## **Análisis de la Oferta (competencia)**

Definición.- Es la cantidad de bienes y servicios que se pone a disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para los que adquieran

Para realizar el análisis competidor se debe tener en cuenta:

- El posicionamiento de los competidores en la mente de los clientes.
- Fortalezas y debilidades de los competidores.
- Quienes están ofreciendo ese mismo bien o servicio.
- Las características de los bienes o servicios de la competencia y el precio.

## **ESTUDIO TÉCNICO**

“Determina los requerimientos empresariales en función al tamaño y localización de la planta, descripción técnica y descripción de procesos, la capacidad de las máquinas (capacidad instalada) y la cantidad de recursos humanos”<sup>8</sup>.

### **Tamaño de la Planta**

Tamaño.- Considera su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal.

### **Localización de la Planta**

Localización.- Para la elección de la localización adecuada se debe tomar en cuenta:

---

<sup>8</sup>ELABORACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN; “Guía de Estudio, Módulo X”; Carrera de Administración de Empresas; Área Jurídica, Social y Administrativa; Editorial Universitaria; UNL Loja- Ecuador, 2004 – 2005.

- a) La suma de los costos de transporte de insumos y productos.
- b) la disponibilidad y costos relativos de los recursos.
- c) Clima facilidades administrativas, Disposición de aguas residuales, olores y ruidos molestos, etc.

### **Ingeniería del Proyecto**

El estudio de la ingeniería del proyecto tiene como objeto, determinar el proceso de producción o el desarrollo del servicio óptimo que permita la localización efectiva y eficaz de los recursos.

En el estudio de ingeniería se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

1. Estudio del producto o servicio a ofrecer
  - Presentación, embalaje, normas de calidad
  - Características, usos
2. Estudio de los insumos
  - Selección del proceso
  - Descripción del proceso
  - Disponibilidad de tecnología
3. Estudios de los insumos
  - materias primas principales
  - Materiales indirectos
  - Mano de obra
4. Estudio de las instalaciones
  - Materia y equipo

- Distribución de planta y edificio
- Instalaciones principales y auxiliares
- Montaje y cronograma

## **ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

Dar a conocer como se encuentra conformada la empresa en su área administrativa y los niveles jerárquicos que representan en la organización, además describe el papel que desempeña cada uno, como también se conoce le tipo de sociedad o compañía.

### **Organización Legal**

Se refiere a la parte jurídica de la compañía que puede ser Sociedad Armónica, Limitada, Mixta, Comandita simple y Comandita por acciones.

### **Organización Administrativa**

“La organización administrativa se refiere al establecimiento preciso de los centros de autoría y rangos correspondientes de responsabilidad”<sup>9</sup>.

Es necesario diseñar una estructura administrativa a través del componente administrativo de la organización, el cual debe integrar tres componentes básicos.

- a. Unidades organizativas
- b. Recursos humanos técnicos y financieros
- c. Los planes de trabajo

---

<sup>9</sup>guias@economia.gob.mx, “PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS”; Secretaría de Economía, 22 de diciembre del 2004; México.

## Niveles Administrativos

- 1) Nivel Legislativo –Directivo
- 2) Nivel Ejecutivo
- 3) Nivel Asesor
- 4) Nivel auxiliar o de Apoyo
- 5) Nivel Operativo

## **Manual de Funciones**

El manual de funciones constituye una fuente de información que revela las tareas, obligaciones y deberes que deben desarrollar y cumplir los diferentes puestos que integran la empresa, encaminados a la concesión de los objetivos planteados por la organización.

## **Organigramas**

Un organigrama es la gráfica que muestra la estructura orgánica interna de la organización formal de una empresa.

Existen dos tipos de organigramas, estructural y funcional

## **ESTUDIO FINANCIERO**

“La función básica del estudio financiero es de determinar el monto de la inversión y la forma de cómo financiarlo, conocer los beneficios que se obtendrán al ejecutarla”.

## **Inversión y Financiamiento**

### **Inversiones**

Es la aplicación que las personas dan a sus fondos tanto propios como ajenos y que se realizan con el ánimo de obtener una rentabilidad o beneficio futuro.

La inversión se compone por los bienes materiales e inmateriales que son necesarios para el desarrollo de la empresa, entre las cuales se encuentran:

- Activo fijo
- Activo Diferido
- Activo circulante o Capital de trabajo

### **Financiamiento**

Es la acción por la que una persona o sociedad consigue capital para su creación o funcionamiento. El financiamiento se lo puede efectuar con capital propio o capital ajeno.

a.- Capital Propio Son los que proviene de la emisión y venta de acciones, de aportes en efectivo o en especies de los costos y de las utilidades y reservas de la empresa.

b.- Capital Ajeno Son los que se obtienen de bancos y Financieras Privadas o de Fomento de Proveedores a través de la misión de obligaciones propias de la empresa.

### **Análisis de Costos**

El costo son los gastos que son producen para la elaboración de un producto durante el periodo. Se analizan 2 analizan 2 tipos de costos.

a.- Costos de fabricación

b.- Costos de operación

## **Costos de Fabricación**

Son los costos que se relacionan directamente con la actividad productiva de la organización, incluyendo en ellos el costo primo y los costos generales de fabricación.

a.- Costo primo

Comprende:

- Materia Prima Directa
- Mano de Odra Directa

b.- Costos Generales de Fabricación

Comprende:

- Materia de Obra Indirecta
- Mano Prima Indirecta
- Carga Fabril
- Depreciaciones

## **Elaboración de Presupuestos**

El presupuesto recoge una previsión de ingresos y costos que se van a producir en el desarrollo de una actividad en un determinado periodo.

### **Presupuesto de Ingresos**

Para la elaboración de este presupuesto se toma como referencia el costo unitario para el primer año de vida de proyecto, dato que se lo proyectará para el resto del año.

## **Presupuestos de Costos**

Para la elaboración de Presupuesto de Costo se considera igualmente la tasa inflacionaria y se proyecta los costos de fabricación y operación, excepto las depreciaciones ya que su valor es constante para la vida útil del proyecto igualmente la amortización del diferido.

## **Estado de Pérdidas y Ganancias**

Es uno de los costos financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio, clasificándolos con las principales operaciones del negocio, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas.

El estado de pérdidas y ganancias llamando también Estado de Resultados nos muestra cual es la utilidad y la pérdida durante un periodo económico.

## **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.



### **Determinación del Punto de Equilibrio**

Es un punto de balance entre ingresos y egresos, denominado como punto muerto porque no hay pérdida ni ganancias; Cuando los ingresos y gastos son iguales se produce el Punto de Equilibrio.

### **Punto de Equilibrio en Función**

Este método permite conocer cuál debe ser el mismo nivel de ingreso que generen las ventas para no tener pérdidas.

### **Punto de Equilibrio en Función de la Capacidad Instalada**

Permite conocer el porcentaje mínimo de la capacidad instalada que debe trabajar la empresa para producir, permite obtener sus ventas al nivel de ingresos que cubran los costos.

### **Punto de Equilibrio en Función de la Producción**

Permite conocer el número de unidades que se debe producir y comercializar en un precio determinado para obtener ingresos en los cuales pueda cubrirse los costos.

### **Evaluación Financiera**

“Permite demostrar que la inversión propuesta se da o no económicamente rentable mediante la combinación de operaciones matemáticas a fin de obtener coeficientes de evaluación basada en valores actuales de ingresos y gastos”.

Los criterios más utilizados son:

- Valor Actual neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Análisis de Sensibilidad
- Relación Beneficio Costo (B/C)
- Periodo de Recuperación de Capital

Para poder determinar estos indicadores primero se determina el Flujo de Caja.

### **Flujo de Caja**

“Representa el movimiento neto de caja durante cierto periodo que generalmente es de un año, permitiendo cubrir todos requerimientos de efectivo para el proyecto. Es importante recalcar que para la determinación del Flujo Neto de Caja se debe considerar solamente los ingresos reales y eficientes, es decir aquello que se producen por movimiento de dinero entre la empresa y el exterior.”<sup>10</sup>

### **Valor Actual Neto**

Consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos a través de la vida útil del proyecto.

En términos matemáticos el VAN es la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento o descontar una tasa de interés pagada por beneficiarse del préstamo a obtener.

---

<sup>10</sup>ROSEMBERG, Jerry M. (2005) “DICCIONARIO INTERACTIVO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS”, Grupo Editorial Océano. SEPARATAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

Actualizando los valores se debe decidir la aceptación o rechazo del proyecto bajo los siguientes fundamentos:

- a.- Si el van es positivo se acepta la inversión
- b.- Si el VAN es igual a cero la decisión de invertir in indiferente
- c.- Si el van es negativo se rechaza la inversión

### **Formula**

VAN= Sumatoria de Flujos Netos – Inversión

### **Tasa de Retorno (TIR)**

Representa la tasa máxima de interés que se podría pagar por un préstamo de los ingresos provenientes del proyecto. Es también la tasa de rendimiento que ofrece el proyecto sobre la inversión a realizar.

Los criterios de decisión para la TIR son los siguientes:

- a) Si la TIR es mayor al costo de capital o al costo de oportunidad se acepta la inversión
- b) SI la TIR es igual al costo del capital o el costo de oportunidad, la decisión resulta indiferente
- c) Si la TIR es menor al costo de capital o al costo de oportunidad se rechaza la inversión.

### **Formula**

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

## Relación Costo – Beneficio

Este indicador se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido en el proyecto. Los criterios de decisión se expresan en los siguientes términos:

B/C > 1      Se debe ejecutar el proyecto

B/C = 1      Es indiferente ejecutar el proyecto

B/C < 1      Se debe realizar el proyecto

## Formula

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

## Periodo de Recuperación del Capital

Este indicador mide el número de años que transcurrirán desde la puesta en explotación de la inversión, para recuperar el capital invertido en el proyecto mediante las utilidades netas del mismo, considerando además la depreciación y los gastos financieros.<sup>11</sup>

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

## Análisis de Sensibilidad

Se lo realiza para determinar la vulnerabilidad del proyecto ante las alternativas futuras de mayor incidencia como son los ingresos y los costos, considerando que los demás se encuentren constantes.

---

<sup>11</sup>“DICCIONARIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS” Factores de Producción.

## Formula

$$TIR = Tm + Dt \left( \frac{VANMenor}{VANMenor - VANMayor} \right)$$

Diferencia de TIR = TIR del Proyecto – Nueva TIR

Porcentaje de Variación = Dif. TIR / TIR del Proyecto

Coefficiente de Sensibilidad = Porcent. Var. / Nueva TIR

## **e. MATERIALES Y MÉTODOS**

El presente trabajo investigativo se realizó enmarcado dentro de la estructura de la Universidad Nacional de Loja, la misma que permite desarrollar el conocimiento científico y tecnológico.

Para alcanzar los objetivos establecidos en la investigación se utilizaron los siguientes materiales, métodos, técnicas y procedimientos propios de la investigación de campo.

### **Materiales**

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

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

### **Métodos**

A continuación se indican los métodos que se utilizaron para el desarrollo del presente trabajo investigativo.

#### **Método Deductivo:**

Este método admitió revisar los referentes teóricos, como leyes, reglamentos y disposiciones legales de carácter general para

fundamentar la propuesta de la panadería de pan de suelo con pasas y su aplicación en el ámbito local.

**Método Inductivo:**

El cual se basa en el entendimiento de fenómenos generales a través de fenómenos particulares, el cual se lo usó para entender las características de la demanda a través de la aplicación de las encuestas a las familias de la ciudad de Loja.

**Método Descriptivo - Analítico:** Este método se utilizó durante el desarrollo de toda la investigación, puesto que se realizó un proceso descriptivo – analítico, el cual permitió analizar e interpretar la situación actual del pan de suelo, su procesamiento, requerimientos del mercado, especificaciones técnicas, organizacionales y financieras, que permitan la puesta en marcha en estudio de factibilidad.

**TÉCNICAS**

En el presente trabajo se utilizaron las siguientes técnicas:

**Revisión Bibliográfica, Documental y de Archivo.**

Esta técnica consistió obtener Información de fuentes secundarias, siendo para este caso información pública por el INEC, Internet, folletos, revistas y otras publicaciones que sirvieron para armar el enfoque teórico y de datos estadísticos y de archivo, en lo que concierne al tema en estudio.

### **Observación Directa:**

Admitió obtener información real de las características del entorno, del lugar y las facilidades y condiciones para poder brindar un producto de primera necesidad como lo es el pan.

### **Encuesta:**

Para el estudio de mercado se aplicó la técnica de la encuesta la misma que se dirigió a las 397 familias de la ciudad de Loja, para así obtener información válida que consintió analizar, interpretar y detallar los datos más representativos en este proceso de estudio.

Se realizó otra encuesta a los 5 oferentes productores de pan de suelo en la ciudad de Loja. Mismos que se describen en el cuadro N° 3

### **Población**

La población tomada para el desarrollo de este proyecto fue para la ciudad de Loja, en la cual se tomó las familias, por cuanto es un producto alimenticio masivo consumido por las familias; así mismo con los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo INEC en el año 2010, la ciudad de Loja cuenta con 180617 habitantes y una tasa de crecimiento del 2,65%, cuya proyección se describe a continuación:

### **Formula:**

$$P_{2012} = 180617 (1+0,0265)^2$$

$$P_f 2012 = 180617 (1,05370)$$

$$P_f 2012 = 190317 \text{ habitantes}$$

$$P_f = P_o (1+r)^n$$



Con el propósito de conocer el tamaño de la muestra se tomó la población proyectada para el año 2012, de 190317 habitantes, que lo dividimos para el promedio de 4 miembros de cada familia, lo que da un total de 47579 familias.

**CUADRO DE PROYECCIÓN DE PARROQUIAS URBANAS**  
**Cuadro N° 1**

<b>POBLACIÓN PARROQUIAS URBANAS</b>					
<b>PARROQUIAS</b>	<b>HABITANTES 2010</b>	<b>TASA DE CRECIMIENTO</b>	<b>PROYECCIÓN N 2011</b>	<b>PROYECCIÓN N 2012</b>	<b>FAMILIAS</b>
EL VALLE	32511	2,65%	33373	34257	8564
EL SUCRE	63216	2,65%	64891	66611	16653
EL SAGRARIO	25286	2,65%	25956	26644	6661
SAN SEBASTIÁN	59604	2,65%	61183	62805	15701
<b>TOTAL</b>	<b>180617</b>	<b>2,65%</b>	<b>185403</b>	<b>190317</b>	<b>47579</b>

Fuente: INEC 2010

Elaboración: La Autora

**MUESTRA**

Para determinar la muestra se ha tomado el número de familias en la ciudad de Loja del año 2012 que representa a 47579 familias.

$$n = \frac{N}{1 + (e)^2 N}$$

$$n = \frac{47579}{1 + (0.05)^2 47579}$$

$$n = \frac{47579}{1 + 119.95} = 397$$

<p>n= Tamaño de muestra e= Margen de error (5%)=0,05 N= Población o universo 1= Constante</p>
---

**CUADRO DE DISTRIBUCIÓN DE LAS ENCUESTAS**  
**Cuadro N° 2**

<b>Parroquias urbanas</b>	<b>Población de familias</b>	<b>Encuestas</b>
El Valle	8564	71
El Sucre	16653	139
El Sagrario	6661	56
San Sebastián	15701	131
<b>TOTAL</b>	<b>47579</b>	<b>397</b>

**Fuente:** INEC 2010

**Elaboración:** La Autora

Cuadro de los oferentes de pan de suelo en la ciudad de Loja

**Cuadro N° 3**

<b>N°</b>	<b>Empresas</b>
1	Señoritas Briceño
2	Panadería Quizhpe
3	Panadería Barba
4	Panadería Motupe
5	Panadería San Luis

**Elaboración:** La Autora

**Procedimiento**

Uno de los procedimientos más utilizados en la aplicación de las encuestas, es el método estratificado simple, el cual se aplicó en el presente estudio investigativo; este consiste en sectorizar los diferentes barrios a encuestar, determinando en números de manzanas y casas de viviendas, las mismas que se las procede a enumerar al azar; de tal manera que se escoge uno o más números aleatorios de cada manzana, serán los hogares a encuestar. Este método permitió a través de la numeración de las manzanas, no duplicar la información y por otro lado a

efectuar encuestas a hogares estratificados al azar sin determinar el origen y condición de los mismos; consideramos que este sistema es muy práctico de fácil aplicación y positivo para obtener la información requerida. Una vez aplicados los instrumentos de investigación al sector en estudio, se procedió a sistematizar la información de acuerdo a las respuestas obtenidas, representada a través de cuadros y gráficos estadísticos, de esta forma se obtuvo una mayor comprensión sobre los datos realizando un análisis e interpretación de la información; estos datos son de vital importancia ya que permitió determinar la oferta y demanda, así como la existencia 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

### TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS A LOS DEMANDANTES

#### 1. ¿En su dieta alimenticia consume usted productos elaborados de harina de trigo?

Cuadro Nº 4

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	326	82,12
No	71	17,88
<b>Total</b>	<b>397</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a las Familias de la Ciudad de Loja

**Elaboración:** La Autora

Gráfico Nº 1



**INTERPRETACIÓN:** De las 397 familias encuestadas de Loja, se determina que 326 familias que equivalen al 82,12% contestaron que si consumen productos elaborados a base de harina de trigo y 71 familias que equivale al 17,88% no consumen productos elaborados de harina de trigo.

## 2. ¿Qué tipo de productos consume?

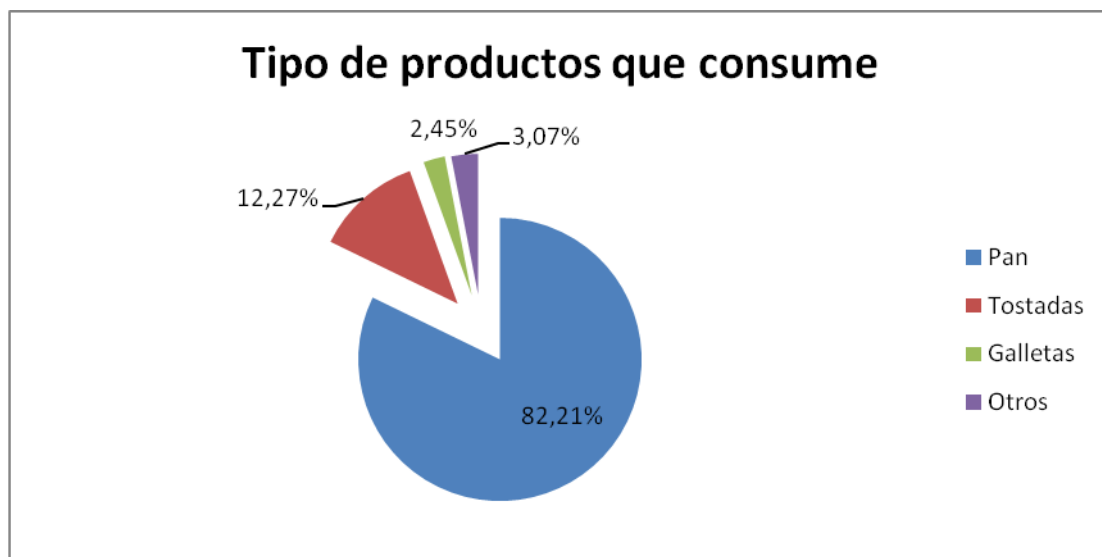
Cuadro Nº 5

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Pan	268	82,21
Tostadas	40	12,27
Galletas	8	2,45
Otros	10	3,07
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuestas realizadas a las Familias de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 2



**INTERPRETACIÓN:** De 326 familias el 82,21% contestaron que consumen pan, un 12,27% consume tostadas, el 2,45% consume galletas y los 3,07% restante manifestaron que consumen otros productos.

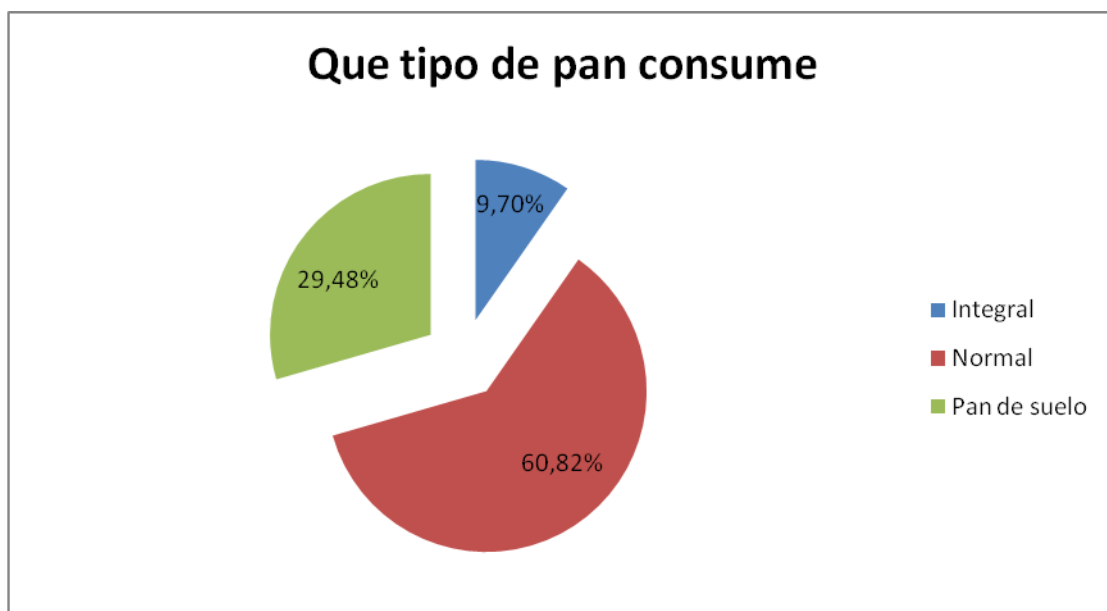
### 3. Si consume pan, ¿Qué tipo de pan consume?

Cuadro Nº 6

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Integral	26	9,70
Normal	163	60,82
Pan de suelo	79	29,48
<b>Total</b>	<b>268</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a las Familias de la Ciudad de Loja  
**Elaboración:** La Autora

Gráfico Nº 3



**INTERPRETACIÓN:** De acuerdo a las 268 personas que me dijeron que consumen pan, un 60,82% consume pan normal, un 29,48% consume pan de suelo y un 9,70% consume pan integral.

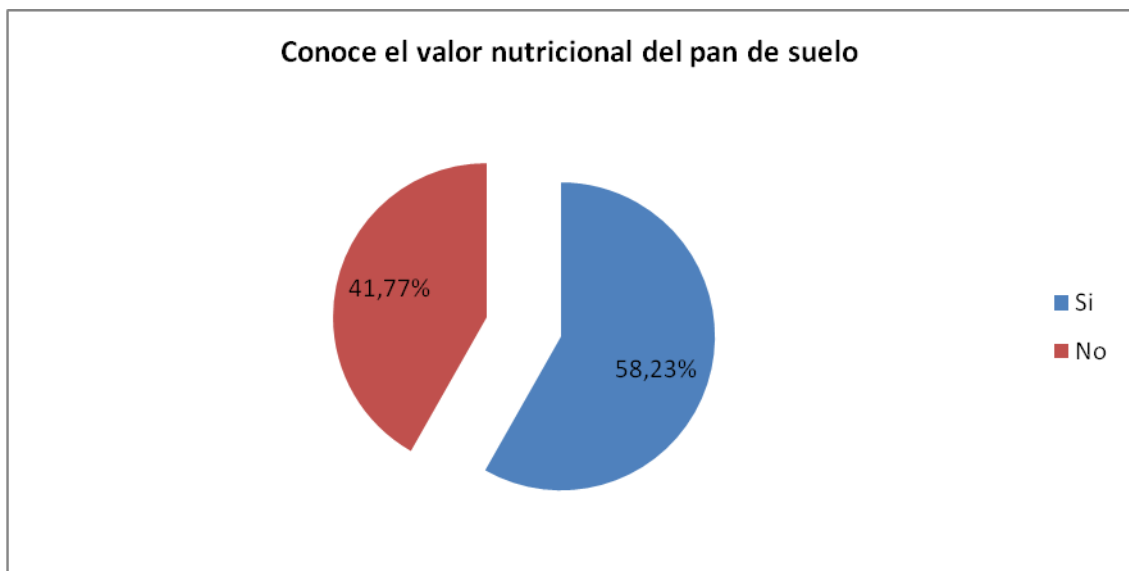
4. ¿Conoce usted sobre el valor nutricional que tiene el pan de suelo?

Cuadro N° 7

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	46	58,23
No	33	41,77
<b>Total</b>	<b>79</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuestas realizadas a las Familias de la Ciudad de Loja  
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 4



**INTERPRETACIÓN:** De las 79 personas que consumen pan de suelo, el 58,23% si saben el valor nutricional que posee dicho pan y el 41,77% no saben de dicho valor nutricional.

