



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAN TRADICIONAL EN HORNO DE BARRO PARA EL CANTÓN CELICA, PROVINCIA DE LOJA”

TESIS, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE INGENIERA COMERCIAL

AUTORA:

Patricia Yanina Malla Moreno

DIRECTOR DE TESIS:

Ing. Sergio Mauricio León Pineda

1859
Loja – Ecuador

2015

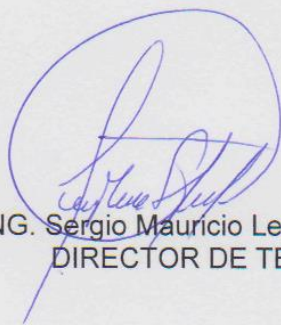
CERTIFICACIÓN

ING. SERGIO MAURICIO LEÓN PINEDA DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, EN CALIDAD DE DIRECTOR DE TESIS.

CERTIFICA:

Que la señorita Patricia Yanina Malla Moreno, realizo el trabajo de investigación titulado: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAN TRADICIONAL EN HORNO DE BARRO PARA EL CANTÓN CELICA, PROVINCIA DE LOJA”**, bajo mi dirección y asesoramiento. En virtud que la tesis reúne los aspectos de fondo y forma exigidos para este tipo de trabajos, autorizo su presentación y sustentación.

Loja, Junio del 2015



**ING. Sergio Mauricio León Pineda
DIRECTOR DE TESIS**

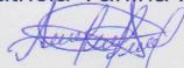
AUTORÍA

Yo Patricia Yanina Malla Moreno 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 acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional – Biblioteca Virtual.

Autora: Patricia Yanina Malla Moreno

Firma:



Cedula: 1105180242

Fecha: Loja Junio del 2015

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTORA,
PARA LA CONSULTA REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y
PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.**

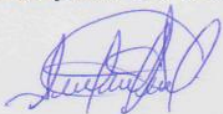
Yo, Patricia Yanina Malla Moreno declaro ser autora de la tesis titulada: **“Proyecto de Factibilidad para la Implementación de una Empresa Productora y Comercializadora de Pan Tradicional en Horno de Barro para el Cantón Celica, Provincia de Loja”**, como requisito para optar el grado de Ingeniero Comercial; autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

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

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

Para constancia para esta autorización en la ciudad de Loja, a los 25 días del mes de junio del dos mil quince, firma la autora.

Firma:



Cedula: 1105180242

Dirección: Loja, Barrio Electricista bajo

Celular: 0930071730 moví: 0998838810

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Sergio Mauricio León Pineda
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL: Ing. Manfredo Gusberto Jaramillo Luna
VOCAL: Ing. Juan Román Encalada Orosco
VOCAL: Ing. Juan Carlos Pérez Briceño

AGRADECIMIENTO

Dejo constancia en mi agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja por haber permitido superarme hasta llegar a la profesionalización, al Área Jurídica, Social y Administrativa, y de forma muy especial a la carrera de Administración de Empresas, y al Ing. Mauricio León, quien en calidad de DIRECTOR del presente trabajo de Tesis me supo brindar sus valiosos conocimientos y compartir sus invaluables experiencias para realizar el presente proyecto.

La Autora

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 aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el período de estudio.

A mis padres Ángel Malla y Dolores Moreno quienes fueron y son parte invaluable en la consecución de una de las metas más importantes en mi vida.

A mis queridos hermanos Leonardo, Miguel, Oswaldo, Saúl, Alex, y a mis hermanas Germania, Paola y Deyci quienes son el impulso de motivación para seguir adelante y culminar con mi meta.

Y a todos aquellos familiares y amigos que me apoyaron incondicionalmente. ¡Gracias! Sin ustedes no hubiese podido hacer realidad este sueño.

Patricia Yanina Malla Moreno

a. TÍTULO:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAN
TRADICIONAL EN HORNO DE BARRO PARA EL CANTÓN CELICA,
PROVINCIA DE LOJA”**

b. RESUMEN

El “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAN TRADICIONAL EN HORNO DE BARRO PARA EL CANTÓN CELICA, PROVINCIA DE LOJA”, tiene por objetivo realizar un estudio de factibilidad para implementar una empresa productora de pan de suelo en el cantón Celica el cual está conformado por cuatro estudios como son: estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional y estudio financiero.

Para realizar el proyecto se utilizó una **metodología** basada en los métodos: deductivo e inductivo, así mismo técnicas como encuestas aplicadas a las familias y otra a los productores de pan, los mismos que permitieron el desarrollo adecuado de la investigación, además ayudaron a llegar a la culminación del presente trabajo ya que para lograrlo se tuvo que seguir los pasos de aplicación, comprensión y demostración del mismo.

En el **Estudio de Mercado** realizado en el cantón Celica, con una muestra de 362 familias para la demanda y 6 panaderías para la oferta se han analizado y se han inferido los resultados para luego realizar el análisis del mercado, determinando la Demanda Potencial de 2.871 familias, la Demanda Real 2.038 familias, Demanda Efectiva 1.631 familias, las cuales tienen un promedio de compra de 2.008 panes al año esto determina 3.273.686 de pan. La Oferta es de 1.368.750 panes y la Demanda Insatisfecha de 1.904.936 panes, el cual permitió determinar que el proyecto puede y debe ejecutarse, por los resultados

obtenidos en el análisis de la demanda, la oferta y niveles de comercialización del producto.

El **Estudio Técnico** se enfatiza en la localización y tamaño de la planta como es su capacidad Instalada y utilizada; La Capacidad instalada del proyecto determina que la empresa estará en capacidad de ofrecer 374.400 panes al año cuya capacidad utilizada será de 312.000 panes al año, de los cuales se utilizara el 83,33% de la capacidad utilizada para el primer año que corresponde a 312.000 panes al año, además se determina la localización de la misma que estará ubicada en el cantón Celica en las calles 12 de Diciembre y García Moreno . El proceso del producto se determina materia prima de calidad, lo que será garantía para obtener un producto de calidad y a precios moderados.

Así mismo se desarrolló la ingeniería del proyecto determinando los diagramas de procesos, las características de operatividad y gestión, requerimientos técnicos como equipos, instalaciones, muebles y enseres.

En el **Estudio Organizacional** se determinó la organización legal que tendrá la empresa; como también los organigramas estructural y funcional; así como también el manual de funciones en el cual se detallan las actividades que deberán realizar los empleados en cada puesto.

El **Estudio Financiero** establece el monto de la inversión que es de \$8.347,94 dólares, el mismo que está conformado por el capital interno aportado por el

propietario, y el capital externo obtenido a través de un crédito de \$3.000,00 dólares al Banco Nacional de Fomento con un interés del 15%. Como también se establece la estructura de los costos, el estado de pérdidas y ganancias, clasificación de costos y punto de equilibrio.

Al realizar la Evaluación Financiera del Proyecto, se obtuvo un Valor Actual Neto (VAN) de \$4.104,92 dólares; la Tasa Interna de Retorno (TIR) del 26,83%; La Relación Beneficio-Costo es 0,19 centavos; el Periodo de Recuperación de Capitalice dará en 3 años, 3 meses y 18 días. Finalmente en lo que respecta al Análisis de Sensibilidad el estudio realizado determino que el proyecto resiste un incremento de 14,89% en los costos y una disminución del 12,52% en los ingresos.

Finalmente se concluye que el proyecto es factible como se lo demuestra matemáticamente por esta razón se recomienda su ejecución.

ABSTRACT

The "PROJECT FEASIBILITY FOR CREATING A producer and marketer BREAD TRADITIONAL MUD OVEN FOR Celica City, Loja province", aims to carry out a feasibility study to implement a producer of bread in the canton Celica which it consists of four studies such as: market research, technical study, study organizational and financial study.

To make the project a methodology based on the methods used: deductive and inductive, also techniques such as surveys of households and other producers of bread, the same that allowed the proper conduct of the investigation, they also helped to reach the culmination of this work and that to do so he had to follow the steps of implementation, understanding and demonstration of it.

In the market study in the Canton Celica, with a sample of 362 families to demand and 6 bakeries to supply have been analyzed and have applied its conclusions and then make the market analysis, determining the potential demand of 2,871 families, Real Demand 2,038 families, 1,631 families Effective Demand, which have an average purchase per year 2,008 loaves of bread this determines 3,273,686. The Offer is 1.36875 million loaves and loaves unmet demand of 1,904,936, which allowed us to determine that the project can and should be run by the results of the analysis of demand, supply and product marketing levels.

The Technical Study emphasizes the location and size of the plant as is their capacity installed and used; The installed capacity of the project determines that

the company will be able to provide 374.400 loaves a year whose capacity utilization is 312,000 loaves a year, of which 83.33% of capacity utilization for the first year will be used corresponding to 312,000 loaves a year, plus the location of the same which will be located in Canton Celica in the streets December 12 and Garcia Moreno is determined. The process of product quality raw material is determined, which will guarantee for a quality product and moderate prices.

Also project engineering was developed by determining the process diagrams, the characteristics of operation and management, technical requirements such as equipment, facilities, furniture and fixtures. Organizational Study on the legal organization that the company will be determined; as well as the structural and functional organization charts; as well as manual functions where the activities to be performed by employees at each position are listed.

The financial study establishes the amount of the investment is \$ 8.347,94 US dollars, the same which is made by internal capital contributed by the owner, and the external capital raised through a loan of \$ 3.000.00 US dollars to the National Bank Development with an interest of 15%. As the cost structure is also set, the state of income, classification of costs and break even.

In conducting the Financial Assessment Project, a Net Present Value (NPV) of \$ 4.104,92 US dollars was obtained; Internal Rate of Return (IRR) of 26,83%;

The benefit-cost ratio is 0.19 cents; Recovery Period Capitalize given in 3 years, 3 months and 18 days. Finally with regard to sensitivity analysis the study determined that the project resists an increase of 14, 89% in costs and a decrease of 12, 52% in revenue.

Finally it is concluded that the project is feasible as demonstrated mathematically therefore recommend its implementation.

c. INTRODUCCIÓN

Actualmente el cantón se ve afectado por una notoria recesión en el campo productivo, siendo una barrera para el desarrollo sostenido, lo que no permite competir con otros cantones. Las nuevas generaciones de profesionales debemos realizar esfuerzos en pro de crear empresas innovadoras, ocupando la mano de obra local, con recursos de la zona y productos que puedan salir al mercado en condiciones óptimas de calidad y precio.

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad analizar la factibilidad para implementar una empresa productora y comercializadora de pan tradicional en el cantón Celica que ofrezca un producto de calidad y a un precio asequible para el consumidor.

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 sirvió para realizar el análisis de oferta y demanda del producto en el cantón Celica, a través de encuestas directas aplicadas a las familias y 6 las panaderías, 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

MARCO REFERENCIAL

LOJA CIUDAD CASTELLANA

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. 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. Cabe indicar que en la ciudad de Loja existen 41 panaderías registradas en la cámara de comercio de Loja.

Mediante la información y el contenido multimedia, publicados por la Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Sudamérica Andes, indican que la superficie de sembríos de trigo aumenta en Ecuador; el Instituto de Investigación Agropecuaria del Ecuador (Iniap) registra que en los dos últimos años la siembra subió de 14.000 a 23.000 hectáreas y el próximo año la meta es que el país suramericano llegue a las 69.000 hectáreas de ese producto.¹

Agricultores de seis municipios de las provincias de Loja, Azuay y Cañar (sur andino) incrementan sus siembras de trigo desde el 2011, en un plan de sustitución de importaciones que les provee semillas, urea, fertilizantes, herbicidas, maquinaria (trilladora) y capacitación a cargo del INIAP.

¹ Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Sudamérica Andes.

En el sur andino ecuatoriano se siembran 8.000 de las 23.000 hectáreas de trigo que hay a escala nacional, pero no abastece la demanda. Imbabura, Pichincha y Bolívar (centro y norte andino) concentran la mayor producción.² Arturo Ortega se pierde entre sus plantaciones de trigo que cultivó en tres hectáreas de terreno. El agricultor de Lluzhapa, una de las 30 comunidades del municipio Saraguro, provincia de Loja, reconoce que el trigo significa importantes ingresos para su actividad.

Un análisis del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos determinó que en 50 años -entre 1961 y 2010- la superficie de producción de trigo disminuyó de 78.770 a 8.533 hectáreas. En el 2010, la demanda nacional de trigo se cubrió en un 98,4% con importaciones.

La productividad del trigo en Ecuador también disminuyó en esos 50 años de análisis, pues en 1961 cada hectárea producía 0,99 toneladas de trigo, mientras que en 2010 cada hectárea produjo 0,89 toneladas. La más baja producción se registró en 1991, cuando cada hectárea apenas produjo 0,66 toneladas de trigo.

Producción y Comercialización de Pan en el Ecuador

Gloria V. Ordóñez Bravo y Rodrigo J. Oviedo A. Autores de la tesis “Alternativas de Aprovechamiento de Harinas no Tradicionales para la Elaboración de Pan Artesanal” indican que desde mediados del siglo pasado las grandes, medianas y pequeñas industrias panificadoras han utilizado a la

² Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Sudamérica Andes.

harina de trigo como la principal materia prima para la elaboración del pan, constituyéndose a través del tiempo en el elemento más importante para su producción, ya que, de su calidad dependen no solo las características del producto final, sino también el aporte nutricional, mientras tanto, estadísticas de la Organización Mundial de la Salud (OMS) indican que el 80% de la población mundial, es decir que más de los 2/3 (de 4 mil millones de personas) recurren al pan tradicional como dieta diaria básica, paralelamente la demanda de trigo ha ido superando gradualmente a su producción, causando no solo el progresivo déficit de esta gramínea, sino también la paulatina disminución de sus stocks debido a la creciente dificultad para suplir la demanda de este producto, lo que obviamente ha incidido en el encarecimiento del mismo a niveles alarmantes, tal es así que en menos de 2 años la tonelada de trigo subió de 200 a 700 USD , equivalente al 350%.⁽³⁾, además hablan generalidades que tiene el pan, el proceso de panificación, producción e importación del trigo, proceso de la elaboración del pan, tipos de harinas, entre otros temas.

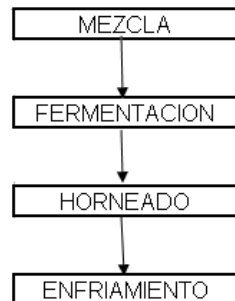
Generalidades del Pan.

El pan es un alimento básico que forma parte de la dieta tradicional en Europa, Oriente Medio, India y América que se prepara mediante el horneado de una masa elaborada fundamentalmente con harina de cereales y puede ser elaborado con levaduras (pan fermentado) o sin levaduras (pan ácimo).

³ Gloria V. Ordóñez Bravo y Rodrigo J. Oviedo A. Autores de la tesis “Alternativas de Aprovechamiento de Harinas no Tradicionales para la Elaboración de Pan Artesanal”, Guayaquil-Ecuador, año 2010.

Proceso de Panificación.

La elaboración del pan es un conjunto de varios pasos en cadena, la figura 1.1 muestra las etapas básicas del proceso de elaboración del pan.



Proceso de Elaboración del Pan.

Los pasos más importantes en la elaboración del pan son la fermentación y el horneado.

En la fermentación, la masa suele adquirir mayor tamaño debido a que la levadura libera dióxido de carbono (CO_2) durante su etapa de metabolismo, ocasionando que la masa se vaya 'inflando' paulatinamente a medida que avanza el tiempo. Durante la ejecución de esta fase del proceso hay que poner especial cuidado en el control de la temperatura, debido a que la máxima actividad metabólica de las levaduras se produce a los 35° a 47°C .

En el horneado, dependiendo del tipo de pan, la masa es sometida a diferentes rangos de temperatura que oscilan entre 190 a 270°C con tiempos que varían entre 12, 16 y 60 minutos.

Durante esta etapa, nuevamente se obtiene un aumento del volumen del pan, al expandirse el CO_2 de la masa y un endurecimiento de la superficie debido al calor. Este endurecimiento se produce por la evaporación del agua de la

corteza, ocasionando además una pérdida de peso de entre el 8 y 13 % de la masa.

Producción de la Harina de Trigo.

En el Ecuador, según el Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (INIAP), existen actualmente 5 000 hectáreas de trigo sembradas en la Sierra, las que, pertenecen a los pequeños agricultores y se las destina íntegramente al autoconsumo.

La producción total del país se encuentra entre las 10 y 15 mil toneladas al año, con un rendimiento promedio que oscila entre las 2,5 y las 3 toneladas por hectárea, nivel de producción que es insuficiente para cubrir con la demanda interna que fluctúa entre las 500 mil toneladas anuales. Por lo tanto, la producción solo alcanza para cubrir entre el 2% y el 3% de los requerimientos.

Importación de Harina de Trigo en el Ecuador

Más de \$ 200 millones en trigo importa Ecuador para la producción de pan. El objetivo del Gobierno a corto plazo es disminuir a \$ 15 millones esta cifra.

El Ministerio de Industrias y Productividad (Mipro) presentó un pan con 5% de harina de banano, con el cual se reducirá en miles de toneladas la importación de este cereal. “Solo con 5% de la fruta se sustituirían 20.000 toneladas de trigo”, señaló el presidente de la República, Rafael Correa.

El mandatario destacó que el pan, principal alimento de base, es un producto totalmente importado, ya que casi todo el trigo se lo adquiere en el exterior.

Según estudios del Mipro, un 98,45% del trigo que consumen los ecuatorianos es importado. En 2012 el cereal representó 570.000 toneladas, cuyo 70% se utilizó en panadería y galletería.

El funcionario aseveró que el proyecto no busca disminuir el consumo de trigo, sino potenciar industrialmente el excedente no exportable de banano, que en 2012 solo en la provincia de El Oro significó 130.000 toneladas, para utilizarlo en la elaboración de harina y sustituir así un porcentaje de las importaciones anuales de trigo

Influencia del costo del aumento de la harina de trigo en el pan

A nivel mundial, la demanda de trigo supera a su producción, provocando un déficit del trigo que ha intensificado la subida de los precios, reducción de sus stocks y apoyo a las cotizaciones globales.

El sector panificador está preocupado por el incremento del precio del quintal de harina de trigo que desde el pasado lunes cuesta \$ 42, es decir, 13,5% más cara que la semana anterior cuando valía \$ 37.

Nicolás Lara, presidente de la Asociación Unión de Panaderos de Guayaquil, refirió que en las molineras justifican el encarecimiento argumentando que Estados Unidos, principal proveedor del producto, atraviesa una sequía que ocasionó que los envíos de harina a Ecuador disminuyan, lo que generó un desabastecimiento.

El representante del gremio señaló que la situación podría perjudicar el precio de venta al público del pan popular en los próximos días, y proyecta que el

aumento sea de \$ 0,02, por lo que pasaría de \$ 0,10 a \$ 0,12, una vez que se terminen las reservas de harina.

El aumento de los precios del trigo a nivel mundial así como la disminución en un 14% de la producción del alimento en los últimos 5 años se debe a la fuerte incidencia de los bruscos cambios climáticos sobre los países que producen el alimento.

Clases de Harinas.

Harina de Trigo

El principal producto obtenido del trigo es la harina. La harina que se produce de los trigos blandos se destina a la producción del pan, mientras que la que se obtiene de los trigos duros se utiliza fundamentalmente para la producción de pastelería o alimentos caseros.

Harina de Centeno

El centeno es el segundo cereal panificable en importancia, después del trigo, se clasifica por el grado de extracción, a mayor grado de extracción más oscura es la harina. Los tipos de harinas más frecuentes son:

- (Harina blanca) 60% de extracción
- (Harina algo oscura) 85% de extracción
- (Harina integral muy oscura) 100% de extracción

Harina de Plátano

La harina de plátano es muy rica en hidratos de carbono y sales minerales como ser: calcio orgánico, potasio, fósforo, hierro, cobre, flúor, iodo y

magnesio, también posee vitaminas del complejo B, como la tiamina, riboflavina, pirodoxina y ciancobalamina, por lo cual constituyen una de las mejores maneras de nutrir de energía vegetal del organismo. Sus propiedades medicinales son por demás conocidas desde la antigüedad: previene el colesterol y con su poder protector resulta ideal para combatir la gastritis o prevenir las úlceras.

Harina de Maíz

El maíz destinado a la elaboración de harina, es una variedad en el que predomina el almidón blando o menos compacto, que facilita la molienda del grano. La harina de maíz se extrae al moler la interna o núcleo del grano. Esta parte representa el 75% del peso del grano del cereal, y está formado fundamentalmente por almidón, y por un complejo proteico denominado zeína. El maíz no origina harinas panificables, ya que no contiene en su composición las proteínas que conforman el gluten al amasarse con agua. Como esta harina no tiene la suficiente capacidad para hacer crecer a la masa, es aconsejable mezclarla con otras. Para obtener un buen resultado la proporción adecuada sería 1:1, de harina de maíz con harina de trigo. ⁴

⁴ Gloria V. Ordóñez Bravo y Rodrigo J. Oviedo A. Autores de la tesis “Alternativas de Aprovechamiento de Harinas no Tradicionales para la Elaboración de Pan Artesanal”, Guayaquil-Ecuador, año 2010.

