



Carrera de Administración de Empresas

**Estudio de factibilidad para una panadería en la urbanización Real Alto
sector Cumbayá**

**Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de tecnólogo (a) en
administración de empresas**

Autor Moreno Fierro, Geovana Lourdes

35AE5

Tutor Ing. Jiménez D. Blanca A., MSc.

Quito, agosto - 2020

Constancia de aprobación del tutor

Yo, Ing. Blanca A. Jiménez D., MSc., en mi calidad de Tutor/a del Proyecto:

Estudio de factibilidad para una panadería en la urbanización Real Alto sector Cumbayá.

Presentado por el Sr. (ita)

Moreno Fierro Geovana Lourdes para optar por el Título de Tecnólogo en Administración de Empresas, apruebo en consideración que el trabajo de titulación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Quito a los 31 días del mes de julio de 2020.



Ing. Blanca A. Jiménez D., MSc.
C.I: 1710755305

Declaratoria de responsabilidad

Yo, Moreno Fierro Geovana Lourdes en calidad de autor y titular de los derechos del trabajo de titulación, estudio de factibilidad para una panadería en la urbanización Real Alto sector Cumbayá y de conformidad con el Art 114 del Código orgánico de la economía social de los conocimientos, creatividad e innovación, concedo a favor del ISTHCPP una licencia gratuita e intransferible para el uso de la obra con fines estrictamente académico.

Los derechos que como autor me corresponden, con excepción de la presente autorización seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

En la ciudad de Quito, a los 31 días del mes de julio de 2020.



Moreno Fierro Geovana Lourdes
CI: 1719709154
Correo electrónico: gmore112247@gmail.com
Telf: 0996467220

Dedicatoria

Dedico todo el esfuerzo empleado en este proyecto con todo mi amor y cariño a mi compañero de vida, mi mejor amigo y padre de mis hijos; a mis tres personas favoritas que forman parte indispensable de mi existencia. Ellos que me entregaron su comprensión y apoyo incondicional cuando más lo necesite y fueron el motor de arranque que alentaron a culminar una etapa en mi vida profesional.

A mi madre que me apoya siempre para luchar por mis sueños y aspiraciones. Y en especial a Dios quien me da la vida, sabiduría y fortaleza para no decaer y llegar lejos.

Geovana Lourdes Moreno Fierro

Resumen

El presente trabajo propone un estudio de factibilidad para una panadería en la urbanización Real Alto sector Cumbayá, el contenido integral de este documento está enmarcado en cuatro capítulos:

El capítulo uno hace referencia al marco teórico, esta sección es una recopilación de teorías y conceptualizaciones realizadas por diversos autores que han hecho investigaciones relacionadas al argumento que se está indagando. Para su desarrollo y análisis se ha identificado las partes que componen el tema, mismas que constituyen el sustento para establecer criterios para el uso de una determinada metodología.

En el capítulo dos se efectúa un estudio de mercado, para hacer un diagnóstico efectivo se ha empleado la encuesta como instrumento de recopilación de datos con el objetivo de medir los gustos y preferencias del consumidor, determina la demanda y oferta de los productos, entre otros.

El capítulo tres estudio técnico, administrativo y ambiental, en este parámetro se plantea el diseño de estructura y filosofía empresarial; el tamaño del proyecto que se pretende implementar y se analizan los resultados obtenidos del estudio de mercado.

El capítulo cuatro se evalúa la factibilidad y viabilidad del proyecto en base a supuestos económicos – financieros, mediante proyecciones a un horizonte de 5 años e históricos de las tasas de inflación y crecimiento del mercado de productos. Con la utilización de razones financieras se ha podido formalizar este parámetro.

Palabras claves: Estudio de factibilidad, mercado, rentabilidad, proyección.

Abstract

This paper proposes a feasibility study for a bakery in the Real Alto sector Cumbayá urbanization, the integral content of this document is framed in four chapters:

Chapter one refers to the theoretical framework, this section is a compilation of theories and conceptualizations made by various authors who have done research related to the argument that is being investigated. For its development and analysis, the parts that make up the subject have been identified, which constitute the basis for establishing criteria for the use of a certain methodology.

In chapter two a market study is carried out, to make an effective diagnosis the survey has been used as a data collection instrument in order to measure consumer tastes and preferences, determines the demand and supply of products, among others .

Chapter three technical, administrative and environmental study, in this parameter the design of structure and philosophy is proposed; the size of the project that it intends to implement and analyze the results obtained from the market study.

Chapter four evaluates the feasibility and viability of the project based on economic and financial assumptions, through projections over a 5-year and historical horizon of inflation rates and product market growth. With the use of financial ratios, this parameter has been formalized.

Keywords: Feasibility study, market, profitability, projection.

Índice general

Constancia de aprobación del tutor	ii
Declaratoria de responsabilidad	iii
Dedicatoria	iv
Resumen	v
Abstract	vi
Índice general	vii
Lista de tablas	x
Lista de figuras	xiii
Tema	1
Problema	1
Objetivos	1
Objetivo General	1
Objetivos Específicos capítulos	1
Justificación	3
Capítulo I	4
Fundamentación Teórica	4
1.1. Estudio de Factibilidad	4
1.2. Panadería	5
1.3. Real Alto	7
Capítulo II	9
Estudio de Mercado	9
2.1. Metodología Utilizada	9

2.1.1.	Diseño de la Investigación.....	9
2.1.1.1.	Unidad de Análisis.....	9
2.1.1.2.	Universo.....	9
2.1.1.3.	Muestra.....	10
2.2.	Resultado de la investigación.....	15
2.3.	Análisis de la demanda.....	31
2.3.1.	Comportamiento histórico de la demanda.....	33
2.3.2.	Proyección de la demanda (horizonte a 5 años).....	33
2.4.	Análisis de la oferta.....	35
2.5.	Análisis del precio.....	10
2.5.1.	Estrategia de comercialización.....	11
2.5.1.1.	Estrategia de distribución Selectiva.....	12
Capítulo III.....		13
Estudio Técnico, Administrativo, Ambiental.....		13
3.1.	Localización del proyecto.....	13
3.2.	Tamaño del proyecto.....	14
3.3.	Proceso de producción o servicio.....	17
3.4.	Constitución del negocio.....	20
3.5.	Filosofía Empresarial.....	25
3.6.	Estrategia.....	27
3.6.1.	Perfil del puesto.....	28
3.6.2.	Asignación de sueldos según el perfil del puesto.....	32
3.7.	Análisis de viabilidad ambiental.....	32
Capítulo IV.....		36
Estudio y Evaluación Financiera.....		36