## 5. Con que frecuencia consume usted el pan de suelo?

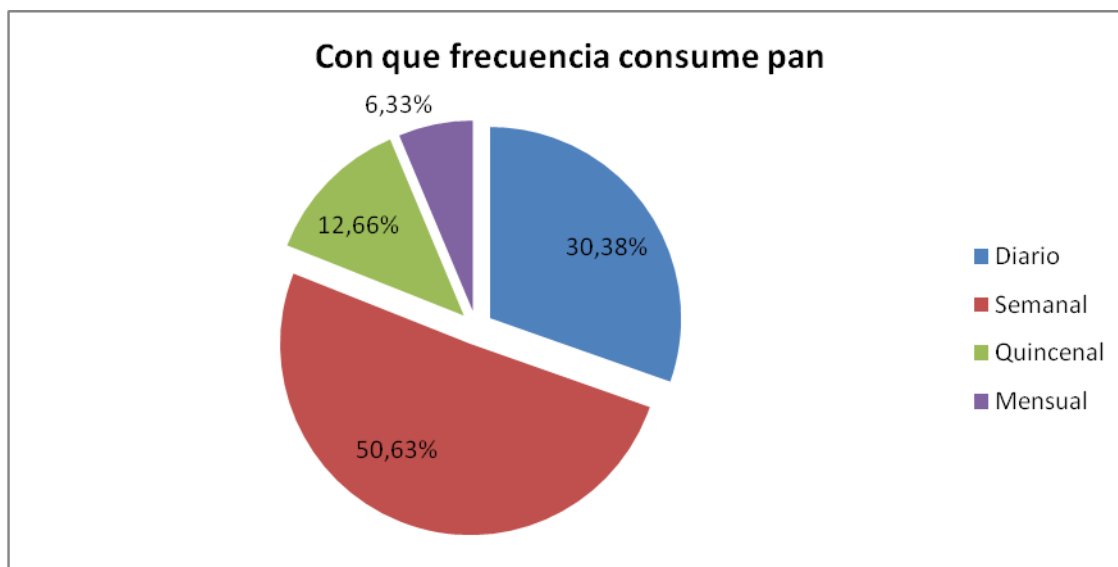
Cuadro N° 8

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Diario	24	30,38
Semanal	40	50,63
Quincenal	10	12,66
Mensual	5	6,33
<b>Total</b>	<b>79</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a las Familias de la Ciudad de Loja

**Elaboración:** La Autora

Gráfico N° 5



**INTERPRETACIÓN:** Los encuestados manifestaron que consumen pan diariamente que representa el 30,38%; semanalmente consumen un 50,63%; quincenalmente consumen un 12,66% y mensualmente el 6,33%



## 6. ¿Qué cantidad de pan consume semanalmente?

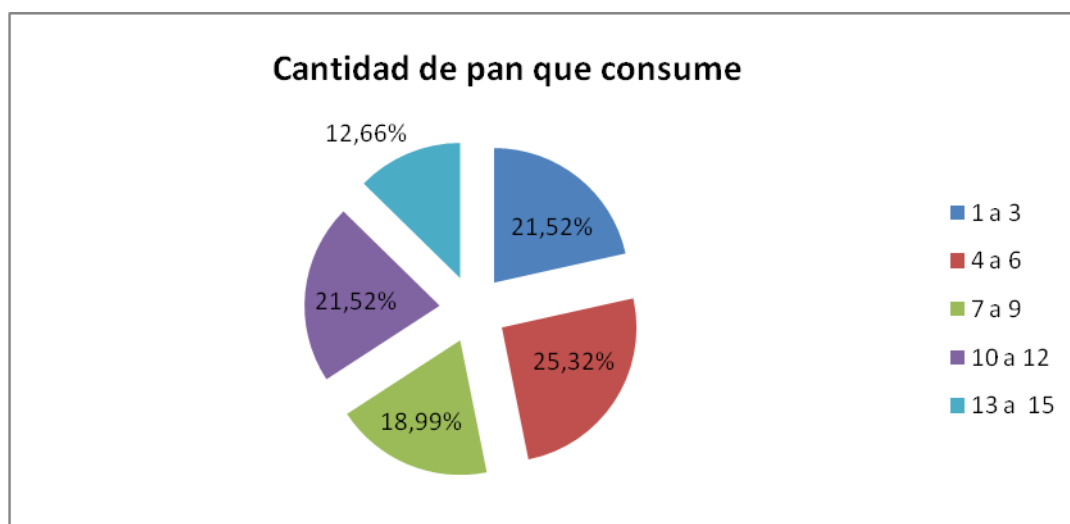
Cuadro N° 9

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 a 3	17	21,52
4 a 6	20	25,32
7 a 9	15	18,99
10 a 12	17	21,52
13 a 15	10	12,66
<b>Total</b>	<b>79</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a las Familias de la Ciudad de Loja

**Elaboración:** La Autora

Gráfico N° 6



**INTERPRETACIÓN:** Con respecto a esta pregunta la cantidad de pan que consume semanalmente de 1 a 3 consumen pan esto que representa el 21,52%; otros consumen de 4 a 6 con el 25,32%; de 7 a 9 que consumen pan es el 18,99%; de 10 a 12 consumen pan con el 21,52% y de 13 a 15 que representa el 12,66% que consumen pan.

El cálculo del promedio de consumo de pan se lo efectúa de la siguiente manera:

**Cuadro N° 10**

<b>Valor Promedio de Consumo</b>				
<b>Li</b>	<b>Ls</b>	<b>Xm</b>	<b>Fr.</b>	<b>Xm. Fr</b>
1	3	2	17	34
4	6	5	20	100
7	9	8	15	120
10	12	11	17	187
13	15	14	10	140
<b>Total</b>			<b>79</b>	<b>581</b>
<b>Valor Promedio de Consumo</b>				<b>7</b>

**Fuente:** Cuadro N°9

**Elaboración:** La Autora

Con estos resultados se calcula el consumo promedio a través del siguiente proceso:

$$\text{Promedio} = \frac{581}{79}$$

$$\text{Promedio} = 7,30$$

Lo que demuestra que el consumo promedio de pan que percibe cada familia semanal es de 7,30 panes y esto multiplicado por las 52 semanas que tiene el año da un total de 380 panes anual.

## 7. ¿Qué precio paga por el pan de suelo?

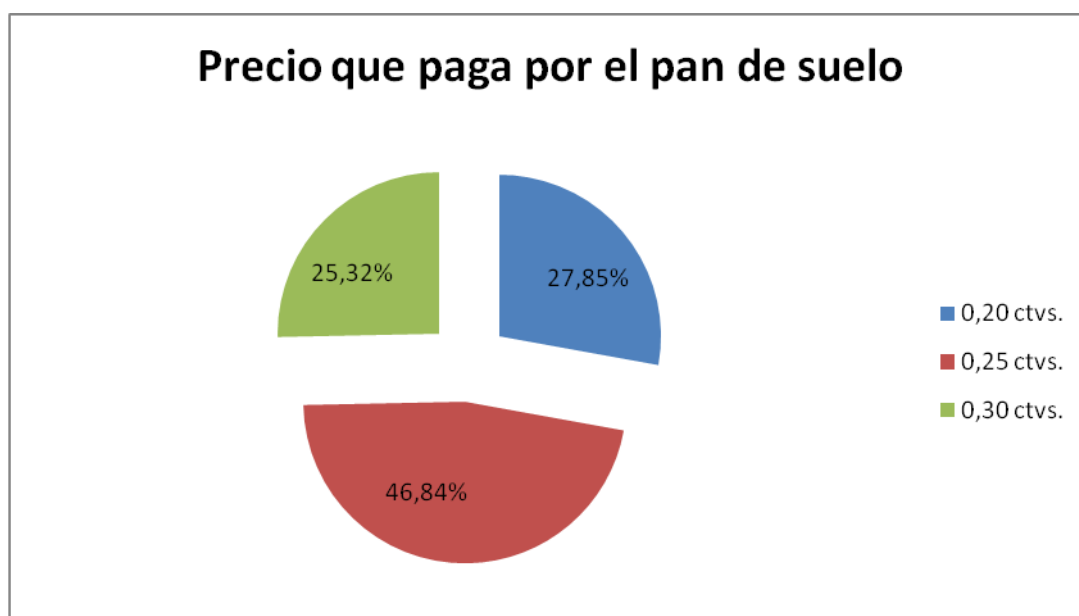
Cuadro N° 11

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
0,20 ctvs.	22	27,85
0,25 ctvs.	37	46,84
0,30 ctvs.	20	25,32
<b>Total</b>	<b>79</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a las Familias de la Ciudad de Loja

**Elaboración:** La Autora

Gráfico N° 7



**INTERPRETACIÓN:** En el siguiente cuadro se obtiene que las 79 familias encuestadas dando el 46,84% pagan 0,25 centavos; el 27,85% pagan 0,20 centavos y el 25,32% pagan 0,30 centavos.

## 8.¿En dónde adquiere el pan de suelo?

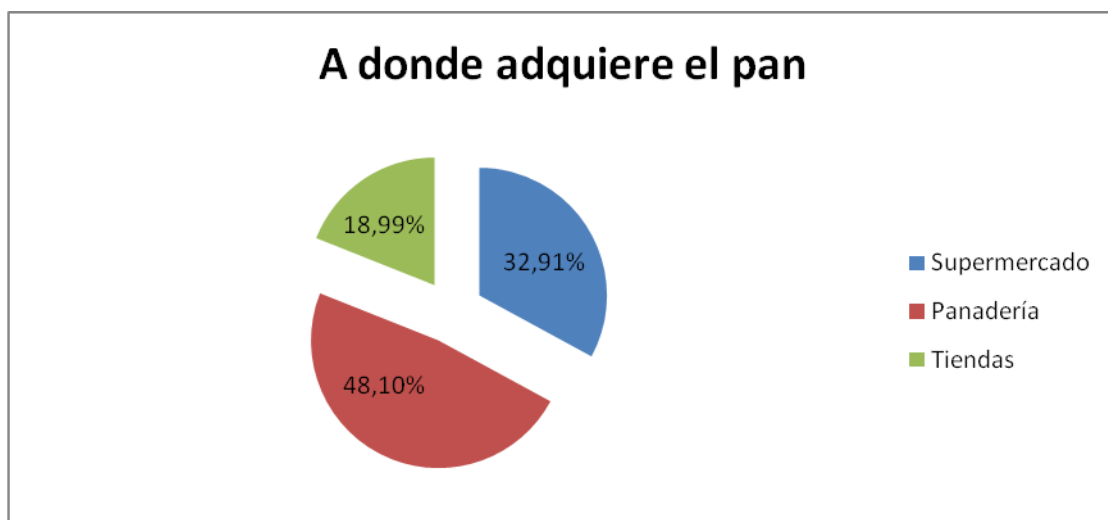
**Cuadro N° 12**

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Supermercado	26	32,91
Panadería	38	48,10
Tiendas	15	18,99
<b>Total</b>	<b>79</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a las Familias de la Ciudad de Loja

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico N° 8**



**INTERPRETACIÓN:** De las 79 encuestas aplicadas a los consumidores que en este caso son las familias: el 48,10% manifestaron que adquieren el pan en las panaderías, el 32,91% compran el producto en los supermercados, mientras que el 18,99% adquieren en tiendas naturistas. Con respecto a la pregunta es apropiado para nuestra empresa ya que la mayor parte de personas adquieren los productos en panaderías y con ello tendríamos gran demanda.

## 9. ¿Por qué? consume pan de suelo?

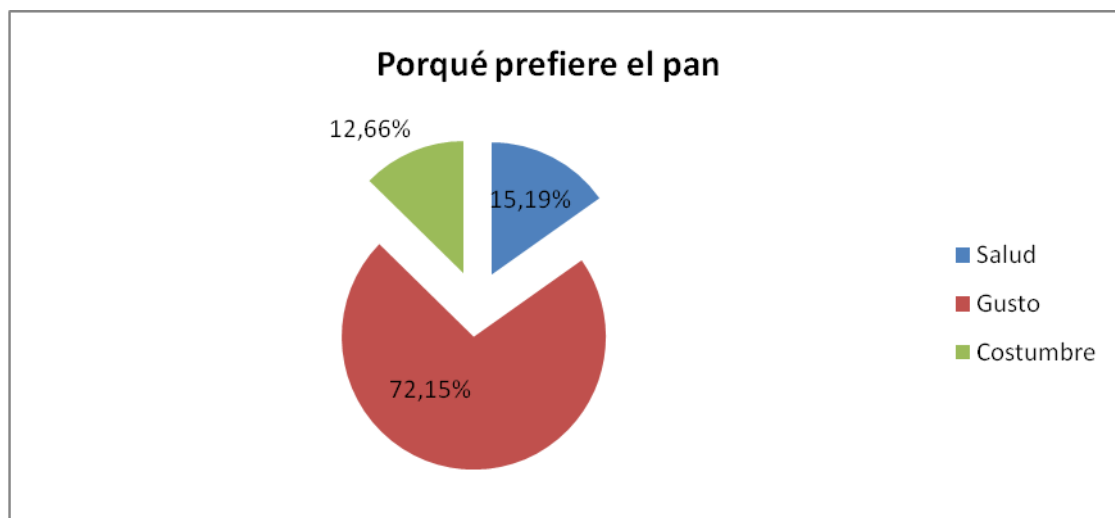
Cuadro N° 13

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Salud	12	15,19
Gusto	57	72,15
Costumbre	10	12,66
<b>Total</b>	<b>79</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuestas realizadas a las Familias de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Gráfico N°9



**INTERPRETACIÓN:** De las personas encuestadas 57 familias que equivalen al 72,15% contestó que consumen pan por gusto, 12 familias que equivalen al 15,19% consumen pan por salud y 10 familias que equivalen al 12,66% lo consumen por costumbre. La empresa debería realizar propaganda para que la ciudadanía conozca que el pan de suelo es sano y no contiene químicos y con ello captaríamos más clientela por ejemplo se sumarían las personas que consumen el pan por salud.

### 10. ¿Ha recibido alguna promoción al comprar en una panadería?

Cuadro N° 14

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	15	18,99
No	64	81,01
<b>Total</b>	<b>79</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuestas realizadas a las Familias de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Gráfico N°10



**INTERPRETACIÓN:** De las personas encuestadas el 81,01% manifiesta que no han recibido promociones al comprar en una panadería y el 18,99% contestó que si han recibido promociones como: por la compra de 10 panes les obsequian un key pequeño u también otro pan.

11. ¿En caso de que se implementara en la ciudad de Loja una empresa productora de pan de suelo con pasas en forma de figuras estaría dispuesta(o) a adquirirlo?

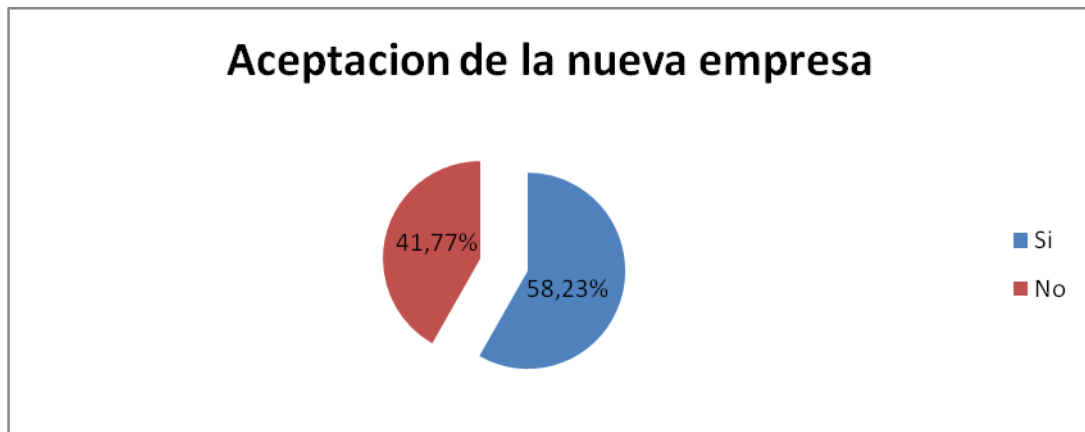
**Cuadro N° 15**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	46	58,23
No	33	41,77
<b>Total</b>	<b>79</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a las Familias de la Ciudad de Loja

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico N°11**



**INTERPRETACIÓN:** En este cuadro se evidencia que la empresa tendrá un alto grado de aceptación, pues el 58,23% de la población pone de manifiesto su interés en hacer uso de adquirir dicho producto, expresando además que los productos que consumen hasta ahora, no son totalmente satisfactorios. También se encontró con personas que se mostraron poco atraídas por el producto 41,77%, manifestando que si bien el producto es llamativo ellos no consumen dicho pan. Es importante poner énfasis en los sistemas de publicidad y propaganda para que los clientes se enteren de las condiciones propicias en las que se ofrece el producto.

**12.¿En qué presentación le gustaría adquirir el pan de suelo con pasas?**

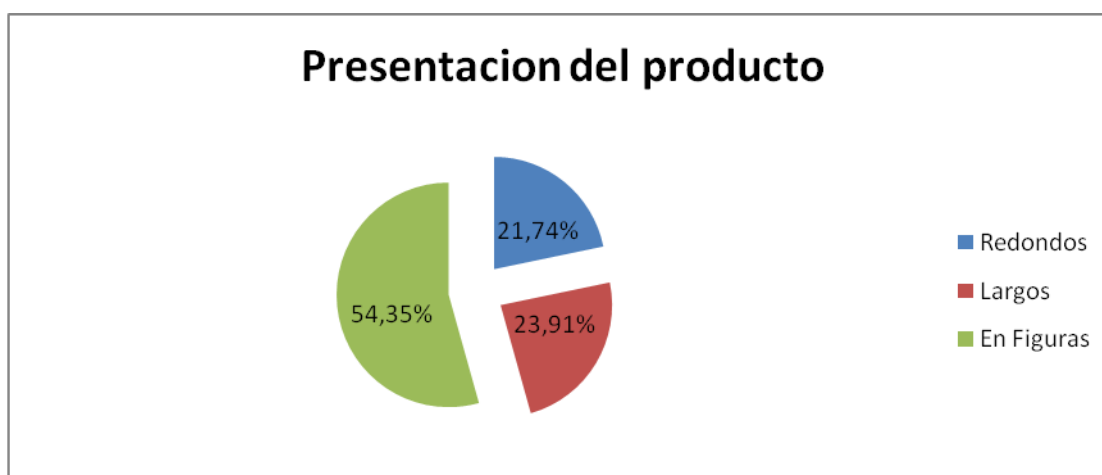
**Cuadro N° 16**

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Redondos	10	21,74
Largos	11	23,91
En Figuras	25	54,35
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a las Familias de la Ciudad de Loja

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico N°12**



**INTERPRETACIÓN:** De las 46 familias encuestadas el 54,35% manifiesta que la presentación del pan les gustaría que sean en figuras, el 23,91% lo desean al pan sea largo y el 21,74% su presentación les gustaría que el pan sea redondo. Por lo que vendría bien para la empresa, ya que se va a producir pan de suelo con pasas en forma de figuras y es lo que la mayoría de las personas encuestadas prefieren para poder variar los productos consumidos.



**13.¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un pan de suelo con pasas?**

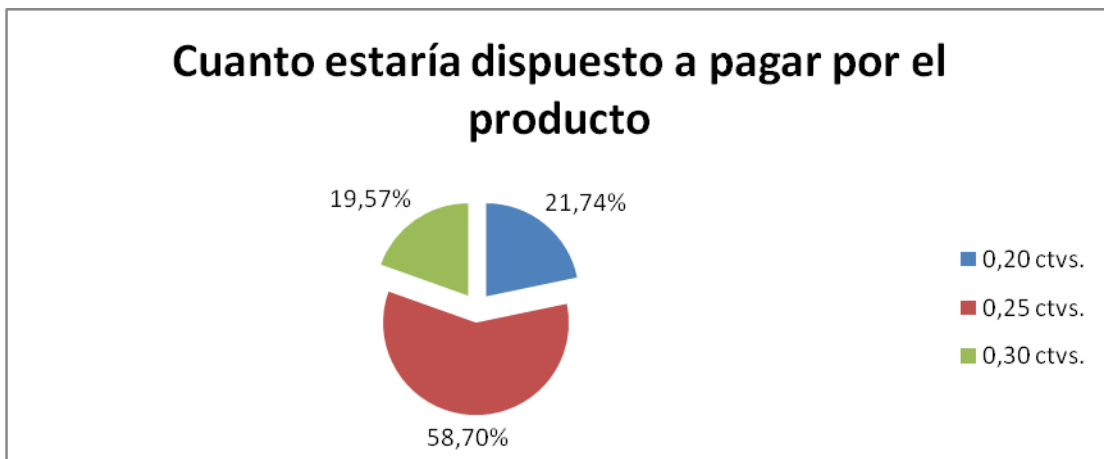
**Cuadro N° 17**

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
0,20 ctvs.	10	21,74
0,25 ctvs.	27	58,70
0,30 ctvs.	9	19,57
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a las Familias de la Ciudad de Loja

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico N°13**



**INTERPRETACIÓN:** De las 46 familias encuestadas el 58,70% manifestó que pagaría por el pan de suelo 0,25 centavos, mientras que el 21,74% pagaría 0,20 centavos y por último el 19,57% pagaría 0,30 centavos. Estos porcentajes definen que la mayoría de los ciudadanos pagarían 0,20 considerando que estos costos ofrece la competencia por lo que a la nueva empresa le saldría favorable producir pan de suelo con pasas a un precio del mismo nivel para poder tener mayores utilidades.

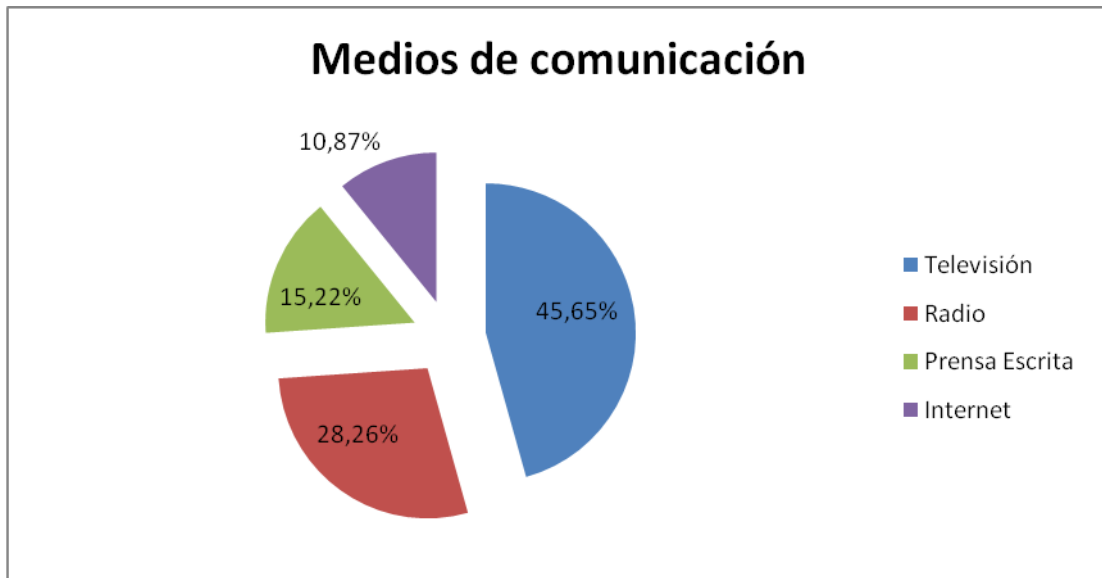
**14.¿Qué medios de comunicación le gustaría que se haga conocer el producto?**

**Cuadro N° 18**

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Televisión	21	45,65
Radio	13	28,26
Prensa Escrita	7	15,22
Internet	5	10,87
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a las Familias de la Ciudad de Loja  
**Elaboración:** La Autora

**Gráfico N°14**



**INTERPRETACIÓN:** De las personas encuestadas el 45,65% contestó que se informa por medio de la televisión, el 28,26% por medio de la radio, el 15,22% por medio de la prensa y el 10,87% por medio del internet. Lo que quiere decir, que para la empresa sería bueno hacer publicidad por medio de la televisión ya que tiene mayor acogida.

15. ¿Si su respuesta fue la televisión, que canal prefiere?