Composición Nutricional de la Harina de Trigo

Harina de Trigo

GRUPO	Cereales
Porción comestible	1,00
Agua (ml)	10,00
Energía (Kcal)	348,00
Carbohidratos (gr)	80,00
Proteínas (gr)	9,30
Lípidos (gr)	1,20
Colesterol (mgr)	0,00
Sodio (mgr)	5,10
Potasio (mgr)	146,00
Calcio (mgr)	15,00
Fósforo (mgr)	102,00
Hierro (mgr)	1,10
Retinol (mg)	71,00
Ácido ascórbico (C) (mgr)	0,00
Riboflavina (B2) (mgr)	0,06
Tiamina (B1) (mgr)	0,09
Ácido fólico (mgr)	22,00
Cianocobalamina (B12) (mgr)	0,00
Fibra vegetal (gr)	3,40
Ácidos Grasos Poliinsaturados (gr)	0,75
Ácidos Grasos Monoinsaturados (gr)	0,20
Ácidos Grasos Saturados (gr)	0,25
Ácido Linoleico (gr)	0,70
Ácido Linolénico (gr)	0,05

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.

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 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.

Gráfico N° 1



La tradición de las guaguas de quichua pequeños, bebés, 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.⁵

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.

2. MARCO TEÓRICO

PROYECTO DE INVERSIÓN

“Un proyecto de inversión se estructura a través de cuatro estudios básicos que son: estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional y estudio financiero.”⁶

ESTUDIO DE MERCADO

Por estudio de mercado se comprende el lugar en donde se vende y compra un producto a un precio al cual exista acuerdo entre oferentes y demandantes, el

⁵ <http://www.misanplas.com.ar/2012/10/15/breve-historia-del-pan/>
<http://laopiniondelsur.blogspot.com/2011/11/el-pan-de-suelo.html>

⁶ GUTIÉRREZ, Alfredo. Los Estudios Financieros y su Análisis, Editorial Sáenz Tercera Edición año 2005.

estudio de mercado de un proyecto es uno de los aspectos más complejos a los que debe enfrentarse el inversionista ya que de este dependerá la decisión de instalar o no una empresa.

Empresa

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

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

En cuanto a los objetivos de la explotación, la actividad de la empresa puede corresponder a los más variados ramos, por ejemplo, la industria del calzado, el negocio del seguro o la actividad bancario, etc.

Producción

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

Administración de Empresas

“Proceso social que lleva consigo la responsabilidad de planear, coordinar, controlar y evaluar en forma eficiente los recursos humanos, materiales y económicos de una organización para de esa manera lograr un fin común.”⁷

Mercado

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

Mercadotecnia

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

Demanda

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

⁷ Baca Urbina Gabriel Evaluación de Proyectos sexta Edición año 2010

Ley de la Demanda.

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

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

Oferta

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

Ley de la Oferta.

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

A precios reducidos, generalmente se ofrecerá una mayor cantidad de bienes y productos.

Proyección de la Demanda

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

Índice de Precios

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

Índice de Cantidad

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

Índice de Valor

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

Bienes de Consumo.

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

Bienes de capital

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

Elasticidad de la Demanda

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

PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN

Producto

“Bienes o cosas producidas que resultan del trabajo ejecutado sobre una materia prima y que son ofrecidos a los consumidores. Toma gran importancia en nuestro proyecto ya que en él se espera plasmar las más sencillas ideas dando una mercancía al cliente.”⁸

Precio

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

Promoción

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

Plaza

Son los lugares donde se colocará los productos en servicios y que estén al alcance de los posibles clientes.

⁸ CHAIN SAPAG, Nassir. Preparación y Evaluación de Proyectos p .p 130 y 131. Edición 20011

ESTUDIO TÉCNICO

Ingeniería del Proyecto

“Es la parte del proyecto que por su naturaleza llega a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado, para ello se analizará las alternativas en que pueden combinarse los factores productivos, identificando, a través de la cuantificación y proyección en el tiempo de los montos de inversiones de capital, los costos y los ingresos de operación asociados a cada una de las alternativas de producción”⁹

Materia Prima

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

Tamaño

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

Localización De La Planta

La localización puede tener un efecto condicionado sobre la tecnología utilizada en el proyecto tanto por las restricciones físicas como por la variabilidad de los

⁹ CHAIN SAPAG, Nassir. Preparación y Evaluación de Proyectos p .p 130 y 131.Edición 20011

costos de operación y capital de las distintas alternativas tecnológicas asociadas a cada ubicación posible.

Tamaño y Localización

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

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

“Es el establecimiento de la estructura necesaria para la sistematización de los recursos mediante la organización de jerarquías, disposición y coordinación de actividades con el fin de poder viabilizar los beneficios del grupo social.”¹⁰

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

Organización Administrativa

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

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

¹⁰ MOLINA Antonio. Contabilidad de Costos. Cuarta Edición. Octubre 2008

Organización Jurídica

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

Organigramas

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

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

Los organigramas jugarán un papel importante para demostrar el contexto de la empresa Organigrama Estructural Es un tipo de organigrama que representa en si la estructura jerárquica de los niveles de la empresa, así el nivel directivo, ejecutivo, asesor, operativo, los cuales tienen una secuencia de trabajo y autoridad descendente.

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

Organigrama Funcional

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

Organigrama Posicional

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

Es necesario aclarar que este tipo de organigrama no es muy utilizado por los empresarios de la empresa privada por la razón de que causa incomodidades en el aspecto de que en la jerarquización da unidad de mando a una u otra persona provocando celo profesional entre el personal de la empresa.

ESTUDIO FINANCIERO

“Son declaraciones informativas de la situación económica, financiera que tiene la empresa. Por lo tanto, en esta fase se agrupa los instrumentos financieros

que nos ayudarán a determinar la rentabilidad de la gestión empresarial realizada.”¹¹

Inversión

Incluyen desde la inversión del proyecto construcción o remodelación de edificios, oficinas o salas de ventas, hasta la construcción de caminos, cercos o estacionamientos. Para cuantificar estas inversiones es posible utilizar estimaciones aproximadas de costos, si el estudio se hace en nivel de pre factibilidad, la información obtenida debe perfeccionarse mediante la realización de estudios complementarios de ingeniería que permitan una apreciación exacta de las necesidades de recursos financieros en las inversiones del proyecto.

Presupuesto

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

Flujo de Caja

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

¹¹ Gutiérrez, Alfredo. Los Estudios Financieros y sus Análisis. Editorial Sáenz Tercera Edición año 2010

Estado de Pérdidas y Ganancias

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

Balance General

Es un estado conciso o sintético formulado con datos de los libros de contabilidad, llevados por partida doble, en el cual; se consignan de un lado todos los recursos y de otro lado todas las obligaciones de la empresa en una fecha

Depreciación

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

Utilidad

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

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

Punto de Equilibrio

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

Se lo aplicará matemáticamente y se lo representará gráficamente.

En Función de las ventas

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

En Función de la Capacidad Instalada

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

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

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

Tasa Interna de Retorno (TIR)

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

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

Relación Beneficio Costo (RCB)

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

B/C > 1 Se puede realizar el proyecto.

B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto.

B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto.

Su fórmula es:

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

Análisis de sensibilidad

Es aquel que determina la fortaleza financiera o solidez del proyecto. Mide hasta qué punto afecta los incrementos en los egresos y las disminuciones o decrementos en los ingresos. Cuando en un proyecto afectan estas variaciones es sensible el proyecto. Cuando se dan condiciones viceversa no es sensible el proyecto. Se la obtendrá mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

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

a. Se obtiene la nueva Tasa Interna de Retorno.

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

Se encuentra la Tasa Interna de Retorno resultante.

$$TIR.R = TIR.O - N.TIR \text{ 12}$$

c. Se calcula el porcentaje de variación.

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

d. Se calcula el Valor de Sensibilidad.

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

12 Gutiérrez, Alfredo. Los Estudios Financieros y sus Análisis. Editorial Sáenz Tercera Edición año 2010

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Materiales

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

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

Métodos

A continuación se describirán los métodos que se utilizó.

Método Deductivo

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

Este método permitió recopilar información general, para así tener una mejor idea sobre el desarrollo de las diferentes fases del proyecto relacionados con los: estudios de mercado, estudio técnico, financiero y evaluación financiera empresa

Método Inductivo

El cual se basa en el entendimiento de fenómenos generales a través de fenómenos particulares.

Esté método se utilizó en el Estudio de Mercado y el Estudio Financiero, en dónde se maneja información resultante de encuestas mismas que permitió determinar los gustos y diferencias de los consumidores.

Técnicas

Encuesta

Está técnica sirvió para recopilar información del Estudio de Mercado, a través de preguntas abiertas y cerradas, realizadas a las familias del Cantón Celica considerando a los consumidores del producto ya sea las familias.

- Se aplicó una encuesta a 362 familias del cantón Celica con la finalidad de conocer si el producto va a tener acogido en el mercado.
- Se aplicó otra encuesta a las 6 panaderías existentes del cantón Celica.

Población y Muestra

La población tomada para el desarrollo de este proyecto es para el cantón Celica, en la cual se tomó a las familias, por cuanto es un producto alimenticio consumido por las familias; así mismo con los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo INEC en el año 2010, el cantón Celica cuenta con 14.468 habitantes y una tasa de crecimiento del 1,14%, cuya proyección se describe a continuación:

Formula:

$$P_{2013} = 14.468 (1+0,0114)^4$$

$$P_{f\ 2013} = 14.468 (1,058315)$$

$$P_{f\ 2013} = 15.312 \text{ habitante}$$

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

Con el propósito de conocer el tamaño de la muestra se tomó la población proyectada para el año 2014, de 15.312 habitantes, que dividiendo para el promedio de 4 miembros en cada familia, lo que da un total de 3.828 familias.

Cuadro de Proyección de Parroquias Urbanas Cuadro N° 1

POBLACIÓN PARROQUIAS URBANAS							
PARROQUIAS	Habitantes 2010	Tasa De Crecimiento	Proyección 2012	Proyección 2013	Proyección 2014	Proyección 2015	Familias
Celica	7323	1,14%	7491	7576	7662	7749	1937
Cruzpamba	1094	1,14%	1119	1132	1145	1158	290
San Juan de Pozul	3035	1,14%	3105	3140	3176	3212	803
Teniente Maximiliano Rodríguez	573	1,14%	586	593	600	607	152
Sabanilla	2443	1,14%	2499	2528	2556	2585	646
Total	14468	1,14%	14.800	14.968	15.139	15.312	3.828

Fuente: INEC 2010

Elaboración: La Autora

Muestra

Para determinar la muestra se ha tomado el número de familias del cantón Celica del año 2015 que representa a 3.828 familias.

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

$$n = \frac{3.828}{1 + (0.05)^2 3.828}$$

$$n = \frac{3.828}{10,57} = 361,77$$

n= 362 Encuestas

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

Cuadro N° 2
Distribución Muestral

Parroquias	Población	Participación	Muestra
Celica	7323	50,62	183
Cruzpamba	1094	7,56	27
San Juan de Pozul	3035	20,98	76
Teniente Maximiliano Rodríguez	573	3,96	14
Sabanilla	2443	16,89	61
Total	14.468	100	362

Fuente: INEC 2010

Elaboración: La Autora

Procedimiento

Para realizar la investigación se determinó una muestra de 362 encuesta aplicadas a las familias las mismas que fueron distribuidas en las parroquias como son: Cruzpamba con 27 encuestas, San Juan de Pozul con 76, Teniente Maximiliano Rodríguez con 14 y Sabanilla con 61 encuestas.

Así mismo para el desarrollo del proyecto de tesis se efectuó cuatro estudios como son: estudio de mercado que permitió conocer los antecedentes de la oferta actual y potencial, establecer lo que se va a vender, saber a quién y cómo se lo puede vender, conocer los gustos y preferencias de nuestros clientes, conocer la competencia y contrarrestar sus efectos, evaluar resultados de estrategias de comercialización y conocer los precios para vender en este caso los panes a base en horno de barro.

En el estudio técnico se elaboró una descripción detallada del proceso de producción, teniendo en cuenta el tamaño y las características necesarias de la

nueva empresa como lo son ubicación, servicios públicos, medios de transporte, etc.; en este paso también se debe nombrar las necesidades tecnológicas que se requiere y sus respectivos beneficios.

En el estudio financiero se debe contener información acerca de un plan de financiamiento nombrando aspectos como los recursos con los que cuenta, las necesidades de crédito o inversión. Se debe describir y elaborar tablas que sustenten su proyección de ventas y de costos, e incluir una descripción del flujo de caja, esta proyección debe hacerse de manera anual. Se debe tener en cuenta el costo total, la rentabilidad y los ingresos esperados deben estar claramente identificados.

En el estudio organizacional se representa uno de los aspectos más importantes dentro de esta investigación, se designan funciones y responsabilidades sustentándolas en un organigrama dónde se adopte y se describa la cultura organizacional de la empresa. Se incluye el aspecto legal de la empresa, nombrando su razón social y objetivo social, los permisos que requiere, y los respectivos trámites de constitución de la empresa con sus respectivas normas, leyes, reglamentos y lo que establezca la ley.

f. RESULTADOS

ENCUESTA REALIZADA A LAS FAMILIAS DEL CANTÓN CELICA

1. ¿En su dieta alimenticia consume Pan?

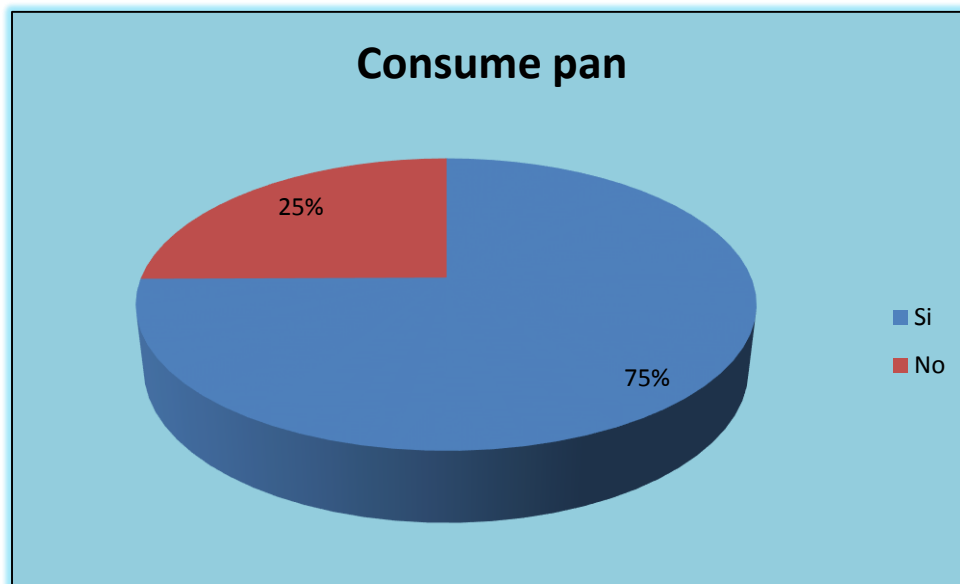
Cuadro N° 3

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	271	75
No	91	25
Total	362	100

Fuente: Encuesta Aplicada a las Familias del Cantón Celica

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 2



Análisis e Interpretación: El 75% de las familias manifestaron que si consumen productos elaborados de harina de trigo y el 25% dicen que no consumen productos de harina de trigo.

2. ¿Qué tipo de pan consume?

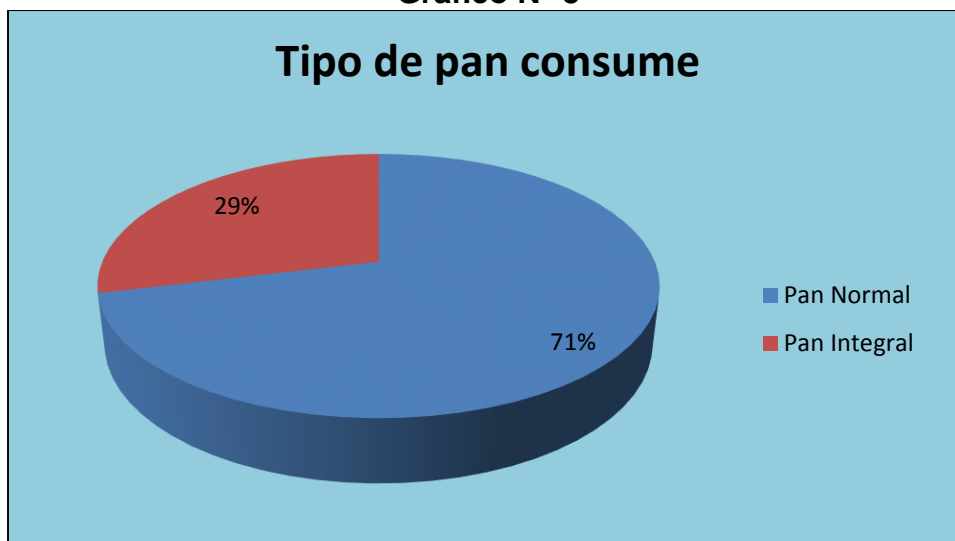
Cuadro N° 4

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Pan Normal	193	71
Pan Integral	78	29
Total	271	100

Fuente: Encuesta Aplicada a las Familias del Cantón Celica

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 3



Análisis e Interpretación: Las familias indicaron que consumen pan normal con un porcentaje del 71%; el 29% consumen pan integral.

3. Con que frecuencia consume usted el pan normal?

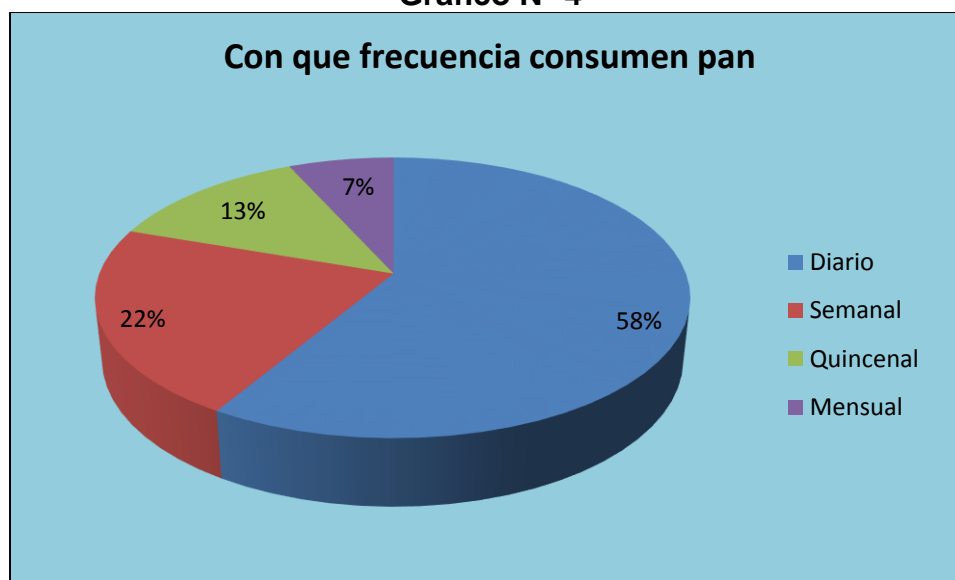
Cuadro N° 5

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Diario	113	59
Semanal	42	22
Quincenal	25	13
Mensual	13	7
Total	193	100

Fuente: Encuesta Aplicada a las Familias del Cantón Celica

Elaborado: La autora

Gráfico N° 4



Análisis e Interpretación: El 58% de las familias indican que consumen pan diariamente; el 22% consumen semanalmente; el 13% consume quincenalmente y el 7% consume mensual.

Como se puede dar cuenta las familias consumen el pan normal.

4. ¿Qué cantidad de pan consume usted diariamente?

Cuadro N° 6

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	xm	xm. F
1 a 2 Panes	0	0	1,5	0
3 a 4 Panes	1	1	3,5	3,5
5 a 6 Panes	191	99	5,5	1.050,5
7 a 8 Panes	1	1	7,5	7,5
Total	193	100		1.061,5
Promedio diario				6
Promedio Anual				2.008

Fuente: Encuesta Aplicada a las Familias del Cantón Celica

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 5



Análisis e Interpretación: La cantidad que consumen pan las familias son de 5 a 6 panes con el 99%; el 1% 3 a 4 panes, el 1% de 7 a 8 panes, el 0% de 1 a 2 panes.

A continuación se realiza el promedio de consumo de pan

$$p = \frac{\sum de xm.f}{N}$$

$$p = \frac{1.061,50}{193} = 6 \text{ diarios}$$

El promedio de consumo de pan es de 6 panes diarios por familia y esto multiplicado por 365 días que tiene el año da como resultado de 2.008 panes al año.

5. ¿Qué precio paga por el pan normal?

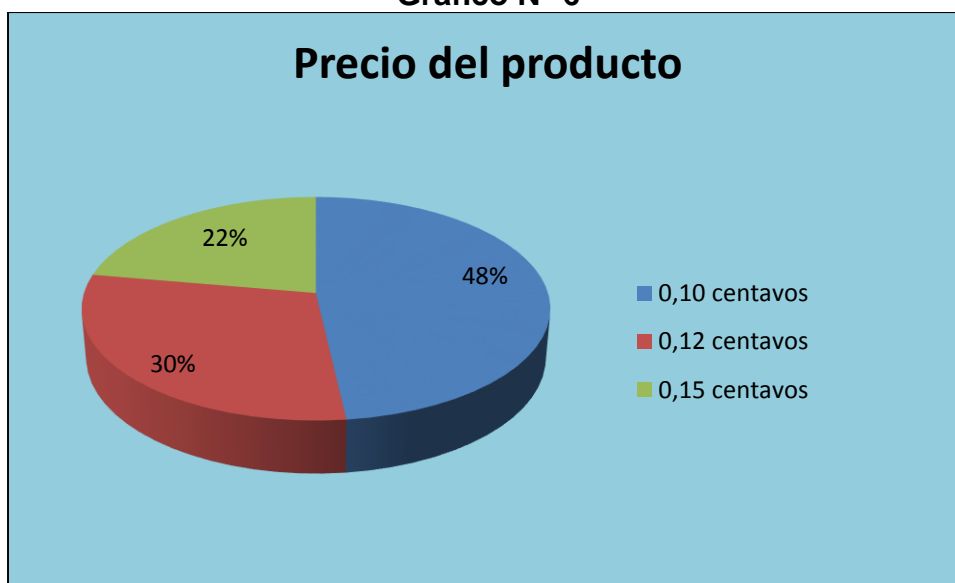
Cuadro N° 7

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
0,10 centavos	93	48
0,12 centavos	57	30
0,15 centavos	43	22
Total	193	100

Fuente: Encuesta Aplicada a las Familias del Cantón Celica

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 6



Análisis e Interpretación: El 48% de las familias indicaron que pagan por el producto 0,10 centavos; el 30% 0,12 centavos y el 22% pagan 0,15 centavos.