4.1.	Inversión – Capital de trabajo.....	36
4.1.1.	Inversión de Activos Fijos - Depreciación	37
4.1.2.	Inversión Activos Intangibles – Amortización.....	39
4.1.1.	Capital de trabajo.....	40
4.2.	Financiamiento	41
4.2.1.	Apalancamiento Financiero.....	41
4.3.	Proyección de costos y gastos	42
4.3.1.	Costos	43
4.3.2.	Gastos	46
4.4.	Estudios Financieros Proyectados	47
4.4.1.	Estado de Resultados	50
4.4.2.	Estado de Flujos de Efectivo	51
4.4.3.	Estado de situación	52
4.5.	Evaluación Financiera	53
4.5.1.	TMAR.....	53
4.5.2.	VAN.....	54
4.5.3.	TIR.....	55
4.5.4.	PRI.....	56
4.5.5.	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	57
	Conclusiones	60
	Recomendaciones.....	61
	Bibliografía	62
	Anexos.....	65

Lista de tablas

Tabla 1 Número de lotizaciones de la urbanización Real Alto	10
Tabla 2 Nomenclaturas de la fórmula estadística	11
Tabla 3 Pregunta Informativa sexo de los encuestados	16
Tabla 4 Edad de los encuestados.....	17
Tabla 5 Profesión o actividad actual	18
Tabla 6 Número de miembros en el hogar	19
Tabla 7 P1 ¿Usted o su familia consume pan en su dieta diaria?.....	20
Tabla 8 P2 ¿Con qué frecuencia compra pan en la semana?	21
Tabla 9 P3 ¿Cuál es la cantidad de pan que habitualmente compra?.....	22
Tabla 10 P4 ¿A qué hora del día consume este producto?.....	23
Tabla 11 P5 ¿Habitualmente en qué tipo de establecimiento compra usted el pan?.....	24
Tabla 12 P6 ¿Señale el valor aproximado de consumo en este tipo de establecimiento?.....	25
Tabla 13 P7 ¿Seleccione 3 factores que influyan en su decisión de compra?	26
Tabla 14 P8 ¿Qué tipo de pan es de su preferencia?.....	27
Tabla 15 P9 ¿Si le ofrecerían un servicio de entrega a domicilio, lo demandaría?	29
Tabla 16 P10 ¿Está dispuesto a pagar entre \$0,15 a \$1,50 por cada unidad de pan dependiendo del tipo de producto (tamaño, ingredientes y rellenos)?.....	30
Tabla 17 Grupos Socioeconómicos.....	31
Tabla 18 Demanda en unidades de pan.....	32
Tabla 19 Demanda en dólares	33
Tabla 20 Tasa de crecimiento anual 2001-2010	33
Tabla 21 Nomenclatura fórmula proyección de la demanda.....	34
Tabla 22 Proyección demanda en unidades de pan.....	34
Tabla 23 Proyección demanda en dólares	35
Tabla 24 Mercado de oferentes por kilómetros a la redonda	36
Tabla 25 Balance demanda - oferta.....	9
Tabla 26 Áreas computables del proyecto	14

Tabla 27 Precios equipos de panadería	15
Tabla 28 Precios menaje área de producción	15
Tabla 29 Precios mobiliario área de ventas.....	16
Tabla 30 Precios equipos de cómputo.....	16
Tabla 31 Precios muebles y encerados.....	17
Tabla 32 Requisitos para operar un negocio	23
Tabla 33 Asignación de sueldos.....	32
Tabla 34 Asignación de horarios.....	32
Tabla 35 Matriz impactos ambientales	35
Tabla 36 Desglose de Inversión Requerida.....	36
Tabla 37 Resumen de Activos fijos	37
Tabla 38 Detalle de activos fijos requeridos	37
Tabla 39 Depreciación de Activos Fijos	39
Tabla 40 Activos Intangibles	39
Tabla 41 Amortización Activos Intangibles.....	40
Tabla 42 Capital de trabajo	40
Tabla 43 Estructura del capital.....	41
Tabla 44 Tabla de Amortización.....	41
Tabla 45 Supuestos de proyección.....	42
Tabla 46 Capacidad de producción instalada.....	42
Tabla 47 Proyección unidades producidas.....	42
Tabla 48 Resumen de Costos	43
Tabla 49 Costos de Producción.....	43
Tabla 50 Costos de Materia Prima Directa e Indirecta	44
Tabla 51 Costos de Mano de Obra Directa	45
Tabla 52 Costos Indirectos de Fabricación	45
Tabla 53 Gasto sueldo administrativo.....	46
Tabla 54 Gastos administrativos	46
Tabla 55 Gasto sueldo de ventas.....	47
Tabla 56 Gastos de Ventas.....	47
Tabla 57 Ventas proyectadas	48

Tabla 58 Cuentas por cobrar proyectadas	49
Tabla 59 Cuentas por pagar proyectadas	49
Tabla 60 Estado de Resultados proyectados	50
Tabla 61 Flujos de efectivo proyectados.....	51
Tabla 62 Estado de Situación proyectado	52
Tabla 63 Datos para el cálculo de la TMAR.....	53
Tabla 64 Cálculo del VAN.....	54
Tabla 65 Flujos netos de efectivo proyectados	55
Tabla 66 Cálculo de la TIR	55
Tabla 67 Periodo de Recuperación de la Inversión.....	56
Tabla 68 Punto de Equilibrio	57
Tabla 69 Cálculo de ROI.....	58
Tabla 70 Cálculo de ROE	58
Tabla 71 Relación B/C	59