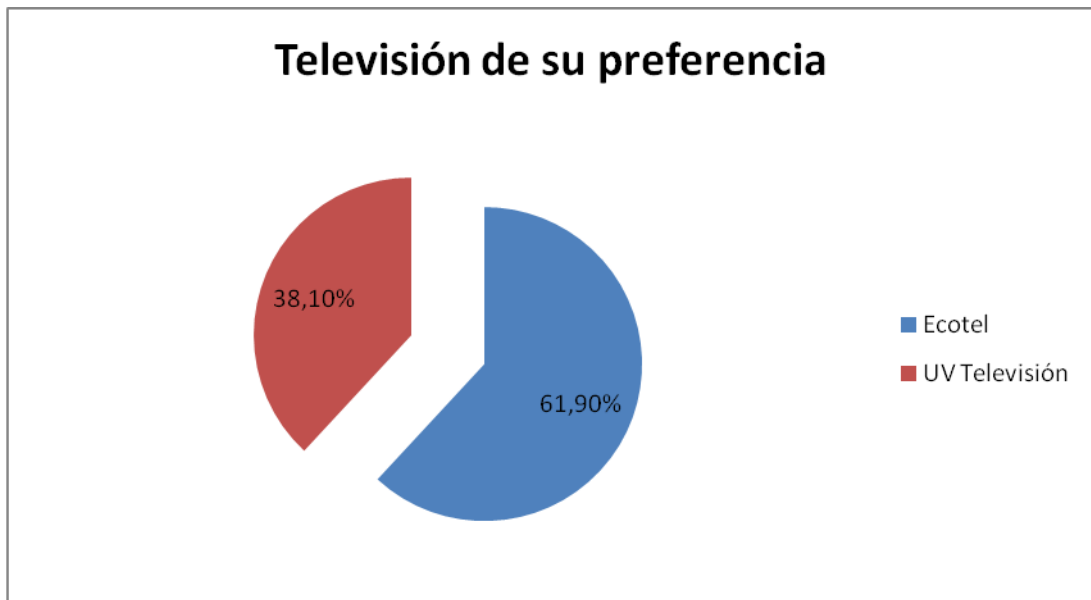
Cuadro Nº 19

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Ecotel	13	61,90
UV Televisión	8	38,10
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuestas realizadas a las Familias de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Gráfico Nº15



**INTERPRETACIÓN:** De las personas encuestadas que prefieren informarse por medio de la televisión escogieron el canal UV televisión con un 38,10% y Ecotel con el 61,90%. Lo que convendría hacer la publicidad en la televisión por el canal ECOTEL televisión en horario que más prefiere la ciudadanía es de 06h00 a 12h00 del día.

**16¿Si su respuesta fue la radio, que emisora escucha?**

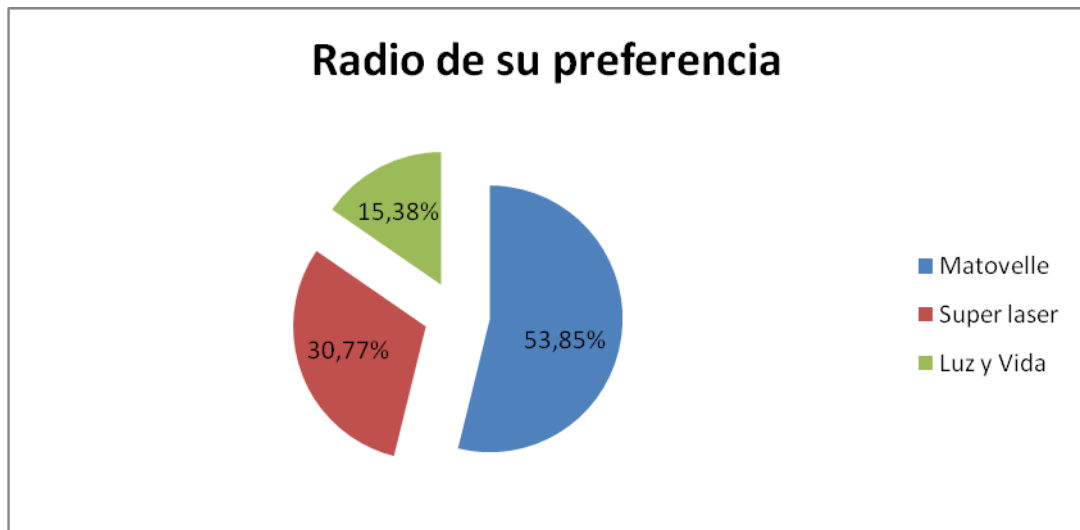
**Cuadro Nº 20**

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Matovelle	7	53,85
Súper laser	4	30,77
Luz y Vida	2	15,38
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a las Familias de la Ciudad de Loja

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nº16**



**INTERPRETACIÓN:** De las 13 personas que escogieron informarse mediante la radio, un 53,85% manifestó que escucha la emisora Matovelle, el 30,77% sintoniza la súper laser y el 15,38% la luz y vida. Para lo cual la empresa tendría que realizar la propaganda por medio de la emisora que más aceptación tuvo como lo es la Matovelle en horario de 06h00 a 12h00 del día.

17. ¿Si su respuesta fue la prensa que diario lee más?

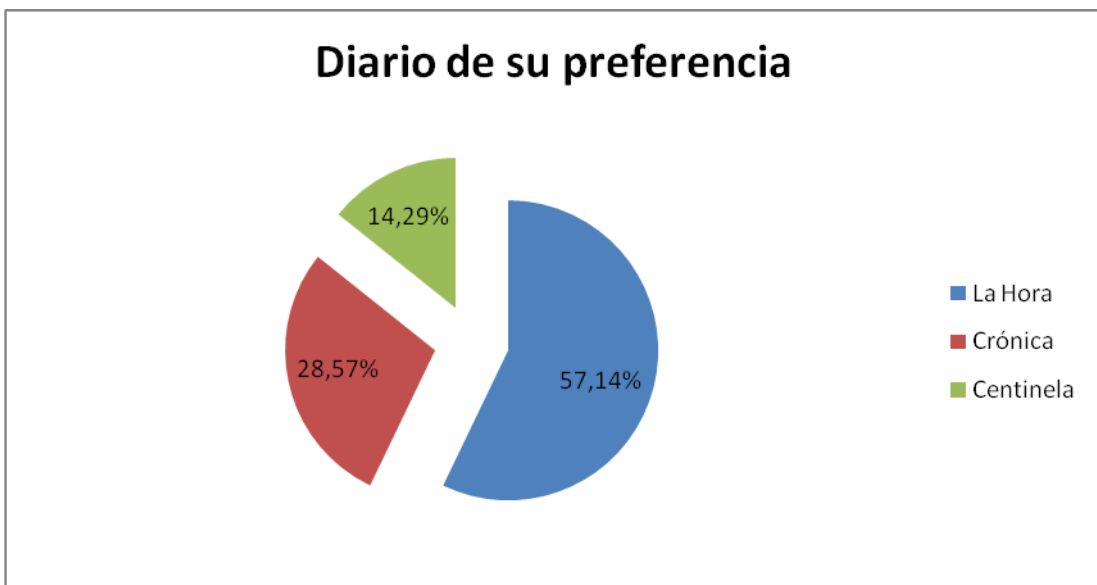
Cuadro Nº 21

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
La Hora	4	57,14
Crónica	2	28,57
Centinela	1	14,29
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuestas realizadas a las Familias de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Gráfico Nº17



**INTERPRETACIÓN:** De las personas que nos manifestaron que se informan mediante la prensa un 57,14% prefieren que sea mediante el diario La Hora, un 28,57% mediante la Crónica y un 14,29% mediante el diario Centinela. Por lo cual para la nueva empresa le es favorable realizar anuncios en el diario La Hora, ya que tiene mayor acogida por los ciudadanos.

## ENCUESTA REALIZADA A LOS OFERENTES

### 1. ¿Usted produce pan de suelo?

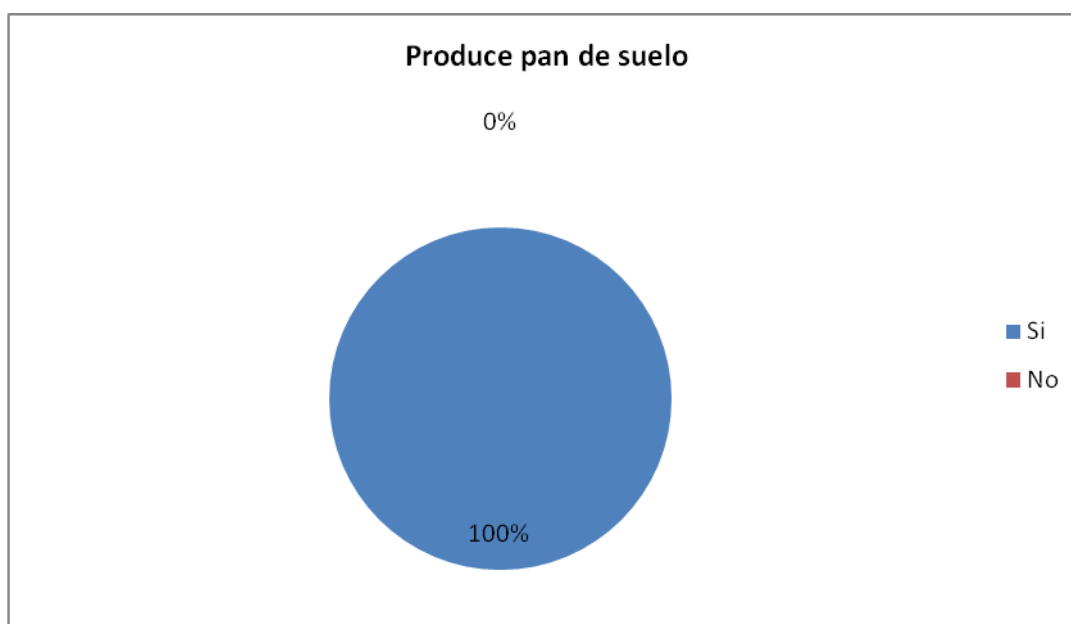
Cuadro Nº 22

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	100
No	0	0
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuestas a los demandantes

Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 18



**INTERPRETACIÓN:** De los 5 personas encuestadas el 100% manifiestan que si producen pan de suelo.

## 2. ¿Qué cantidad de pan vende diariamente?

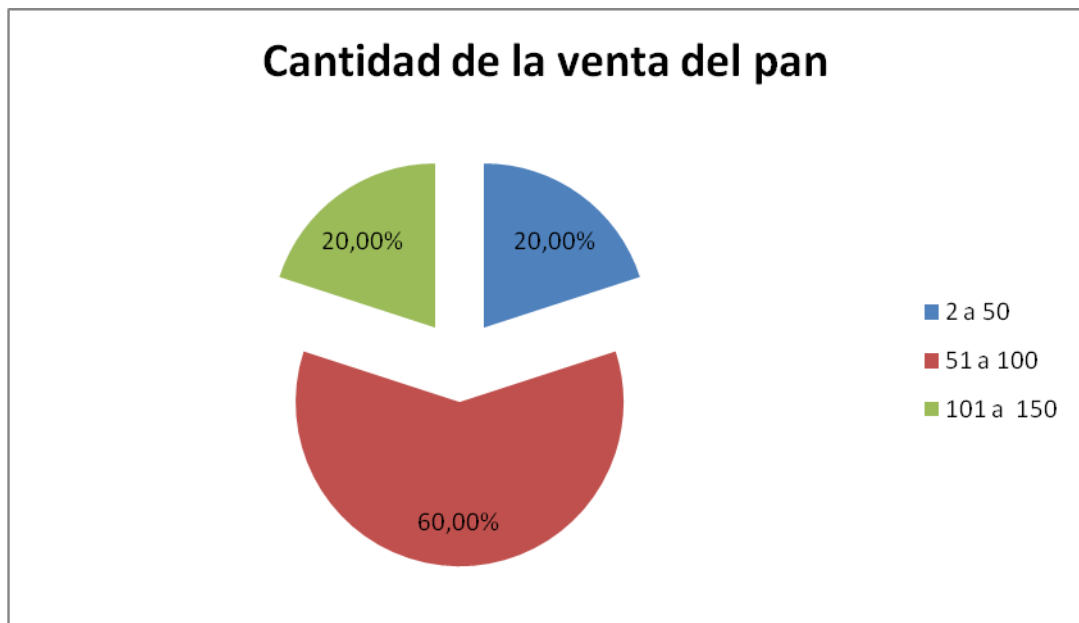
**Cuadro N° 23**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
2 a 50	1	20
51 a 100	3	60
101 a 150	1	20
Total	5	100

**Fuente:** Encuestas a los demandantes

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico N° 19**



**INTERPRETACIÓN:** Como se puede observar en el gráfico el 60% vende pan diariamente de 51 a 100 panes de suelo; el 20% vende de 2 a 50 panes y el 20% de 101 a 150 vende panes diariamente.

El cálculo del promedio de venta del pan se lo efectúa de la siguiente manera:

**Cuadro N°24**

<b>Valor Promedio de Consumo</b>				
<b>Li</b>	<b>Ls</b>	<b>Xm</b>	<b>Fr.</b>	<b>Xm. Fr</b>
2	50	26	1	26
56	100	78	3	234
101	150	125,5	1	126
<b>Total</b>			<b>5</b>	<b>386</b>
<b>promedio de venta diaria</b>				<b>77</b>
<b>Promedio de venta anual</b>				<b>28142</b>

Fuente: Cuadro N° 23

Elaboración: La Autora

Con estos resultados se calcula el precio promedio a través del siguiente proceso:

$$\text{Promedio} = \frac{386}{5}$$

$$\text{Promedio} = 77$$

Lo que demuestra que la venta promedio de pan que realizada cada oferente diario es de 77 Unidades de pan y esto multiplicado por las 365 días que tiene el año da un total de 28142 unidades anuales.



### 3. ¿cuál es el precio de venta?

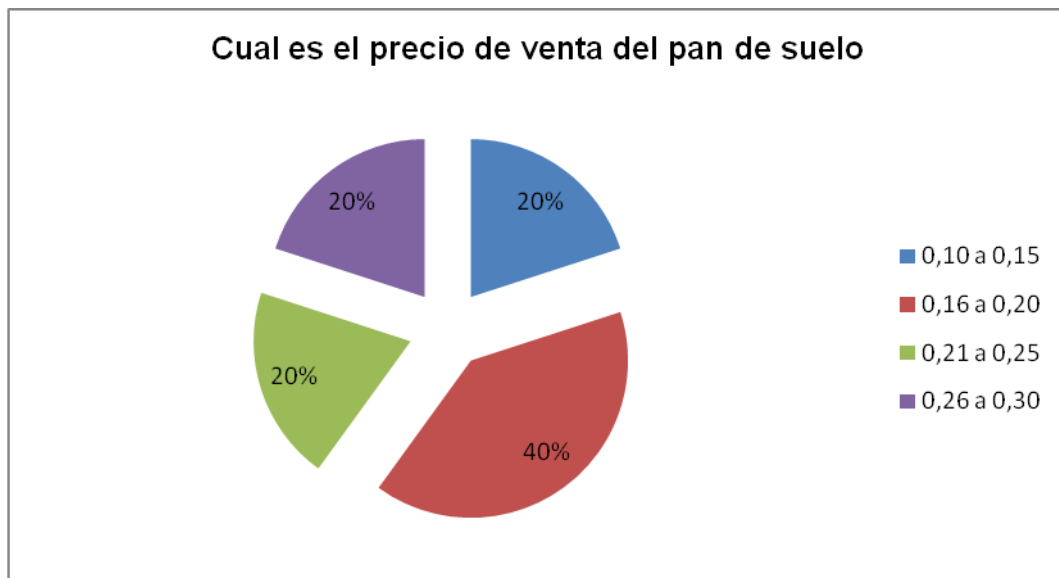
Cuadro Nº 25

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
0,10 a 0,15	1	20
0,16 a 0,20	2	40
0,21 a 0,25	1	20
0,26 a 0,30	1	20
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuestas a los demandantes

Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 20



**INTERPRETACIÓN:** De los 2 encuestados manifestaron que el precio de venta de sus productos es de 40% que es de 0,16 a 0,20; el 20% de 0,21 a 0,25; de 0,26 a 0,30 y de 0,10 a 0,15 que es el precio de pan y esto que representa el 20%.

4. ¿Está de acuerdo con la implementación de una empresa productora de pan de suelo con pasas en forma de figuras en la ciudad de Loja?

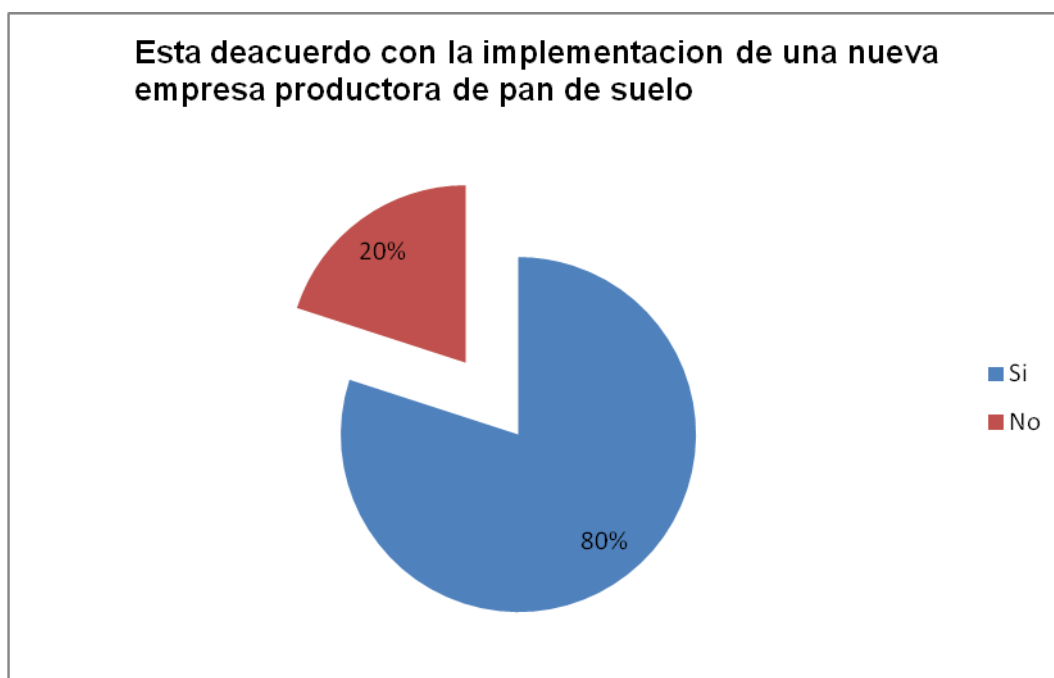
**Cuadro N° 26**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	80
No	1	20
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas a los demandantes

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico N° 21**



**INTERPRETACIÓN:** De los 5 encuestados el 80% manifestaron que si están de acuerdo con una nueva empresa productora de pan de suelo y el 20%, no están de acuerdo con la implementación de la nueva empresa.

## **g. DISCUSIÓN**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado constituye una fuente de información de primera importancia tanto para estimar la demanda como para proyectar los costos y definir precios.

Para una correcta formulación y preparación del proyecto se deben considerar algunos aspectos relacionados con los proveedores, los competidores, los distribuidores y consumidores, los mismos que proporcionan información útil para evaluar el proyecto

#### **Producto Principal**

Es la descripción pormenorizada del producto que ofrecerá la nueva unidad productiva, para satisfacer las necesidades del consumidor o usuario.

#### **Productos Sustitutos**

Son aquellos que pueden reemplazar al producto principal en la satisfacción de necesidades como el pan integral, pan normal, etc.

#### **Mercado Demandante**

El mercado demandante para la nueva unidad productiva dedicada a la producción de pan de suelo con pasas en forma de figuras, serán las familias de la ciudad de Loja.

## **Análisis de la Demanda**

Es un estudio que permite conocer claramente cuál es la situación de la demanda del producto, se analiza el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función de la cual estará el proyecto.

La demanda se concibe como la cantidad de bienes o servicios que un mercado está dispuesta a comprar para satisfacer una necesidad determinada a un precio dado.

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

En un proyecto puede suceder que la demanda éste cubierta en función de la cantidad, no así en cuanto a la calidad o el precio, por lo tanto seguirá existiendo la necesidad y por consiguiente la oportunidad para un nuevo proyecto.

**Demanda Potencial.-** La demanda potencial está constituida por los productos que podrían ser consumidos por los demandantes de un mercado, es decir, que se considera las familias que si consumen pan en este caso es del 82,21% (Cuadro N° 5)

La totalidad de la población en estudio, en este caso el número de familias de la ciudad de Loja, para la proyección de la demanda potencial

se toma en cuenta la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Loja, que es de 2,65% según datos proporcionados por el INEC 2010.

La proyección de la población para el 2012 es de 190317 habitantes y 47579 familias. Cuya demanda potencial se la determina así.

**Cuadro N° 27  
Demanda Potencial**

<b>Años</b>	<b>Población</b>	<b>Familias</b>	<b>Demanda Potencial</b>
	<b>2,65%</b>		<b>82,21%</b>
1	190317	47579	39115
2	195360	48840	40151
3	200537	50134	41215
4	205852	51463	42308
5	211307	52827	43429

**Fuente:** Pregunta N° 2, Cuadro N° 5

**Elaboración:** La Autora

### **Demanda Real o Actual**

Está constituida por la cantidad de bienes que se consumen de un producto específico en el mercado. De acuerdo al estudio de mercado se pudo determinar que la totalidad es de un 91,94% (Cuadro N° 6) de las familias encuestadas en la ciudad de Loja consumen pan de suelo, en sus diferentes presentaciones.

**Cuadro N° 28  
Demanda Real o Actual**

<b>Año</b>	<b>Demanda Potencial</b>	<b>% demanda Real</b>	<b>Demanda Real</b>
1	39115	29,48%	11531
2	40151	29,48%	11837
3	41215	29,48%	12150
4	42308	29,48%	12472
5	43429	29,48%	12803

**Fuente:** Pregunta N° 3 (Cuadro N° 6)

**Elaboración:** La Autora

## **Demanda Efectiva**

En el presente estudio, para establecer la demanda efectiva se toma como referencia las respuestas obtenidas de los encuestados en relación a su aceptación para una nueva empresa productora de pan de suelo (pregunta N° 10), obteniéndose que el 57,58% de la demanda real comprara nuestro producto.

**Cuadro N° 29**  
**Demanda Efectiva**

<b>Año</b>	<b>Demanda Real</b>	<b>% de aceptación</b>	<b>Demanda Efectiva</b>
1	11531	58,23%	6715
2	11837	58,23%	6892
3	12150	58,23%	7075
4	12472	58,23%	7263
5	12803	58,23%	7455

**Fuente:** Cuadro N° 15

**Elaborado:** La Autora

## **Demanda Efectiva en consumo de pan**

El consumo promedio de pan por familia semanalmente es de 7 panes (Cuadro N° 10), posteriormente se obtiene la demanda efectiva, multiplicando la demanda efectiva por el consumo promedio per cápita.

**Cuadro N° 30**  
**Demanda Efectiva per cápita**

<b>Año</b>	<b>Demanda efectiva (familias)</b>	<b>Consumo promedio</b>	<b>Demanda Efectiva por consumo</b>
1	6715	380	2549899
2	6892	380	2619142
3	7075	380	2688549
4	7263	380	2759796
5	7455	380	2832931

**Fuente:** Demanda Efectiva y Cuadro N° 10 y 29

**Elaborado:** La Autora

## ANÁLISIS DE LA OFERTA

### Oferta Actual

La oferta actual, es la cantidad de pan que se está ofreciendo en el mercado. Para determinar la oferta actual se tomó en cuenta la cantidad de venta diaria de pan por los diferentes oferentes para conocer cuál es la venta promedio anual (Cuadro N°24). Con base a esta información calculamos el promedio de oferta:

**Cuadro N°31**

<b>OFERTA DE PAN</b>		
<b>Empresas Productoras</b>	<b>Promedio de venta de pan</b>	<b>Promedio anual de venta de pan</b>
5	28142	140708

**Fuente:** Cuadro N° 22

**Elaborado:** La Autora

Para proyectar la oferta se utiliza una tasa de crecimiento de 2.65% de la ciudad de Loja de acuerdo a los datos recabados en el INEC. En el cuadro siguiente se detalla la oferta y su proyección.

**Cuadro N° 32**  
**Oferta Proyectada**

<b>años</b>	<b>Oferta</b>
1	140708
2	177995
3	225164
4	284832
5	360313

**Fuente:** Cuadro N° 31

**Elaboración:** La Autora

## **Análisis Demanda Insatisfecha**

La diferencia entre la oferta y la demanda efectiva permitirá obtener la demanda insatisfecha de pan en el mercado de la Ciudad de Loja. Para el primer año la demanda es de 377.818 panes anual y la oferta de 360 panes, la diferencia de estas nos da como resultado una demanda insatisfecha de 377.458 panes al año. En el cuadro siguiente se realizan las operaciones para determinar esta demanda.