El producto por la el cual pagan es de 0,10 centavos por tal razón la empresa ofrecerá a otro precio pero a mejor tamaño o presentación.

6. En donde adquiere el pan?

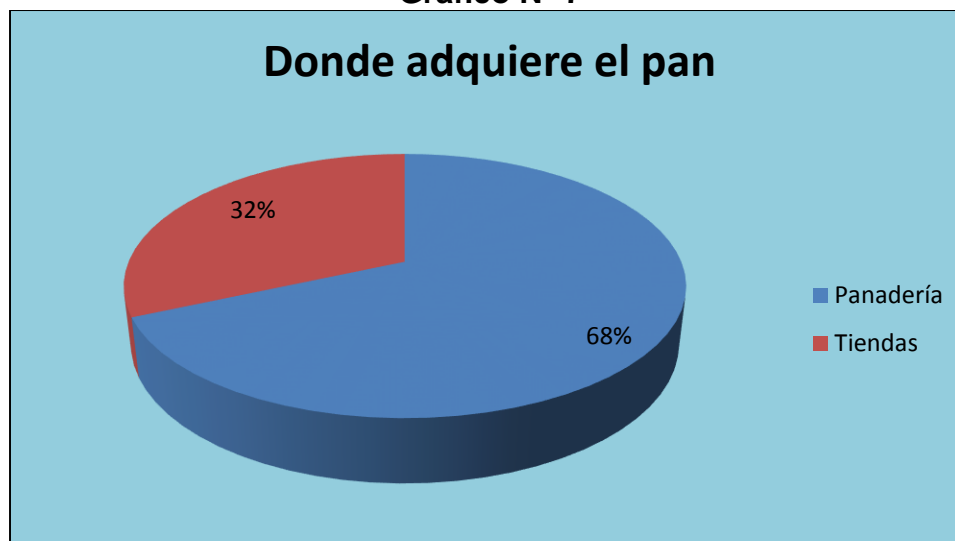
Cuadro N° 8

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Panadería	132	68
Tiendas	61	32
Total	193	100

Fuente: Encuesta Aplicada a las Familias del Cantón Celica

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 7



Análisis e Interpretación: El 68% manifestaron que adquieren del producto en panaderías; el 32% en tiendas.

7. ¿usted estaría de acuerdo con la implementación de una empresa productora y comercializadora de pan tradicional en horno de barro en el cantón Celica?

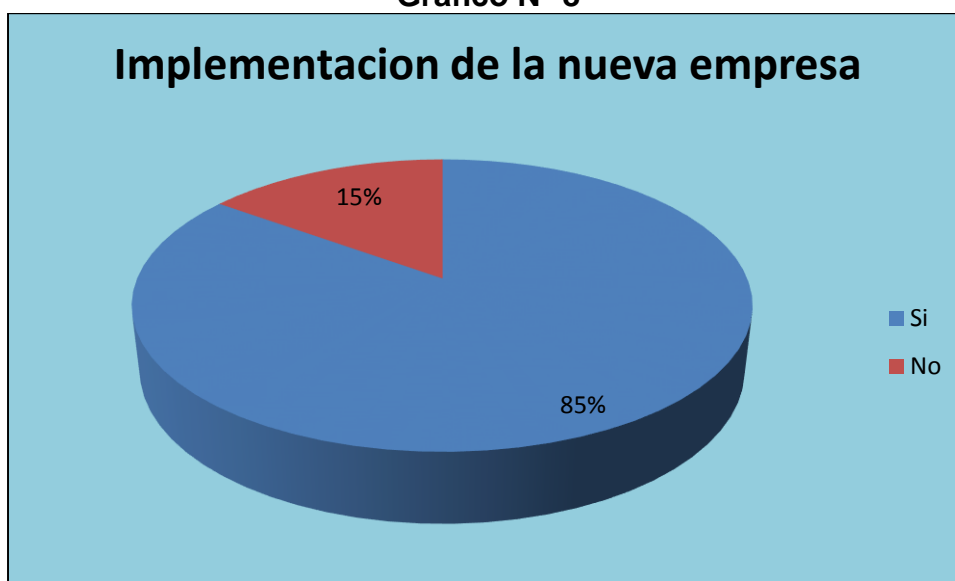
Cuadro N° 9

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	164	85
No	29	15
Total	193	100

Fuente: Encuesta Aplicada a las Familias del Cantón Celica

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 8



Análisis e Interpretación: El 85% si están de acuerdo que se implementara una empresa productora y comercializadora de pan de suelo en el cantón de Celica y el 15% no están de acuerdo que se implemente esta empresa.

8. ¿Usted estaría dispuesto a adquirir el producto de la nueva empresa?

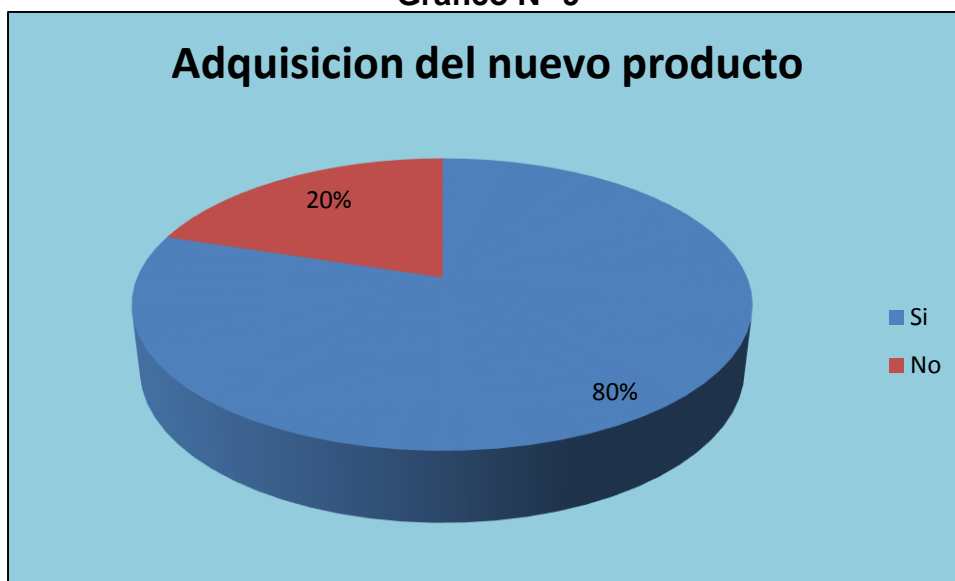
Cuadro N° 10

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	131	80
No	33	20
Total	164	100

Fuente: Encuesta Aplicada a las Familias del Cantón Celica

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 9



Análisis e Interpretación: El 80% de las familias si están dispuestas a comprar el nuevo producto y el 20% no están dispuestas a comprar el producto.

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

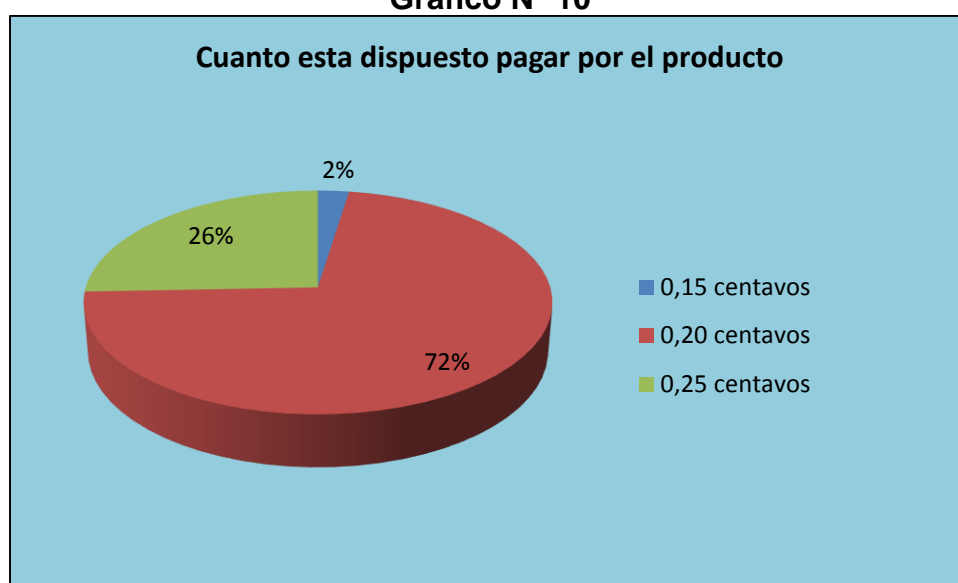
Cuadro N° 11

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
0,20 a 0,23 centavos	4	2
0,24 a 0,26 centavos	118	72
0,27 a 0,30 centavos	42	26
Total	164	100

Fuente: Encuesta Aplicada a las Familias del Cantón Celica

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 10



Análisis e Interpretación: El 72% están dispuestas a pagar por el producto 0,20 centavos; el 26% 0,25 centavos y el 2% de 0,15 centavos.

Las familias estarían dispuestas a pagar 0,20 centavos por cada pan.

10. ¿Qué promoción le gustaría obtener por la compra del producto?

Cuadro N° 12

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Por la compra de un \$1 entregar uno gratis	131	80
Degustaciones	33	20
Total	164	100

Fuente: Encuesta Aplicada a las Familias del Cantón Celica

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 11



Análisis e Interpretación: El 80% indican que les gustaría que sean las promociones por la compra de un dólar ofrecer uno gratis; el 20% desean degustaciones.

De acuerdo a la respuesta de esta pregunta se tomara en cuenta las alternativas.

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

Cuadro N° 13

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Radio	131	80
Prensa escrita	26	16
Referencias personales	7	4
Total	164	100

Fuente: Encuesta Aplicada a las Familias del Cantón Celica

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 12



Análisis e Interpretación: El 80% manifiestas que sea por medio de la radio; el 14% por la prensa escrita y el 4% por medio de referencias personales.

Las familias manifestaron que les gustaría escuchar la publicidad de la empresa por la radio integración (103,3 Alamor)

La prensa por la cual les gustaría leer la publicidad es Diario la Hora.

ENCUESTA REALIZADA A LAS PANADERÍAS DEL CANTÓN CELICA

1. ¿Qué tipo de pan vende?

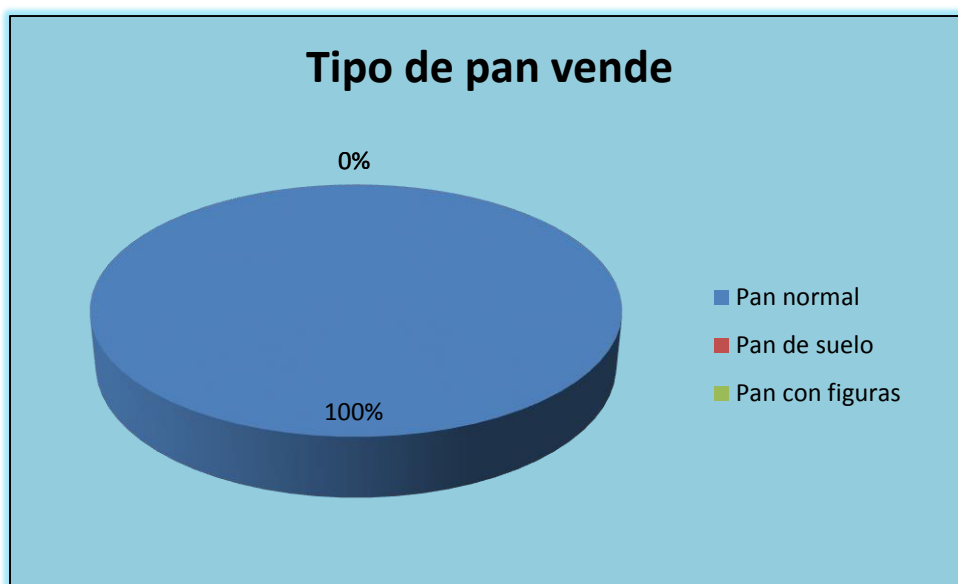
Cuadro N° 14

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Pan normal	6	100
Pan de suelo	0	0
Pan con figuras	0	0
Total	6	100

Fuente: Encuesta Aplicada a las Panaderías del Cantón Celica

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 13



Análisis e Interpretación: El 100% de los oferentes venden pan normal

2. ¿Qué cantidad de pan vende diariamente?

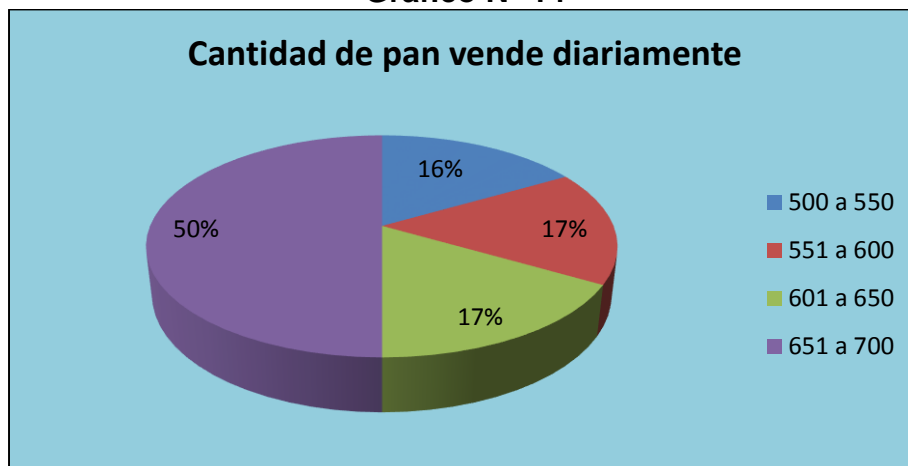
Cuadro N° 15

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	xm	Xm. F
500 a 550	1	17	525	525
551 a 600	1	17	575,5	575,5
601 a 650	1	17	625,5	625,5
651 a 700	3	50	675,5	2026,5
Total	6	100		3752,5
Promedio diario				625
Promedio Anual				228277

Fuente: Encuesta Aplicada a las Panaderías del Cantón Celica

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 14



Análisis e Interpretación: Los oferentes indican que venden pan de 651 a 700 panes con el porcentaje del 50%; el 17% venden de 551 a 600 panes; el 17% de 601 a 650 panes y el 16% de 500 a 550 panes vende diariamente.

Con estos resultados se calcula el promedio de venta diaria mediante el siguiente proceso:

$$\text{Promedio} = \frac{3.751,50}{6}$$

$$\text{Promedio} = 625$$

Lo que demuestra que la venta promedio de pan por cada oferente diario es de 625 panes esto multiplicado por los 365 días que tiene el año da un total de 228.125 panes al año.

3. ¿cuál es el precio de venta del pan?

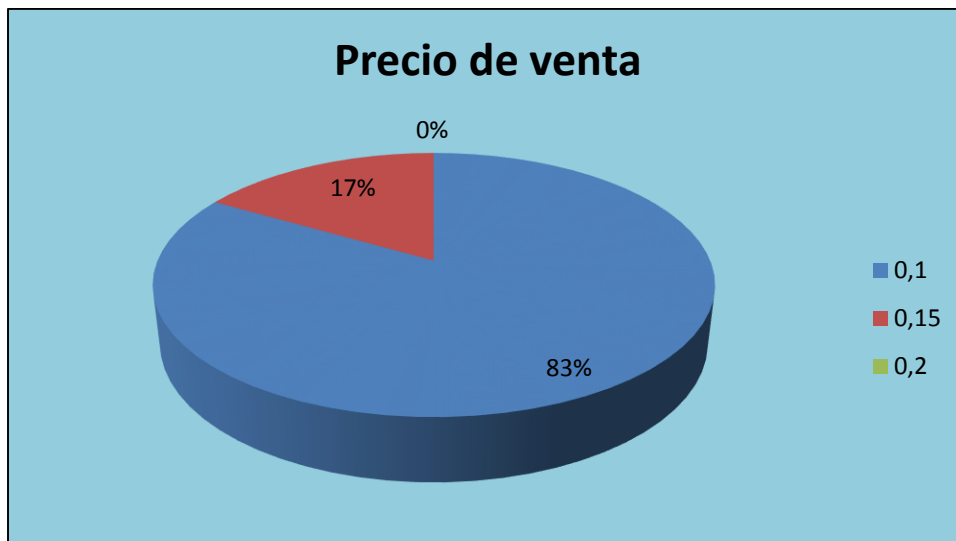
Cuadro N° 16

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
0,10	5	83
0,15	1	17
0,20	0	0
Total	6	100

Fuente: Encuesta Aplicada a las Panaderías del Cantón Celica

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 15



Análisis e Interpretación: El precio de venta por cada pan es de 0,10 centavos de dólar esto que representa el 83%; el 17% de 0,15 centavos de dólar.

4. ¿Cuántos quintales de harina usted utiliza para la producción del pan?

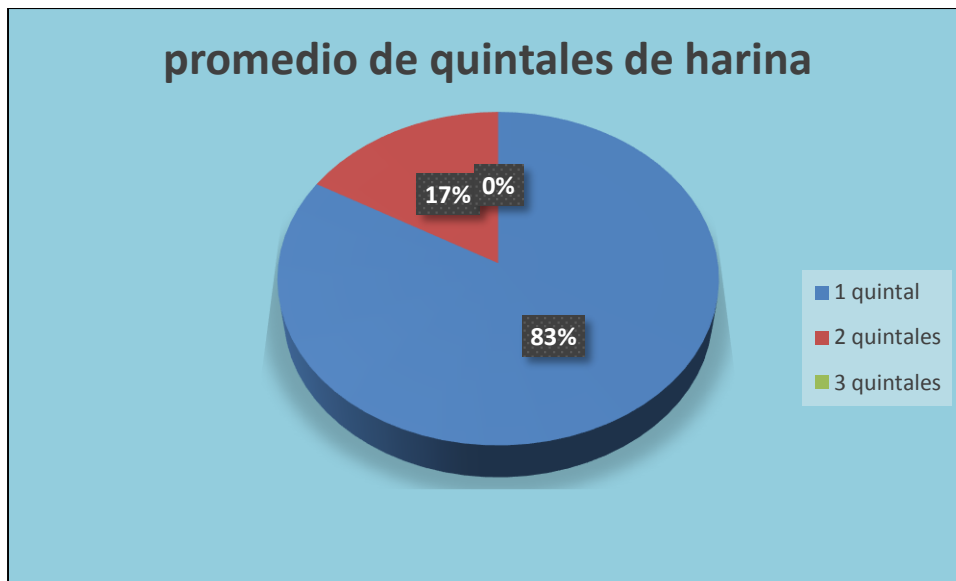
Cuadro N° 17

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 quintal	5	83
2 quintales	1	17
3 quintales	0	0
Total	6	100

Fuente: Encuesta Aplicada a las Panaderías del Cantón Celica

Elaborado por: Patricia Malla

Gráfico N° 16



Análisis E Interpretación: Los propietarios de las panaderías indicaron que el 83% elabora 1 quintal diario de harina para la producción del pan y el 17% manifestaron que elaboran 2 quintales diarios.

5. ¿Por qué medios de comunicación usted da a conocer a su empresa?

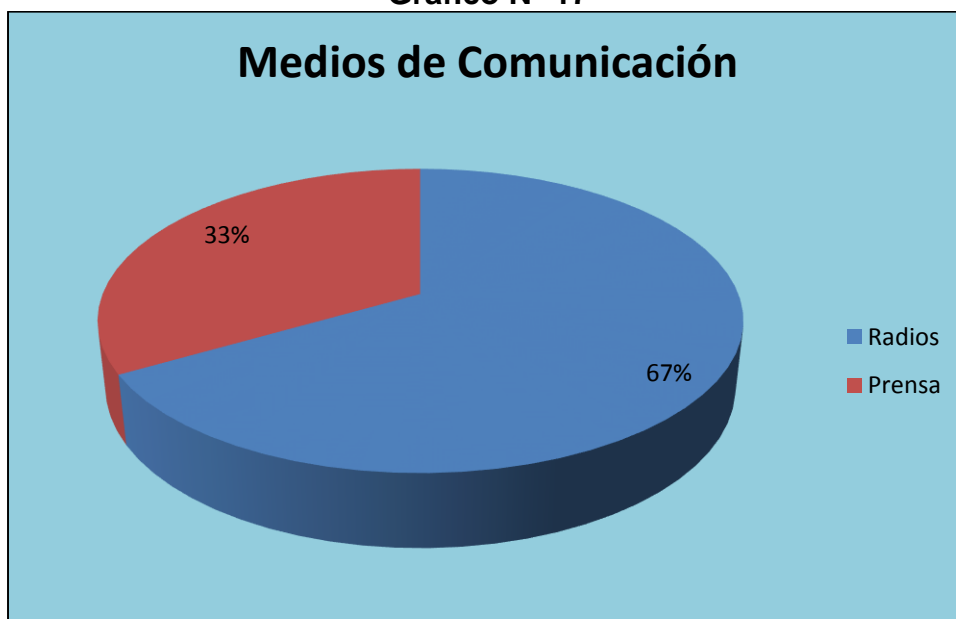
Cuadro N° 18

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Radios	4	67
Prensa	2	33
Televisión	0	0
Total	6	100

Fuente: Encuesta Aplicada a las Panaderías del Cantón Celica

Elaborado por: Patricia Malla

Gráfico N° 17



Análisis e Interpretación: El 67% indican que realizan publicidad de su empresa por la radio y el 33% por medio de la prensa escrita.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

Es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de resultados que serán analizados y procesados mediante herramientas estadísticas, obteniendo como resultados aciertos y complicaciones de un producto o servicio dentro del mercado, a través de este análisis, se podrá encontrar determinar la demanda del pan. Para el presente estudio, se obtuvo información de las familias, por medio de las encuestas aplicadas a los mismos, que permitirán sustentar el trabajo investigativo en mención. El proyecto tendrá una vida útil de 5 años.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

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 la totalidad de la población en estudio, en este caso el número de familias, para la proyección de la demanda potencial se toma en cuenta la tasa de crecimiento poblacional del cantón Celica, que es de 1,14% según datos proporcionados por el INEC 2010.