Lista de figuras

Figura 1 Sexo de los encuestados.....	16
Figura 2 Edad de los encuestados	17
Figura 3 Profesión o actividad actual.....	18
Figura 4 Número de miembros en el hogar.....	19
Figura 5 P1 ¿Usted o su familia consume pan en su dieta diaria?	20
Figura 6 P2 ¿Con qué frecuencia compra pan en la semana?	21
Figura 7 P3 ¿Cuál es la cantidad de pan que habitualmente compra?	22
Figura 8 P4 ¿A qué hora del día consume este producto?	23
Figura 9 P5 ¿Habitualmente en qué tipo de establecimiento compra usted el pan?	24
Figura 10 P6 ¿Señale el valor aproximado de consumo en este tipo de establecimiento?	25
Figura 11 P7 ¿Seleccione 3 factores que influyan en su decisión de compra?	26
Figura 12 P8 ¿Qué tipo de pan es de su preferencia?.....	28
Figura 13 P9 ¿Si le ofrecerían un servicio de entrega a domicilio, lo demandaría?	29
Figura 14 P10 ¿Está dispuesto a pagar entre \$0,15 a \$1,50 por cada unidad de pan dependiendo del tipo de producto (tamaño, ingredientes y rellenos)?.....	30
Figura 15 Localización del proyecto.....	13
Figura 16 Plano arquitectónico del proyecto	14
Figura 17 Cursograma recepción y almacenamiento de materia prima	17
Figura 18 Cursograma producción del pan	18
Figura 19 Cursograma venta del producto	19
Figura 20 Requisitos para inscripción del RUC.....	21
Figura 21 Requisitos generales para la ubicación del domicilio.....	22
Figura 22 Estructura organizacional	27
Figura 23 Categorización alimentos procesados	33
Figura 24 Categorización riesgo de alimentos procesados	34
Figura 25 Punto de Equilibrio	57

Tema

Estudio de factibilidad para una panadería en la urbanización Real Alto sector Cumbayá

Problema

¿La falta de establecimientos que oferten este tipo de productos a los habitantes del sector del Real Alto en el sector de Cumbayá, genera falta de acceso inmediato al producto?

Objetivos

Objetivo General

Estudiar la factibilidad para la implementación de una panadería en la urbanización Real Alto en el sector de Cumbayá del D.M.Q., mediante una investigación bibliográfica y de campo que orienten adecuadamente la realización del diseño técnico, administrativo y económico - financiero del futuro negocio.

Objetivos Específicos capítulos

Investigar distintas fuentes de referencias actualizadas y relacionadas, la elaboración de un estudio de factibilidad para la implementación de una panadería en la urbanización Real Alto en el sector de Cumbayá del D.M.Q.

Diagnosticar mediante una investigación de campo el grado de aceptación y necesidad del mercado en la Urbanización Real Alto, respecto de la implementación de una panadería, utilizando diferentes herramientas de recopilación de datos.

Realizar un diseño técnico – administrativo y ambiental de la futura panadería ubicada en la urbanización Real Alto en el sector de Cumbayá, considerando los datos obtenidos en la fase de diagnóstico.

Evaluar la rentabilidad de la futura panadería ubicada en la urbanización Real Alto en el sector de Cumbayá, considerando los montos requeridos para la inversión en muebles y estructura organizacional, determinando así la factibilidad de ejecución del negocio.

Justificación

Se presentará un estudio de factibilidad para la implementación de una panadería en la urbanización Real Alto, este plan nace por la inexistencia de este tipo de negocios en el sector y la carencia de los mismos, ocasiona que los habitantes tengan que incurrir en: movilizaciones de tramos significativos, empleo de recursos (tiempo, consumo de gasolina, desgaste del vehículo, entre otros), para adquirir un producto de primera necesidad.

Por tal razón el presente proyecto se enfocará en identificar la viabilidad del plan que se pretende poner en marcha y las diferentes posibles estrategias para que la microempresa sea rentable y sostenible. La reunión de información permitirá explorar alternativas y hacer énfasis en las implicaciones futuras de las decisiones actuales; con la ayuda de varias propuestas de autores que han incursionado en este tema, se podrá obtener un conciso y efectivo emprendimiento a implementarse.

El mercado ecuatoriano a lo largo de este último periodo presidencial se ha visto en relativa calma; sin embargo, en el último semestre del año 2019 hasta la presente fecha, el Ecuador está presentando un mercado bastante inestable debido a las disposiciones políticas y económicas que se han adoptado y que se han agudizado por la pandemia del COVID 19. Debido a estas disposiciones, el intercambio entre oferentes y demandantes en el mercado pueden verse afectados, por tal motivo es fundamental efectuar un estudio de factibilidad para prevenir posibles pérdidas.

Capítulo I

Fundamentación Teórica

1.1. Estudio de Factibilidad

Actualmente el mundo en general ha sufrido varios cambios representativos y cada uno de los países han sido afectados en distintos niveles, la pandemia de COVID 19 ha generado una pérdida de recursos irrecuperables. El Ecuador no se escapa de esta realidad, no solo se ha visto afectado por esta grave enfermedad, sino que también está inmerso en casos de corrupción y las medidas económicas adoptadas por el gobierno aportan para que el mercado sea muy inestable y tenga un decremento de circulante.

En un país tan inestable económicamente, un estudio de factibilidad será decisivo para determinar la viabilidad de la microempresa que se pretende implementar, puesto que la información cuantitativa vigente actualmente, servirá de constante para el horizonte que se plantee. Y los datos proyectados son de gran relevancia al momento de evaluar el proyecto y destinar recursos.

Un estudio de factibilidad es elaborando en base a la recopilación de información en fuentes primarias de investigación, “no sólo consiste en determinar si el proyecto es o no rentable, sino que debe servir para discernir entre alternativas de acción para estar en condiciones de recomendar la aprobación o el rechazo del proyecto” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008, pág. 37)

Según Baca Urbina (1995), en un estudio de factibilidad se plantean dos (2) objetivos fundamentales, que son:

Analizar y presentar todas las variables que condicionan la realización de la futura inversión, destacando las más complejas e importantes para el proyecto.

Demostrar la rentabilidad económica para el capital invertido y para los recursos económicos comprometidos en el proyecto. (pág.2)

Al efectuar este tipo de investigación no se puede dejar de lado al mercado objetivo, ya que su comportamiento influirá directamente en la toma de decisiones al momento de definir estrategias comerciales, teniendo así a los proveedores, competidores, distribuidores y consumidores. Para iniciar cualquier tipo de proyecto se tiene que emplear recursos como tiempo, dinero, materia prima y equipos; estos recursos siempre son limitados y es necesario tomar decisiones asertivas que aseguren la sostenibilidad de la microempresa.

“El éxito de un proyecto está determinado por el grado de factibilidad que se presente” (Castañeda Martínez & Macías Prieto, 2016, pág. 20). La factibilidad hace referencia a la disponibilidad de los recursos que se empleen para el cumplimiento de los objetivos planteados, la misma se apoya en aspectos operativos, técnicos y económicos.