**Cuadro N° 33**  
**Demanda Insatisfecha**

<b>Años</b>	<b>Demanda Proyectada</b>	<b>Oferta Proyectada</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
1	2.549.899	140.708	2.409.191
2	2.619.142	177.995	2.441.147
3	2.688.549	225.164	2.463.386
4	2.759.796	284.832	2.474.964
5	2.832.931	360.313	2.472.618

**Fuente:** Cuadros N° 30 y 32

**Elaboración:** La Autora

## **PLAN DE COMERCIALIZACIÓN**

El cambiante mundo del marketing, demuestra que es necesario estar alerta a las exigencias y expectativas del mercado, para ello es de vital importancia para asegurar el éxito de las empresas hacer uso de técnicas y herramientas de mercadotecnia, una de ellas es llevar a cabo un estudio de mercado, en conjunto con una serie de investigaciones como lo son;



competencia, canales de distribución, lugares de prestación del servicio, porcentaje de publicidad que existe en el mercado, precios, etc.

## **Producto**

El pan de suelo que se ofrecerá será un producto alimenticio elaborado a partir de la cocción de la harina y la mezcla de otros ingredientes. Para complementar los beneficios vitamínicos del pan de suelo se debe tener las siguientes estrategias:

### **Estrategias**

- Selección de materia prima de calidad
- Analizar los componentes naturales del producto.
- Mejorar el proceso de producción con la tecnificación de maquinaria.
- Establecer los beneficios de la harina y sus ingredientes.

Para que el producto tenga aceptación en el mercado una de las partes más importantes es su apariencia, es decir con un buen diseño que difieren en tamaño, precio y calidad.

### **Imagen Nº 5**



Pan de suelo horneado

### **Productos Sustitutos:**

En el mercado actualmente se puede encontrar una gran variedad de productos sustitutos del pan de suelo, tales como: pan normal, pan integral, pan de yema, pan de leche, etc.

### **Plaza.**

En este caso se define como dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece (elemento imprescindible para que el producto sea accesible para el consumidor). Considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas.

El segmento de mercado será las familias de la ciudad de Loja utilizando el siguiente canal de distribución: microempresa (panadería)- consumidor final (cliente).

El canal de distribución que implantará la empresa será:



## **Precio**

Hay que destacar que el precio es el único elemento del mix de Marketing que proporciona ingresos, pues los otros componentes únicamente producen costes. Por otro lado, se debe saber que el precio va íntimamente ligado a la sensación de calidad del producto (así como su exclusividad).

### Objetivos del precio

Entre los principales objetivos figuran los siguientes:

- Obtener utilidades
- Lograr o retener un participación del mercado
- Estabilizar los precios
- Hacer frente a los precios de la competencia.

La empresa a implementarse, fijará el precio de sus productos con un margen de utilidad sobre el costo, tomando en cuenta el precio de la competencia, dentro de las estrategias se debe optimizar los costos de la producción, buscar la materia prima a más bajos costos y minimizar los desperdicios de la materia prima.

## **Promoción.**

Es importante una adecuada estrategia que muestre el mejor interés por los usuarios; esta estrategia define el conjunto de actividades a realizar para estimular la contratación, busca informar, persuadir, y recordarle al mercado la existencia del producto y su venta, con la esperanza de influir en el comportamiento del receptor o destinatario.

Dar a conocer el producto a las personas de la ciudad de Loja a través de la radio y televisión ya que son los medios de comunicación más acogidos por las familias de la ciudad. Establecer promociones del producto, con el afán de incrementar las ventas. La mezcla promocional de una organización la utiliza para dar a conocer y recordar al mercado sobre sus productos y/o servicios que ofrece, se llama mezcla promocional y está formado por la mezcla específica de la publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y ventas personales.

#### Estrategias

- Informar sobre el producto con mayor frecuencia a través de medios de comunicación más accesibles al consumidor, como lo son la radio y la televisión que fueron los medios que más acogida tuvieron por la ciudadanía.
- Establecer convenios con otras empresas con el fin de elevar la publicidad del producto.
- Realizar hojas volantes o trípticos para dar a conocer el producto.
- Mejorar la publicidad de la empresa.

La promoción que realizará la empresa para poder incrementar sus ventas será

- Por la compra de 10 panes obtiene un pan gratis.
- Por la compra de 20 panes una funda ecológica gratis.
- Por la compra de 30 panes obtienen un llavero.
- Por la compra de \$5 dólares de pan se les dará una panera de plástico.

- Participación en ferias de la localidad.

En todas las formas de publicidad a utilizar se empleara el eslogan:  
“EXQUISITO PAN DE SUELO.... COMPRUÉBELO”, para el caso de la  
publicidad visual se utilizará el siguiente Logotipo:

LOGOTIPO DE LA PANADERÍA “EXQUISITO PAN DE SUELO”

Imagen Nº 6



SLOGAN DE LA PANADERÍA “EXQUISITO PAN DE SUELO”

**COMPRUÉBELO**

CUÑA RADIAL DE LA PANADERÍA “EXQUISITO PAN DE SUELO”

***PANADERÍA” EXQUISITO PAN DE SUELO”***

*Pone a su disposición los exquisitos panes que son su alimento de primera necesidad, pruébelos y se sorprenderá.*

*Visítenos en la Av. Pio Jaramillo y Cuba o comuníquese a los teléfonos 2589457o al celular 059733543*

*Somos su nueva opción con el mejor producto.*

## **ESTUDIO TÉCNICO**

El objetivo fundamental es determinar los requerimientos de los recursos básicos para el proceso de producción considerando los datos proporcionados por el estudio de mercado, para efectos de determinación de tecnología adecuada y espacio físico y recursos humanos.

## **TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN**

### **Tamaño**

Hace relación a la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un el tiempo de funcionamiento considerado normal para la naturaleza de proyecto objeto de estudio.

Se refiere a la capacidad instalada y se miden en unidades producidas por año.

### **Capacidad Teórica**

Es aquella capacidad diseñada para el funcionamiento de la maquinaria, su rendimiento óptimo depende de algunos factores propios como: la temperatura, altitud, humedad, etc., que componen el medio ambiente en el que se instala la maquinaria, ésta capacidad se denomina teórica por cuanto una vez salida la maquinaria de la fábrica es muy difícil instalar en lugares que reúnan las condiciones en la que esta máquina fue diseñada y construida.

## Imagen N° 7



**Fuente:** La Autora

### **Capacidad Instalada**

La empresa ha tomado en consideración el horno de barro, el cual tiene una demora de 2 horas de encendido, y pueden entrar cuatro latas de 15 panes; cada producción tiene un tiempo de 30 minutos, es decir en una hora se puede realizar 2 producciones.

Si la empresa trabaja las 24 horas y los 365 días al año, entonces se tendría una producción de 963600 panes al año, es decir, en el día se realizaría 66 producciones (en 1 hora se realizan dos producciones y esto multiplicado por 22 horas (de las 24 horas del día se le resta las 2 hora de tiempo para encender el horno) se obtiene 44 producciones) esto multiplicado por los 60 panes en cada producción (4 latas por 15 panes c/u da un total de 60 panes en cada producción) da un resultado de 2640 panes diario multiplicado por los 365 días al año se obtiene 963600.

Como se lo describe en el siguiente cuadro:

**Cuadro N° 34  
Capacidad Instalada**

Producción por horno				Producción por hora	producciones en el día (22 horas)	Producción En el día	Producción anual (365 días)
cantidad	Capacidad de latas	Capacidad de panes por latas	Total de en cada producción				
1 horno	4	15 unidades	60 panes	2	66 producciones	2640 panes	963600

**Fuente:** Capacidad de Producción

**Elaboración:** La Autora

### Determinación de la Demanda a Cubrir por el Proyecto

**Cuadro N° 35**

Años	Demanda Existente	Capacidad Instalada al 100%	% de Atención
1	2.409.191	963.600	40,00
2	2.441.147	963.600	39,47
3	2.463.386	963.600	39,12
4	2.474.964	963.600	38,93
5	2.472.618	963.600	38,97

**Fuente:** Cuadro N° 34

**Elaboración:** La Autora

### **Capacidad Utilizada:**

La empresa trabajara de lunes a sábado (6 días a la semana), y ocho horas diarias, con un horno de barro en el cual tendrá 7 horas de producción más 1 hora para algún imprevisto que se dé cómo es la colocación de la masa en forma en las latas.



En las 7 horas diarias el horno realiza una producción de 840 panes al día, y esto multiplicado por los 312 días laborables da un total de 262080 panes al año. Como lo indica en el siguiente cuadro:

**Cuadro N° 36  
Capacidad Utilizada**

Producción por horno				Producción por hora	producciones en el día (7 horas)	Producción En el día	Producción anual (312 días)
Cantidad	Capacidad de latas	Capacidad de panes por latas	Total de en cada producción				
1 horno	4	15 unidades	60 panes	2	14 producciones	840 panes	262080

**Fuente:** Capacidad de Producción

**Elaboración:** La Autora

### Porcentaje de la Capacidad Utilizada

**Cuadro N° 37**

Año	Capacidad Instalada	Porcentaje	Capacidad utilizada
1	963.600	27%	262080
2	963.600	32%	310260
3	963.600	37%	358440
4	963.600	42%	406620
5	963.600	47%	454800

**Fuente:** Capacidad de Producción

**Elaboración:** La Autora

### **Localización de la Planta**

La localización de la empresa es determinante para la buena marcha de la misma y para evitar problemas de tipo legal en lo que se refiere a problemas ecológicos de ahí que se deba encontrar una localización de acuerdo a los objetivos que pretende la empresa, los mismos que serán transformar materia prima y obtener un bien con un precio conveniente y con costos reducidos.

## MACROLOCALIZACIÓN

Imagen Nº 8



La empresa se encontrará ubicada en la Provincia de Loja, cantón y ciudad del mismo. En cuanto a la disponibilidad de mercaderías se puede mencionar que se obtendrá de la provincia de Loja; así mismo en lo referente a los medios de transporte la ciudad cuenta con vías de acceso que permiten la libre circulación de vehículos para el transporte del producto y el fácil acceso al local. El cantón Loja cuenta con una extensión de 2.968 km<sup>2</sup> y una población de 214,855 <sup>12</sup>habitantes, limita al norte con el cantón Saraguro, al sur con la provincia de Zamora Chinchipe, al este con la provincia de Zamora Chinchipe y al oeste con la provincia del oro y cantones de Catamayo, Gonzanamá y Quilanga.

La altitud del cantón es de 2.100 msnm, lo cual combinado, tiene clima templado con una temperatura que oscila de 16° y 21°. Se presenta el mapa de la Ciudad de Loja para una mejor localización.

<sup>12</sup>Censo de Población y Vivienda 2010 – INEC

## **FACTORES DE LA LOCALIZACIÓN**

**Agua:** Se utilizara para la producción del pan de suelo y para el consumo del personal administrativo.

**Luz eléctrica:** Para instalar nuestras maquinas productoras y lo necesario en nuestra empresa.

**Teléfono:** Para atender todas las necesidades de nuestros clientes.

**Internet:** Para estar en contacto con la tecnología e innovarnos cada día mejor.

**Alcantarillado:** Para nuestras necesidades diarias.

## **NECESIDADES INSTITUCIONALES**

**SRI:** Para adquirir nuestras facturas como comprobante, y realizar nuestras declaraciones.

**Municipio:** Se necesita para que den el permiso necesario para poder abrir la empresa.

**Bomberos:** Para dar fe que las instalaciones cumplen con todos los requisitos legales y reglamentarios orientados hacia la prevención de incendios

**Gobierno Provincial:** Permisos ambientales

**Centros de salud:** Es necesario que exista un centro médico cerca de la empresa para cuando exista algún accidente laboral acudir de inmediato al herido.

**Seguridad:** Es necesario un guardia para que pueda vigilar nuestra empresa.

**IESS:** Sirve para asegurar a los trabajadores.

**Bancos:** Para asegurar nuestro dinero.

## **MICROLOCALIZACIÓN**

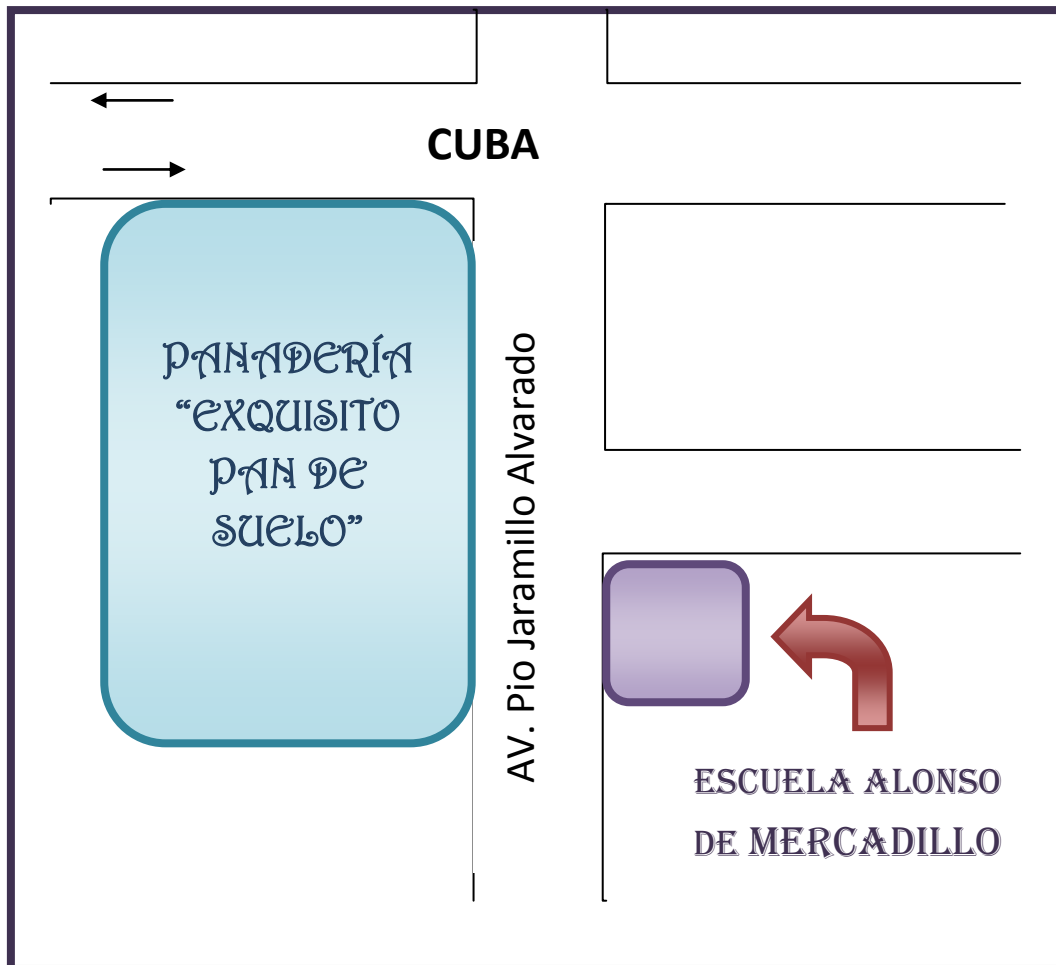
El sector donde estará ubicado la panadería será en el las calles Av. Pio Jaramillo Alvarado Y Cuba, se lo ha decidido ubicar en dicho lugar por la facilidad dearrendar un local a precio cómodo, y también porque cuenta con los servicios básicos como son: agua, luz, teléfono, internet, alcantarillado, fax.

**Imagen Nº 9**



## LOCALIZACIÓN DEFINITIVA

El lugar exacto donde se implementará la empresa será en calles Av. Pio Jaramillo Alvarado Y Cuba se lo ha decidido ubicar en dicho lugar por la facilidad de arrendar un local a precio cómodo. A continuación se presenta la imagen donde funcionará el negocio:



## INGENIERÍA DEL PROCESO

Esta parte del estudio tiene como finalidad el acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver con el arrendamiento del local, su equipamiento y las características del producto de la empresa.

### **Componente Tecnológico**

Consiste en determinar el horno y equipo adecuado a los requerimientos del proceso productivo y que esté acorde con los niveles de producción esperados de acuerdo al nivel de demanda a satisfacer.

El horno y herramientas a utilizarse se describen a continuación:

### **Horno de Barro**

Es un fogón que permite generar calor y mantenerlo dentro de un cierto compartimiento. De esta manera, puede cumplir con diversas funciones, como la cocción de alimentos

**Imagen N°10**



### **Espátula de Madera**

Servirá para ubicar y retirar los panes del horno de barro.

**Imagen N° 11**



### **Mesa de Trabajo**

Sirve para poder realizar el amasado.

**Imagen N° 12**



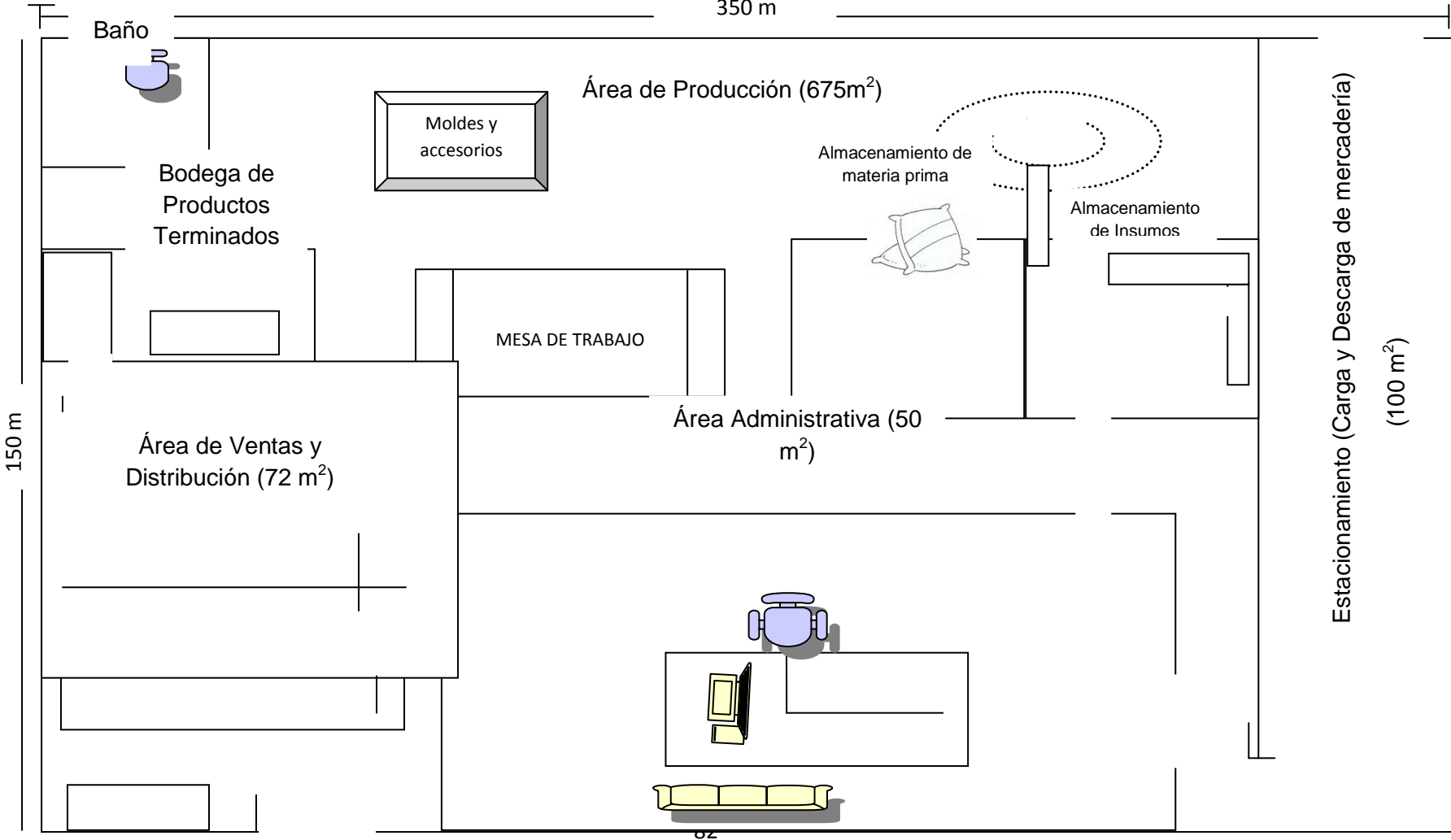
### **Carro Enfriador**

Se lo utiliza para poder colocar el pan luego de retirarlo del horno esperando a que se enfríe para luego poder retirar un poco de ceniza que queda bajo el pan.

**Imagen N° 13**



# DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA





## **Proceso de Producción de la Preparación de los Materiales**

Esta parte describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto, es importante indicar cada una de las fases del proceso.

### ✓ **Recepción y almacenamiento de materia prima**

Se reciben las materias primas y se almacenan conservándose en sus propios envases o contenedores hasta el momento de su utilización, procurando mantenerlas en lugares frescos y poco húmedos. Los productos como mantequilla, leche y huevos, se deben guardar refrigerados en cámaras apropiadas, o incluso congeladores en algunos casos. Tiempo requerido **10 minutos**.

### ✓ **Mezcla.**

Tamiza la harina y la sal sobre una bandeja. Mezcla la levadura con el agua tibia, pero sin sobrepasar los 40°, ya que destruiría el fermento vivo. Deja reposar unos **18 minutos** la mezcla de levadura con el agua, hasta que forme burbujas en la superficie.

Haz un hueco en el centro de la harina, y vierte la mezcla de levadura, removiendo a fondo con las manos hasta que la masa se desprenda de los bordes. Si ves que está demasiado blanda y húmeda, añade algo más de harina. Si está muy seca, humedece un poco la masa.

**Imagen N° 14**



✓ **Amasado y refinado.**

Pasa a la mesa en harina y amasa a fondo durante **18 minutos**. Para ello sujeta la masa con una mano y, con la palma de la otra, estira la masa extendiéndola hasta que empiece a rasgarse. Dobla luego sobre si misma al mismo tiempo que la retuerces ligeramente (un par de giros). Continúa extendiendo, doblando y retorciendo la pasta con un movimiento rítmico y regular. La pasta estará lista cuando no esté pegajosa, se extienda fácilmente y se note suave al tacto.

**Imagen N° 15**



✓ **Fermentación.**

Lava bien la bandeja, unta con aceite ligeramente e introduce dentro la masa. Cubre con film transparente, para mantener la humedad, y deja fermentar en lugar tibio hasta que duplique su volumen, entre **20 minutos**.

Se conoce el punto cuando al presionar con el dedo la huella desaparece muy lentamente.

**Imagen N° 16**



✓ **Segundo amasado.**

Pasa la masa a la mesa y, haciendo una presión ligera con la palma de la mano, ve amasando la masa en sentido circular, doblando los bordes hacia el centro, repitiendo el proceso. Cuando tenga forma redondeada, da la vuelta al pan dejando los pliegues en la base. Tiempo requerido **10 minutos**

Cubre el pan con un trapo limpio y deja **reposar 9 minutos**. Repite el amasado anterior, para dar forma redonda de nuevo.

**Imagen N° 17**



✓ **Colocación de pasas**

Luego de que ya se haya fermentado bien la masa se procede a colocar las pasas encima de la masa que está lista para ingresar al horno. Tiempo requerido **10 minutos**.

✓ **Moldeado de Figuras**

Se procede a coger la masa y hacer las bolitas para poder realizar la figura, tenemos en pan redondo, pan largo, empanada, palanqueta. Tiempo requerido **10 minutos**.

✓ **Encendido del Horno.**

Se pone a calentar el horno de barro, una vez que esté bien caliente se procede a retirar las barzas a un lado del horno y esperando a que se quite un poco las cenizas. Tiempo **85 minutos**.

✓ **Enlatado**

Se procede a colocar el pan en las latas un tiempo de **20 minutos**

✓ **Horneado**

Se realiza la respectiva horneada del pan con un tiempo de 15 minutos

✓ **Enfriado**

Una vez horneado se deja enfriar el pan esto requiere un tiempo de 9 minutos

✓ **Almacenado**

Una vez realizado toda la producción se realiza el respectivo almacenamiento para que esté listo y sea vendido esto requiere un tiempo de 5 minutos

✓ **Control de calidad**

Terminada la toda la producción se realiza un control de calidad del producto para observar si no hay ningún problema sobre la elaboración del mismo para este se estima un tiempo de 10 minutos.

**Proceso de Producción de la Preparación de los Materiales**

✓ **Enlatado.**

Se procede a poner manteca a las latas a utilizar para hornear los panes de suelo en figura y a colocar los panes a hornear. Tiempo que requiere este proceso es de **1 minuto**.