La proyección de la población para el 2015 es de 15.312 habitantes y 3.828 familias. Para la demanda potencial se realizó una pregunta a las familias que si en su dieta alimenticia consumen pan el mismo que es de un porcentaje del 75% cuadro N° 3, cuyo cuadro se describe a continuación.

Cuadro N° 19
Demandantes Potenciales

Años	Población	Familias	Demandantes Potenciales
	1,14%		75,00%
1	15.312	3.828	2.871
2	15.487	3.872	2.904
3	15.663	3.916	2.937
4	15.842	3.960	2.970
5	16.022	4.006	3.004

Fuente: Cuadro N° 3

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 71% (Cuadro N° 4) de las familias encuestadas del tipo de pan que consumen.

Cuadro N° 20
Demandantes Reales o Actuales

Año	Demandantes Potenciales	Demandantes Reales 71%
1	2.871	2.038
2	2.904	2.062
3	2.937	2.085
4	2.970	2.109
5	3.004	2.133

Fuente: Cuadro N° 4

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 la adquisición del producto en la nueva empresa (Cuadro N°13), obteniéndose que el 80% de la demanda real comprara el producto.

Cuadro N° 21
Demandantes Efectivos

Año	Demandantes Reales	Demandantes Efectivos 80%
1	2.038	1.631
2	2.062	1.649
3	2.085	1.668
4	2.109	1.687
5	2.133	1.706

Fuente: Cuadro N° 20

Elaboración: La Autora

Demanda Efectiva en Unidades

El consumo promedio de pan por familia anualmente es de 2.008 panes (Cuadro N° 6), posteriormente se obtiene la demanda efectiva en unidades, multiplicando la demanda efectiva por el consumo promedio per cápita.

Cuadro N° 22
Demandantes Efectivos en Unidades

Año	Demanda efectiva (familias)	Consumo promedio	Demanda Efectiva por consumo
1	1.631	2.008	3.273.686
2	1.649	2.008	3.311.006
3	1.668	2.008	3.348.752
4	1.687	2.008	3.386.928
5	1.706	2.008	3.425.539

Fuente: Cuadro N° 21 y 6

Elaboración: 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 mensual por los diferentes oferentes para conocer cuál es la venta promedio anual (Cuadro N°15). Con base a esta información se calculó el promedio de oferta:

Cuadro N° 23
OFERTA DE PAN

Panaderías	Promedio de venta de pan	Promedio anual de venta de pan
6	228.125	1.368.750

Fuente: Cuadro N° 15

Elaboración: La Autora

Para proyectar la oferta se utiliza con una tasa de crecimiento de 1,14% del cantón Celica de acuerdo a los datos recabados en el INEC. En el cuadro siguiente se detalla la oferta y su proyección.

Cuadro N° 24
Oferta Proyectada

Años	Oferta
1	1.368.750
2	1.384.354
3	1.400.135
4	1.416.097
5	1.432.240

Fuente: Cuadro N° 23

Elaboración: La Autora

Análisis de la Demanda Insatisfecha

La diferencia entre la oferta y la demanda efectiva cuyo cuadro se describe a continuación.

Demandantes Insatisfechos
Cuadro N° 25

Años	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
1	3.273.686	1.368.750	1.904.936
2	3.311.006	1.384.354	1.926.653
3	3.348.752	1.400.135	1.948.617
4	3.386.928	1.416.097	1.970.831
5	3.425.539	1.432.240	1.993.298

Fuente: Cuadros N° 22 y 24

Elaboración: La Autora

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Producto: Producto es una opción elegible, viable y repetible que la oferta pone a disposición de la demanda, para satisfacer una necesidad o atender un deseo a través de su uso o consumo.

El producto que se ofrecerá en el mercado será pan de suelo el mismo que será de buena calidad y con un precio asequible al mercado.

Estimular al personal de producción para que los panes se encaminen a satisfacer las necesidades, deseos y preferencias de consumo. Influir en la compra de pan utilizando el SLOGAN *“LO QUE TU PALADAR QUIERE PROBAR”*

Gráfico N° 18



Marca: Es el nombre Comercial de la empresa.

“LA RECETA DE DOÑA LOLITA”

Logo: Es la imagen que se utilizará en la publicidad para dar a conocer el producto es el siguiente:

Gráfico N° 19

LOGO



Elaboración: La Autora

Slogan: El slogan es la frase clave con él cual la empresa reflejará su filosofía.

El slogan es el siguiente: “*LO QUE TU PALADAR QUIERE PROBAR*”

Atributos del Producto:

Calidad: El producto será de gran calidad ya que se contará con el mejor proceso de productivo.

Diferenciación: El producto se diferencia por los métodos y técnicas de venta para llegar al cliente

Plaza

La empresa contará con el canal de distribución indirecto donde el intermediario tendrá el canal de comercialización indirecto corto, es decir se entregará el producto a los intermediarios de la ciudad y por ende al consumidor final.

Gráfico N° 20



Este canal permitirá la distribución ordenada del producto, la conservación adecuada y fresca del producto, saliendo directamente de la empresa productora hacia las manos del consumidor final, de esta manera la empresa se ahorrará en alquiler de locales para su venta directa.

Mantener al producto con los estándares de calidad de acuerdo a los gustos y preferencias de los consumidores.

Precio

Es el valor monetario que se le asigna al producto al momento de ofrecerlos a los consumidores. Algunas estrategias que se pudo diseñar, relacionadas al precio son:

- Lanzar al mercado el producto con un precio bajo, para que, de ese modo, se pueda lograr una rápida penetración, una rápida acogida, o poderlo hacer rápidamente conocido.
- Lanzar al mercado un nuevo producto con un precio moderado, para que, de ese modo, se pueda aprovechar las compras hechas como producto de


la novedad.

Cabe indicar que la competencia ofrece el producto a un precio de 0,10 centavos.

Publicidad

- Es una técnica de comunicación comercial que intenta fomentar el consumo del producto a través de los diferentes medios de comunicación.
- Realizar cuñas publicitarias en la radio por un tiempo de un año en el horario de alta sintonía con el fin de que la población conozca el producto.

Gráfico N° 21



PANADERÍA

Si deseas degustar de un pan de suelo en horno de barro lo encontraras en la panadería "La receta de doña Lolita" La cual ofrece un producto al buen gusto de su paladar

La empresa se encontrara ubicada en las calles: 12 de Diciembre y García Moreno. Esquina

*El mejor pan
El mejor sabor*

*Contactos: Celular.
Claro: 0939071730*

LO QUE TU PALADAR QUIERE PROBAR

ESTUDIO TÉCNICO

Tiene como objetivo determinar la función óptima de la producción, utilización, distribución de los recursos necesarios, el tamaño y localización óptima de la planta, ingeniería del proceso e inversiones durante la vida útil del proyecto, con la finalidad de establecer las condiciones ideales que permitan que la nueva unidad productiva sea más eficiente.

El estudio técnico analizará la posibilidad de producir un producto en condiciones de tamaño, localización de la unidad productiva, costos y gastos, todos ellos, en lo más óptimo posible.

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El presente proyecto está estimado para una producción de cinco años. El tamaño de la producción que se pretende realizar para su ejecución, está relacionado con la capacidad instalada de la Planta, esperándose ir aumentando la producción con el pasar del tiempo.

Capacidad Instalada: El factor determinante para la empresa es el horno que tendrá una capacidad de 5 latas en cada bandeja entran 10 panes, dando un total de 50 panes por cada proceso productivo.

En el día se puede realizar 24 procesos el cual se realizaran 12 en la mañana y 12 en la tarde (35 minutos cada uno) y esto multiplicado por 50 panes da un total de 1.200 panes diarios; a este resultado se lo multiplica por los 312 días laborables al año dando un total de elaboración de 374.400 panes al año.

Nota: La empresa trabajara 5 días a la semana (miércoles a domingo) tomando en cuenta que en estos días existe mayor demanda de este producto.

Cuadro N° 26

Capac. del horno	N° horno	Producción por cada proceso	Procesos productivos en el día	Producción anual (312 días laborables)
5 bandejas	1 horno para la elaboración del pan	50 panes	24 procesos	374.400 panes

Fuente: capacidad de producción.

Elaboración: La Autora

Participación en el Mercado

Cuadro N° 27

Años	Demanda Insatisfecha	capacidad instalada	% participación
1	1.904.936	374.400	19,65
2	1.926.653	374.400	19,43
3	1.948.617	374.400	19,21
4	1.970.831	374.400	19,00
5	1.993.298	374.400	18,78

Elaboración: La Autora

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

El horno cuenta con 5 latas para cada proceso productivo, se hornera 10 panes en cada lata, se trabajara los 260 días laborables del año de acuerdo a Ley, realizando 24 procesos productivos al día cada uno de estos procesos tiene una duración de 35 minutos. Se procesará 1.200 panes diarios esto multiplicado por 260 días al año se obtiene un total de 312.000 panes al año.

Cuadro N° 28

N° Producc. Diarias	Capac. del horno con lo que se trabajara	N° Hornos	Producción por proceso	Producción diaria	Producción anual (260 días al año)
24	5 bandejas (10 panes)	1horno para pan	50 panes	1.200 panes	312.000 panes

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 29
Porcentaje de Capacidad Utilizada del Pan

Año	Capacidad Instalada	Porcentaje	Capacidad utilizada
1	374.400	83,33%	312.000
2	374.400	86,33%	323.220
3	374.400	89,33%	334.452
4	374.400	92,33%	345.684
5	374.400	95,33%	356.916

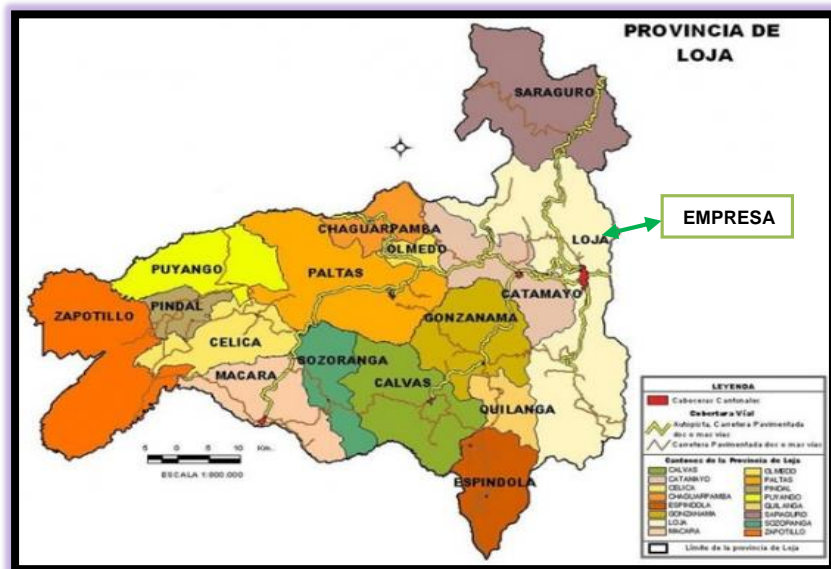
Elaboración: La Autora

LOCALIZACIÓN

Tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional. Para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.

La empresa se encontrará ubicada en la Provincia de Loja.

Grafico N° 22
MAPA DE LA PROVINCIA DE LOJA



La implementación de la empresa será en el cantón Celica

Las características principales de la Ciudad son:

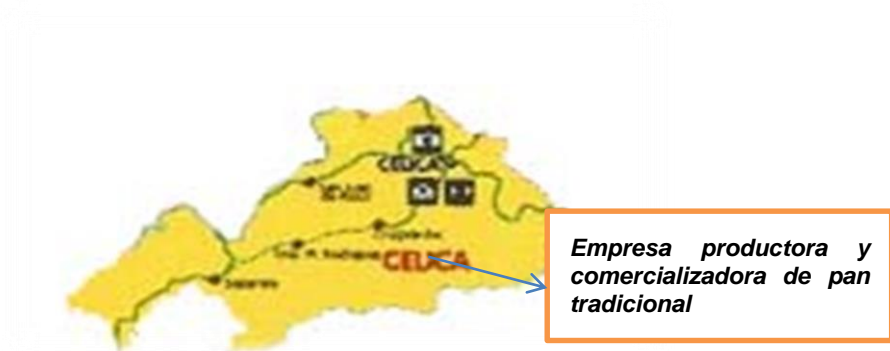
- **Superficie:** 517.8 Km².
- **Población:** 14468 habitantes.
- **Clima:** frío, lluvioso, templado húmedo y cálido seco.
- **Altitud:** 1970m. Sobre el nivel del mar.

El cantón Celica está ubicado hacia el Sur – occidente de la provincia de Loja

Los límites de la ciudad son:

- Al Norte con Pindal, Puyango, Paltas.
- Al Sur Macará.
- Al Este con Sozoranga
- Al Oeste con Zapotillo

Gráfico N° 23



Micro localización

La empresa estará ubicada en el cantón Celica en las calles avenida 12 de diciembre y García Moreno

Gráfico N° 24



Elaboración: La Autora

FACTORES LOCALIZACIONALES

Existen algunos factores que determinan la localización de una planta para la elaboración de un determinado producto, y que generalmente se denominan factores localizaciones, entre los que podemos mencionar: materia prima, terreno, mercado, vías de comunicación, disponibilidad de mano de obra, transporte, servicios básicos como luz, agua, teléfono, etc.

MEDIOS Y COSTO DE TRANSPORTE

Con el crecimiento acelerado de las ciudades, se ha incrementado las vías, carreteras y vehículos de transporte que permiten que los habitantes puedan trasladarse. Por esta razón se puede llegar con facilidad y sin demora a los posibles clientes de la nueva unidad productiva.

En lo que se refiere a los proveedores, están ubicados en el centro de la ciudad, a poca distancia de la planta, lo que puede ser considerado como una ventaja, debido al tiempo que se emplea en la adquisición de la materia prima e insumos.

FACTORES AMBIENTALES

El proyecto que se desea implementar se encuentra ubicado dentro de la clasificación de proyectos como Neutro, es decir, es un proyecto que no afecta al medio ambiente, puesto que los desechos son incorporados como materia prima al suelo, sin poner en riesgo el entorno en el cual se desarrollará la nueva empresa, evitando y minimizando los impactos que pueden resultar de la ejecución de éste tipo de proyecto.

Los factores principales de localización son los servicios básicos, el lugar cuenta con: agua, luz, teléfono, internet, lo que permitirá elaborar un producto con todas las condiciones técnicas de calidad.

- La ciudad cuenta con una gran cantidad de mano de obra calificada, ya sea esta directa e indirecta.
- La localización determinará la cercanía de la empresa con las instituciones del sector financiero, el servicio de rentas internas, el ilustre municipio de Celica. Facilitando así cualquier trámite que se requiera.
- El transporte es un factor esencial para que los trabajadores de la empresa tengan acceso con facilidad, también para que la materia prima sea recibida a tiempo por la empresa, así mismo para que la empresa transporte y distribuya el producto a los minoristas.
- Los factores que determinan la ubicación de la empresa en la ciudad son las condiciones de vida de la población, el clima, la topografía, las facilidades de redes de comunicación, la infraestructura de salud con la que cuenta. Con estos factores podemos crear sistemas de educación para la mano de obra, elaboraremos estrategias de distribución para así poder satisfacer al mercado.

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. Cabe indicar que el horno contara con un espacio muy amplio con el fin de que entren las latas del respectivo producto.

El horno tendrá una medida de 100 x 150 m.

Gráfico N° 25



Espátula de Madera

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

Gráfico N° 26



Mesa de Trabajo

Sirve para poder realizar el amasado para la elaboración del pan.

Gráfico N° 27



Carro Enfriador

Se lo utilizará para poder colocar el pan luego de retirarlo del horno esperando a que se enfríe y poder ponerlo en la vitrina para su venta respectiva.

Gráfico N° 28



Vitrinas: La misma que sirve para colocar el pan.

Gráfico N° 29

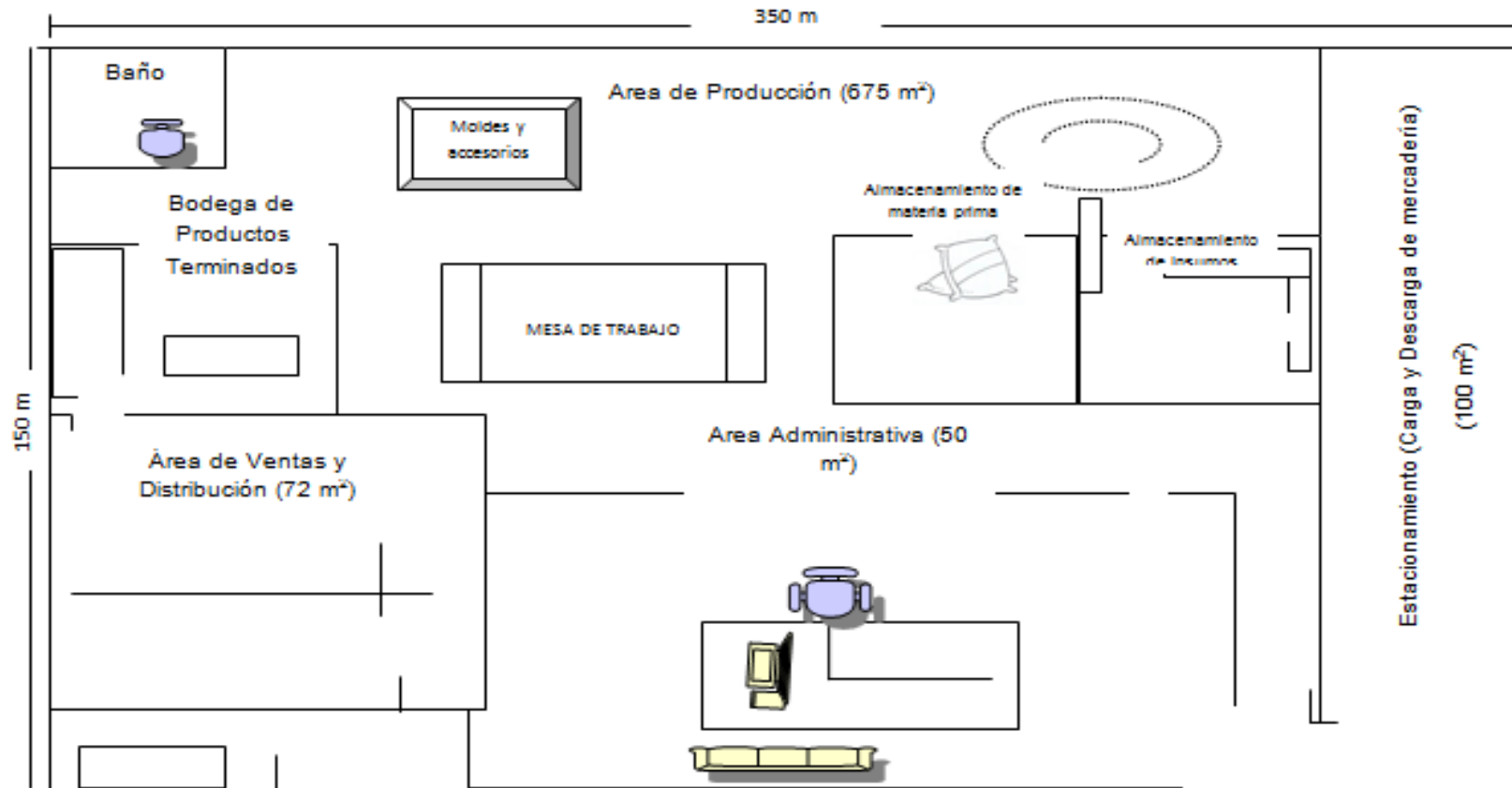


Latas: tendrán una medida de 50 de largo y 30 de ancho. En cada una de ellas entraran 10 panes.

Gráfico N° 30



DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA Gráfico N°31



Elaboración: La Autora

PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL PAN

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 en refrigerador.

Mezcla

Se coloca 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. Si usas levadura fresca, deja reposar unos **20 minutos** la mezcla de levadura con el agua, hasta que forme burbujas en la superficie.

Amasado y refinado.

Pasa a la mesa en harina y amasa a fondo durante **15 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.