1.2. Panadería

El arte de la panadería se remonta hace muchos siglos en el pasado, esta grandiosa habilidad es propia de distintas culturas y heredada por generaciones; a medida que transcurre el tiempo, las actualizaciones y nuevos descubrimientos se han ido incorporando a cada una de las

actividades del día a día. Es así que este maravilloso arte no se queda atrás, gracias al ingenio, innovación, especialización y experimentación de estos habilidosos artesanos.

La panadería es un arte, que lleva miles de años de ejercicio y ha estado presente en la evolución y transformación de nuestras sociedades. Es a través de este oficio, que se obtiene el pan, el cual es considerado sinónimo de alimento en muchas culturas y hace parte de la dieta alimentaria y forma de expresión cultural y religiosa en muchos pueblos del mundo. (López Trujillo, 2009, pág. 7)

La panadería y su ejercicio, al igual que las técnicas de fabricación y los ingredientes utilizados para la elaboración del pan, son influenciadas por la cultura, la tradición y las características culinarias de los pueblos, los cuales varían de un lugar a otro, dándole una condición propia y única. (López Trujillo, 2009, pág. 7)

En la capital ecuatoriana existe una gran diversidad de microempresas dedicadas a esta línea de producción, cada una se hace distintiva en el mercado, ya sea por la temática del establecimiento, por el tipo de productos que ofertan, por el precio, la calidad, la atención a sus clientes, la asepsia, entre otras. Estas características son distintivos únicos en las preferencias de la demanda.

En la actualidad este tipo de microempresa está presente en cada barrio de la capital ecuatoriana, siendo de gran aporte para la dinamización de la economía, puesto que estos establecimientos comercializan productos adicionales tales como leche, quesos, café, huevos, azúcar entre otros. Se tiene que tener presente que estas organizaciones al ser tan diversas en sus líneas de producción y comercialización, van a estar sujetas a distintas entidades de control

según el tamaño de la empresa, tipo de infraestructura, número de empleados y porcentajes de ventas.

1.3. Real Alto

El barrio Real Alto es uno de los más antiguos de la parroquia de Cumbayá, al analizarlo como uno solo, no se encuentra mayor información; pero al examinarlo como parte de un todo, se lo puede conocer más a fondo. El nombre de Cumbayá tiene origen en varias historias, una de estas se asienta en la visita frecuente de los yumbos o maibundas que provenían desde el oriente y algunos se quedaron para radicar en estas tierras; uno de estos yumbos se llamaba Cumba el cuál se unió con una mujer de la sierra llamada Ya, de ahí su nombre Cumbayá. Otra teoría de su nombre, es aquella que proviene del quichua cumbaja, que quiere decir “vamos amigo por este camino” y desde el punto de vista católico, en el idioma hebreo Cumbayá significa “Dios con nosotros”.

Cumbayá es una parroquia que ha dejado un legado de vestigios aborígenes de épocas preincaicas y que ha registrado en los últimos años una alta transformación a nivel industrial y urbanística, dejando de ser agrícola para convertirse en una zona residencial y comercial, con un elevado índice de plusvalía; en este sector se puede encontrar varios centros comerciales, restaurantes, bares, colegios y una universidad.

Esta parroquia enamora a propios y extraños, por la paz, tranquilidad, su clima, sin el ruido de la ciudad; la gente que habita en este sector es muy acomodada, son dueñas de casas lujosas y grandes, ubicadas dentro de urbanizaciones privadas. La parroquia de Cumbayá posee un clima

cálido, con una temperatura promedio entre los 18° a 24°, es un valle primaveral la mayor parte del año y es apto para el cultivo de frutas, flores entre otros.

Cumbayá está ubicada en la entrada al Valle de Tumbaco, próximo a la ciudad de Quito. Al norte y al oeste limita con el río Machángara, al sur con Guangopolo y al este con el Río San Pedro. Cumbayá es actualmente un importante centro satélite de Quito, por lo cual presenta índices de altísima plusvalía a nivel nacional. (Pazmiño Jiménez, 2012, pág. 11)

En los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), según el último censo realizado en el año 2010 la población de la parroquia de Cumbayá, asciende a 31.463 habitantes, siendo 15.248 hombres, y 16.215 son mujeres.

Capítulo II

Estudio de Mercado

2.1. Metodología Utilizada

“La efectividad del método elegido se evaluará en función de su precisión, sensibilidad y objetividad” (Sapag Chain & Sapag Chain, Preparación y Evaluación de proyectos, 2008, pág. 90). “Un método más sistemático y objetivo, que se vale del método científico, es la investigación de mercado, la cual se utiliza principalmente en la recolección de información relevante para ayudar a la toma de decisiones” (Sapag Chain & Sapag Chain, Preparación y Evaluación de proyectos, 2008, pág. 92)

2.1.1. Diseño de la Investigación

2.1.1.1. *Unidad de Análisis*

El mercado objeto de estudio se encuentra ubicado en la Urb. Real Alto, este barrio forma parte de la parroquia de Cumbayá. Con la finalidad de establecer una unidad de análisis específica, el instrumento de recolección de datos se enfoca en las residencias que están dentro de esta urbanización y que sus integrantes consuman pan.

2.1.1.2. *Universo*

La información que se va a utilizar en este parámetro ha sido recabada de testimonios de los habitantes que viven dentro de la urbanización Real Alto. Se ha considerado trabajar con estos

datos, puesto que el sitio de estudio comprende a una urbanización cerrada y es el mercado objetivo.

Tabla 1 Número de lotizaciones de la urbanización Real Alto

Urbanización	N. de Lotizaciones
Real Alto	250

Fuente: Testimonios de los habitantes de la Urb. Real Alto

Elaborado por: Geovana Moreno

2.1.1.3. Muestra

El tipo de muestreo a utilizarse es de tipo probabilístico, empleando el método aleatorio simple; puesto que las variables a estudiarse tienen la misma probabilidad de ser encuestadas, obteniendo así inferencias necesarias que aporte al resultado de la investigación que se está ejecutando.