✓ **Horneado.**

Se procede a colocar el pan al horno con una pala asentando dicho pan en el suelo.

**Imagen N° 18**



✓ **Enfriado.**

Se lo saca del horno y se lo ubica en recipientes de varillas, luego se pasa a retirar un poco de cenizas del pan que queda sobre la superficie.

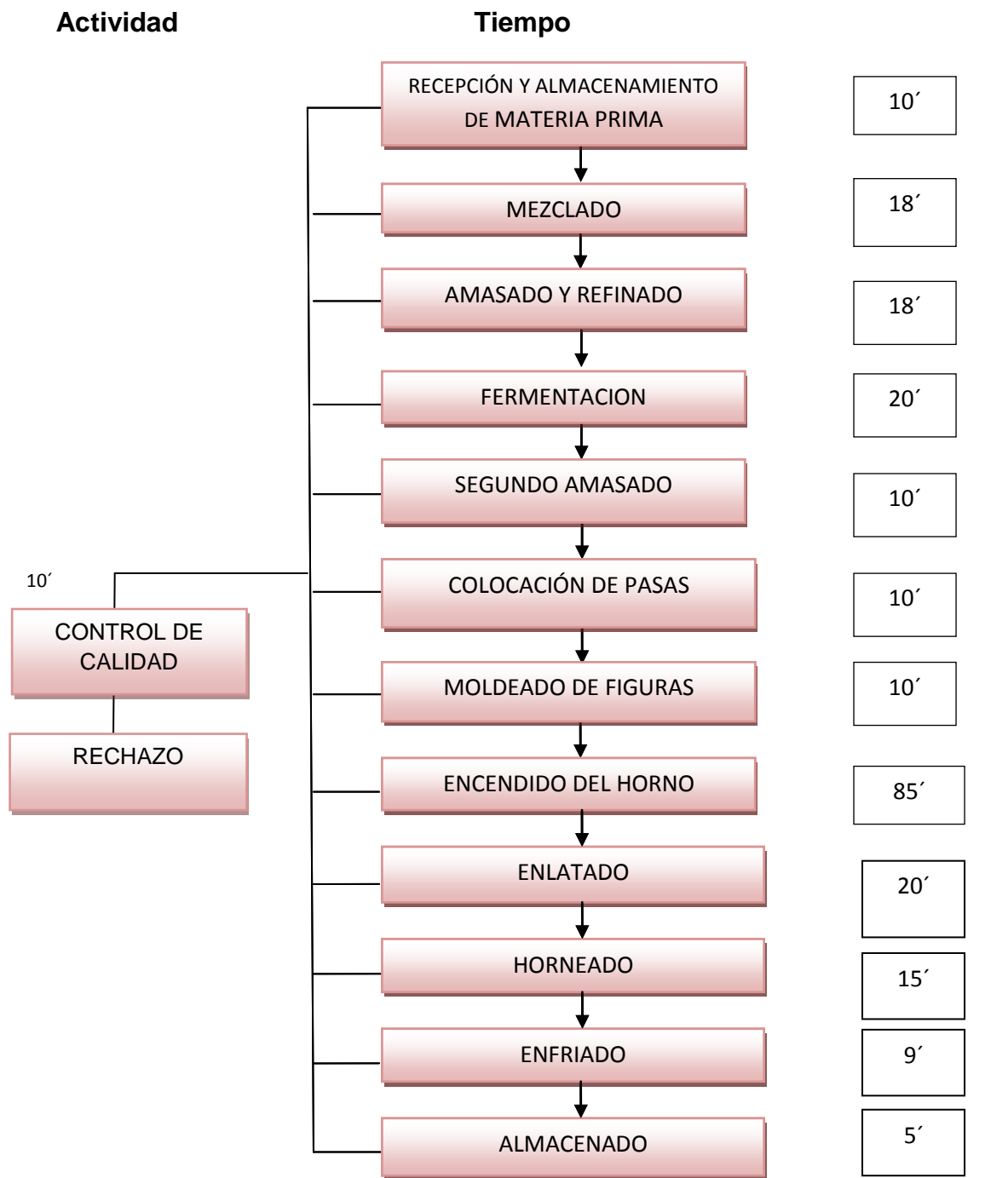
**Imagen N° 19**



✓ **Almacenamiento.**

Se procede a almacenar el producto. Tiempo 1 minuto y 3 segundos

## DIAGRAMA DEL PROCESO DE LA PREPARACIÓN DE LOS MATERIALES PARA UN DÍA (840 PANES)



**NOTA:** Se realiza un control de calidad para todo el proceso productivo en un tiempo de 10 minutos más 230 minutos del resto de fases da un total de 240 minutos que se requiere para la elaboración de la producción de un día

**DIAGRAMA DEL PROCESO DE RECORRIDO DE LA PREPARACIÓN  
DE LOS MATERIALES PARA UN DÍA (840 PANES)**

FASES	OPERACIÓN	TRANSPORTE	INSPECCIÓN	INSPECCIÓN Y OPERACIÓN	ALMACENAMIENTO	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO (ACTIVIDADES)	TIEMPO (MINUTOS)
	○	→	□	D	▽		
1	●					RECEPCIÓN DE MATERIA PRIMA Y ALMACENADO	10´
2	●					MESCLADO	18´
3	●					AMASADO Y REFINADO	18´
4	●			D		FERMENTACIÓN	20´
5	●					SEGUNDO AMASADO	10´
6	●					COLOCACIÓN DE PASAS	10´
7	●					MOLDEADO DE FIGURAS	10´
8	●					ENCENDIDO DEL HORNO	85´
9	●					ENLATADO	20´
10	●					HORNEADO	15´
11				D		ENFRIADO	9´
12					▽	ALMACENADO	5´
			□			CONTROL DE CALIDAD	10´
<b>TOTAL</b>						<b>Totales</b>	240´

Fuente: Proceso Productivo  
Elaboración: La Autora



## **ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

### **ESTUDIO LEGAL**

Para el funcionamiento legal de la empresa se requiere de algunos requisitos que permitan la apertura y el desarrollo de la actividad comercial, entre los cuales se necesitan:

### **OBTENCIÓN DEL RUC**

Pueden inscribirse todas las personas naturales, las instituciones públicas, las organizaciones sin fines de lucro y demás sociedades, nacionales y extranjeras, dentro de los treinta primeros días de haber iniciado sus actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional y que dispongan de bienes por los cuales deban pagar impuestos.

### **REQUISITOS**

- ✂ Original y copia de la cédula de identidad o de ciudadanía.
- ✂ Original y copia del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa vigente
- ✂ Presentación del certificado de votación del último proceso electoral
- ✂ Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos:
  - ✓ Planilla de servicio eléctrico, consumo telefónico, o consumo de agua potable a nombre del contribuyente, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de realización del trámite.

- ✓ Pago del servicio de TV por cable, telefonía celular o estados de cuenta a nombre del contribuyente de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción
- ✓ Comprobante del pago del impuesto predial del año actual o del año inmediatamente anterior
- ✓ Copia del contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato vigente a la fecha de inscripción.
- ✓ Si el contribuyente no tuviese ninguno de los documentos anteriores a nombre de él, se presentará como última instancia una carta de cesión gratuita del uso del bien inmueble, adjuntando copia de la cédula del cedente y el documento que certifique la ubicación

## **PERMISO DE FUNCIONAMIENTO MUNICIPAL**

### **REQUISITOS**

1. Formulario N°2 ( ventanilla N°1 de Recaudaciones Municipales)
2. Formulario para permiso de funcionamiento ( ventanilla N°1 de Recaudaciones Municipales)
3. Copia de cédula
4. Carnet de Salud (Policlínico Municipal o Dirección de Salud)
5. Pago de patente municipal, Activos Totales y Bomberos (Rentas Municipales)
6. Recipientes domiciliarios de basura

**REPÚBLICA DEL ECUADOR NOTARIA**

**CUARTA DEL CANTÓN LOJA**

**EXTRACTO DE MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE LA MICROEMPRESA  
CIA.LTDA.**

**1. ANTECEDENTES**

La empresa **“PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA “EXQUISITO PAN DE SUELO CIA LTDA.”** se crea con capital propio y ajeno.

**NIVELES JERÁRQUICOS**

1. NIVEL EJECUTIVO: Gerente
2. NIVEL ASESOR: Asesor Jurídico
3. NIVEL AUXILIAR: Secretaria, contadora
4. NIVEL OPERATIVO: Producción (Obreros), Ventas ( Vendedor),

**2. OBJETO**

La empresa se dedicará a la producción de pan de suelo con pasas en forma de figuras.

**3. DOMICILIO**

La empresa estará ubicada en la ciudad de Loja, en la parroquia san Sebastián, en el barrio tebaida baja en las calles av. pio Jaramillo y cuba.

**4. DURACIÓN**

La duración de la sociedad será de 5 años desde su fecha de inscripción en el registro mercantil

**5. CAPITAL**

El capital de esta compañía será de \$ 18332,24

## **6. REPRESENTANTE LEGAL**

El representante legal de esta compañía es la Sra. Jessica Nole con número de cédula 1104679806 la misma que desempeña el cargo de Gerente y recibirá el apoyo del Señor Daniel Granda con número de cédula 1122313325, quienes representarán a la sociedad en todos los actos y firmarán los balances correspondientes.

Es dado y firmado en la ciudad de Loja a los veinte y un días del mes de enero del año dos mil once.

## **ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA**

### **RAZÓN SOCIAL:**

La razón social o nombre de nuestra empresa es."EXQUISITO PAN" CIA. LTDA.

### **NIVELES JERÁRQUICOS**

- ❖ **NIVEL EJECUTIVO.-** Toma decisiones sobre políticas generales y sobre actividades básicas ejerciendo autoridad para garantizar su cumplimiento, es el encargado en la organización para el cumplimiento de su misión, visión y objetivos de la empresa.
- ❖ **NIVEL DIRECTIVO.-** Toma decisiones sobre su área de influencia laboral, planifica, orienta y dirige la vida administrativa, interpreta planes, programas y más directivas técnicas y administrativas de alto nivel, transmite a los órganos operativos y auxiliares para su implementación
- ❖ **NIVEL ASESOR.-** Es el encargado de proporcionar asesoría o asistencia técnica específica para la toma de decisiones y la solución

de problemas organizacionales, realiza asesoría especializada a los niveles legislativo, ejecutivo y directivo, pero esto no impide que facilite asesoría a otros niveles. No tiene autoridad de mando sino autoridad funcional, por lo tanto no toma decisiones, requiriendo la aprobación y su implementación por medio de los niveles estructurales vigentes.

- ❖ **NIVEL ADMINISTRATIVO.-** Apoya los otros niveles en la logística, aprestamiento de tareas específicas: Secretaria, archivo, biblioteca, financiero, estadísticas, bienes, suministros, etc; Su autoridad es limitada o mínima así como su responsabilidad.
- ❖ **NIVEL OPERATIVO.-** Responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la entidad o empresa, ejecutor material de las órdenes emanadas por las unidades administrativas. Es el encargado de la ejecución de los productos que están directamente relacionados con el cliente externo.

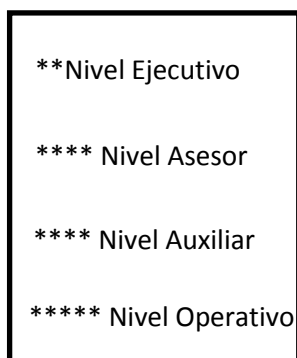
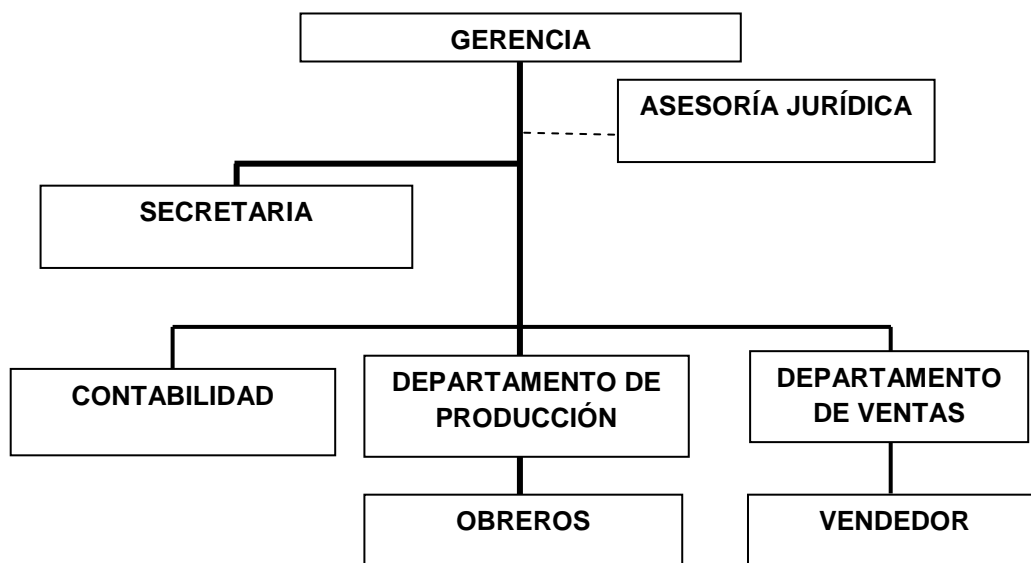
### **Organigramas**

Son las representaciones gráficas de la estructura de una empresa, con sus servicios, órganos y puestos de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad”

Para el presente proyecto de inversión se determina los siguientes organigramas por su contenido, como son el organigrama estructural y funcional.

A continuación se exponen los organigramas para una mejor información de los lectores o estudiantes que necesiten de esta información.

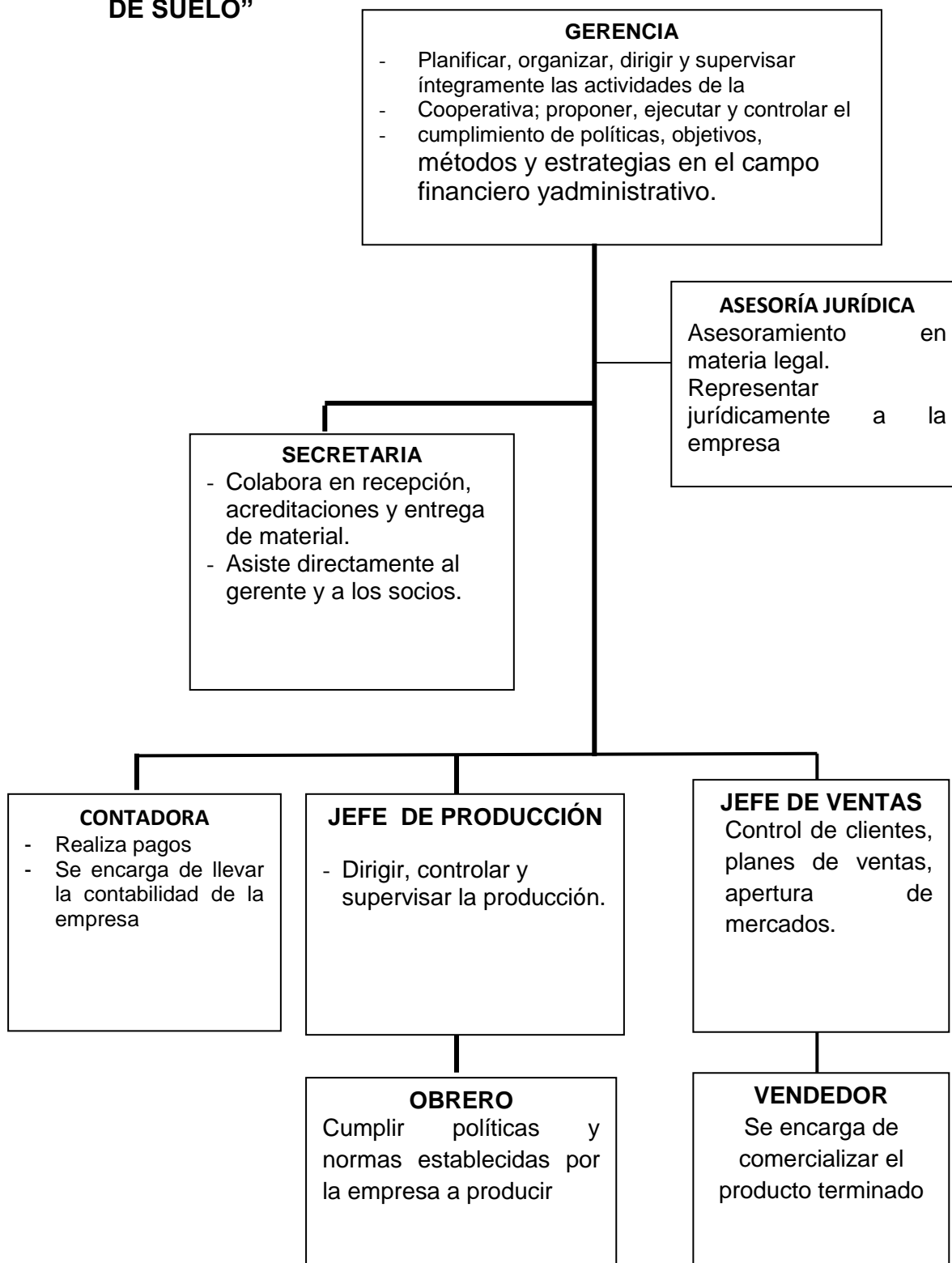
## ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA PANADERÍA “EXQUISITO PAN DE SUELO”



**Fuente:** Panadería “Exquisito Pan de Suelo”

**Elaborado:** La autora

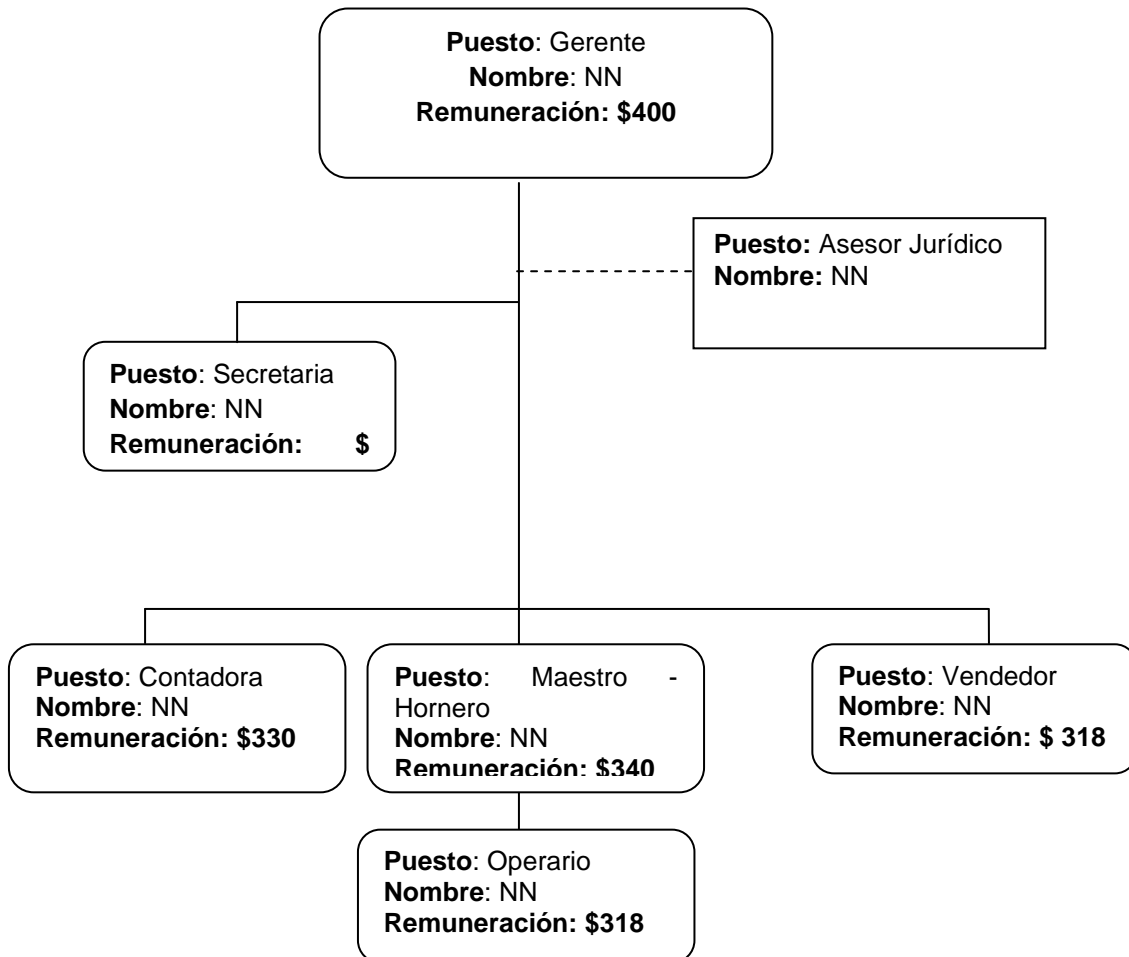
## ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA PANADERÍA “EXQUISITO PAN DE SUELO”



**Fuente:** Panadería “Exquisito Pan de Suelo”

**Elaborado:** La autora

## ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA PANADERÍA “EXQUISITO PAN DE SUELO”



Fuente: Panadería "Exquisito Pan de Suelo"  
Elaboración: La autora



# ÍNDICE DE CONTENIDO

**I.** Introducción

**II.** Objetivos Del Manual

**III.** Descripción de puestos

**a)** Gerente

**b)** Secretaria-Contadora


**c)** Producción


## II. OBJETIVOS DEL MANUAL


### ***Son:***


- ✎ Facilitar el proceso de reclutamiento y selección de personal.
- ✎ Identificar las necesidades de capacitación y desarrollo del personal.
- ✎ Servir de base en la calificación de méritos y la evaluación de puestos.
- ✎ Precisar las funciones encomendadas a cada cargo, para deslindar responsabilidades, evitar duplicaciones y detectar omisiones.
- ✎ Propiciar la uniformidad en el trabajo.
- ✎ Permitir el ahorro de tiempo y esfuerzos en la ejecución del trabajo evitando repetir instrucciones sobre lo que tiene que hacer el empleado.
- ✎ Sirve de medio de integración y orientación al personal de nuevo ingreso, ya que facilita su incorporación a las diferentes unidades.
- ✎ Proporcionar el mejor aprovechamiento de los recursos humanos.