Gráfico N° 32



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

Gráfico N° 33



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**

Gráfico N° 34



Calentado 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 35 minutos.**

Enlatado

Se procede a colocar el pan en las latas un tiempo de **10 minutos**

Horneado

Se realiza la respectiva horneada del pan con un tiempo de **10 minutos**

Enfriado

Una vez horneado se deja enfriar el pan esto requiere un tiempo de **5 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 **3 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 **5 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 y a colocar los panes a hornear.

Horneado.

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

Gráfico N° 35



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.

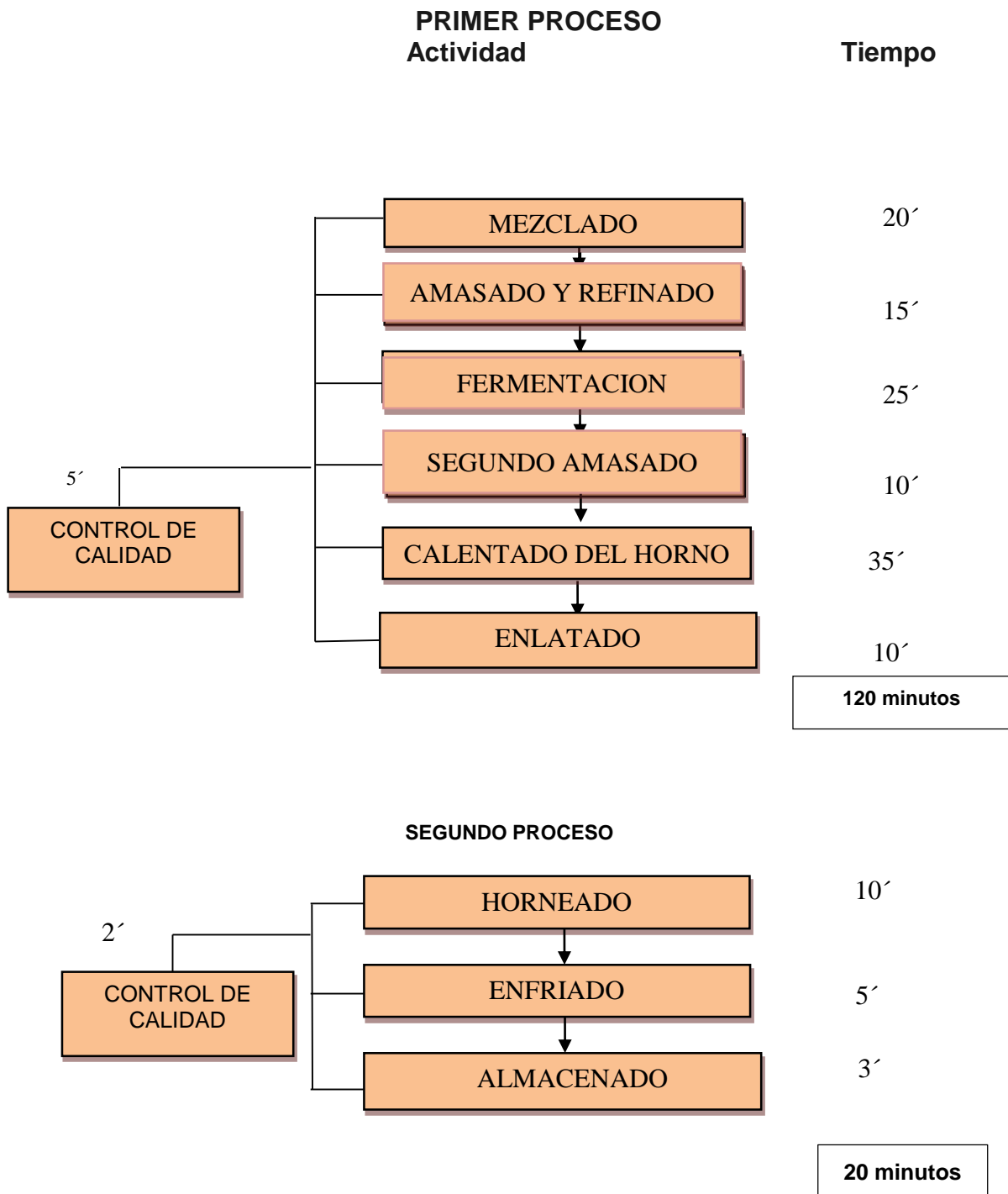
Gráfico N° 36



Almacenamiento.

Se procede a almacenar el producto terminado.

DIAGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL PAN PARA EL DÍA (1.200)



Para la elaboración del proceso productivo se necesitara 2 procesos el primero de 2 horas para la elaboración de todo el proceso productivo y el segundo de 20 minutos para lo que es horneado enfriado y almacenado del producto terminado.

DIAGRAMA DEL PROCESO DE RECORRIDO DE LA PREPARACIÓN DE LOS MATERIALES PARA DÍA (1.200 PANES)

FASES	OPERACIÓN	TRANSPORTE	INSPECCIÓN	INSPECCIÓN Y OPERACIÓN	ALMACENAMIENTO	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO (ACTIVIDADES)	TIEMPO (MINUTOS)
	○	→	□	D	▽		
1	●					MESCLADO	20´
2	●					AMASADO Y REFINADO	15´
3	●			●		FERMENTACIÓN	25´
4	●					SEGUNDO AMASADO	10´
5	●					CALENTADO DEL HORNO	35´
6	●					ENLATADO	10´
7	●					CONTROL DE CALIDAD	5´
						120	
SEGUNDO PROCESO							
1	●					HORNEADO	10´
2				●		ENFRIADO	5´
3					▽	ALMACENADO	2´
4			□			CONTROL DE CALIDAD	3´
TOTAL						Totales	20´

Fuente: Proceso Productivo
 Elaboración: La Autora

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

Es la forma en que se organizan las actividades de la empresa, los puestos y jerarquías, también nos permite determinar las funciones de cada uno de los involucrados dentro de la empresa.

a. Base Legal

Para la constitución de la empresa se tomara en cuenta la base legal pertinente bajo la ley de empresas Unipersonales de responsabilidad Limitada.

b. ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Minuta de constitución de la empresa productora y comercializadora de pan tradicional "*La Receta de Doña Lolita*". E. U. R. .L.

En la ciudad de Celica a los **21 días del mes de Mayo del 2015** la suscrita **Patricia Yanina Malla Moreno** mayor de edad, identificada con el número de cedula de ciudadanía numero 1105180242 expedida en Loja domiciliada en esta ciudad y residenciada en Loja quien para todos los efectos se denominara el constituyente o empresario, mediante el presente escrito manifestó mi voluntad de constituir una empresa unipersonal, que se regulara conforme lo establecido en la ley y en los siguientes estatutos.

ART. 1°. RAZÓN SOCIAL: La razón social de la empresa es "*La Receta de Doña Lolita*". E. U. R. .L.

ART.2°. DOMICILIO: Se encontrara ubicada en el cantón Celica en las calles **12 de Diciembre y García Moreno.**

ART. 3°. OBJETO: La empresa tendrá por objeto, el desarrollo de las siguientes actividades **Producción y comercialización de pan de suelo.**

ART. 4°. DURACIÓN: La empresa durara por el término de **cinco años** contados desde la fecha del presente documento.

ART. 5°.CAPITAL: El capital de la sociedad es de 6.990,17 dólares americanos.

ART. 6°.RESPONSABILIDAD: La responsabilidad del suscrito, en calidad de constituyente de la empresa, se circunscribe al monto de los aportes que conforma el capital de la misma, sin perjuicio de que este posteriormente sea aumentado con el arreglo a las normas vigentes.

ART. 7. CESIÓN DE CUOTAS: Las cuotas en que se representa el capital de la empresa, podrán ser cedidas total o parcialmente, en cuyo caso dicha cesión deberá constar por escrito con anotación en el respectivo registro mercantil.

ART. 8. ADMINISTRACIÓN: La administración de la empresa estará encabezada de un gerente, de libre nombramiento por parte del constituyente. El gerente tendrá un periodo de cinco años sin perjuicio de que pueda ser reelegido infinitivamente o removido en cualquier tiempo.

ART. 9. FACULTADES DEL GERENTE: El gerente es el representate legal de la empresa, con facultades por lo tanto, para ejecutar todos los actos y contratos acorde con la naturaleza de su encargo y que se relacionen directamente con el giro ordinario de los negocios de la empresa. 1. Usar de la firma o razón social. 2. Designar a los empleados que requiera el normal funcionamiento de la compañía y enseñarles su remuneración. 3. Rendir cuentas de su gestión al constituyente, en la forma establecida en el artículo decimo. 4. Constituir el apoderado judicial necesario para la defensa del interés social.

ART. 10.RENDICIÓN DE CUENTAS: El gerente deberá rendir a las constituyentes cuentas comprobadas de su gestión al final de cada ejercicio, dentro del mes de la fecha en la cual se retire de su cargo y en cualquier momento en que el constituyente las exija. Para tal efecto, presentara los estados financieros que fueren pertinentes, junto con un informe de gestión.

Las cuentas anuales de fin del ejercicio deberán presentarse antes del 1 de mayo de cada año.

ART.11. DESIGNACIÓN: Se nombrara como gerente a la **Sta. Patricia Yanina Malla Moreno**, mayor de edad y con domicilio en esta ciudad, identificada con la cedula de ciudadanía número **1105180242**. Expedida en la ciudad de Celica quien ejercerá sus funciones y ostentara el cargo hasta cuando se designe y efectué el registro correspondiente de cual quiere nuevo nombramiento.

ART.12. RESERVA LEGAL: La empresa formara una reserva legal con el 10% de las utilidades liquidadas de cada ejercicio, hasta completar el 50% del capital.

En caso de que este último porcentaje disminuyere por cualquier causa, la empresa deberá seguir aportando el mismo 10% de las utilidades liquidas de los ejercicios siguientes hasta cuando la reserva legal alcance nuevamente el límite fijado

ART.12.CASUALES DE DISOLUCIÓN: La empresa se disolverá por las siguientes casuales. 1 por voluntad del constituyente. 2 por el vencimiento del término previsto a menos que fuera prorrogado mediante documento inscrito en el registro mercantil antes de su expiración. 3 por muerte del constituyente. 4 por imposibilidad de desarrollar actividades previstas.5 por orden de autoridad

competente. 6 por pérdidas que reduzca el patrimonio de la empresa en más del cincuenta por ciento. 7 por la iniciación del trámite de obligación obligatoria

ART. 13. LIQUIDACIÓN: Disuelta la empresa se procederá de inmediato a su liquidación, en la forma indicada por la ley, en consecuencia no podrá indicar nuevas operaciones en desarrollo de su objeto y conservara y capacidad jurídica únicamente para los actos necesarios a la liquidación. El nombre la empresa una vez disuelta, se adicionara con la expresión “en liquidación”. Su omisión hará incurrir a los encargados de adelantar el proceso de liquidación en. PRIMERO. En los casos previstos en el código de Comercio, podrá evitarse la disolución de la sociedad adoptando las modificaciones que sean del caso según la casual ocurrida, siempre y cuando se efectuó dentro de los seis (6) meses siguientes a la concurrencia de la casual. SEGUNDO. La liquidación del patrimonio podrá hacerse por el empresario o por un liquidador o varios liquidadores nombrados por el. El nombramiento se inscribirá en el registro público de comercio sobre el particular se seguirán las reglas previstas para la liquidación de las sociedades de responsabilidad limitada.

Firma

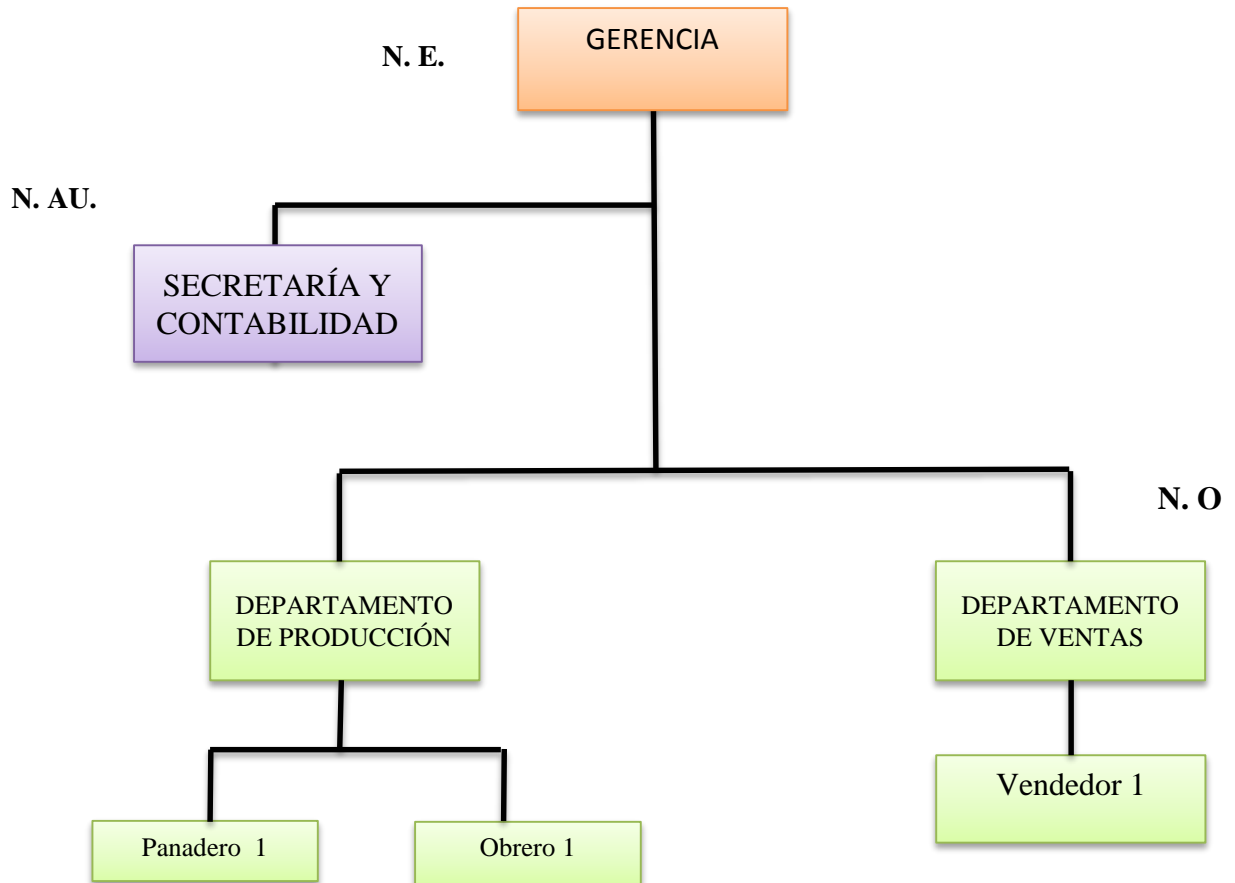
Patricia Yanina Malla Moreno

C.I. 1105180242

NIVELES JERÁRQUICOS

- **Nivel Ejecutivo:** es el segundo nivel de autoridad y lo ocupa un gerente, en este caso será la dueña de la empresa, se encargará de planificar, dirigir y controlar las actividades de la misma.
- **Nivel Auxiliar:** Lo constituye la secretaria contadora, ya que coordinará actividades con los demás niveles y será apoyo al nivel ejecutivo.
- **Nivel Operativo:** Está integrado por los obreros de la empresa y jefe de ventas, este nivel es la última escala de la organización. Donde los primeros (operarios) están encargados de proveer a la empresa de producto listo para su comercialización y el segundo (ventas) de establecer planes de marketing para ubicar, comercializar y posicionarse en el mercado con el producto.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA

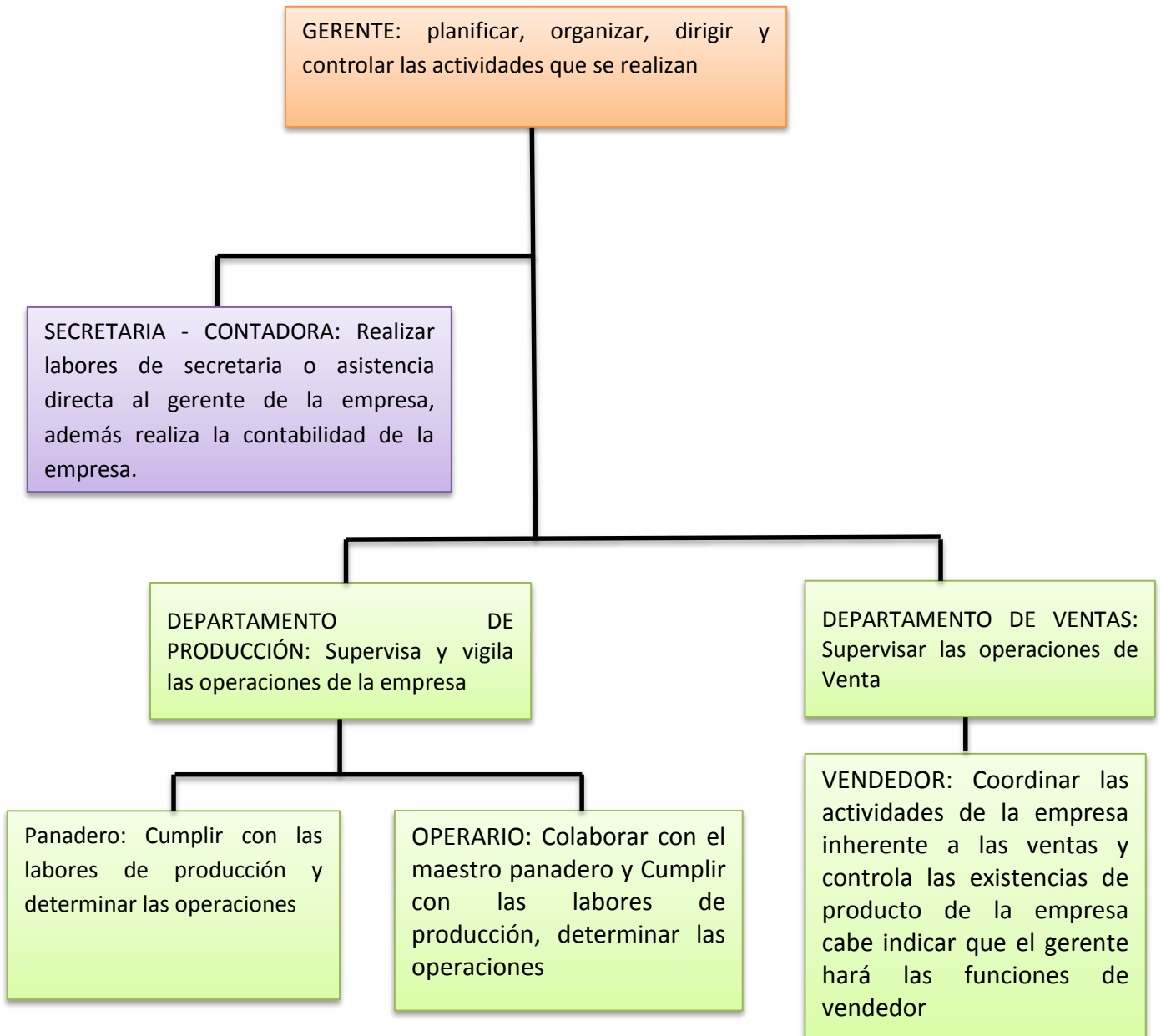


** Nivel Ejecutivo

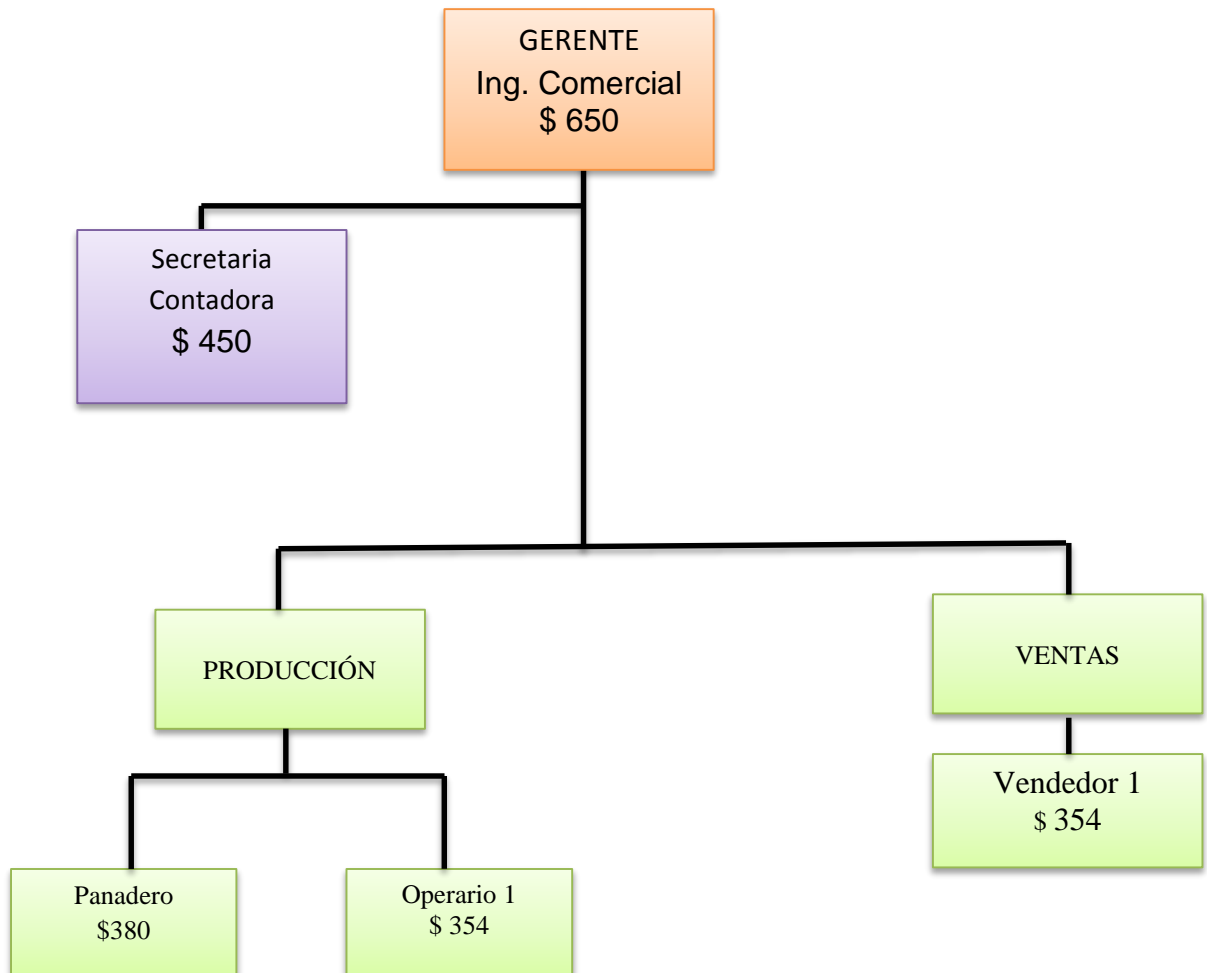
** Nivel Auxiliar

*** Nivel Operativo


ORGANIGRAMA FUNCIONAL





ORGANIGRAMA POSICIONAL





MANUAL DE FUNCIONES

<p>Código N° 0.1</p>	
<p>Nivel Jerárquico</p>	<p>Ejecutivo</p>
<p>Título del puesto:</p>	<p>Gerente</p>
<p>Superior inmediato:</p>	<p>Junta General de Accionistas</p>
<p>Naturaleza del trabajo:</p>	<p>Planifica, organiza, dirige y controla las actividades que se realizan en la empresa.</p>
<p>FUNCIONES PRINCIPALES</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Planificar los objetivos de la empresa a corto y largo plazo. • Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos. • Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta. • El gerente realiza la función de vendedor manifestando que es una empresa pequeña no se requiere de mucho personal. 	
<p>Característica del Puesto</p>	<p>Supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando, así como de la empresa en general.</p>
<p>Requisitos</p>	
<p>Título: Ingeniero comercial.</p>	
<p>Experiencia: Mínima 3 años en cargos similares.</p>	