Tamaño de la muestra

Se empleará una fórmula estadística de población finita para determinar el tamaño de la muestra:

Fórmula:

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

Peso:

Tabla 2 Nomenclaturas de la fórmula estadística

REFERENCIA	DATOS
n = tamaño de la muestra	?
N = tamaño de la población	250
Z = parámetro estadístico que depende del nivel de confianza	95% → 1.96
e = margen de error	5% → 0.05
p = probabilidad de éxito	50% → 0.50
q = probabilidad de fracaso ($1 - p$)	50% → 0.50

Elaborado por: Geovana Moreno

Aplicación:

$$n = \frac{250 * 1.96^2 * 0.50 * 0.50}{0.05^2(250 - 1) + 1.96^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = 151,68 \rightarrow \mathbf{152}$$

Modelo de encuesta**ENCUESTA PARA UN ESTUDIO DE MERCADO EN LA URBANIZACIÓN REAL****ALTO**

Estimados señores, solicito su colaboración para la realización de un estudio de mercado, con fines de elaboración de un proyecto de investigación académica de titulación.

CIUDAD Quito **FECHA** **26-06-2020**

Objetivo.

Evaluar la factibilidad de instalar una panadería para cubrir la demanda de este tipo de productos, en la Urbanización Real Alto. Su aportación es de suma importancia para determinar la viabilidad de este proyecto.

Información General**Sexo**

Masculino

Femenino

Edad

De 18 a 26 años

De 27 a 36 años

De 37 a 46 años

De 47 a 56 años

Mayor de 57 años

Profesión o actividad actual

Ama de casa

Relación de dependencia

Jubilado

N. de miembros en el hogar

De 1 a 3

De 4 a 5

Más de 5

Preguntas de Estudio de Mercado**1. ¿Usted o su familia consume pan en su dieta diaria?**

Sí

No

Si la respuesta es no, terminar la encuesta.

2. ¿Con que frecuencia compra pan en la semana?

Menor a 3 veces por semana

De 4 a 5 veces por semana

Mayor a 5 veces por semana

3. ¿Cuál es la cantidad de pan que habitualmente compra?

Menor a 5 unidades

De 6 a 14 unidades

De 15 a 20 unidades

Más de 21 unidades

4. ¿A qué hora del día consume este producto?

Mañana

Tarde

Noche

5. ¿Habitualmente en qué tipo de establecimiento compra usted el pan?

Panadería
Supermercado
Tienda de barrio

6. ¿Señale el valor aproximado de consumo en este tipo de establecimiento?

Menor a \$10.00
De \$11.00 a \$15.00
Más \$16.00

7. ¿Seleccione 3 factores que influyan en su decisión de compra?

Precio
Calidad
Variedad
Servicio
Higiene
Ubicación

8. ¿Qué tipo de pan es de su preferencia?

Pan clásico
Pan integral
Pan de agua
Empanada de queso

Pan injerto
Pan de maíz
Pan de dulce
Otros

9. ¿Si le ofrecerían un servicio de entrega a domicilio, lo demandaría?

Sí	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

10. ¿Está dispuesto a pagar entre \$0,15 a \$1,50 por cada unidad de pan dependiendo del tipo de producto (tamaño, ingredientes y rellenos)?

Sí	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

2.2. Resultado de la investigación

La investigación de mercado se ha efectuado mediante la aplicación del instrumento (encuesta) se ha realizado a 152 hogares, como muestra identificada, de manera probabilística en la Urb. Real Alto, dicha herramienta ha sido aplicada en su totalidad de manera online; debido al temor de sus habitantes de contraer COVID 19. Los resultados conseguidos en este estudio, permitirán conocer los gustos y aceptación de este tipo de producto por parte de los pobladores.

Preguntas Informativas

Sexo

Tabla de resultados

Tabla 3 Pregunta Informativa sexo de los encuestados

Sexo		
Respuestas	Fi	%
Masculino	69	45%
Femenino	83	55%
TOTAL	152	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Gráfico

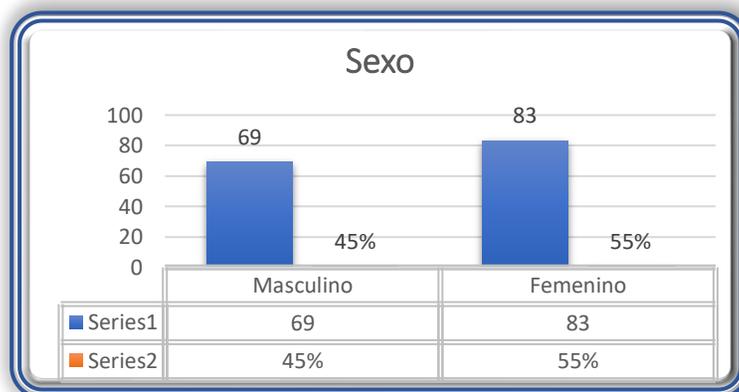


Figura 1 Sexo de los encuestados

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Análisis

De una muestra de 152 encuestados, el 45% son del sexo masculino; el 55% son de sexo femenino.

Edad

Tabla de resultados

Tabla 4 Edad de los encuestados

Edad		
Respuestas	Fi	%
De 18 a 26 años	72	47%
De 27 a 36 años	32	21%
De 37 a 46 años	23	15%
De 47 a 56 años	13	9%
Mayor de 57 años	12	8%
TOTAL	152	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Gráfico

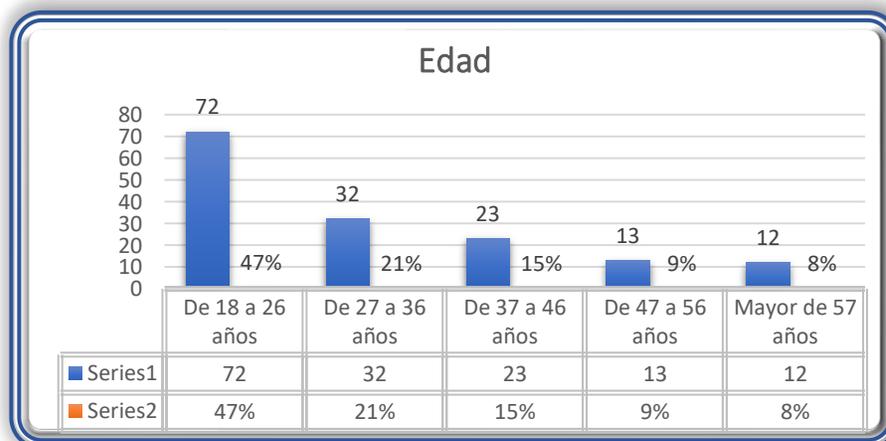


Figura 2 Edad de los encuestados

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Análisis

De una muestra de 152 encuestados, el 47% abarca una edad entre 18 a 26 años; el 21% de la población comprende una edad entre 27 a 36 años; el 15% encierra una edad entre 37 a 46 años; el 9% alcanza una edad entre 47 a 56 años; el 8% de los encuestados comprenden edades superiores a los 57 años.