## MANUAL DE FUNCIONES


<p style="text-align: center;"><i>"EXQUISITO PAN DE SUELO"</i></p> 	<p><b>PANADERÍA "EXQUISITO PAN DE SUELO"</b></p>	<p><b>CÓDIGO: 01</b></p>
<p><b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b></p>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>PUESTO:</b> Gerente</li> <li>2. <b>DEPARTAMENTO:</b> Gerencia</li> <li>3. <b>NIVEL:</b> Ejecutivo</li> <li>4. <b>DEPENDENCIA:</b> Junta general de socios</li> </ol>		
<p><b>II. NATURALEZA DEL PUESTO:</b></p>		
<p>Administrar los recursos de la empresa y establecer normas para su utilización mediante una planificación, organización, dirección y control de las actividades que se lleva a cabo dentro de la empresa en función al cumplimiento de las políticas y objetivos de la empresa</p>		
<p><b>II. FUNCIONES:</b></p>		
<p><b>FUNCIONES PRINCIPALES</b></p>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Representa legalmente la CIA</li> <li>➤ Cumplir las funciones administrativas</li> <li>➤ Llevar los libros actas expedientes de cada junta</li> <li>➤ Dirige las gestiones económicas financieras</li> </ul>		
<p><b>FUNCIONES SECUNDARIAS</b></p>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Contestar las correspondencias que pueda hacerla personalmente y atender al público de la mejor manera</li> <li>❖ Participar en concursos de capacitación en temas relacionados con sus funciones</li> <li>❖ Controlar la producción del producto.</li> </ul>		
<p><b>III. RESPONSABILIDADES</b></p>		
<p>Supervisión y control de personal para garantizar el buen funcionamiento de la empresa.</p>		
<p><b>IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO</b></p>		
<p><b>TÍTULO:</b> Ing. En administración de empresas/ economista</p>		
<p><b>EXPERIENCIA:</b> Tres años en labores afines</p>		

<p style="text-align: center;"><i>"EXQUISITO PAN DE SUELO"</i></p> 	<p><b>PANADERÍA "EXQUISITO PAN DE SUELO"</b></p>	<p>CÓDIGO: 02</p>
<p><b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b></p>		
<p>1. <b>PUESTO:</b> Asesor Jurídico  2. <b>DEPARTAMENTO:</b> Gerencia  3. <b>NIVEL:</b> Asesor  4. <b>DEPENDENCIA:</b> Gerente</p>		
<p><b>II. NATURALEZA DEL PUESTO:</b></p>		
<p>Asesorar todos los niveles jerárquicos de la compañía, en asuntos relacionados a los problemas legales cuando se lo requiera.</p>		
<p><b>II. FUNCIONES:</b></p>		
<p><b>FUNCIONES PRINCIPALES</b></p>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Asesorar jurídicamente al nivel Directivo, Ejecutivo, Asesor, Apoyo y Operativo de la empresa.</li> <li>➤ Representar a la Empresa, judicial y extrajudicialmente en asuntos inherentes a su profesión y función.</li> <li>➤ Cumplir las funciones propias e inherentes en asuntos laborales, penales, civiles, administrativos y mercantiles de la Empresa.</li> <li>➤ Autorizar las minutas y suscribirlas respecto a los contratos que realice la empresa.</li> <li>➤ Participar en los Comités o grupos de trabajo que señalen las leyes, reglamentos o el nivel directivo o ejecutivo de la Institución.</li> <li>➤ Emitir los informes y/o dictámenes de carácter jurídico que le sean o no solicitados por los directores departamentales, Gerencia, Directorio.</li> </ul>		
<p><b>III. RESPONSABILIDADES</b></p>		
<p>Sugerir en el aspecto legal de la empresa.</p>		
<p><b>IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO</b></p>		
<p><b>TÍTULO:</b> Ing. En administración de empresas/ economista</p>		
<p><b>EXPERIENCIA:</b> Tres años en labores afines</p>		


<p><i>"EXQUISITO PAN DE SUELO"</i></p> 	<p><b>PANADERÍA "EXQUISITO PANDE SUELO"</b></p>	<p><b>CÓDIGO: 03</b></p>
<p><b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b></p>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>PUESTO:</b> Secretaria</li> <li>2. <b>DEPARTAMENTO:</b> Secretaria</li> <li>3. <b>NIVEL:</b> Operativo</li> <li>4. <b>DEPENDENCIA:</b> Gerente</li> </ol>		
<p><b>II. NATURALEZA DEL PUESTO:</b></p>		
<p>Realiza labores de secretario o asistencia directa al gerente o jefe superior.</p> <p>Brinda un esmerado y eficiente servicio de atención al público.</p>		
<p><b>II. FUNCIONES:</b></p>		
<p><b>FUNCIONES PRINCIPALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Colabora en recepción, acreditaciones y entrega de material.</li> <li>➤ Asiste directamente a la gente y a los socios.</li> </ul> <p><b>FUNCIONES SECUNDARIAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Participa en reuniones en las que fuere convocado.</li> </ul>		
<p><b>III. REPOSABILIDADES</b></p>		
<p>Recibir y enviar documentos confidenciales de la empresa y mantener discreción de no publicar datos.</p>		
<p><b>IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO</b></p>		
<p><b>TITULO:</b> Secretariado</p>		
<p><b>EXPERIENCIA:</b> 1 año cumpliendo las funciones</p>		

<p style="text-align: center;"><i>"EXQUISITO PAN DE SUELO"</i></p> 	<p><b>PANADERÍA "EXQUISITO PAN DE SUELO"</b></p>	<p><b>CÓDIGO: 04</b></p>
<p><b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b></p>		
<p>1. <b>PUESTO:</b> Contadora  2. <b>DEPARTAMENTO:</b> Contabilidad  3. <b>NIVEL:</b> Operativo  4. <b>DEPENDENCIA:</b> Gerente</p>		
<p><b>II. NATURALEZA DEL PUESTO:</b></p>		
<p>Ejecutar las operaciones contables de la empresa y realizar el análisis financiero.</p>		
<p><b>II. FUNCIONES:</b></p>		
<p><b>FUNCIONES PRINCIPALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <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>		
<p><b>III. REPOSABILIDADES</b></p> <p>Mantener e informar de los estados financieros de la empresa</p>		
<p><b>IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO</b></p>		
<p><b>TÍTULO:</b> Dra. En Contabilidad  <b>EXPERIENCIA:</b> 2 años cumpliendo las funciones</p>		

<p><i>"EXQUISITO PAN DE SUELO"</i></p> 	<p><b>PANADERÍA "EXQUISITO PAN DE SUELO"</b></p>	<p><b>CÓDIGO: 05</b></p>
<p><b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b></p>		
<p>1. <b>PUESTO:</b> Vendedor  2. <b>DEPARTAMENTO:</b> Ventas  3. <b>NIVEL:</b> Operativo  4. <b>DEPENDENCIA:</b> Departamento de Ventas</p>		
<p><b>II. NATURALEZA DEL PUESTO:</b></p>		
<p>El vendedor profesional, satisface las necesidades de su cliente al 100%, aplica sus objetivos de ventas y se da tiempo para aprender de sus errores.</p>		
<p><b>II. FUNCIONES:</b></p>		
<p><b>FUNCIONES PRINCIPALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Prosperar nuevos clientes</li> <li>➤ Mantener y retener a los clientes</li> <li>➤ Incrementar las compras de los clientes actuales</li> </ul> <p><b>FUNCIONES SECUNDARIAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Dar servicio a sus clientes.</li> <li>➤ Administrar eficientemente su cartera de clientes.</li> </ul>		
<p><b>III. RESPONSABILIDADES</b>  Resistencia a largas jornadas de pie y caminata continúa</p>		
<p><b>IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO</b></p>		
<p><b>TITULO:</b> Ingeniero comercial o carreras a fines  <b>EXPERIENCIA:</b> Indispensable</p>		

<p style="text-align: center;"><i>"EXQUISITO PAN DE</i></p> 	<p><b>PANADERÍA "EXQUISITO PAN DE SUELO"</b></p>	<p><b>CÓDIGO: 06</b></p>
<p><b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b></p>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>PUESTO:</b> Maestro - Hornero</li> <li>2. <b>DEPARTAMENTO:</b> Producción</li> <li>3. <b>NIVEL:</b> Operativo</li> <li>4. <b>DEPENDENCIA:</b> Panadero</li> </ol>		
<p><b>II. NATURALEZA DEL PUESTO:</b></p>		
<p>Hornear todos y cada uno de los productos de la empresa.</p>		
<p><b>II. FUNCIONES:</b></p>		
<p><b>FUNCIONES PRINCIPALES</b></p>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ determinar la temperatura y tiempo de cocción</li> <li>➤ estar pendiente de su adecuada cocción</li> </ul>		
<p><b>FUNCIONES SECUNDARIAS</b></p>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Estar dispuesto a otras actividades</li> <li>❖ Realizar el anuncio del abastecimiento del gas</li> </ul>		
<p><b>III. RESPONSABILIDADES</b></p>		
<p>Se encargara de identificar los cambios necesarios para la producción, entregar los productos en buenas condiciones organolépticas para almacenarlas y distribuir las</p>		
<p><b>IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO</b></p>		
<p><b>TITULO:</b> Bachiller</p>		
<p><b>EXPERIENCIA:</b> Un año en labores afines</p>		



<p><i>"EXQUISITO PAN DE SUELO"</i></p> 	<p><b>PANADERÍA "EXQUISITO PAN DE SUELO"</b></p>	<p><b>CÓDIGO: 07</b></p>
<p><b>I. INFORMACIÓN BÁSICA:</b></p>		
<p>5. <b>PUESTO:</b> Operario  6. <b>DEPARTAMENTO:</b> Producción  7. <b>NIVEL:</b> Operativo  8. <b>DEPENDENCIA:</b> Panadero</p>		
<p><b>II. NATURALEZA DEL PUESTO:</b></p>		
<p>Encardo de la preparación de la materia prima.</p>		
<p><b>II. FUNCIONES:</b></p>		
<p><b>FUNCIONES PRINCIPALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ determinar la cantidad de los materiales</li> <li>➤ estar pendiente de cada proceso en la preparación de la materia prima</li> </ul> <p><b>FUNCIONES SECUNDARIAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Estar dispuesto a otras actividades</li> <li>❖ Realizar el anuncio del abastecimiento del gas</li> </ul>		
<p><b>III. RESPONSABILIDADES</b></p> <p>Estar pendiente siempre de la máquina que se necesita para la producción</p>		
<p><b>IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO</b></p>		
<p><b>TITULO:</b> Bachiller  <b>EXPERIENCIA:</b> Un año en labores afines</p>		

## 1. ESTUDIO FINANCIERO

Para la realización del estudio financiero de nuestra empresa tomamos en cuenta un sinnúmero de activos tanto fijos, variables y diferidos que vamos a utilizar para la implementación de nuestra empresa. Por medio del estudio financiero hemos determinado la evaluación financiera.

### INVERSIONES

La inversión se debe efectuar la puesta en marcha del proyecto y para que la empresa realice sus operaciones se clasifica en tres rubros:

- Activos Fijos
- Activo diferido
- Activo circulante

#### Activos Fijos

Son las inversiones que se realizan en comprar bienes tangibles, se utilizan para garantizar la operación del proyecto a continuación se describen los siguientes Activos Fijos:

#### Construcción

El horno que se requiere para la producción de pan de suelo con pasas, asciende a un \$550.00 dólares.

**Cuadro N°38**  
**Construcción Capacidad 800 horas.**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Horno de Barro	1	550	550
<b>Total</b>			<b>550</b>

**Fuente:** Disensa  
**Elaboración:** La Autora

**Maquinaria y Equipo:** Son aquellos instrumentos que van a permitir realizar la transformación de la materia prima en producto terminado o acabado. Con un costo de \$900,00

**Cuadro N°39  
Maquinaria y Equipo**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Batidora semi industrial Marca Hamilton Beach	Unidad	1	250,00	250,00
Mesa de trabajo	Unidad	1	200,00	200,00
Carro de varillas	Unidad	2	40,00	80,00
Vitrinas	Unidad	2	185,00	370,00
<b>Total</b>				<b>900,00</b>

**Fuente:** Almacenes de la Ciudad de Loja

**Elaboración:** La Autora

**Herramientas:** Serán utilizadas para la elaboración del pan de suelo, sirven como utensilios de cocina. Cuyo costo es de \$107,00

**Cuadro N° 40  
Herramientas**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Espátula de Madera	2	15	30
Latas	8	2,5	20
Charoles	4	2,5	10
Bandejas plásticas	4	3	12
Accesorio de cocina	1	35	35
<b>Total</b>			<b>107</b>

**Fuente:** Almacenes de la Ciudad de Loja

**Elaboración:** La Autora

**Muebles y Enseres:** En este rubro se incluyen los valores correspondientes al mobiliario que facilitara la comodidad y adecuación del área administrativa y producción para el uso del personal y de los clientes. El monto es de \$735,00

**Cuadro N° 41  
Muebles Y Enseres**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Escritorio	3	120	360
silla giratoria	3	45	135
archivadores de 4G	1	125	125
sillas	3	25	75
Basureros	2	20	40
<b>Total</b>			<b>735</b>

**Fuente:** Almacén Pro mueble

**Elaboración:** La Autora

**Equipo de Oficina:** Para las actividades administrativas y operativas de la empresa se ha planificado la compra de equipo de oficina con un monto de \$865,00 dólares.

**Cuadro N° 42  
Equipo de Oficina**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Computadora	Unidad	1	600,00	600,00
Impresora	Unidad	1	220,00	220,00
Teléfono	Unidad	1	45,00	45,00
<b>Total</b>	Unidad		<b>865,00</b>	<b>865,00</b>

**Fuente:** CNT, Gráfica Santiago, Master PC

**Elaboración:** La Autora

**Equipo de Seguridad e Higiene:** Se ha tomado en consideración este rubro el valor para adquisición de equipo de protección como mandiles, gorras y mascarillas, guantes; que servirán para seguridad e higiene de los productos durante la ejecución del proceso de producción, de tal modo que el producto reúna las condiciones necesarias de higiene y calidad. Cuyo costo es de \$51,00

**Cuadro N°43  
Equipo de Seguridad e Higiene**

<b>Descripción</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Mandiles	Unidad	3	10	30
Gorras de plástico	Unidad	3	2,00	6,00
Guantes	Unidad	3	5,00	15,00
<b>TOTAL</b>			<b>17,00</b>	<b>51,00</b>

**Fuente:** Casas Comerciales  
**Elaboración:** La Autora

**Vehículo**

El automóvil estará destinado para la distribución del pan a los distintos lugares donde se expenderá; el vehículo que se adquirirá será de segunda el mismo que tiene un precio de \$ 9.000,00 dólares.

**Cuadro N° 44  
Vehículo**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Vehículo(Mazda 323)	unidad	1	9.000	9.000

**Fuente:** Eddy Car  
**Elaboración:** La Autora

**Cuadro N° 45  
RESUMEN DE DEPRECIACIONES**

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>	<b>% Depreciación</b>	<b>Valor Residual</b>	<b>Vida Útil</b>	<b>Depreciación Anual</b>
Construcción del Horno	550,00	10,00%	55,00	10	49,50
Equipo Y Maquinaria	900,00	10,00%	90,00	10	81,00
Equipo de Oficina	865,00	10,00%	86,50	5	155,70
Herramientas	107,00	3,33%	3,56	3	34,48
Muebles y Enseres	735,00	20,00%	147,00	5	117,60
Vehículo	9000,00	10,00%	900,00	5	1620,00
<b>Total</b>			<b>1282,06</b>		<b>2058,28</b>

**Elaboración:** La Autora

### Formula:

$$Vr = Va \frac{100\%}{N^{\circ} \text{ años}} \quad Dp = \frac{Va - Vr}{N^{\circ} \text{ años}}$$

$$Vr = Va \frac{10\%}{10 \text{ años}} \quad Dp = \frac{750 - 75}{10 \text{ años}} = 67.50$$

### Nomenclatura

**Vr**= Valor Residual; **Va**= Valor Actual; **Dp**= Depreciación del Activo

**Cuadro N° 46**  
**Resumen de Activos Fijos**

<b>Activos</b>	<b>V. Total</b>
Construcción del Horno	550,00
Maquinaria y Equipo	900,00
Herramientas	107,00
Muebles y enseres	735,00
Equipo de Oficina	865,00
Equipos de seguridad e higiene	51,00
Vehículo	9000,00
Imprevistos 5%	610,40
<b>Total</b>	<b>12818,40</b>

Elaboración: La Autora

### INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS

Son aquellas de carácter intangible necesarios para realizar todo estudio de factibilidad; dentro del proyecto son aquellos gastos de constitución de la empresa, estudio preliminar, etc. Estos gastos se amortizan en cinco años de vida útil del proyecto, los gastos y rubros se incurren en el presente proyecto:

## Gastos de Constitución

Es el gasto que toda la empresa debe establecer en forma legal, este desembolso tiene un monto de \$ 977,50 dólares.

**Cuadro N° 47**  
**Gastos de Constitución**

<b>Conceptos</b>	<b>Monto Individual</b>	<b>monto total</b>
Constitución de la empresa	550	550
Patentes y registro de marca	200	180
permiso de funcionamiento	200	200
Imprevistos 5%	47,5	47,5
	<b>997,5</b>	<b>977,5</b>

**Fuente:** Investigación en Entidades Públicas

**Elaboración:** La autora

**Cuadro N° 48**  
**AMORTIZACIÓN DEL ACTIVO DIFERIDO**

<b>Descripción</b>	<b>Vida Útil</b>	<b>Valor Activo</b>	<b>Valor Amortizado Anual</b>
Activos Diferidos	5	977,5	195,5

**Elaboración:** La Autora

## ACTIVOS CIRCULANTES

Son los gastos que se deben realizar al iniciar el funcionamiento de la empresa de producción de pan de suelo, pago de personal administrativo y suministros varios. Dicho capital se lo ha calculado para el primer mes.

**Materia Prima Directa:** Son todos los componentes básicos para la obtención del producto terminado; su cantidad está relacionada con la capacidad de la planta, y su costo depende de la calidad y del lugar donde se encuentren los proveedores. (Anexo N° 2)

**Cuadro N° 49**  
**Materia Prima Directa**

Descripción	Unidad	Cantidad mensual	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Harina	Kg	728	0,75	546,00	6552,00
<b>Total</b>				<b>546,00</b>	<b>6552,00</b>

Fuente: Distribuidora de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

**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° 50**  
**Proyección de la Materia Prima Directa**

Años	V. Total
1	6552,00
2	6824,56
3	7108,47
4	7404,18
5	7712,19

Fuente: Tasa de inflación de 4,16% del año

Elaboración: La Autora

**Mano de Obra Directa:** Son las personas que están en contacto con el proceso productivo, conformado por un obrero el cual trabajara 7 horas diarios (05H00 a 12H00).

**Cuadro N° 51**  
**Mano de Obra Directa**

Especificaciones	Valor
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	1
<b>Total Mensual</b>	<b>422,89</b>
<b>Total Anual</b>	<b>5074,64</b>

Fuente: Ministerio de Trabajo y Empleo

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° 52**  
**Proyección de la Mano de Obra Directa**

<b>Años</b>	<b>V. Total</b>
1	5074,64
2	5285,75
3	5505,64
4	5734,67
5	5973,23

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

**Elaboración:** La Autora

**Materia Prima Indirecta:** La materia prima indirecta es aquella que no interviene directamente en el proceso productivo. (Anexo N° 2)

**Cuadro N° 53**  
**Materia Prima Indirecta**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad Mensual</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Manteca Vegetal	Libras	520,00	0,7	364,00	4368,00
mantequilla	Libras	520,00	0,6	312	3744,00
Huevos	Unidades	1560	0,13	202,8	2433,60
Levadura	Libras	10,40	0,26	2,70	32,45
Sal	Libras	41,60	0,26	10,816	129,79
Azúcar	Libras	416,00	0,43	178,88	2146,56
Pasas	Libras	67,60	1,25	84,5	1014,00
Fundas	Cientos	26	1,20	31,30998	375,72
<b>Total</b>				<b>1187,01</b>	<b>14244,12</b>

**Fuente:** Distribuidora Yema Dorada, Galtor

**Elaboración:** La Autora

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

**Cuadro Nº 54**  
**Proyección de la Materia Prima Indirecta**

<b>AÑOS</b>	<b>V. TOTAL</b>
1	14244,12
2	14836,68
3	15453,88
4	16096,76
5	16766,39

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

**Elaboración:** La Autora

**Mano de Obra Indirecta:** La mano de obra indirecta son aquellas personas que no están inmiscuidas directamente en el proceso productivo.

**Cuadro Nº 55**  
**Mano de Obra Indirecta**

<b>Especificaciones</b>	<b>Valor</b>
Sueldo Básico	340,00
Décimo Tercero (S.B./12)	28,33
Décimo Cuarto (S.B./12)	28,33
Vacaciones (S.B./24)	14,17
Aporte Patronal IEES (12,15%)	41,31
<b>Total Remuneración (I-E)</b>	<b>452,14</b>
Nº Maestro	1
<b>Total Mensual</b>	<b>452,14</b>
<b>Total Anual</b>	<b>5425,72</b>

**Fuente:** Ministerio de Trabajo y Empleo

**Elaboración:** La Autora

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

**Cuadro N° 56**  
**Proyección de la Mano de Obra Indirecta**

<b>Años</b>	<b>V. Total</b>
1	5425,72
2	5651,43
3	5886,53
4	6131,41
5	6386,48

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

**Elaboración:** La Autora

**Costos Generales de Fabricación:** Dentro de los costos generales de fabricación tenemos la leña que se necesita para poder calentar el horno.

**Cuadro N° 57**  
**Costos Generales de Fabricación**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unitario</b>	<b>valor Mensual</b>	<b>V. Total</b>
Leña	Unidad	2	25	50	600
Gasolina	Galones	7	2,5	17,5	210
<b>Total</b>				<b>67,5</b>	<b>810</b>

**Fuente:** Carpintería Rosales

**Elaboración:** La autora

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

**Cuadro N° 58**  
**Proyección de Costos Generales de Fabricación**

<b>AÑOS</b>	<b>V. TOTAL</b>
1	810,00
2	843,70
3	878,79
4	915,35
5	953,43

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

**Elaboración:** La Autora

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

**Cuadro N° 59  
Servicios Básicos**

Descripción	Unidad	Cantidad	Unitario	valor Mensual	V. Total
Agua	m3	65	0,25	16,25	195
Energía Eléctrica	k/h	140	0,15	21	252
Teléfono	m/h	80	0,1	8	96
<b>Total</b>				<b>45,25</b>	<b>543</b>

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

**Elaboración:** La Autora

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

**Cuadro N° 60  
Proyección de Servicios Básicos**

Años	V. Total
1	543,00
2	565,59
3	589,12
4	613,62
5	639,15

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

**Elaboración:** La Autora

**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° 61  
Sueldos Administrativos**

<b>Especificaciones</b>	<b>Gerente</b>	<b>Secretaria-Contadora</b>	<b>Abogado</b>
Sueldo Básico	400,00	330,00	
Décimo Tercero (S.B./12)	33,33	27,50	
Décimo Cuarto (S.B./12)	33,33	27,50	
Vacaciones (S.B./24)	16,67	13,75	
Aporte Patronal IEES (12,15%)	48,60	40,10	
Total Remuneración (I-E)	<b>531,93</b>	<b>438,85</b>	55
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>6383,20</b>	<b>5266,14</b>	<b>660</b>
<b>TOTAL</b>		<b>12309,34</b>	

**Fuente:** Ministerio de Trabajo y Empleo

**Elaboración:** La Autora

**Nota:** El sueldo del Asesor Jurídico es un estimado debido que solo trabajara por temporal.

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

**Cuadro N° 62  
Proyección de Servicios Básicos**

<b>AÑOS</b>	<b>V. TOTAL</b>
1	12309,34
2	12821,41
3	13354,78
4	13910,34
5	14489,01

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

**Elaboración:** La Autora

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

**Cuadro N° 63**  
**Arriendo**

<b>Descripción</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Arriendo del local	400	4800
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>4800</b>

**Fuente:** Localidad de la Ciudad de Loja

**Elaboración:** La Autora

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

**Cuadro N° 64**  
**Proyección del Arriendo**

<b>Años</b>	<b>V. Total</b>
1	4800,00
2	4999,68
3	5207,67
4	5424,31
5	5649,96

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

**Elaboración:** La Autora

**Materiales y Útiles de Oficina:** Es el gasto que se produce con la adquisición de material de oficina y útiles de oficina como: carpetas de archivo, lápices, resmas de papel, etc.

**Cuadro N° 65**  
**Materiales y Útiles de oficina**

<b>Especificación</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cant.</b>	<b>V. Total</b>	<b>V. Anual</b>
Carpetas de Archivo	unidad	4	0,30	1,20
Esferográficos	docena	1	5,00	5,00
Resma de hojas (4 veces en el año)	unidad	2	3,25	6,50
Tinta de impresora(4 veces en el año)	cartucho	2	15,00	30,00
<b>Total</b>				<b>42,70</b>

**Fuente:** Papelerías de la Ciudad de Loja

**Elaboración:** La Autora

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

**Cuadro N° 66**  
**Proyección de los Materiales y Útiles de Oficina**

<b>Años</b>	<b>V. Total</b>
1	220,40
2	229,57
3	239,12
4	249,07
5	259,43

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

**Elaboración:** La Autora

**Materiales y 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° 67**  
**Materiales y Útiles de Aseo**

<b>Especificación</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cant.</b>	<b>V. Unit.</b>	<b>V. Mensual</b>	<b>V. Anual</b>
Escobas (2 veces al año)	Unidad	2	3,00	6,00	12,00
Trapeadores (2 veces al año)	unidad	2	3,00	6,00	12,00
Desinfectante	Galón	2	4,00	8,00	96,00
recogedor (2 veces al año)	Unidad	2	1,00	2,00	4,00
Jabón	Unidad	3	6,00	18,00	216,00
Papel higiénico	Paquete	3	5,00	15,00	180,00
<b>TOTAL</b>				<b>55,00</b>	<b>520,00</b>

**Fuente:** Almacenes Locales

**Elaboración:** La Autora

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

**Cuadro N° 68**  
**Proyección de los Materiales y Útiles de Aseo**

<b>Años</b>	<b>V. Total</b>
1	520,00
2	541,63
3	564,16
4	587,63
5	612,08

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

**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 N° 69**  
**Publicidad**

<b>Publicidad</b>	<b>Factor</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>V. Mensual</b>	<b>V. Anual</b>
Radio	Avisos	75	1,50	112,50	1350,00
<b>Total</b>				<b>112,50</b>	<b>1350,00</b>

**Fuente:** Empresas de la Ciudad de Loja

**Elaboración:** La Autora

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

**Cuadro N° 70**  
**Proyección de publicidad**

<b>Años</b>	<b>V. Total</b>
1	1350,00
2	1406,16
3	1464,66
4	1525,59
5	1589,05

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

**Elaboración:** La Autora

**Reparación y 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, para lo cual se ha procedido a calcular un porcentaje anual correspondiente a cada rubro.