<p>Código: 2</p>	
<p>Nivel Jerárquico</p>	<p>Auxiliar</p>
<p>Título del puesto:</p>	<p>Secretaria – Contadora</p>
<p>Naturaleza del trabajo:</p>	<p>Realiza labores de secretaría o asistencia directa al gerente de la empresa.</p>
<p>FUNCIONES PRINCIPALES</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Apoyar a la dirección de la empresa. • Coordinador entre la dirección y todo personal de la empresa todos los comunicados memorándums que se realiza en la secretaria. • Manejar la caja chica. • Recibir y tramitar la correspondencia • Atender al público en general 	
<p>Características de clases</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Requiere de gran eficiencia, responsabilidad y discreción en el desarrollo de sus funciones. • Establecer buenas relaciones interpersonales con el personal del banco y público en general.
<p>Requisitos</p>	
<p>Título: Licenciada en Secretariado ejecutivo. Experiencia: 2 años en cargos similares. Cursos de relaciones humanas, computación, contabilidad, redacción y ortografía</p>	

<p>Código: 3</p>	
<p>Nivel Jerárquico</p>	<p>Operativo</p>
<p>Título del puesto:</p>	<p>Jefe de Producción</p>
<p>Naturaleza del trabajo:</p>	<p>Supervisa y vigila las operaciones</p>
<p>FUNCIONES PRINCIPALES</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Supervisar y controlar las actividades diarias de los departamentos. • Elaborar y hacer ejecutar los programas planteados. • Supervisar la entrega la entrega y recepción de implementos de su departamento. • Controlar el buen uso de los equipos. • Realizar un correcto control de calidad del producto. 	
<p>Característica del puesto</p>	<p>La responsabilidad de supervisar y controlar la existencia de equipos y el cuidado de los mismos.</p>
<p>Requisitos</p>	
<p>Título: Ingeniero Comercial Experiencia: Mínima 3 años en cargos similares. Cursos de Liderazgo, Relaciones Humanas, Producción</p>	

Código: 4	
Nivel Jerárquico	Operativo
Título del puesto:	Panadero
Naturaleza del trabajo:	Se encarga de la producción del pan desde su elaboración hasta el almacenaje para su posterior comercialización.
FUNCIONES PRINCIPALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Es el responsable de los materiales y herramientas que se empleen en la ejecución de las actividades. • Informa de todas las actividades realizadas y de los inconvenientes encontrados a su inmediato superior. 	
Característica del Puesto	Requiere de iniciativa y buena disposición en las tareas asignadas.
Requisitos	
Título: Bachiller Experiencia en panadería y pastelería	

Código: 5	
Nivel Jerárquico	Operativo
Título del puesto:	Obrero
Naturaleza del trabajo:	Coordina las actividades de la empresa inherentes a la producción de la empresa.
FUNCIONES PRINCIPALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Atiende, registra y controla las necesidades de producción • Mantener en total control de calidad la producción. • Establecer parámetros en horarios de producción con el fin de mejorar el ritmo planificado. • Ayuda al maestro panadero realizar la producción 	
Característica del Puesto	Requiere de responsabilidad y conocimientos sobre la elaboración de pan.
Requisitos	
Título: Bachiller Experiencia: Mínima 2 años en cargos similares. Cursos de Liderazgo, Relaciones Humanas, Producción	

ESTUDIO FINANCIERO

Para la realización del estudio financiero de la empresa se toma en cuenta los activos tanto fijos, variables y diferidos que se utilizara para la implementación de la empresa.

INVERSIONES

Acto mediante el cual se usan ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo. La inversión se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio, con el objetivo de incrementarlo.

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 el mismo que tiene un costo de \$300.

**Horno de Barro
Cuadro N° 30**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Horno de Barro	1	300	300,00
Total			300,00

Fuente: Distribuidora

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.

**Cuadro N° 31
Maquinaria y Equipo**

Descripción	Unidad	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Batidora semi industrial Marca Hamilton Beach	Unidad	1	180,00	180,00
Mesa de trabajo	Unidad	1	150,00	150,00
Carro de varillas	Unidad	2	32,00	64,00
Vitrinas	Unidad	2	126,00	252,00
Total				646,00

Fuente: Hnos. Ochoa

Elaboración: La Autora

Herramientas para la producción del Pan: Serán utilizadas para la elaboración del pan, sirven como utensilios de cocina.

**Cuadro N° 32
Herramientas**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Espátula	1	2,5	2,50
Fuentes (Latas)	55	2,5	137,50
Charoles	4	2	8,00
Bandejas plásticas	3	2	6,00
Accesorio de cocina	1	23	23,00
Total			177,00

Fuente: Almacenes del Cantón Celica

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.

**Cuadro N° 33
Muebles y Enseres**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio	2	120	240,00
Silla giratoria	2	45	90,00
Sillas Plásticas	1	125	125,00
Basureros	2	8	16,00
Total			471,00

Fuente: Almacén María

Elaboración: La Autora

Equipo de Oficina: Para las actividades administrativas y operativas de la empresa se ha planificado la compra de equipo de oficina.

**Cuadro N° 34
Equipo de Oficina**

Descripción	Unidad	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Sumadora	Unidad	1	45,00	45,00
Perforadora	Unidad	1	8,00	8,00
Grapadora	Unidad	1	8,00	8,00
Teléfono	Unidad	1	45,00	45,00
Total				106,00

Fuente: Almacén María

Elaboración: La Autora

Equipos de Computación: Son los equipos de computación para la realización de las actividades administrativas de la empresa.

**Cuadro N° 35
Equipos de Computación**

Descripción	Unidad	Cantidad	V. Unitario	Total
Computadora con Impresora HP	Unidad	2	1200	2400,00
Total				2400,00

Fuente: Almacén María

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 del producto.

**Cuadro N° 36
Equipo de Seguridad e Higiene**

Descripción	Unidad	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Mandiles	Unidad	3	10	30,00
Gorras de plástico	Unidad	3	2,00	6,00
Guantes	Unidad	3	3,00	9,00
TOTAL			15,00	45,00

Fuente: Casas Comerciales

Elaboración: La Autora

**Cuadro N° 37
RESUMEN DE DEPRECIACIONES**

Descripción	Valor	% Depreciación	Depreciación Anual	Vida Útil	Valor Residual
Construcción del Horno	300,00	10,00%	27,00	10	30,00
Equipo Y Maquinaria	646,00	10,00%	58,14	10	64,60
Equipo de Oficina	106,00	10,00%	9,54	10	10,60
Equipo de Computación	2400,00	33,33%	533,36	3	799,92
Herramientas	49,50	10,00%	4,46	10	4,95
Muebles y Enseres	471,00	10,00%	42,39	10	47,10
Total			674,89		957,17

Fuente: Cuadro N° 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36

Elaboración: La Autora

Fórmula para determinar la depresión:

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

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

$$Vr = Va \frac{10\%}{10 \text{ años}}$$

$$Dp = \frac{300 - 30}{10 \text{ años}} = 27$$

**Cuadro N° 38
Resumen de Activos Fijos**

ACTIVOS	V. TOTAL
Construcción del Horno	300,00
Maquinaria y Equipo	646,00
Herramientas	177,00
Muebles y enseres	471,00
Equipo de Oficina	106,00
Equipos de seguridad e higiene	45,00
TOTAL	1.745,00

Elaboración: La Autora

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.

Gastos de Constitución

Es el gasto que toda la empresa debe establecer en forma legal.

Cuadro N° 39
Gastos de Constitución

Conceptos	Valor Total
Constitución de la empresa	340,00
Patentes y registro de marca	420,00
Permiso de funcionamiento	150,00
Línea telefónica	60,00
Total	970,00

Fuente: Investigación en Entidades Públicas
Elaboración: La Autora

Cuadro N° 40
AMORTIZACIÓN DEL ACTIVO DIFERIDO

Descripción	Vida Útil	Valor Activo	Valor Amortizado Anual
Activos Diferidos	5	970	194

Fuente: Cuadro N° 39
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.

Materia Prima Directa: Son todos los componentes básicos para la obtención del producto terminado.

Cuadro N° 41
Materia Prima Directa

Descripción	Unidad	Cantidad mensual	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Harina	Quintal	52	40	2.080,00	24.960,00
Total				2.080,00	24.960,00

Fuente: Distribuidora Alvarito del Cantón Celica

Elaboración: La Autora

Proyección de la Materia Prima Directa: Se realiza la proyección de los valores para los 5 años con el 3,67% que es la tasa de inflación del año 2014.

Cuadro N° 42
Proyección de la Materia Prima Directa

Años	Valor Total
1	24960,00
2	25876,03
3	26825,68
4	27810,18
5	28830,82

Fuente: Tasa de Inflación 2014 (3,67%)

Elaboración: La Autora

Mano de Obra Directa: Son las personas que realizan el producto y también serán las encargadas de comercializar.

Cuadro N° 43
Mano de Obra Directa

Especificaciones	Valor
Sueldo Básico	354,00
Décimo Tercero (S.B./12)	29,50
Décimo Cuarto (S.B./12)	29,50
Vacaciones (S.B./24)	14,75
Aporte Patronal IEES (12,15%)	43,01
Total Remuneración (I-E)	470,76
N° Obreros	2
Total Mensual	941,52
Total Anual	11.298,26

Fuente: Ministerio de Trabajo y Empleo
Elaboración: La Autora

Proyección de la Mano de Obra Directa: Se realiza la proyección de los valores para los 5 años con el 3% de acuerdo a las políticas salariales.

Nota: Se necesitara 2 persona para la elaboración de la producción y también se encarga de la venta del producto.

Cuadro N° 44
Proyección de la Mano de Obra Directa

Años	Valor Total
1	11.298,26
2	11.332,16
3	11.366,16
4	11.400,25
5	11.434,45

Fuente: Tasa de Inflación 2014 (3%)
Elaboración: La Autora

Materia Prima Indirecta: La materia prima indirecta es aquella que no interviene directamente en el proceso productivo.

Cuadro N° 45
Materia Prima Indirecta

Descripción	Unidad	Cantidad Mensual	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Manteca Vegetal	Libras	173	0,5	86,50	1.038,00
Mantequilla	Libras	173	1,25	216,25	2.595,00
Huevos	Unidades	1200,0	0,12	144	1.728,00
Levadura	Libras	10,00	0,45	4,50	54,00
Sal	Libras	13	0,3	3,9	46,80
Azúcar	Libras	160	0,45	72,00	864,00
Fundas	Cientos	75	0,75	56,25	675,00
Total				583,40	7.000,80

Fuente: Comercializadora Alvarito

Elaboración: La Autora

Proyección de la Materia Prima Indirecta: Se realiza la proyección de los valores para los 5 años con el 3,67% que es la tasa de inflación del año 2014.

Cuadro N° 46
Proyección de la Materia Prima Indirecta

Años	Valor Total
1	7.000,80
2	7.257,73
3	7.524,09
4	7.800,22
5	8.086,49

Fuente: Tasa de Inflación 2014 (3,67%)

Elaboración: La Autora

Costos Generales de Fabricación: Dentro de los costos generales de fabricación se tiene a la leña y gasolina que se necesita para poder calentar el horno.

Cuadro N° 47
Costos Generales de Fabricación

Descripción	Unidad	Cantidad	Unitario	Valor Mensual	V. Total
Leña	1 Pila	1	12	12,00	144,00
Gasolina	Galones	1	2,5	2,50	30,00
Total				14,50	174,00

Fuente: Carpintería Patricio

Elaboración: La Autora

Proyección de Costos Generales de Fabricación: Se realiza la proyección de los valores para los 5 años con el 3,67% que es la tasa de inflación del año 2014.

Cuadro N° 48
Proyección de Costos Generales de Fabricación

Años	Valor Total
1	174,00
2	180,39
3	187,01
4	193,87
5	200,98

Fuente: Tasa de Inflación 2014 (3,67%)

Elaboración: La Autora

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

Cuadro N° 49
Servicios Básicos

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	valor Mensual	V. Total
Agua	m3	35	0,096	3,36	40,32
Energía Eléctrica	k/h	40	0,12	4,8	57,6
Teléfono	m/h	20	0,08	1,6	19,2
Total				9,76	117,12

Fuente: Municipio, EERSSA, CNT.

Elaboración: La Autora

Proyección de Servicios Básicos: Se realiza la proyección de los valores para los 5 años con el 3,67% que es la tasa de inflación del año 2014.

Cuadro N° 50
Proyección de Servicios Básicos

Años	Valor Total
1	117,12
2	121,42
3	125,87
4	130,49
5	135,28

Fuente: Tasa de Inflación 2014 (3,67%)

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° 51
Sueldos Administrativos

Especificaciones	Gerente	Secretaria-Contadora
Sueldo Básico	650,00	450,00
Décimo Tercero (S.B./12)	54,17	37,50
Décimo Cuarto (S.B./12)	28,33	28,33
Vacaciones (S.B./24)	27,08	18,75
Aporte Patronal IEES (12,15%)	78,98	54,68
Total Remuneración (I-E)	838,56	589,26
TOTAL ANUAL	10062,70	7.071,10
TOTAL		17.133,80

Fuente: Ministerio de Trabajo y Empleo

Elaborado por: La Autora

Proyección de Sueldos de Administración

Se realizó la proyección de los valores para los 5 años con el 3% de acuerdo a políticas establecidas en los sueldos.

Cuadro N° 52
Sueldo Administrativo

Años	Valor Total
1	17.133,80
2	17.185,20
3	17.236,76
4	17.288,47
5	17.340,33

Fuente: Tasa de Inflación 2014 (3%)
Elaboración: La Autora

Arriendo: Para la implementación e instalación de la empresa se arrendara un local el mismo que tendrá un costo de \$300 dólares mensuales.

Cuadro N° 53
Arriendo

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Arriendo del local	280,00	3.360
Total	280,00	3.360,

Fuente: Locales de la ciudad
Elaboración: La Autora

Proyección del Arriendo

Se realiza la proyección de los valores para los 5 años con el 3,67% que es la tasa de inflación del año 2014.

Cuadro N° 54
Arriendo

Años	Valor Total
1	3.360,00
2	3.483,31
3	3.611,15
4	3.743,68
5	3.881,07

Fuente: Tasa de Inflación 2014 (3,67%)
Elaboración: La Autora

Suministros de Oficina: Son los materiales de oficina utilizados por los administrativos.

Cuadro N° 55
Suministros de Oficina

Especificación	Unidad	Cant .	V. Unit.	V. Total	V. Anual
Carpetas de Archivo	Unidad	4	12,00	48,00	576,00
Esferográficos	Docena	1	2,00	2,00	24,00
Resma de hojas	Unidad	2	3,75	7,50	90,00
Tinta de impresora (4 veces en el año)	cartucho	2	5,00	10,00	40,00
Total				67,50	730,00

Fuente: Librería M&M

Elaboración: La Autora

Proyección de Suministros de Oficina

Se realiza la proyección de los valores para los 5 años con el 3,67% que es la tasa de inflación del año 2014.

Cuadro N° 56
Suministros de Oficina

Años	Valor Total
1	730,00
2	756,79
3	784,57
4	813,36
5	843,21

Fuente: Tasa de Inflación 2014 (3,67%)

Elaboración: La Autora

Útiles de Aseo y Limpieza: Son los materiales y utensilios para el aseo de la empresa en general.

Cuadro N° 57
Útiles de Aseo y Limpieza

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Escobas	Unidad	2	3	6	72,00
Trapeadores	Unidad	2	2,50	5	60,00
Detergente multiuso	Fundas	2	3,00	6	72,00
Papel Higiénico	Paca	3	4,50	13,50	162,00
Toalla	Unidad	3	1,50	4,50	54,00
Guantes	Pares	4	2,50	10	120,00
Desinfectante	Galón	2	4,50	9	108,00
Recogedor de basura	Unidad	1	1,50	1,50	18,00
Total				55,50	666,00

Fuente: Centro Comercial de la ciudad

Elaboración: La Autora

Proyección de Útiles de Aseo y Limpieza

Se realiza la proyección de los valores para los 5 años con el 3,67% que es la tasa de inflación del año 2014.

Cuadro N° 58
Útiles de Aseo y Limpieza

Años	Valor Total
1	666,00
2	690,44
3	715,78
4	742,05
5	769,28

Fuente: Tasa de Inflación 2014 (3,67%)

Elaboración: La Autora

Publicidad: Es el medio por el cual la empresa dará a conocer su producto, en el cuál se utilizarán cuñas radiales.

Cuadro N° 59
Publicidad

Publicidad	Factor	Cantidad	Precio	V. Mensual	V. Anual
Radio (6 meses)	Cuñas	30	1	30,00	180,00
Total				30,00	180,00

Fuente: Presupuesto Publicitario radio Integración 103.3 FM
Elaboración: La Autora

Proyección de Publicidad

Se realiza la proyección de los valores para los 5 años con el 3,67% que es la tasa de inflación del año 2014.

Cuadro N° 60
Publicidad

Años	V. Total
1	180,00
2	186,61
3	193,45
4	200,55
5	207,91

Fuente: Tasa de Inflación 2014 (3,67%)
Elaboración: La Autora

Mantenimiento de Maquinaria y Equipo: Se requiere de este presupuesto para el respectivo mantenimiento que se dará a la maquinaria y equipos para que no exista ningún problema al momento de la producción.

**Cuadro N° 61
Maquinaria y Equipos**

Denominación	Valor	Alícuota	Valor Anual
Maquinaria y Equipo	646,00	1%	6,46
Total			6,46

Fuente: Técnicos de la ciudad
Elaboración: La Autora

Proyección de Mantenimiento de Maquinaria y Equipo

Se realiza la proyección de los valores para los 5 años con el 3,67% que es la tasa de inflación del año 2014.

**Cuadro N° 62
Mantenimiento de Maquinaria y Equipo**

Años	Valor Total
1	6,46
2	6,70
3	6,94
4	7,20
5	7,46

Fuente: Tasa de Inflación 2014(3,67%)
Elaboración: La Autora

RESUMEN DE ACTIVOS CIRCULANTES
Cuadro N° 63

Especificaciones	Valor Total Anual	Valor Total Mensual
Materia prima directa	24.960,00	2.080,00
Mano de obra directa	11.298,26	941,52
Materia prima indirecta	7.000,80	583,40
Carga Fabril	174,00	14,50
Servicios básicos	117,12	9,76
Sueldos Administrativos	17.133,80	1.427,82
Arriendo	3.360,00	280,00
Materiales y útiles de oficina	730,00	60,83
Materiales y útiles de aseo	666,00	55,50
Gasto publicitarios	180,00	15,00
Mantenimiento de Maquinaria Y Equipo	6,46	0,54
Imprevistos 3%	1.968,79	164,07
TOTAL	67.595,24	5.632,94

Elaboración: La Autora

RESUMEN TOTAL DE INVERSIONES
Cuadro N° 64

Especificación	Valor Total
Activo Fijo	1.745,00
Activo Diferido	970,00
Activo Circulante o capital	5.632,94
Total	8.347,94

Elaboración: La Autora

FINANCIAMIENTO

Para financiar el monto de la inversión se hará uso de las fuentes internas y externas de financiamiento bajo los siguientes aspectos:

Fuentes Internas

El 64,06% del total de la inversión que corresponde a \$ 5.347,94 dólares será financiado con aportaciones de los socios.