Profesión o actividad actual

Tabla de resultados

Tabla 5 Profesión o actividad actual

Profesión o actividad actual		
Respuestas	Fi	%
Relación de dependencia	72	47%
Jubilado	6	4%
Ama de casa	17	11%
Otros	57	38%
TOTAL	152	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Gráfico

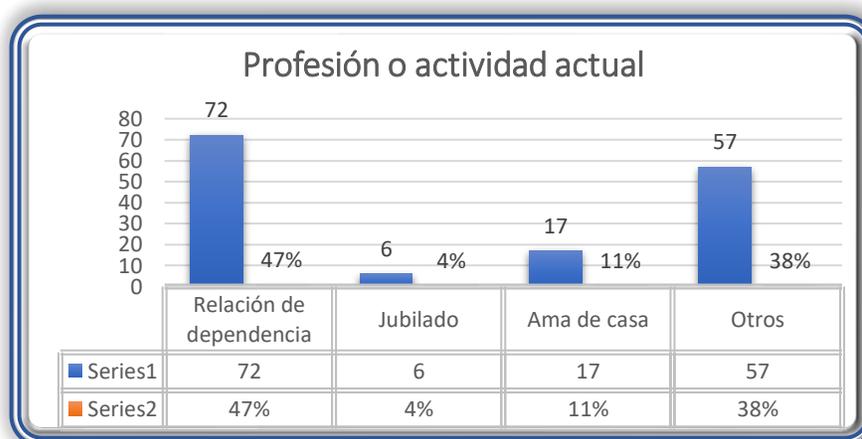


Figura 3 Profesión o actividad actual

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Análisis

De una muestra de 152 encuestados, el 47% desempeñan sus actividades bajo relación de dependencia; el 4% de la población está jubilada actualmente; el 11% desempeña actividades como ama de casa; el 38% de la población está en un campo de otras actividades, comprendidas como estudiantes, prestación de servicios profesionales y propietarios de negocios.

N. de miembros en el hogar

Tabla de resultados

Tabla 6 Número de miembros en el hogar

N. de miembros en el hogar		
Respuestas	Fi	%
De 1 a 3	62	41%
De 4 a 5	72	47%
Más de 5	18	12%
TOTAL	152	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Gráfico

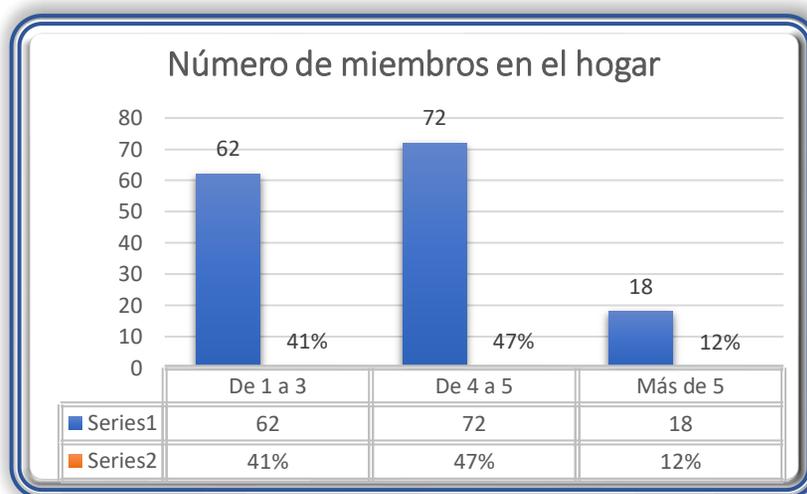


Figura 4 Número de miembros en el hogar

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Análisis

De una muestra de 152 encuestados, el 41% de los hogares están conformados por un número de 1 a 3 miembros; el 47% conforma su hogar con un número de 4 a 5 miembros; el 12% conforma su hogar con más de 5 miembros.

Preguntas de Estudio de Mercado

Pregunta 1. ¿Usted o su familia consume pan en su dieta diaria?

Tabla de resultados

Tabla 7 P1 ¿Usted o su familia consume pan en su dieta diaria?

P1. ¿Usted o su familia consume pan en su dieta diaria?		
Respuestas	Fi	%
Sí	130	86%
No	22	14%
TOTAL	152	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Gráfico

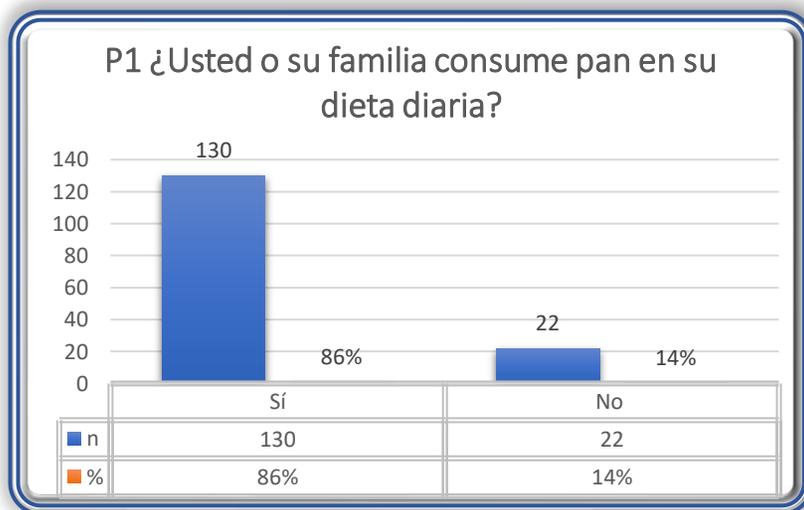


Figura 5 P1 ¿Usted o su familia consume pan en su dieta diaria?

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Análisis

De una muestra de 152 residencias, el 86% correspondiente a 130 hogares que consumen pan en su dieta diaria; el 14% correspondiente a 22 hogares no lo consumen.

Pregunta 2. ¿Con que frecuencia compra pan en la semana?

Tabla de resultados

Tabla 8 P2 ¿Con qué frecuencia compra pan en la semana?