**Cuadro Nº 71**  
**Reparación y mantenimiento**

<b>Denominación</b>	<b>Valor</b>	<b>Alícuota</b>	<b>Valor anual</b>
Maquinaria y Equipo	900,00	2%	18,00
Muebles y Enseres	735,00	2%	14,70
Equipo de oficina	865,00	1%	8,65
<b>Total</b>			<b>41,35</b>

**Fuente:** Asesoramiento Técnico

**Elaboración:** La Autora

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

**Cuadro Nº 72**  
**Proyección de Reparación y Mantenimiento**

<b>Años</b>	<b>V. Total</b>
1	41,35
2	43,07
3	44,86
4	46,73
5	48,67

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

**Elaboración:** La Autora

**Mantenimiento de Vehículo:** Dentro de este rubro se estiman valores que corresponden a gastos producidos por el vehículo en combustibles y lubricantes.

**Cuadro Nº 73**  
**Mantenimiento de Vehículo**

<b>Descripción</b>	<b>Mes</b>	<b>Año</b>
limpieza-cambio de lubricantes	35	420
Gasolina Súper	45	540
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>960</b>

**Fuente:** Casas Comerciales

**Elaboración:** La Autora

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

**Cuadro N° 74**  
**Proyección de Mantenimiento de Vehículo**

<b>Años</b>	<b>V. Total</b>
1	960,00
2	999,94
3	1041,53
4	1084,86
5	1129,99

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

**Elaboración:** La Autora

## RESUMEN DEL ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

**Cuadro N° 75**

<b>Especificaciones</b>	<b>Valor Total Anual</b>	<b>Valor Total Mensual</b>
Materia prima directa	6552,00	546,00
Mano de obra directa	5074,64	422,89
Materia prima indirecta	14244,12	1187,01
Mano de obra indirecta	5425,72	452,14
Carga Fabril	810,00	67,50
Servicios básicos	543,00	45,25
Sueldos Administrativos	12309,34	1025,78
Arriendo	4800,00	400,00
Materiales y útiles de oficina	220,40	18,37
Materiales y útiles de aseo	520,00	43,33
Gasto publicitarios	1350,00	112,50
Mantenimiento de Maquinaria Y Equipo	41,35	3,45
Mantenimiento de Vehículo	960,00	80,00
Imprevistos 3%	1585,52	132,13
<b>Total</b>	<b>54436,09</b>	<b>4536,34</b>

**Elaboración:** La Autora

## RESUMEN DE LOS ACTIVOS

Cuadro N° 76

Especificación	Valor Total
Activo Fijo	12818,40
Activo Diferido	977,50
Activo Circulante	4536,34
<b>Total</b>	<b>18332,24</b>

Elaboración: La Autora

### FINANCIAMIENTO

Para nuestro financiamiento de nuestra empresa y a la vez la elaboración de nuestro producto se pondrá el 56,36% de capital propio que da un monto de \$10332,24 dólares y el otro 43,64% que da un total de 8.000,00 dólares se obtendrá de un crédito para así poder tener el dinero necesario que nos da un total de \$18332,24 dólares para poner en marcha la empresa.

Cuadro N° 77  
Financiamiento

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Capital Interno	10332,24	56,36
Capital Externo	8000,00	43,64
<b>Total</b>	<b>18332,24</b>	<b>100,00</b>

Fuente: BNF

Elaboración: La Autora

### Amortización del Préstamo

#### Cálculo Matemático:

##### Datos:

Saldo inicial: \$ 8.000

Interés:  $15\% / 100 = 0,15$

Tiempo: 5 años

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

**Desarrollo:**

Para sacar la amortización se divide:

$$8.000 / 10 \text{ \# de pagos} = 800,00$$

Para sacar el interés se multiplica:

$$\text{\$ } 8.000 \times 0,5 \times 0,15 = 600,00$$

**AMORTIZACIÓN**

**Monto:** \\$ 8.000,00

**Interés:** 15%

**Amortización:** Semestral

**Número de pagos:** 10

**Pagos anuales:** 2

**Cuadro N°78****AMORTIZACIÓN**

<b>Año</b>	<b>Semestra l</b>	<b>Saldo Inicial</b>	<b>Amortización</b>	<b>Intereses</b>	<b>Dividendo Semestral</b>	<b>Dividendo Anual</b>	<b>Saldo Final</b>
1	1	8.000,00	800,00	600,00	1.400,00	2.740,00	7.200,00
	2	7.200,00	800,00	540,00	1.340,00		6.400,00
2	1	6.400,00	800,00	480,00	1.280,00	2.500,00	5.600,00
	2	5.600,00	800,00	420,00	1.220,00		4.800,00
3	1	4.800,00	800,00	360,00	1.160,00	2.260,00	4.000,00
	2	4.000,00	800,00	300,00	1.100,00		3.200,00
4	1	3.200,00	800,00	240,00	1.040,00	2.020,00	2.400,00
	2	2.400,00	800,00	180,00	980,00		1.600,00
5	1	1.600,00	800,00	120,00	920,00	1.780,00	800,00
	2	800,00	800,00	60,00	860,00		0

**Elaboración:** La Autora

## DETERMINACIÓN DE COSTOS

**Cuadro Nº 79**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>32271,46</b>	<b>33607,09</b>	<b>34998,28</b>	<b>36447,35</b>	<b>37956,70</b>
<b>COSTOS PRIMOS</b>					
Materia Prima Directa	6552,00	6824,56	7108,47	7404,18	7712,19
Mano de obra Directa	5074,64	5285,75	5505,64	5734,67	5973,23
<b>TOTAL COSTO PRIMO</b>	<b>11626,64</b>	<b>12110,31</b>	<b>12614,10</b>	<b>13138,85</b>	<b>13685,42</b>
<b>Gastos Indirectos de Fabricación</b>					
Materia Prima Indirecta	14244,12	14836,68	15453,88	16096,76	16766,39
Mano de obra Indirecta	5425,72	5651,43	5886,53	6131,41	6386,48
Carga Fabril	810,00	843,70	878,79	915,35	953,43
Dep. de Construcción del Horno	49,50	49,50	49,50	49,50	49,50
Dep. maquinaria y equipo	81,00	81,00	81,00	81,00	81,00
Dep. Herramientas	34,48	34,48	34,48	34,48	34,48
<b>Total de gastos ind. de fabr.</b>	<b>20644,82</b>	<b>21496,78</b>	<b>22384,18</b>	<b>23308,50</b>	<b>24271,27</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>23012,89</b>	<b>23595,91</b>	<b>24213,16</b>	<b>24866,08</b>	<b>25556,14</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
Sueldos administrativos	12309,34	12821,41	13354,78	13910,34	14489,01
Servicios básicos	543,00	565,59	589,12	613,62	639,15
Arriendo	4800,00	4999,68	5207,67	5424,31	5649,96
Dep. Equipo de oficina	155,70	155,70	155,70	155,70	155,70
Dep. Muebles y Enseres	117,60	117,60	117,60	117,60	117,60
Materiales y útiles de oficina	220,40	229,57	239,12	249,07	259,43
Materiales y útiles de aseo	520,00	541,63	564,16	587,63	612,08
Reparación y mantenimiento	41,35	43,07	44,86	46,73	48,67
<b>TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>18707,39</b>	<b>19474,25</b>	<b>20273,01</b>	<b>21105,00</b>	<b>21971,59</b>
<b>GASTO DE VENTAS</b>					
Publicidad	1350,00	1406,16	1464,66	1525,59	1589,05
Dep. de Vehículo	1620,00	1620,00	1620,00	1620,00	1620,00
<b>TOTAL GASTO DE VENTAS</b>	<b>2970,00</b>	<b>3026,16</b>	<b>3084,66</b>	<b>3145,59</b>	<b>3209,05</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>					
Amort. Activos Diferidos	195,50	195,50	195,50	195,50	195,50
interés del préstamo	1.140,00	900,00	660,00	420,00	180,00
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>1335,50</b>	<b>1095,50</b>	<b>855,50</b>	<b>615,50</b>	<b>375,50</b>
<b>TOTAL DE COSTOS</b>	<b>55284,35</b>	<b>57203,00</b>	<b>59211,45</b>	<b>61313,43</b>	<b>63512,84</b>

Elaboración: La Autora

## **COSTOS FIJOS Y VARIABLES**

Los costos fijos y variables se determinan con la finalidad de representar los valores monetarios para una medición empresarial, mediante el punto de equilibrio en función de las ventas y la capacidad instalada.

**COSTOS FIJOS:** son aquellos que se mantiene constantes durante el periodo completo de producción. Se incurre en los mismos durante el transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen de producción.

**COSTOS VARIABLES:** Son gastos que se realizan y que se hallan en relación proporcional con respecto al aumento o disminución de los volúmenes de la producción o de sus ventas.

**Cuadro Nº 80**  
**COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA LOS AÑOS DE VIDA DEL PROYECTO**

DETALLE	AÑO 1		AÑO 5	
	C.F	C.V	C.F	C.V
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>10665,34</b>	<b>21606,12</b>	<b>12524,69</b>	<b>25432,01</b>
<b>COSTOS PRIMOS</b>				
Materia Prima Directa		6552,00		7712,19
Mano de obra Directa	5074,64		5973,23	
<b>Gastos Indirectos de Fabricación</b>				
Materia Prima Indirecta		14244,12		16766,39
Mano de obra Indirecta	5425,72		6386,48	
Carga Fabril		810,00		953,43
Dep. de Construcción del horno	49,50		49,50	
Dep. maquinaria y equipo	81,00		81,00	
Dep. Herramientas	34,48		34,48	
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>21688,14</b>	<b>1324,75</b>	<b>23996,82</b>	<b>1559,33</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>				
Sueldos administrativos	12309,34		14489,01	
Servicios básicos		543,00		639,15
Arriendo	4800,00		5649,96	
Dep. Equipo de oficina	155,70		155,70	
Dep. Muebles y Enseres	117,60		117,60	
Materiales y útiles de oficina		220,40		259,43
Materiales y útiles de aseo		520,00		612,08
Reparación y mantenimiento		41,35		48,67
<b>GASTO DE VENTAS</b>				
Publicidad	1350,00		1589,05	
Dep. de Vehículo	1620,00		1620,00	
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>				
Amort. Activos Diferidos	195,50		195,50	
interés del préstamo	1.140,00		180,00	
<b>TOTAL DE COSTO</b>	<b>32.353,48</b>	<b>22.930,87</b>	<b>36.521,50</b>	<b>26.991,34</b>
<b>COSTOS TOTAL</b>	<b>55284,35</b>		<b>63512,84</b>	

Elaboración: La Autora

## INGRESOS TOTALES

Para determinar los ingresos totales del pan de suelo con pasa, se procede a multiplicar el Precio de Venta al Público por las unidades producidas al año.

**Cuadro N° 81**  
**IngresosTotales**

Años	Costos Totales	N° de productos al año	Costo Unitario	Margen de Utilidad	Precio de Venta al Público	Ventas Totales
1	55284,35	262080	0,21	0,02	0,23	61365,63
2	57203,00	310260	0,18	0,05	0,23	71503,75
3	59211,45	358440	0,17	0,06	0,23	82303,91
4	61313,43	406620	0,15	0,08	0,23	91970,15
5	63512,84	454800	0,14	0,09	0,23	102890,80

Elaboración: La Autora

$$CU = CT / U.PRO \quad CU = 55284.35 / 262080 = 0.21$$

$$PVP = CT + M.UT \quad PVP = 0.21 + 0.02 = 0.23$$

$$ING = PVP * U.PROD \quad ING = 0.23 * 262080 = 61365.63$$

**NOTA:** El mismo procedimiento para los demás años.

## ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

El estado de pérdidas y ganancias es un estado financiero que presenta los resultados financieros, en un periodo de tiempo determinado, como producto de una actividad económica de la empresa.

Para establecer el estado de pérdidas y ganancias se debe considerar el ingreso total anual por concepto de ventas, del que se deduce los costos de producción, operación, el 15% de reparto de utilidades a los trabajadores, la deducción del 25% del pago de impuesto a la renta.



## Cuadro Nº 82

### ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

PERIODOS	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas	61.365,63	71.503,75	82.303,91	91.970,15	102.890,80
( - ) Costo Total	55284,35	57203,00	59211,45	61313,43	63512,84
( = ) Utilidad Bruta Ventas	6081,28	14300,75	23092,46	30656,72	39377,96
( - ) 15% Utilidad de Trabajadores	912,19	2145,11	3463,87	4598,51	5906,69
( = ) Utilidad Ante Impuestos a la Renta	5169,09	12155,64	19628,60	26058,21	33471,27
( - ) 25% Impuesto a la renta	1292,27	3038,91	4907,15	6514,55	8367,82
( = ) Utilidad Liquida ejercicio	3876,82	9116,73	14721,45	19543,66	25103,45
( - ) 10% reserva Legal	387,68	911,67	1472,14	1954,37	2510,35
<b>( = ) Utilidad Neta</b>	<b>3489,13</b>	<b>8205,06</b>	<b>13249,30</b>	<b>17589,29</b>	<b>22593,11</b>

Elaboración: La Autora

### ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como PUNTO MUERTO, porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias.

Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado es que no existen utilidades ni pérdidas, es decir, si vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio obtendremos ganancias. Para realizar este cálculo es necesario clasificar los costos fijos y los variables.

Existen dos tipos de cálculo que son; método matemático y método gráfico.

**Método Matemático;** En este método se plantea tres alternativas; en función a la capacidad instalada, en función de las ventas y en función de la producción.

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

#### **Método matemático**

##### **a. En función de las ventas**

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

$$P. E = \frac{32.353,48}{1 - \frac{22.930,87}{61.365,63}}$$

$$P. E = \frac{32.353,48}{0,6263}$$

$$P. E = 51658,12$$

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

$$P. E = \frac{\text{CostoFijoTotal}}{\text{Ventastotales} - \text{Costosvariablestotales}} \times 100$$

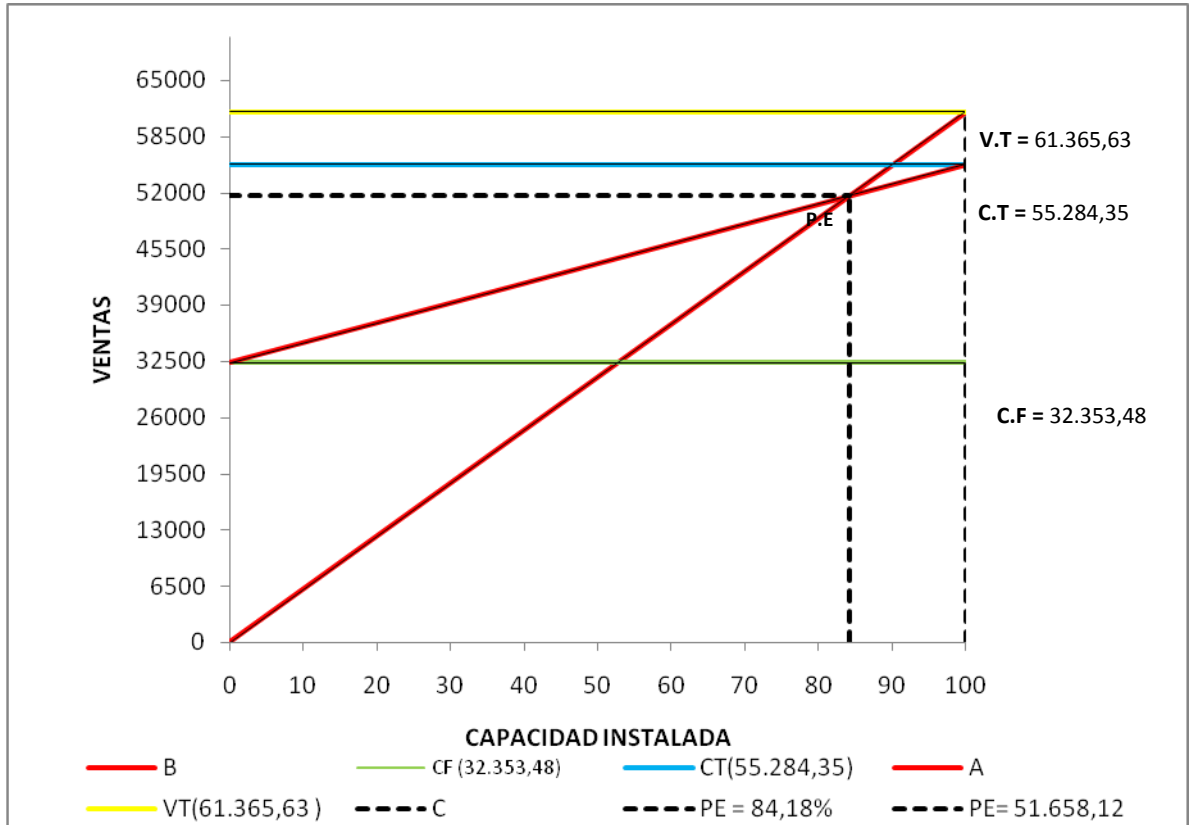
$$\text{P.E} = \frac{32.353,48}{61.365,63 - 22.930,87} \times 100$$

$$\text{P.E} = \frac{32.353,48}{38434,76} \times 100$$

$$\text{P.E} = 0,8418 \times 100$$

$$\text{P.E} = 84,18\%$$

### Punto de Equilibrio para el Año 1



#### Análisis:

El siguiente gráfico indica que para el primer año la empresa debe vender \$51.658,12 dólares de su servicio para llegar al punto de equilibrio con un 84,18% de capacidad instalada.

## Cálculo del Punto de Equilibrio para el año 5.

### Método matemático

#### a. En función de las ventas

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

$$P.E = \frac{36.521,50}{1 - \frac{26.991,34}{102890,80}}$$

$$P.E = \frac{36.521,50}{0,7377}$$

$$P.E = 49507,25$$

b. En función de la capacidad instalada

$$P.E = \frac{\text{CostoFijoTotal}}{\text{Ventastotales} - \text{Costosvariablestotales}} \times 100$$

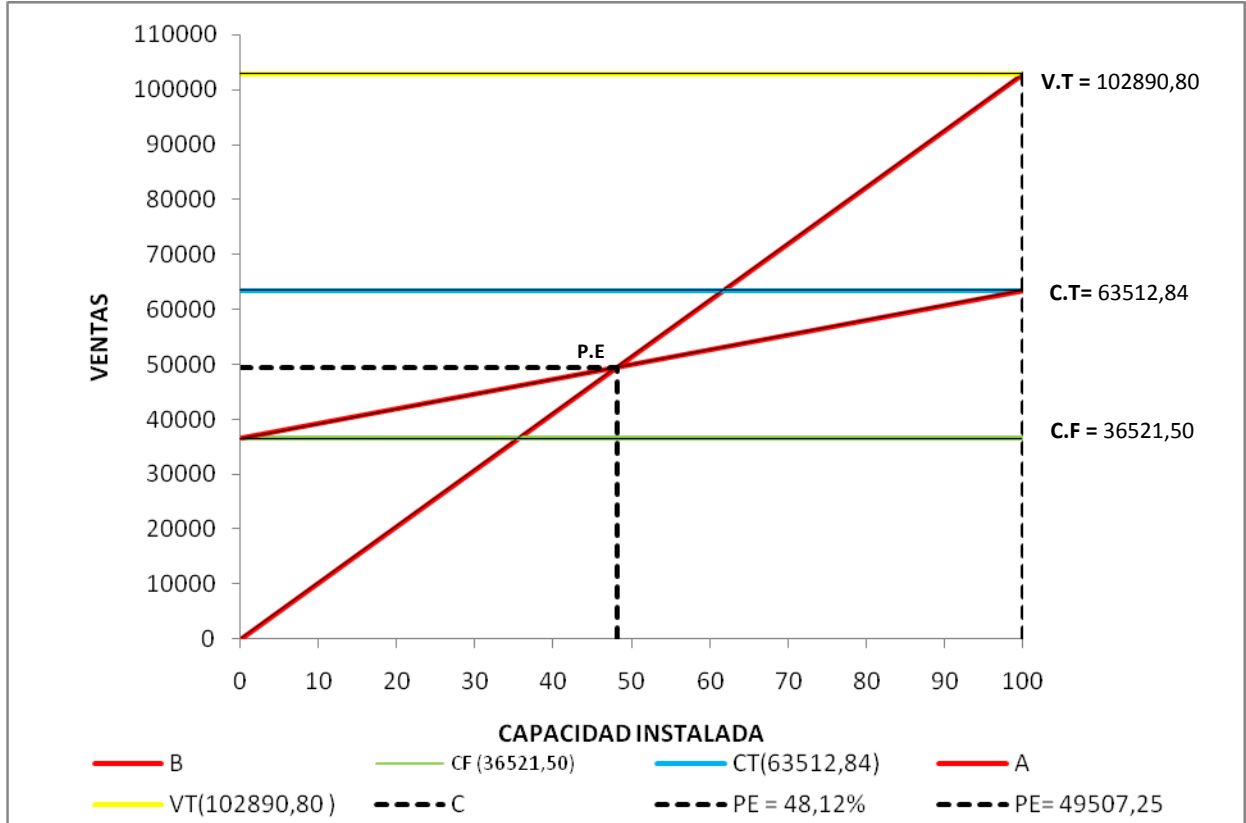
$$P.E = \frac{36.521,50}{102890,80 - 26991,34} \times 100$$

$$P.E = \frac{36.521,50}{78599,46} \times 100$$

$$P.E = 0,4812 \times 100$$

$$P.E = 48,12\%$$

### Punto de Equilibrio para el Año 5



#### Análisis:

El siguiente gráfico indica que para el quinto año la empresa debe vender \$49,507,25 dólares de su servicio para llegar al punto de equilibrio con un 48,12% de capacidad instalada.

## EVALUACIÓN FINANCIERA

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

## FLUJO DE CAJA

Es aquel que representa los recursos en efectivo entre ingresos y egresos de la empresa, demostrando los fondos y si disponibilidad para pagar deudas o comprar activos.

### Cuadro N° 83

#### Flujo de Caja

DENOMINACIÓN	PERIODOS					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INGRESOS</b>						
Ingreso por ventas		61.365,63	71.503,75	82.303,91	91.970,15	102.890,80
Capital propio	10332,24					
Crédito	8000,00					
Valor residual					3,56	1278,50
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>18332,24</b>	<b>61365,63</b>	<b>71503,75</b>	<b>82303,91</b>	<b>91973,71</b>	<b>104169,30</b>
<b>EGRESOS</b>						
Activo fijo	12818,40					
Activo diferido	977,50					
Activo circulante	4536,34					
Reinversión					107,00	
Costos totales de producción		55284,35	57203,00	59211,45	61313,43	63512,84
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>18332,24</b>	<b>55284,35</b>	<b>57203,00</b>	<b>59211,45</b>	<b>61420,43</b>	<b>63512,84</b>
<b>Utilidad Bruta</b>		6081,28	14300,75	23092,46	30553,28	40656,46
(-) 15% Utilidad Trabajador		912,19	2145,11	3463,87	4582,99	6098,47
(=) Utilidad ante Impuestos		5169,09	12155,64	19628,60	25970,29	34557,99
(-) 25% Impuestos a la Renta		1292,27	3038,91	4907,15	6492,57	8639,50
Utilidad ant. de Reserva		3876,82	9116,73	14721,45	19477,72	25918,49
Depreciaciones		2058,28	2058,28	2058,28	2058,28	2058,28
Amortizaciones diferidas		195,50	195,50	195,50	195,50	195,50
<b>FLUJO NETO</b>	<b>0,00</b>	<b>6130,59</b>	<b>11370,51</b>	<b>16975,23</b>	<b>21731,49</b>	<b>28172,27</b>

Elaboración: La Autora



## VALOR ACTUAL NETO

Gracias a este valor logramos calcular el valor presente de los flujos de caja futuros originados por una inversión, a este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

**Cuadro N° 84**  
**Valor Actual Neto**

<b>Años</b>	<b>Flujo Neto</b>	<b>Fact. Actual 15%</b>	<b>Flujo descontado</b>
0	-18.332,24		
1	6.130,59	0,869565	5.330,95
2	11.370,51	0,756144	8.597,74
3	16.975,23	0,657516	11.161,49
4	21.731,49	0,571753	12.425,05
5	28.172,27	0,497177	14.006,60
		<b>Total</b>	51.521,83
		<b>Inversión</b>	-18.332,24
		<b>VAN</b>	<b>33.189,58</b>

**Elaboración:** La Autora

Formula del Factor de Actualización:

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

**F=** Factor de actualización;**i=** Interés del préstamo; **n=** Número de años

- Para determinar el VAN se utiliza la siguiente fórmula:

**VAN = Sumatoria VAN - Inversión inicial**

VAN =51.521,83– 18332,24

VAN = **33.189,58**

El valor actual neto en el presente proyecto es de 33.189,58dólares; 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 Nº 85**  
**Tasa Interna de Retorno**

Años	Flujo Neto	Factor de descuento	Valor Actual	Factor de descuento	Valor Actual
		<b>59,28%</b>	<b>Tm</b>	<b>60,28%</b>	<b>TM</b>
0	- 18.332,24		- 18.332,24		- 18.332,24
1	6.130,59	0,627825	3.848,94	0,6239082	3.824,93
2	11.370,51	0,394164	4.481,85	0,3892614	4.426,10
3	16.975,23	0,247466	4.200,80	0,2428634	4.122,66
4	21.731,49	0,155366	3.376,33	0,1515244	3.292,85
5	28.172,27	0,097542	2.747,99	0,0945373	2.663,33
<b>VAN Tm</b>			<b>323,67</b>	<b>VAN TM</b>	<b>-2,37</b>

Elaboración: La Autora

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

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

$$TIR = 59,28 + 1 \left( \frac{323,67}{323,67 - (-2,37)} \right)$$

$$TIR = 60,27\%$$

La tasa interna de retorno en el presente proyecto es de 60,27% siendo este mayor al resto de oportunidad, por lo tanto es rentable.

## PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto rembolsará el desembolso original de capital.

**Cuadro N° 86**  
**Periodo de Recuperación de Capital**

<b>AÑOS</b>	<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>FLUJO NETO</b>	<b>FLUJO ACUMULADO</b>
<b>Inversión</b>	<b>-18332,24</b>		
1		6.130,59	6.130,59
2		11.370,51	17.501,10
3		16.975,23	34.476,33
4		21.731,49	56.207,82
5		28.172,27	84.380,09
<b>TOTAL</b>		<b>84.380,09</b>	

Elaboración: La Autora

Su fórmula es:

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

$$\text{PRC} = 3 + ((18332,24 - 34.476,33)/16.975,23)$$

$$\text{PRC} = 2,05$$

- 2 años
- $0,05 * 12 \text{ meses} = 0,6$
- $0,6 * 30 \text{ días} = 18$

Esto nos indica que el periodo de recuperación de la inversión inicial, será de 2 años y 18 días.

## RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

El indicador 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.

**Cuadro Nº 87**  
**Relación Beneficio / Costo**

<b>Año</b>	<b>Ingresos Original</b>	<b>Costos Originales</b>	<b>Factor Actualización 15%</b>	<b>Ingresos Actualizados</b>	<b>Costos Actualizados</b>
1	61365,63	55284,35	0,869565	53361,42	48073,35
2	71503,75	57203,00	0,756144	54067,11	43253,69
3	82303,91	59211,45	0,657516	54116,16	38932,49
4	91970,15	61313,43	0,571753	52584,23	35056,15
5	102890,80	63512,84	0,497177	51154,91	31577,11
				<b>265283,83</b>	<b>196892,79</b>

**Elaboración:** La Autora

Para determinar la RBC se aplica la siguiente fórmula:

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

$$RBC = \frac{265283,83}{196892,79}$$

$$RBC = 1,35$$

La relación beneficio-costo en el presente proyecto es, que por cada dólar que se invierte se obtendrá una rentabilidad de 0,35 centavos de dólar.

## 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 15,35% Cuadro N° 88

Años	Costo T. Original	Costo T. original	Ingreso Original	Actualización				
		aumento		Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actual	Factor de Actualización	Valor Actual
		15,35%			36,88%		37,88%	
0				-18.332,24				
1	55284,35	63.770,50	61365,63	2.404,87	0,73056692	1.756,92	0,7252683	1.744,18
2	57203,00	65.983,66	71503,75	5.520,09	0,53372802	2.946,23	0,5260142	2.903,65
3	59211,45	68.300,41	82303,91	14.003,51	0,38992404	5.460,30	0,3815014	5.342,36
4	61313,43	70.725,04	91970,15	21.245,10	0,28486560	6.052,00	0,2766909	5.878,33
5	63512,84	73.262,06	102890,80	29.628,74	0,20811339	6.166,14	0,2006752	5.945,75
					<b>Total</b>	18.867,75	<b>Total</b>	18.325,91
					<b>Inversión</b>	-18.332,24	<b>Inversión</b>	-18.332,24
					<b>VAN Tm</b>	<b>535,51</b>	<b>VAN TM</b>	<b>-6,33</b>

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 = 60,27%**

**NUEVA TIR = 37,87**

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

$$TIR = 36,88 + 1 \left( \frac{535,51}{535,51 - (-6,33)} \right)$$

**NUEVA TIR = 37,87%**

**DIFERENCIA DE TIR:**

Diferencia de Tir = Tir del Proyecto – Nueva Tir

Diferencia de Tir = 60,27 – 37,87 = 22,40%

**PORCENTAJE DE VARIACIÓN:**

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

% Variación = (22,40% / 60,27%) \* 100

**% Variación = 37,17%**

**SENSIBILIDAD:**

Sensibilidad = % Variación / Nueva Tir

Sensibilidad = 37,17 / 37,87

**Sensibilidad = 0,98**

**Análisis de Sensibilidad con Disminución en los Ingresos de un  
11,80%  
Cuadro N° 89**

Años	Ingreso Original	Ingreso original	Costo Original	Actualización				
		disminuido		Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actual	Factor de Actualización	Valor Actual
		<b>11,80%</b>			<b>36,88%</b>	<b>Tm</b>	<b>37,88%</b>	<b>TM</b>
0				- 18.332,24				
1	61365,63	54.124,49	55284,35	- 1.159,87	0,73056692	- 847,36	0,7252683	- 841,21
2	71503,75	63.066,31	57203,00	5.863,31	0,53372802	3.129,41	0,5260142	3.084,18
3	82303,91	72.592,05	59211,45	13.380,60	0,38992404	5.217,42	0,3815014	5.104,72
4	91970,15	81.117,67	61313,43	19.804,24	0,28486560	5.641,55	0,2766909	5.479,65
5	102890,80	90.749,69	63512,84	27.236,85	0,20811339	5.668,35	0,2006752	5.465,76
					<b>Total</b>	18.809,37	<b>Total</b>	18.293,10
					<b>Inversión</b>	- 18.332,24	<b>Inversión</b>	- 18.332,24
					<b>VAN</b>	<b>477,13</b>	<b>VAN</b>	<b>-39,14</b>

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 = 60,27%**

**NUEVA TIR = 37,80**

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

$$TIR = 36,88 + 1 \left( \frac{477,13}{477,13 - (-39,14)} \right)$$

**NUEVA TIR = 37,80%**

**DIFERENCIA DE TIR:**

Diferencia de TIR = TIR del Proyecto – Nueva TIR

Diferencia de TIR = 60,27 – 37,80 = 22,47%

**PORCENTAJE DE VARIACIÓN:**

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

% Variación = (22,47% / 60,27%) \* 100

% Variación = **37,28%**

**SENSIBILIDAD:**

Sensibilidad = % Variación / Nueva Tir

Sensibilidad = 37,28 / 37,80

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 presento a continuación las conclusiones a las que he llegado:

- ✚ El producto que se ofrecerá será pan de suelo en formas de figura con pasas, elaborados en la ciudad de Loja, la demanda insatisfecha del producto para el primer año es de 2.409.191 unidades de pan.
- ✚ La empresa trabajará en el primer año con una capacidad utilizada del 27% de la capacidad instalada que es de 100%.
- ✚ La empresa se constituirá legalmente como: **“PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA “EXQUISITO PAN DE SUELO CIA. LTDA.”**
- ✚ El total de la inversión para que se ponga en marcha esta empresa es de \$18332,24 dólares, se pedirá un crédito del 43,64% del total de la inversión que es de \$8.000,00, mismo que se pedirá al Banco Nacional de Fomento (BNF).
- ✚ El costo total de producción para el primer año de operación es de \$55284,35 dólares, los costos fijos para el primer año son de \$32.353,48 y los costos variables son \$22.930,87, el costo unitario

del producto es de \$0,21, al cual se le sumó un margen de utilidad del 11% (0,02), dándonos como precio de venta al público \$0,23.

✚ El número de pan a producir para el primer año es de 262080 unidades, y sus ventas totales son de \$61365,63.

✚ El punto de equilibrio para el año 1 en función a las ventas tiene un total de \$51.658,12 y en función de la capacidad instalada de 84,18%

✚ En cuanto a la Evaluación Financiera, el presente proyecto tiene los siguientes indicadores: Valor Actual Neto de \$33.189,58; Tasa Interna de Retorno de 60,27%; Relación Beneficio Costo es de \$1,35 por cada dólar invertido la empresa gana 0,35 centavos de dólar; Periodo de Recuperación de Capital es de 2 años y 18 días; Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos del 15,35% dando un total del 0,98% y el análisis de sensibilidad en la disminución en los ingresos del 11,18% dando un total del 0,99%, por lo cual el proyecto es factible, 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.
  
- ✚ También se cuenta con un amplio mercado, con materias primas de buena calidad y excelente mano de obra local, permitiendo una competencia justa.
  
- ✚ Para la implementación de una empresa 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.
  
- ✚ Poder cubrir una mayor demanda del mercado, aunque esto ocasione un poco más de inversión.
  
- ✚ Se recomienda establecer promociones en forma continua, de tal manera que el consumidor se motive a adquirir los productos de la empresa.

- ✚ 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.
  
- ✚ Propiciar la generación de fuentes de trabajo que indiquen positivamente en la economía de Loja y el país.
  
- ✚ 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**

- Microsoft® Encarta® 2008. © 1993-2007 Microsoft Corporation.  
Reservados todos los derechos.
- www.yahoo.com “ESTUDIO DE MERCADO”; © Agence Pour la  
Création d’Entreprises (APCE)
- www.google.com “DICCIONARIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS”  
Factores de Producción.
- “ELABORACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE  
INVERSIÓN”; (2004 – 2005).Guía de Estudio, Módulo X; Carrera  
de Administración de Empresas; Área Jurídica, Social y  
Administrativa; Editorial Universitaria; UNL Loja- Ecuador.
- guias@economia.gob.mx, “PROCEDIMIENTOS  
ADMINISTRATIVOS”; Secretaría de Economía, 22 de diciembre  
del 2004; México.
- ROSEMBERG, Jerry M. “DICCIONARIO INTERACTIVO DE  
ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS”, Grupo Editorial Océano.  
SEPARATAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA. 2005.
- “DICCIONARIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS” Factores de  
Producción.
- Baca Gabriel Elaboración y Evaluación de Proyectos de  
Investigación, Editorial McGraw Bill, México 1997, Pág. 13-46.
- CHASE A, Jacobs“ ADMINISTRACION DE LA PRODUCCIÓN Y  
OPERACIONES” Mc Graw- Hill Octava Edición, limusa 2000.

## **k. ANEXOS**

### **ANEXO Nº 1**

#### **FICHA DE RESUMEN**

#### **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANADERÍA DE PAN DE SUELO CON PASAS EN FORMA DE FIGURAS EN LA CIUDAD DE LOJA”**

##### **PROBLEMA**

El desarrollo económico de las naciones está basado principalmente en la revolución tecnológica, el comercio internacional, los procesos de integración y el desarrollo de la investigación científica; estos procesos han transformado los patrones estructurales de la sociedad, por lo tanto todos los países se preparan para enfrentar los desafíos que la globalización impone a los seres humanos.

Estos factores han determinado que el hombre cambie de manera de pensar, de sentir y de actuar, para estar preparado y hacer frente a los cambios que impone la globalización. Cabe resaltar que a pesar del crecimiento del PIB, aún debe superarse problemas de orden social y económico, como la falta de competitividad de producto y servicios ecuatorianos, elevadas tasas de intereses, desempleo, déficit de la balanza comercial, baja oferta de capital para promover las MIPYMES.

En esta nueva era las organizaciones presentan situaciones de complejidad, dinamismo y alta competitividad donde solo serán exitosas aquellas empresas que desarrollen capacidades de flexibilidad, adaptación, optimización de sistemas, generando así una ventaja

competitiva que permita enfrentar los cambios empresariales y a esos competidores, logrando alcanzar sus objetivos de una forma eficaz y eficiente.

En la actualidad el mundo se está enfrentando a una gran crisis económica, en la cual todos los sectores se ven inmersos tanto Políticos, Sociales, Históricos-Cultural, Científico, Tecnológicos y Educativos; debido a que los países tercermundistas nos encontramos atravesando una etapa de hermetismo total por el dominio en el que nos han encerrado los países y las políticas capitalistas.

De lo anterior se deduce que las empresas tanto públicas como privadas, tienden a buscar su eficiencia aprovechando al máximo los recursos disponibles mediante la aplicación de criterios de escases en virtud de la dura recepción económica que afecta al mundo, sobre todo en estas economías.

Del mismo modo, cabe destacar que una empresa es el escenario donde se desarrollan todos los procesos administrativos, los cuales hacen un trabajo eficiente cuando esto se cumple a cabalidad cada uno de ellos, ya que son quienes colocan en un buen funcionamiento a una empresa por ello se debe resaltar que los procesos administrativos son aquellas funciones que el administrador debe realizar para que se logren los objetivos en la forma más racional posible, es decir, con optima utilización de los recursos.

Se debe considerar que hoy en día los clientes por factores como el trabajo, tiempo y otras ocupaciones diarias no pueden visitar aquellos

lugares donde puedan adquirir estos obsequios. Así también las empresas enfrentan el reto de saber llegar a sus clientes con un servicio personalizado ya que en la actualidad los consumidores buscan su comodidad y confort.

También existe un lugar que se dedica a la venta de pan de suelo como lo es el Centro Comercial. Pero no satisfacen las necesidades de los clientes al 100%, puesto que solamente se limitan a la venta, dejando de lado un aspecto importante que es la buena alimentación de las personas. Se debe seguir rescatando la tradición de producir el exquisito pan de suelo que como su nombre lo dice se cocina en el suelo de un horno de barro y por ello es un pan más sano.

Realizando un estudio preliminar de la demanda se ha deducido que en la ciudad Loja existe un promedio de cinco panaderías dedicadas a la producción de pan de suelo.

Este problema nos hace notar que es necesaria la instalación de una panadería que proporcione productos de buena calidad y a precios menores que la competencia.

La realidad actual nos exige plantear el siguiente problema: **“La no existencia de una panadería que ofrezca pan de suelo con pasasen la ciudad de Loja, es una oportunidad de inversión que permite cubrir las necesidades y demandas de la población que requiere de estos productos”**.



## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Realizar un estudio de factibilidad para la implementación de una panadería de pan de suelo con pasas en forma de figuras para la ciudad de Loja.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**


- Realizar un estudio de mercado para conocer la demanda actual, la oferta, y la demanda insatisfecha, además se diseñaran estrategias de marketing.
- Efectuar un estudio técnico para determinar la macro y micro localización de la empresa y establecer su correcto tamaño para poder tener un buen diseño de la planta.
- Presentar una propuesta orgánico-funcional de la empresa a implementarse.
- Realizar un estudio financiero para establecer la inversión y el financiamiento del proyecto, a través del análisis de costos e ingresos.
- Realizar la evaluación financiera del proyecto, a través de los diferentes indicadores financieros como son: EL VAN, LA TIR, RELACIÓN BENEFICIO/COSTO, PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL Y ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD, para determinar la factibilidad o no del proyecto objeto de estudio.
- Determinar las respectivas conclusiones y recomendaciones.


## **MATERIALES Y MÉTODOS**

Es necesario mencionar los materiales, métodos y técnicas que se emplearan para la recopilación de la información presente, que permitirá tener un panorama claro tanto de información como de estrategias empleadas en la búsqueda de los conocimientos.


### **MATERIALES**

#### **Recursos Materiales**

 Equipo de oficina

 Flashes memory

 Cámara fotográfica

 Útiles de oficina

◆ Gastos extras

#### **Recursos Humanos**

El recurso humano a utilizarse para el desarrollo del presente trabajo investigativo será un soporte para el desarrollo del mismo:

#### **Autora del proyecto:**

◆ Jessica Paola Nole Quizhpe.

### **MÉTODOS**

A continuación se indican los métodos que se utilizaran para el desarrollo del presente trabajo investigativo.

#### ▪ **Método Científico**

Este método se utilizará en el desarrollo de la tesis puesto que permite llegar al planteamiento del problema, datos en base a la información obtenida a través de diferentes fuentes bibliográficas, ayuda de igual

manera a la formulación de objetivos y a la difusión de resultados, ayudando a comprobar la factibilidad del proyecto.

- **Método deductivo:**

Este método permitirá revisar los referentes teóricos, como leyes, reglamentos y disposiciones legales de carácter general para fundamentar la propuesta de la panadería y su aplicación en el ámbito local.

- **Método inductivo:**

A través de este método se realizara las respectivas evaluaciones para llegar a la conclusión de la viabilidad y rentabilidad del proyecto. El cual se basa en el entendimiento de fenómenos generales a través de fenómenos particulares, y sirve para entender las características de la demanda a través de la aplicación de las encuestas a los hogares de cantón Loja.

- **Método descriptivo:**

Este método permitirá describir los hechos, acontecimientos sociales, económicos y financieros suscitados en el entorno de la empresa y así mismo identificar como se han venido desarrollando las actividades y procedimientos en la misma.

- **Método analítico**

Servirá para observar factores generales de la realidad que está viviendo el país, la región sur y la ciudad de Loja, interpretar la oferta y demanda que podría tener dicha empresa.

- **Método Histórico**

Ayudará a buscar los hechos del pasado que permitirán en su momento reconstruir el hecho. Son las fuentes de donde brota toda la información necesaria para conocer la época que se estudia.

- **Método Estadístico**

Este método servirá para ver la secuencia de los procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación.

## **TÉCNICAS**

En el presente trabajo se utilizarán las siguientes técnicas:

- ✓ **FICHAS BIBLIOGRÁFICAS**

Con este instrumento se puede recopilar de una forma sistematizada gran cantidad de información la cual ayudará a enriquecer cada etapa de la estructura del proyecto. Es por eso que se empleará la ficha nemotécnica en la cual se detallará un compendio de algunos de los temas a desarrollarse, facilitando su comprensión.

- ✓ **ENCUESTA**

Con esta técnica se recogerá información directa de las personas encuestadas quienes se convertirán en potenciales clientes y consumidores en el momento de ofrecer el producto. La encuesta estará dirigida a la Población de la ciudad de Loja por familias; tomando como base los datos del VII Censo de Población y VI de Vivienda-2010.

Luego de haber determinado el tamaño de la muestra se aplicará un cuestionario de preguntas para el respectivo segmento de mercado.

## TAMAÑO DE LA MUESTRA

El tamaño de la muestra se lo determinara mediante la siguiente fórmula:

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

Expresión en donde:

**P:** Población total del Cantón Loja. 214.855 habitantes. (Datos que serán tomados del INEC del censo realizado en el año 2010.)

**N** = Tamaño de la muestra

$e^2$  : Margen de error (5%)

Z= Nivel de confianza

P= Probabilidad de éxito

Q= Probabilidad de fracaso

N= 214.855 / 4 personas por familia

N= 53.714

### DESARROLLO DE LA FORMULA

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

$$n = \frac{53714 \times 1,96^2 \times 0,05 \times 0,05}{0,05^2 (53714 - 1) + 1,96^2 \times 0,05 \times 0,05}$$

n= 382 encuestas

## ANEXO N° 2

**Materiales para la elaboración de pan de suelo en forma de figuras:**

**Diario:**

<b>Materiales</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Harina	28 kg	0,75 kg	21,00
Levadura	0,40 lb.	0,26 lb.	0,10
Sal	1,60 lb.	0,26 lb.	0,416
Mantequilla	20 lb.	0,60 lb.	12,00
Huevos	60 unid.	0,13 unid.	7,80
Pasa	2,60 lb.	1,25 lb.	3,25
Manteca	20 lb.	0,70 lb.	14,00
Azúcar	16 lb.	0,43 lb.	6,88
<b>Total</b>			<b>65,45</b>

**Semanal:**

<b>Materiales</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Harina	168 kg	0,75 kg	126,00
Levadura	2,40 lb.	0,26 lb.	0,62
Sal	9,60 lb.	0,26 lb.	2,496
Mantequilla	120 lb.	0,60 lb.	72,00
Huevos	360 unid.	0,13 unid.	46,80
Pasa	15,60 lb.	1,25 lb.	19,50
Manteca	120 lb.	0,70 lb.	84,00
Azúcar	96 lb.	0,43 lb.	41,28
<b>Total</b>			<b>392,70</b>

**Anual**

<b>Materiales</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Harina	8736 kg	0,75 kg	6552,00
Levadura	124,80 lb.	0,26 lb.	32,448
Sal	499,20 lb.	0,26 lb.	129,792
Mantequilla	6240 lb.	0,6 lb.	3744,00
Huevos	18720 unid.	0,13 unid.	2433,60
Pasa	811,20 lb.	1,25 lb.	1014,00
Manteca	6240 lb.	0,70 lb.	4368,00
Azúcar	4992 lb.	0,43 lb.	2146,56
<b>Total</b>			<b>20420,40</b>

## ANEXO Nº 3

### TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS

**1. ¿En su dieta alimenticia consume usted productos elaborados de harina de trigo?**

Si ( )  
No ( )

**2. ¿Qué tipo de productos consume?**

Pan ( )  
Tostadas ( )  
Galletas ( )  
Otros ( )

**3. Si consume pan, ¿Qué tipo de pan consume?**

Integral ( )  
Normal ( )  
Pan de suelo ( )

**4. ¿Conoce usted sobre el valor nutricional que tiene el pan de suelo?**

Si ( )  
No ( )

**5. Con que frecuencia consume usted el pan de suelo?**

Diario ( )  
Semanal ( )  
Quincenal ( )  
Mensual ( )

**6. Que cantidad de pan consume semanalmente?**

1 a 3 ( )  
4 a 6 ( )  
7 a 9 ( )  
10 a 12 ( )  
13 a 15 ( )

**7. ¿Qué precio paga por el pan de suelo?**

0,20 ctvs. ( )

0,25 ctvs. ( )

0,30 ctvs. ( )

**8. En donde adquiere el pan de suelo?**

Supermercado ( )

Panadería ( )

Tiendas ( )

**9. Por qué? consume pan de suelo?**

Salud ( )

Gusto ( )

Costumbre ( )

**10. Ha recibido alguna promoción al comprar en una panadería?**

Si ( )

No ( )

**11. ¿En caso de que se implementara en la ciudad de Loja una empresa productora de pan de suelo con pasas en forma de figuras estaría dispuesta(o) a adquirirlo?**

Si ( )

No ( )

**12. ¿En qué presentación le gustaría adquirir el pan de suelo con pasas?**

Redondos ( )

Largos ( )

En Figuras ( )

**13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un pan de suelo con pasas?**

0,20 ctvs. ( )

0,25 ctvs. ( )

0,30 ctvs. ( )

**14. ¿Qué medios de comunicación le gustaría que se haga conocer el producto?**

Televisión ( )

Radio ( )

Prensa Escrita ( )



**15. ¿Si su respuesta fue la televisión, que canal prefiere?**

Ecotel ( )

UV Televisión ( )

**16. ¿Si su respuesta fue la radio, que emisora escucha?**

Matovelle ( )

Super laser ( )

Luz y Vida ( )

**17. ¿Si su respuesta fue la prensa que diario lee más?**

La Hora ( )

Crónica ( )

Centinela ( )

## **ENCUESTA REALIZADA A LOS OFERENTES**

### **1. ¿usted produce pan de suelo?**

Si ( )

No ( )

### **2. ¿Qué cantidad de pan vende diariamente?**

2 a 50 ( )

51 a 100 ( )

101 a 150 ( )

### **3. ¿cuál es el precio de venta?**

0,10 a 0,15 ( )

0,16 a 0,20 ( )

0,21 a 0,25 ( )

0,26 a 0,30 ( )

### **4. ¿Está de acuerdo con la implementación de una empresa productora de pan de suelo con pasas en forma de figuras en la ciudad de Loja?**

Si ( )

No ( )

## ÍNDICE

PORTADA.....	I
CERTIFICACIÓN .....	II
AUTORÍA .....	III
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	IV
DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO .....	VI
a. TEMA .....	1
b. RESUMEN .....	2
SUMMARY.....	4
c. INTRODUCCIÓN .....	6
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	9
e. MATERIALES Y MÉTODOS .....	32
f. RESULTADOS.....	38
g. DISCUSIÓN .....	61
h. CONCLUSIONES .....	147
i. RECOMENDACIONES .....	149
j. BIBLIOGRAFÍA .....	151
k. ANEXOS .....	152
ÍNDICE .....	165