Fuentes Externas

El crédito que mantendrá el proyecto con el Banco Nacional de Fomento constituirá el 35,94% que corresponde a \$ 3.0000 dólares a 5 años plazo al 15%.

Cuadro N° 65

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Capital Interno	5.347,94	64,06%
Capital Externo	3.000,00	35,94%
Total	8.347,94	100,00%

Fuente: Cuadro N° 74
Elaboración: La Autora

Amortización del Préstamo

Cálculo Matemático:

Datos:

Saldo inicial: \$ 3.000

Interés: $15\% / 100 = 0,15$

Tiempo: 5 años

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

Desarrollo:

Para sacar la amortización se divide:

$3.000 / 10 \text{ \# de pagos} = 300,00$

Para sacar el interés se multiplica:

$\$ 3.000 \times 0,5 \times 0,15 = 225,00$

AMORTIZACIÓN

Monto: \$ 3.000,00

Interés: 15%

Amortización: Semestral

Número de pagos: 10

Pagos anuales: 2

**Amortización
Cuadro N° 66**

Año	Semestral	Saldo Inicial	Amortización	Intereses	Dividendo Semestral	Dividendo Anual	Saldo Final
1	1	3.000,00	300,00	225,00	525,00	1.027,50	2.700,00
	2	2.700,00	300,00	202,50	502,50		2.400,00
2	1	2.400,00	300,00	180,00	480,00	937,50	2.100,00
	2	2.100,00	300,00	157,50	457,50		1.800,00
3	1	1.800,00	300,00	135,00	435,00	847,50	1.500,00
	2	1.500,00	300,00	112,50	412,50		1.200,00
4	1	1.200,00	300,00	90,00	390,00	757,50	900,00
	2	900,00	300,00	67,50	367,50		600,00
5	1	600,00	300,00	45,00	345,00	667,50	300,00
	2	300,00	300,00	22,50	322,50		0

Fuente: Cuadro N° 75

Elaboración: La Autora

ESTRUCTURA DE COSTOS

Los costos son todas las erogaciones o desembolsos realizados durante un año o ejercicio económico, estos costos constituyen uno de los aspectos importantes para la determinación de la rentabilidad del proyecto y los elementos indispensables para el correspondiente análisis o evaluación del mismo, proyectando la situación contable. La cual se calculará estos valores.

PRESUPUESTO DE COSTOS

Cuadro N° 67

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DE PRODUCCIÓN	43.534,13	44.892,20	46.299,40	47.757,53	49.268,47
COSTO PRIMO					
Materia Prima Directa	24.960,00	25876,03	26.825,68	27.810,18	28.830,82
Mano de obra Directa	11.298,26	11.712,91	12.142,77	12.588,41	13.050,41
TOTAL COSTO PRIMO	36.258,26	37.588,94	38.968,46	40.398,60	41.881,23
Gastos Indirectos de Fabricación					
Materia Prima Indirecta	7.000,80	7.021,80	7.042,87	7.064,00	7.085,19
Carga Fabril	174,00	180,39	187,01	193,87	200,98
Dep. de Construcción del Horno	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00
Dep. maquinaria y equipo	58,14	58,14	58,14	58,14	58,14
Dep. Herramientas	15,93	15,93	15,93	15,93	15,93
Total de gastos ind. De fabr.	7.275,87	7.303,26	7.330,94	7.358,94	7.387,24
COSTOS DE OPERACIÓN	22.866,81	23.613,90	23.767,95	23.929,23	24.097,99
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos administrativos	17.133,80	17.185,20	17.236,76	17.288,47	17.340,33
Servicios básicos	117,12	121,42	125,87	130,49	135,28
Arriendo	3.360,00	3.483,31	3.611,15	3.743,68	3.881,07
Dep. Equipo de oficina	9,54	9,54	9,54	9,54	9,54
Dep. Muebles y Enseres	42,39	42,39	42,39	42,39	42,39
Materiales y útiles de oficina	730,00	756,79	784,57	813,36	843,21
Materiales y útiles de aseo	666,00	690,44	715,78	742,05	769,28
mantenimiento maquinaria y equipo	6,46	6,70	6,94	7,20	7,46
TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	22.065,31	22.295,79	22.533,00	22.777,18	23.028,57
GASTO DE VENTAS					
Publicidad	180,00	186,61	193,45	200,55	207,91
TOTAL GASTO DE VENTAS	180,00	186,61	193,45	200,55	207,91
GASTOS FINANCIEROS					
Amort. Activos Diferidos	194,00	194,00	194,00	194,00	194,00
interés del préstamo	427,50	937,50	847,50	757,50	667,50
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	621,50	1.131,50	1.041,50	951,50	861,50
TOTAL DE COSTOS	66.400,94	68.506,10	70.067,36	71.686,77	73.366,46

Elaboración: La Autora

Determinación del Costo Unitario

Para determinar el costo unitario se divide los costos totales con el número de productos a producir en el año.

Formula:

CU= Costo Total de Producción / No. Unidades Producidas

$$CU = 66.400,94 / 312.000 = 0,21$$

Cuadro N° 68

Años	Costos Totales	Nº de Productos al año	Costo Unitario
1	66.400,94	312.000	0,21
2	68.506,10	323.220	0,21
3	70.067,36	334.452	0,21
4	71.686,77	345.684	0,21
5	73.366,46	356.916	0,21

Fuente: Cuadro N° 77

Elaboración: La Autora

Precio de Venta al público

Se suma el costo unitario con el margen de utilidad en este caso es de 0,05 (0,19).

$$PVP = CU + MUT$$

$$PVP = 0,21 + 0,04 = 0,25$$

Cuadro N° 69

Años	Costo Unitario	Margen de Utilidad	Precio de Venta al Público
1	0,21	0,04	0,25
2	0,21	0,04	0,25
3	0,21	0,04	0,25
4	0,21	0,04	0,25
5	0,21	0,04	0,25

Elaboración: La Autora

Presupuesto de Ingresos

El presupuesto de ingresos se estableció de manera técnica el cual se multiplica el precio de venta al público con las unidades a producir en el año.

$$PI = PVP * UP$$

$$PI = 0,25 * 312.000 = 78.000$$

Cuadro N° 70

Años	Precio de Venta al Público	Unid. Producidas al año	Ingresos Totales
1	0,25	312.000	78.000
2	0,25	323.220	80.805
3	0,25	334.452	83.613
4	0,25	345.684	86.421
5	0,25	356.916	89.229

Fuente: Cuadro N° 79

Elaboración: La Autora

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS FIJOS Y VARIABLES.

Costos Fijos.- Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo completo de producción. Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen.

Costos Variables.- Son aquellos que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción.

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS FIJOS Y VARIABLES.

Cuadro Nº 71

RUBROS	AÑO 1		AÑO 5	
	C.F	C.V	C.F	C.V
COSTO DE PRODUCCIÓN	11.399,33	32.134,80	13.151,48	36.116,99
COSTO PRIMO				
Materia Prima Directa		24.960,00		28.830,82
Mano de obra Directa	11.298,26		13.050,41	
TOTAL COSTO PRIMO	11.298,26	24.960,00	13.050,41	28.830,82
Gastos Indirectos de Fabricación				
Materia Prima Indirecta		7.000,80		7.085,19
Carga Fabril		174,00		200,98
Dep. de Construcción del Horno	27,00		27,00	
Dep. maquinaria y equipo	58,14		58,14	
Dep. Herramientas	15,93		15,93	
Total de gastos ind. De fabr.	101,07	7.174,80	101,07	7.286,17
COSTOS DE OPERACIÓN	21.347,23	1.519,58	22.342,75	1.755,24
GASTOS ADMINISTRATIVOS				
Sueldos administrativos	17.133,80		17.340,33	
Servicios básicos		117,12		135,28
Arriendo	3.60,00		3.881,07	
Dep. Equipo de oficina	9,54		9,54	
Dep. Muebles y Enseres	42,39		42,39	
Materiales y útiles de oficina		730,00		843,21
Materiales y útiles de aseo		666,00		769,28
mantenimiento maquinaria y equipo		6,46		7,46
TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	20545,73	1519,58	21273,33	1755,24
GASTO DE VENTAS				
Publicidad	180,00		207,91	
TOTAL GASTO DE VENTAS	180,00		207,91	
GASTOS FINANCIEROS				
Amort. Activos Diferidos	194,00		194,00	
interés del préstamo	427,50		667,50	
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	621,50		861,50	
TOTAL DE COSTOS	32.746,56	33.654,38	35.494,23	37.872,23
Costo Total	66.400,94		73.366,46	

Elaboración: La Autora

DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

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

AÑO 1

Método matemático

a. En función de las ventas

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

$$P.E = \frac{32746,56}{1 - \frac{33654,38}{78000,00}}$$

$$P.E = \frac{32746,56}{0,5685}$$

$$P.E = 57598,29$$

b. En función de la capacidad instalada

$$P.E = \frac{\text{CostoFijoTotal}}{\text{Ventastotales} - \text{Costos variables totales}} \times 100$$

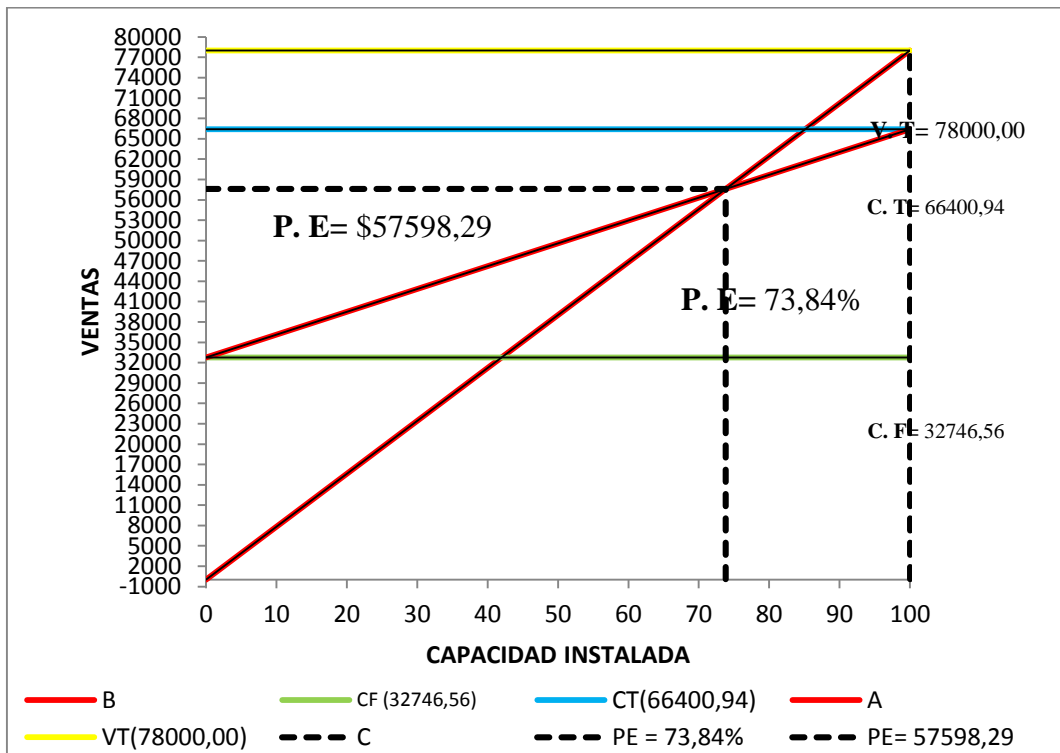
$$P.E = \frac{32746,56}{78000,00 - 33654,38} \times 100$$

$$P.E = \frac{32746,56}{44345,62} \times 100$$

$$P.E = 0,7384 \times 100$$

$$P.E = 73,84\%$$

En Forma Gráfica



Análisis:

El siguiente gráfico indica que para el primer año la empresa debe vender \$ 57.598,29 dólares de su producto, y con una capacidad instalada del 73,84% para que la empresa no pierda ni gane, es decir llegue al punto de equilibrio.

AÑO 5

Método matemático

a. En función de las ventas

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

$$P.E = \frac{35494,23}{1 - \frac{37872,23}{89229,00}}$$

$$P.E = \frac{35494,23}{0,5756}$$

$$P.E = 61668,88$$

En función de la capacidad instalada

$$\text{P.E} = \frac{\text{CostoFijoTotal}}{\text{Ventastotales} - \text{Costos variables totales}} \times 100$$

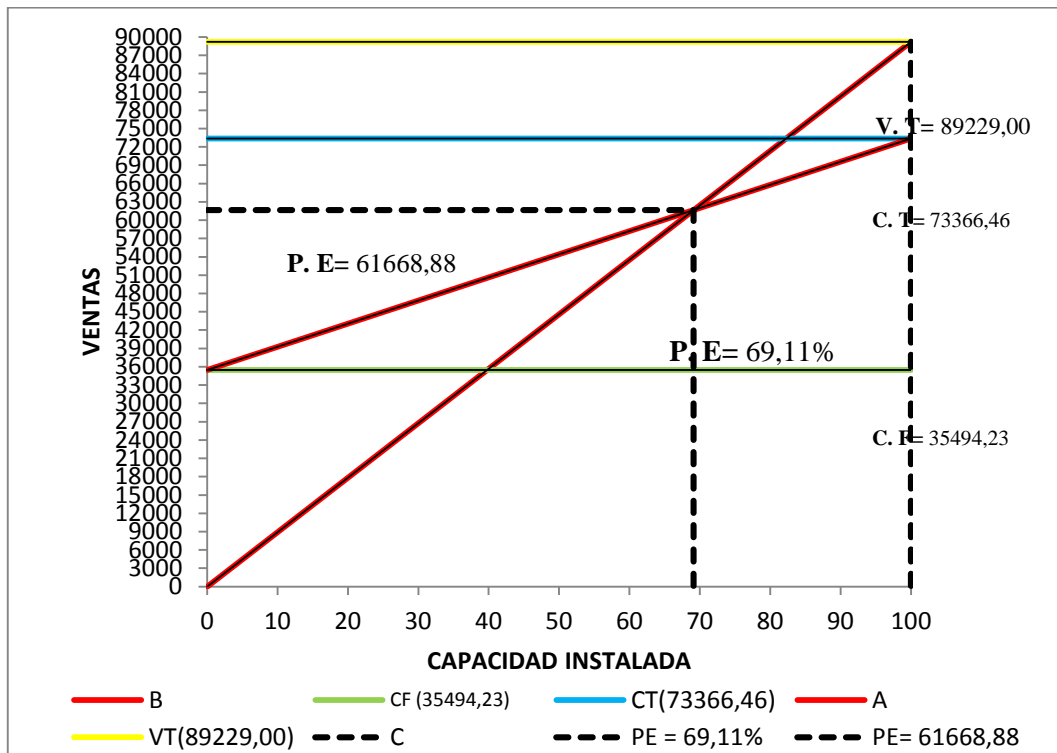
$$\text{P.E} = \frac{35494,23}{89229,00 - 37872,23} \times 100$$

$$\text{P.E} = \frac{35494,23}{51356,77} \times 100$$

$$\text{P.E} = 0,6911 \times 100$$

$$\text{P.E} = 69,11\%$$

Forma Gráfica



Análisis:

El siguiente gráfico indica que para el quinto año la empresa debe vender \$ 61.668,88 dólares de su producto, y con una capacidad instalada del 69,11% para que la empresa no pierda ni gane, es decir llegue al punto de equilibrio.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Demuestra todo el desarrollo económico de la empresa desde el inicio hasta la finalización económica de las actividades comerciales de la empresa, con el objetivo de determinar si se tiene utilidad o pérdida.

Estado de Pérdidas y Ganancias

Cuadro Nº 72

PERIODOS	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas	78.000,00	80.804,88	83.612,88	86.420,88	89.228,88
(-) Costo Total	66.400,94	68.506,10	70.067,36	71.686,77	73.366,46
(=) Utilidad Bruta Ventas	11.599,06	12.298,78	13.545,52	14.734,11	15.862,42
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	1.739,86	1.844,82	2031,83	2.210,12	2.379,36
(=) Utilidad Ante Impuestos a la Renta	9.859,20	10.453,96	11.513,70	12.524,00	13.483,06
(-) 25% Impuesto a la renta	2.464,80	2.613,49	2.878,42	3.131,00	3.370,76
(-) 10% Reserva Legal	246,48	261,35	287,84	313,10	337,08
(=) Utilidad Neta	2.218,32	2.352,14	2.590,58	2.817,90	3.033,69

Elaboración: La Autora

EVALUACIÓN FINANCIERA

FLUJO DE CAJA Cuadro N° 73

Denominación	Periodo					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Ventas		78.000,00	80.804,88	83.612,88	86.420,88	89.228,88
crédito bancario	3.000,00					
Capital Propio	5.347,94					
Valor Residual					799,92	170,00
Total Ingresos	8.347,94	78.000,00	80.804,88	83.612,88	87.220,80	89.398,88
Egresos						
activo Fijo	1.745,00					
Acto Diferido	970,00					
Activo Circulante	5.632,94					
Reinversión					2.400,00	
Presupuesto de Operación	8.347,94	66.400,94	68.506,10	70.067,36	71.686,77	73.366,46
Depreciación y amortización		880,36	880,36	880,36	880,36	880,36
15% de Utilidad de Trabajo		1.739,86	1.844,82	2.031,83	2.210,12	2.404,86
25% Impuesto a la Renta		2.899,76	3.074,70	3.386,38	3.283,51	4.008,11
Amortización de Capital		600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Total de Egresos	8.347,94	72.520,93	74.905,97	76.965,93	81.060,75	81.259,79
Balance	0,00	5.479,07	5.898,91	6.646,95	6.160,05	8.139,09

Elaboración: La Autora

VALOR ACTUAL NETO

Se lo define como la sumatoria de los beneficios netos descontados a la tasa pertinente del inversionista.

Valor Actual Neto
Cuadro Nº 74

Años	Flujo Neto	Fact. Actual	Flujo Descontado
0	-8.347,94		
1	2.899,76	0,909091	2.636,15
2	3.074,70	0,826446	2.541,07
3	3.386,38	0,751315	2.544,24
4	3.283,51	0,683013	2.242,68
5	4.008,11	0,620921	2.488,72
		Total	12.452,86
		Inversión	-8.347,94
		VAN	4.104,92

Elaboración: La Autora

VAN = Sumatoria VAN - Inversión inicial

VAN = 12.452,86 - 8.347,94

VAN = **4.104,92**

Análisis: El VAN del proyecto es de \$ 4.104,92 por lo que si se acepta el proyecto, ya que es mayor a la inversión inicial.

TASA INTERNA DE RETORNO

Es la tasa de descuento que hace que la actualización de los flujos netos de caja sean igual al Valor Actual de los flujos de inversión

**Tasa Interna de Retorno
Cuadro N° 75**

Años	Flujo Neto	Factor de descuento	Valor Actual	Factor de descuento	Valor Actual
		25,84%	Tm	26,84%	TM
0	-8.347,94		-8.347,94		-8.347,94
1	2.899,76	0,794660	2.304,33	0,7883948	2.286,16
2	3.074,70	0,631484	1.941,62	0,6215664	1.911,13
3	3.386,38	0,501815	1.699,34	0,4900397	1.659,46
4	3.283,51	0,398772	1.309,37	0,3863448	1.268,57
5	4.008,11	0,316888	1.270,12	0,3045922	1.220,84
VAN Tm			176,84	VAN TM	-1,78
				TIR	26,83%

Elaboración: La Autora

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

$$TIR = 25,84 + 1 \left(\frac{176,84}{176,84 - (-1,78)} \right)$$

$$TIR = 26,83\%$$

Análisis: El proyecto se acepta, debido a que el 26,83% supera ampliamente a la tasa de oportunidad

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

El periodo de recuperación de la inversión es el tiempo en el cual se recuperará el dinero invertido en el proyecto para lo cual se efectúa el siguiente cálculo:

**Periodo de Recuperación de Capital
Cuadro N° 76**

Años	Inversión Inicial	Flujo Neto	Flujo Acumulado
Inversión	-8.347,94		
1		2.899,76	2.899,76
2		3.074,70	5.974,46
3		3.386,38	9.360,84
4		3.283,51	12.644,35
5		4.008,11	16.652,46
Total		16.652,46	

Elaboración: La Autora

Fórmula:

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

$$PRC = 3 + ((9.360,84 - 8.347,94) / 3.386,38)$$

$$PRC = 3 + (0,30)$$

$$0,30 * 12 = 3,60$$

$$0,60 * 30 = 18$$

Esto indica que el periodo de recuperación de la inversión inicial es en 3 años, 3 meses y 18 días.

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

La relación beneficio costo se la determina cuanto se recupera por cada dólar que se invierte para lo cual se utilizará el factor de actualización del 10%, con lo cual se generan los siguientes resultados.

Relación Beneficio - Costo
Cuadro N° 77

Año	Ingresos Original	Costos Originales	Factor Actualización 10%	Ingresos Actualizados	Costos Actualizados
1	78.000	66.400,94	0,909091	70.909,09	60.364,49
2	80.805	68.506,10	0,826446	66.780,89	56.616,61
3	83.613	70.067,36	0,751315	62.819,59	52.642,64
4	86.421	71.686,77	0,683013	59.026,62	48.963,03
5	89.229	73.366,46	0,620921	55.404,11	45.554,80
				314.940,32	264.141,57

Elaboración: La Autora

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

$$RBC = \frac{314.940,32}{264.141,57}$$

$$RBC = 1,19$$

Análisis: Esto quiere decir que por cada dólar invertido hay 19 centavos de utilidad en la empresa.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro tanto en los costos como en los ingresos.