P2. ¿Con qué frecuencia compra pan en la semana?			
Respuestas	Fi	%	
Menor a 3 veces por semana	61	42%	
De 4 a 5 veces por semana	60	41%	
Mayor a 5 veces por semana	31	17%	
TOTAL	152	100%	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Gráfico

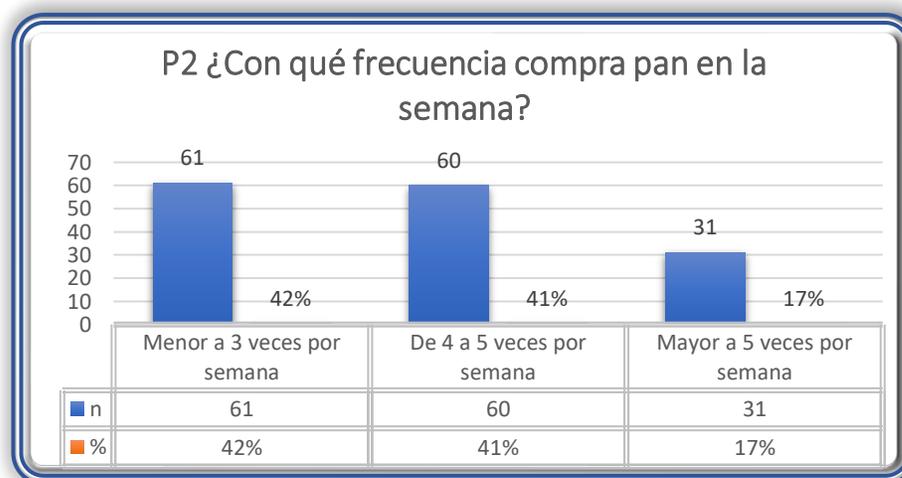


Figura 6 P2 ¿Con qué frecuencia compra pan en la semana?

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Análisis

Del instrumento aplicado a 152 residencias, se identifica que el 42% tiene una frecuencia de compra menor a 3 veces por semana; el 41% tiene una frecuencia de compra de 4 a 5 veces por semana; y el 17% tiene una frecuencia de compra mayor a 5 veces por semana.

Pregunta 3. ¿Cuál es la cantidad de pan que habitualmente compra?

Tabla de resultados

Tabla 9 P3 ¿Cuál es la cantidad de pan que habitualmente compra?

P3. ¿Cuál es la cantidad de pan que habitualmente compra?		
Respuestas	Fi	%
Menor a 5 unidades	40	25%
De 6 a 14 unidades	100	70%
De 15 a 20 unidades	9	3%
Más de 21 unidades	3	2%
TOTAL	152	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Gráfico

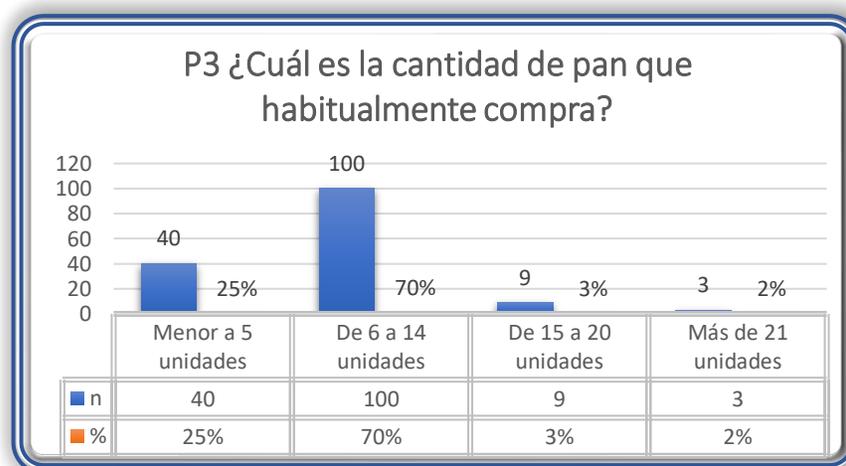


Figura 7 P3 ¿Cuál es la cantidad de pan que habitualmente compra?

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Análisis

De los 152 hogares que consumen pan, el 25% habitualmente compra una cantidad menor a 5 unidades; el 70% habitualmente compra una cantidad entre 6 a 14 unidades; el 3% habitualmente compra una cantidad entre 15 a 20 unidades; el 2% habitualmente compran una cantidad superior a 21 unidades.

Pregunta 4. ¿A qué hora del día consume este producto?

Tabla de resultados

Tabla 10 P4 ¿A qué hora del día consume este producto?

P4. ¿A qué hora del día consume este producto?		
Respuestas	Fi	%
Mañana	126	83%
Tarde	8	5%
Noche	18	12%
TOTAL	152	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Gráfico



Figura 8 P4 ¿A qué hora del día consume este producto?

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Análisis

De los 152 hogares que adquieren pan, el 83% lo consumen en horas de la mañana; el 5% lo consumen en horas de la tarde; el 12% lo consumen en la noche.

Pregunta 5. ¿Habitualmente en qué tipo de establecimiento compra usted el pan?

Tabla de resultados

Tabla 11 P5 ¿Habitualmente en qué tipo de establecimiento compra usted el pan?

P5. ¿Habitualmente en qué tipo de establecimiento compra usted el pan?		
Respuestas	Fi	%
Panadería	121	80%
Supermercado	8	5%
Tienda de barrio	23	15%
TOTAL	152	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Gráfico

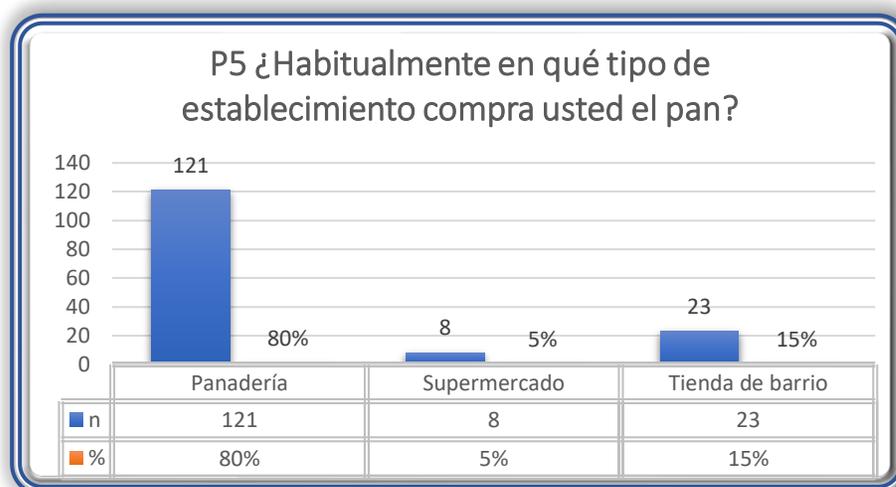


Figura 9 P5 ¿Habitualmente en qué tipo de establecimiento compra usted el pan?