Cuadro N° 78

ANALISIS DE LA SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DEL 14,89% EN LOS COSTOS								
	Costo T. Original	Costo T. original aumentado	Ingreso Original	Actualización				
Años				Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actual	Factor de Actualización	Valor Actual
		14,89%			20,26%		21,26%	
0		41,3		-8.347,94				
1	66400,94	76.288,04	78000,00	1.711,96	0,83153168	1.423,55	0,8246743	1.411,81
2	68506,10	78.706,66	80804,88	2.098,22	0,69144494	1.450,81	0,6800876	1.426,98
3	70067,36	80.500,38	83612,88	3.112,50	0,57495837	1.789,56	0,5608508	1.745,65
4	71686,77	82.360,92	86420,88	4.059,96	0,47809610	1.941,05	0,4625192	1.877,81
5	73366,46	84.290,72	89228,88	4.938,16	0,39755205	1.963,17	0,3814277	1.883,55
					Total	8.568,13	Total	8.345,78
					Inversión	-8.347,94	Inversión	-8.347,94
					VAN Tm	220,19	VAN TM	-2,15

Elaboración: La Autora

Análisis: El valor obtenido 0.98 demuestra que el proyecto no es sensible a las futuras alteraciones que pueda haber en los costos.

TIR DEL PROYECTO = 26,83%

NUEVA TIR= 21,25

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

$$TIR = 20,26 + 1 \left(\frac{220,19}{220,19 - (-2,15)} \right)$$

NUEVA TIR = 21,25%

DIFERENCIA DE TIR:

Diferencia de Tir = Tir del Proyecto – Nueva Tir

Diferencia de Tir = 26,83 – 21,25 = 5,58%

PORCENTAJE DE VARIACIÓN:

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

% Variación = (5,58% / 26,83%) * 100

% Variación = 20,80%

SENSIBILIDAD:

Sensibilidad = % Variación / Nueva Tir

Sensibilidad = 20,80 / 21,25

Sensibilidad = 0,98

Cuadro N° 79

ANALISIS DE LA SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN DEL 12,52% EN LOS INGRESOS								
	Ingreso Original	Ingreso original	Costo Original	Actualización				
Años		Disminuido		Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actual	Factor de Actualización	Valor Actual
		12,52%			20,26%	Tm	21,26%	TM
0				-8.347,94				
1	78.000,00	68.238,30	66.400,94	1.837,36	0,83153168	1.527,82	0,8246743	1.515,22
2	80.804,88	70.692,15	68.506,10	2.186,05	0,69144494	1.511,53	0,6800876	1.486,71
3	83.612,88	73.148,73	70.067,36	3.081,37	0,57495837	1.771,66	0,5608508	1.728,19
4	86.420,88	75.605,31	71.686,77	3.918,54	0,47809610	1.873,44	0,4625192	1.812,40
5	89.228,88	78.061,89	73.366,46	4.695,43	0,39755205	1.866,68	0,3814277	1.790,97
					Total	8.551,13	Total	8.333,48
					Inversión	-8.347,94	Inversión	-8.347,94
					VAN	203,19	VAN	-14,45

Elaboración: La Autora

Análisis: El valor obtenido 0.99 demuestra que el proyecto no es sensible a las futuras alteraciones que pueda haber en los ingresos.

TIR DEL PROYECTO = 26,83%

NUEVA TIR= 21,19

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

$$TIR = 20,26 + 1 \left(\frac{203,19}{203,19 - (-14,45)} \right)$$

NUEVA TIR = 21,19%

DIFERENCIA DE TIR:

Diferencia de Tir = Tir del Proyecto – Nueva Tir

Diferencia de Tir = 26,83 – 21,19 = **5,64%**

PORCENTAJE DE VARIACIÓN:

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

% Variación = (5,64% / 26,83%) * 100

% Variación = 21,01%

SENSIBILIDAD:

Sensibilidad = % Variación / Nueva Tir

Sensibilidad = 21,01 / 21,19

Sensibilidad = 0,99

h. CONCLUSIONES

- ✚ El producto que ofrecerá la empresa será pan de suelo
- ✚ El total de la inversión para que se ponga en marcha esta empresa es de \$8.347,94 dólares.
- ✚ El costo total de producción para el primer año de operación es de \$66.400 dólares y para el año quinto es de \$73.366,46 dólares.
- ✚ El costo fijo para el año uno es de \$32.746,56 y el costo variable es de \$33.654,38
- ✚ El costo fijo para el año cinco es de \$35.494,23 y el costo variable es de \$37.872,23.
- ✚ El punto de equilibrio para el año 1 en función a las ventas tiene un total de \$ 57.589,29 y en función de la capacidad instalada de 73,84%
- ✚ El punto de equilibrio para el año 5 en función a las ventas tiene un total de \$ 61.668,88 y en función de la capacidad instalada de 69,11%
- ✚ El estado de pérdidas y ganancias para el primer año es de \$2.218,32 y el quinto año es de \$3.033,69.
- ✚ El flujo de caja para el primer año es de \$5.479,07 y el quinto año se obtiene un balance de \$8.139,09.
- ✚ En cuanto a la Evaluación Financiera, el presente proyecto tiene los siguientes indicadores: El Valor Actual Neto (VAN) el mismo que es de \$4.104,92 si se acepta el proyecto ya que es mayor a la inversión inicial; la Tasa Interna de retorno (TIR) es de 26,83% el proyecto se acepta, Relación Beneficio Costo es de 1, 19 en lo que quiere decir que por cada dólar invertido hay 19 centavos de utilidad en la empresa; el Periodo de

Recuperación del Capital (PRC) es de 3 años, 3 meses y 18 días, análisis de sensibilidad con incremento en los costos es del 14,89% demuestra que el proyecto no es sensible; el análisis de sensibilidad en disminución de los ingresos es del 12,52% el valor obtenido es del 0,99 demuestra que el proyecto no es sensible en las futuras dimensiones que puede haber en los ingresos.

i. RECOMENDACIONES

- ✚ Poner en ejecución el presente proyecto de acuerdo a los resultados financieros obtenidos a aprovechando los recursos y posicionándolos como una propuesta productiva para incentivar el desarrollo económico del cantón Celica.
- ✚ Que en un futuro se deberían realizar estudios técnicos y económicos, con la expectativa de mejorar la capacidad de producción o de servicio y poder cubrir una mayor demanda del mercado, aunque esto ocasione un poco más de inversión.
- ✚ 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 las instituciones de nivel superior orienten y motiven a través de los estudiantes y población en general, mediante programas de capacitación al apoyo del desarrollo empresarial, para la generación de fuentes de trabajo que son positivamente para la economía del cantón Celica 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

Libros

- GUTIÉRREZ, Alfredo. Los Estudios Financieros y su Análisis, Editorial Sáenz Tercera Edición año 2010.
- García M., Alberto (1998). Evaluación de Proyectos de Inversión. Mc Graw Hill, 1ª Edición. Ciudad de México.
- Gabriel Baca Urbina Evaluación de Proyectos sexta Edición año 2010
- CHAIN, Sapag Nassir proyectos de Inversión, formulación y evaluación Edición onceava 2011.
- Moreno Rodrigo "Elaboración y Evolución de Proyectos Quinta Edición año 2005
- PASACA, M, Manuel, 2009,"Manual para la elaboración de proyectos de graduación a nivel superior Edición 1.

Internet

- Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Sudamérica Andes.
- Gloria V. Ordóñez Bravo y Rodrigo J. Oviedo A. Autores de la tesis "Alternativas de Aprovechamiento de Harinas no Tradicionales para la Elaboración de Pan Artesanal", Guayaquil-Ecuador, año 2010
- <http://www.misanplas.com.ar/2012/10/15/breve-historia-del-pan/1>
- <http://laopiniondelsur.blogspot.com/2011/11/el-pan-de-suelo.html>.

k. ANEXOS

ANEXO N° 1

FICHA DE RESUMEN DEL ANTE PROYECTO

a. TEMA: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAN TRADICIONAL EN HORNO DE BARRO PARA EL CANTÓN CELICA, PROVINCIA DE LOJA”

b. PROBLEMÁTICA

El pan es un alimento básico que forma parte de la dieta tradicional en nuestro país especialmente en la población de la provincia de Loja es parte de la nutrición diaria; esta masa es elaborada fundamentalmente con harina, sal, polvo de hornear, agua, huevos y levadura.

La producción de pan es una tradición que se remonta muchos siglos atrás, habiendo evolucionado su producción en insumos, con una diversidad de criterios y recetas, constituyéndose en la actualidad en un plato preferido en muchos hogares por su delicioso sabor, su poder nutritivo y precios convenientes.

Este tipo de productos se han ido constituyendo a lo largo de la historia parte de la alimentación diaria, hasta la actualidad; generándose una demanda creciente e igualmente han proliferado numerosos establecimientos como panaderías, dulcerías, que producen una gran variedad de pan.

El 50% de la energía que necesitamos consumir, debe proceder de alimentos ricos en carbohidratos, los cuales se convierten en el combustible que requiere nuestro cuerpo, el pan está considerado como una fuente importante de éste componente (Hidratos de carbono) puesto que su mayor componente es el almidón, un polisacárido de glucosa presente en el grano de trigo. Los carbohidratos proporcionan energía y aportan al mantenimiento de la actividad

muscular, influyen en la temperatura corporal, en la tensión arterial y en el buen funcionamiento del intestino.

“En América se encuentra el segundo país más consumidor de pan en el mundo: Chile, con 98 kg. Percápita al año. Pero también existen naciones donde la ingesta se mantiene en baja, un ejemplo es Colombia, con 24 kg, por persona al año, seguida de cerca por Perú, con 28 kg. El consumo Percápita de pan entre los ecuatorianos es de 38 kilogramos al año teniendo una tendencia creciente desde 1993 cuando registró un ingreso per-cápita de 22 a 28 Kg. por año, la cifra es bastante baja si se considera que en Europa este rubro se ubica en 60 kilos anuales por habitante.

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

Sobre la base de estos argumentos es importante recalcar el papel que tiene el sector de las panificadoras, en la provincia de Loja. Es importante destacar que en el cantón Celica se han incrementado algunas panaderías que sirven de abasto a la población; sin embargo en el cantón no existe en la actualidad empresas que se dediquen a la producción y comercialización de pan tradicional en horno de barro.

Por tanto en la zona de influencia de este proyecto la industria del pan es incipiente por decirlo menos, ya que los intermediarios encarecen el producto y la población tiene que estar a expensas a que estos traigan el producto y poderlo consumir. El pan normal actualmente tiene un costo de 0,15 dólares en adelante y el pan especial tiene un costo de 0,25 y 0,30 dólares por unidad, cuando en realidad estos productos en otros cantones cuestan 0,20 dólares

estos incrementos se provocan por la no existencia de empresas dedicadas a la producción y comercialización de pan tradicional o de suelo.

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

Así mismo el área de influencia de la nueva unidad productiva, serán las familias del cantón Celica.

Analizados estos factores se ha visto la necesidad estudiar la factibilidad para la implementación de una nueva unidad productiva que dé respuesta a las necesidades en cuanto a alimentación y consumo de pan especial con buenos nutrientes y más sano.

Esto permitirá establecer las condiciones reales del mercado, es decir la demanda que actualmente existe en Celica; así también establecer la oferta existente.

Uno de los principales problemas que tienen la mayoría de empresa sobre todo en este sector de Celica, es la falta de apoyo de los organismos gubernamentales, la no existencia de líneas de crédito con tasas de interés preferenciales y la falta de conocimientos técnicos para la implementación de nuevas unidades productivas, estos factores ocasionan el estancamiento empresarial, que a su vez limita el desarrollo y crecimiento del sector; por tanto el problema central se lo ha determinado de la siguiente manera : **“La falta de una empresa de pan tradicional en la zona de influencia de este estudio, no ha permitido la aplicación de sistemas de producción, comercialización e inversión en este tipo de empresas panificadoras”**, originando una falta del espíritu empresarial y la no generación de nuevos emprendimientos.

C. OBJETIVOS

Objetivo General

“Determinar la factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de pan tradicional en horno de barro para el Cantón Celica, Provincia de Loja.

Objetivos Específicos

- ❖ Realizar un estudio de mercado para medir el grado de aceptación de este producto en los clientes potenciales y reales en el Cantón Celica.
- ❖ Ejecutar un estudio técnico para determinar el tamaño de la planta, ingeniería del proyecto, a fin de obtener una eficiente producción y comercialización del producto, acorde a los requerimientos de la nueva empresa.
- ❖ Diseñar un estudio administrativo, acorde a los requerimientos de la nueva empresa
- ❖ Realizar un estudio financiero, para establecer la inversión total del proyecto, costos de producción, precios de venta y presupuestos proyectados.
- ❖ Realizar la evaluación económica financiera para determinar la viabilidad del proyecto, mediante el cálculo de indicadores financieros como el VAN, TIR, RBC, PRC, Análisis de Sensibilidad.

d. METODOLOGÍA

Para alcanzar los objetivos propuestos en el presente estudio, está basado en la identificación de materiales, métodos y técnicas; que sirvieran para el análisis e interpretación de la información, que permitirán el desarrollo de sus partes:

1. Materiales

Para el desarrollo del presente proyecto se utilizara 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 utilizados son: calculadora, computadora, grapadora, perforadora, flash Memory, cámara fotográfica, entre otros.

2. Métodos

A continuación se describirán los métodos utilizados.

Método Deductivo

Esté método servirá para describir los fundamentos teóricos y cuantitativos que se presentaran en el desarrollo del trabajo, además facilitara el análisis y la interpretación de los datos que se obtendrá a través de las técnicas que se aplicaran y el cumplimiento de los objetivos.

Este método será de gran ayuda para recolectar información que se utilizara en la revisión literaria mediante información bibliográfica y virtual de los diferentes ítems que comprende el proyecto de factibilidad.

Método Inductivo

Este método se lo aplicara en los resultados de la muestra de las encuestas recopiladas para generalizar los gustos y preferencias de los habitantes del cantón, determinando la aceptación del producto a comercializar.

Este método servirá de base importante en la aplicación de las encuestas las que arrojaran información que servirá para poder determinar cuáles son los gustos y preferencias de las personas y poder llevar acabo el estudio de mercado y que previamente serán aplicadas mediante la obtención de la muestra del segmento poblacional.

Método Descriptivo - Analítico: Este método se lo utilizará durante el desarrollo de toda la investigación, puesto que se hará un proceso descriptivo – analítico, el cual permitirá analizar e interpretar la situación actual del pan, su procesamiento, requerimientos del mercado, especificaciones técnicas,

organizacionales y financieras, que permitan la puesta en marcha en estudio de factibilidad.

3. Técnicas

Revisión Bibliográfica

Se empleara como fuente de apoyo para la recopilación de la información necesaria e indispensable para el desarrollo investigativo, del cual se obtendrá conceptos y categorías fundamentales referentes al tema a través de: libros, folletos, revistas, tesis, internet.

Encuesta

Está técnica servirá para recopilar información del Estudio de Mercado, a través de preguntas abiertas y cerradas, realizadas a las personas del cantón celica considerando a los consumidores del producto ya sea las familias.

- Se aplicará una encuesta a 362 familias del cantón Celica con la finalidad de conocer si el producto va a tener acogido en el mercado.
- Se aplicará otra encuesta a los 6 panaderías existentes del cantón celica

Procedimiento

Población

La población tomada para el desarrollo de este proyecto es para el cantón Celica, en la cual se tomara a las familias, por cuanto es un producto alimenticio consumido por las familias; así mismo con los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo INEC en el año 2010, en el cantón Celica cuenta con 14468 habitantes y una tasa de crecimiento del 1,14%, cuya proyección se describe a continuación:

Formula:

$$P_{2013} = 14.468 (1+0,0114)^4$$

$$P_f 2013 = 14.468 (1,046386)$$

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

Pf 2013= 15.139 habitante

Con el propósito de conocer el tamaño de la muestra se tomará la población proyectada para el año 2014, de 15.139 habitantes, que dividiendo para el promedio de 4 miembros en cada familia, lo que da un total de 3.785 familias.

Muestra

Para determinar la muestra se ha tomado el número de familias del cantón Celica del año 2014 que representa a 3785 familias.

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

$$n = \frac{3785}{1 + (0.05)^2 3785}$$

$$n = \frac{3785}{10,4625} = 361,77$$

n= 362 Encuestas

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

ANEXO N° 2



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

ENCUESTA REALIZADA A LAS FAMILIAS DEL CANTÓN CELICA

La presente encuesta tiene como finalidad realizar un estudio de mercado para obtener información sobre el consumo de pan en el cantón celica, con el objetivo de efectuar un proyecto de inversión, para lo cual solicitamos su valiosa colaboración.

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

Si ()
No ()

2. ¿Qué tipo de pan consume?

Integral ()
Normal ()

3. Con que frecuencia consume usted el pan de suelo?

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

4. Cantidad

1 a 2 ()
3 a 4 ()
5 a 6 ()
7 a 8 ()
9 a 10 ()
11 a 12 ()

5. ¿Qué precio paga por el pan?

0,10 centavos ()
0,15 centavos ()
0,20 centavos ()

6. En donde adquiere el pan?

Panadería ()
Tiendas ()

7. ¿usted estaría de acuerdo con la implementación de una empresa productora y comercializadora de pan tradicional en horno de barro en el cantón Celica?

Si ()

No ()

8. ¿Usted estaría dispuesto a adquirir el producto de la nueva empresa

Si ()

No ()

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

0,15 centavos ()

0,20 centavos ()

0,25 centavos ()

10. ¿Qué promoción le gustaría obtener por la compra del producto?

Por la compra de un \$1 entregar uno gratis ()

Degustaciones ()

11. ¿En qué presentación le gustaría adquirir el pan de suelo?

Redondos ()

Ovalados ()

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

Radio ()

Prensa escrita ()

Referencias personales ()

ANEXO N° 3



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA REALIZADA A LAS PANADERÍAS DEL CANTÓN CELICA

La presente encuesta tiene como finalidad realizar un estudio de mercado para obtener información sobre la venta de pan en el cantón celica, con el objetivo de efectuar un proyecto de inversión, para lo cual solicitamos su valiosa colaboración.

1. ¿Qué tipo de pan vende?

- Pan normal ()
- Pan de suelo ()
- Pan con figuras ()

2. ¿Qué cantidad de pan vende diariamente?

- 500 a 550 ()
- 551 a 600 ()
- 601 a 650 ()
- 651 a 700 ()

3. ¿cuál es el precio de venta?

- 0,10 ()
- 0,15 ()
- 0,20 ()

4. ¿Cuántos quintales de harina usted utiliza para la producción del pan?

- 1 quintal ()
- 2 quintales ()
- 3 quintales ()

5. ¿Por qué medios de comunicación usted da a conocer a la empresa?

- Radio ()
- Prensa ()
- Televisión ()

ANEXO N° 4

Materia Prima Directa para la Producción al Día

Descripción	Unidad	Cantidad Diaria	Valor Unitario	Valor Total
Harina	libras	2,40	40,00	96,00
Total				96,00

Materia Prima Directa para la Producción al Mes

Descripción	Unidad	Cantidad mensual	Valor Unitario	Valor Total
Harina	Quintal	52	40,00	2.080,00
Total				2.080,00

Materia Prima Directa para la Producción al Año

Descripción	Unidad	Cantidad Anual	Valor Unitario	Valor Total
Harina	Libras	624,00	40,00	24.960,00
Total				24.960,00

Materia Prima Indirecta para la Elaboración del Pan en el Día

Descripción	Unidad	Cantidad Diario	Valor Unitario	Valor Total
Manteca Vegetal	Libras	8	0,5	3,99
mantequilla	Libras	8	1,25	9,98
Huevos	Unidades	55	0,12	6,65
Levadura	Onzas	0	0,45	0,21
Sal	Onzas	1	0,3	0,18
Azúcar	Libras	7	0,45	3,32
Fundas	Cientos	3	0,75	2,60
Total				26,93

Materia Prima Indirecta para la Elaboración del Pan en el Mes

Descripción	Unidad	Cantidad Mensual	Valor Unitario	Valor Total
Manteca Vegetal	Libras	173	0,5	86,50
mantequilla	Libras	173	1,25	216,25
Huevos	Unidades	1200	0,12	144,00
Levadura	Libras	10	0,45	4,50
Sal	Libras	13	0,3	3,90
Azúcar	Libras	160	0,45	72,00
Fundas	Unidades	75	0,75	56,25
Total				583,40

Materia Prima Indirecta para la Elaboración del Pan en el Año

Descripción	Unidad	Cantidad Anual	Valor Unitario	Valor Total
Manteca Vegetal	Libras	2076	0,50	1038,00
mantequilla	Libras	2076	1,25	2595,00
Huevos	Unidades	14400	0,12	1728,00
Levadura	Libras	120	0,45	54,00
Sal	Libras	156	0,30	46,80
Azúcar	Libras	1920	0,45	864,00
Fundas	Unidades	900	0,75	675,00
Total				7000,80

ÍNDICE

<i>CERTIFICACIÓN</i>	ii
<i>AUTORÍA</i>	iii
<i>AGRADECIMIENTO</i>	v
<i>DEDICATORIA</i>	vi
a. TÍTULO:.....	1
b. RESUMEN	2
c. INTRODUCCIÓN.....	8
d. REVISIÓN DE LITERATURA	10
e. MATERIALES Y MÉTODOS	35
f. RESULTADOS	40
g. DISCUSIÓN	56
h. CONCLUSIONES.....	133
i. RECOMENDACIONES.....	135
j. BIBLIOGRAFÍA.....	136
k. ANEXOS.....	137
ÍNDICE	149