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Análisis

De los 152 hogares que consumen pan, el 80% habitualmente adquiere este producto en una panadería; el 5% adquiere este producto en un supermercado de manera habitual; el 15% lo adquiere en una tienda de barrio por la cercanía.

Pregunta 6. ¿Señale el valor aproximado de consumo en este tipo de establecimiento?

Tabla de resultados

Tabla 12 P6 ¿Señale el valor aproximado de consumo en este tipo de establecimiento?

P6. ¿Señale el valor aproximado de consumo en este tipo de establecimiento?		
Respuestas	Fi	%
Menor a \$10.00	132	87%
De \$11.00 a \$15.00	19	13%
Más \$16.00	1	1%
TOTAL	152	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Gráfico

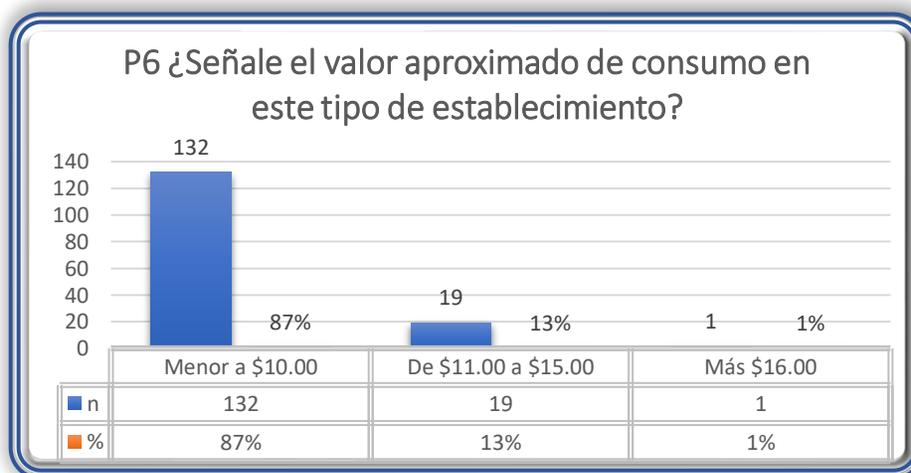


Figura 10 P6 ¿Señale el valor aproximado de consumo en este tipo de establecimiento?

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Análisis

De los 152 hogares que consumen pan, el 87% efectúa un valor de consumo menor a \$10usd; el 13% tiene un valor aproximado de consumo entre \$11usd a \$15usd; el 1% tiene un valor aproximado de consumo superior a \$16usd.

Pregunta 7. ¿Seleccione 3 factores que influyan en su decisión de compra?

Tabla de resultados

Tabla 13 P7 ¿Seleccione 3 factores que influyan en su decisión de compra?

P7. ¿Seleccione 3 factores que influyan en su decisión de compra?		
Respuestas	Fi	%
Precio	26	17%
Calidad	52	34%
Variedad	21	14%
Servicio	12	8%
Higiene	31	21%
Ubicación	10	6%
TOTAL	152	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Gráfico

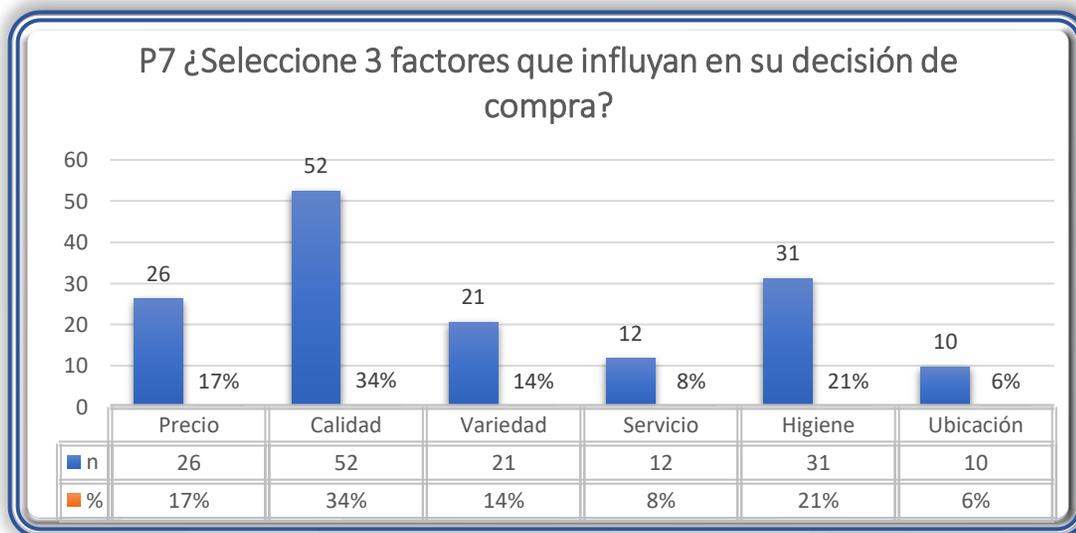


Figura 11 P7 ¿Seleccione 3 factores que influyan en su decisión de compra?

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Análisis

De los 152 hogares que consumen pan, para el 17% el precio influye en su decisión de compra; el 34% la calidad es el factor decisivo para ejecutar la compra; para el 14% la variedad influye en su decisión de compra; en el 8% el factor servicio ejerce en su decisión de compra; el 21% tiene el factor higiene como influencia en su decisión de compra; solo para el 6% la localización del proyecto incide en su decisión de compra.

Pregunta 8. ¿Qué tipo de pan es de su preferencia?

Tabla de resultados

Tabla 14 P8 ¿Qué tipo de pan es de su preferencia?

P8. ¿Qué tipo de pan es de su preferencia?		
Respuestas	Fi	%
Pan clásico	64	42%
Pan integral	28	18%
Pan de agua	9	6%
Empanada de queso	14	9%
Pan injerto	5	3%
Pan de maíz	5	3%
Pan de dulce	6	4%
Otros	21	14%
TOTAL	152	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Gráfico

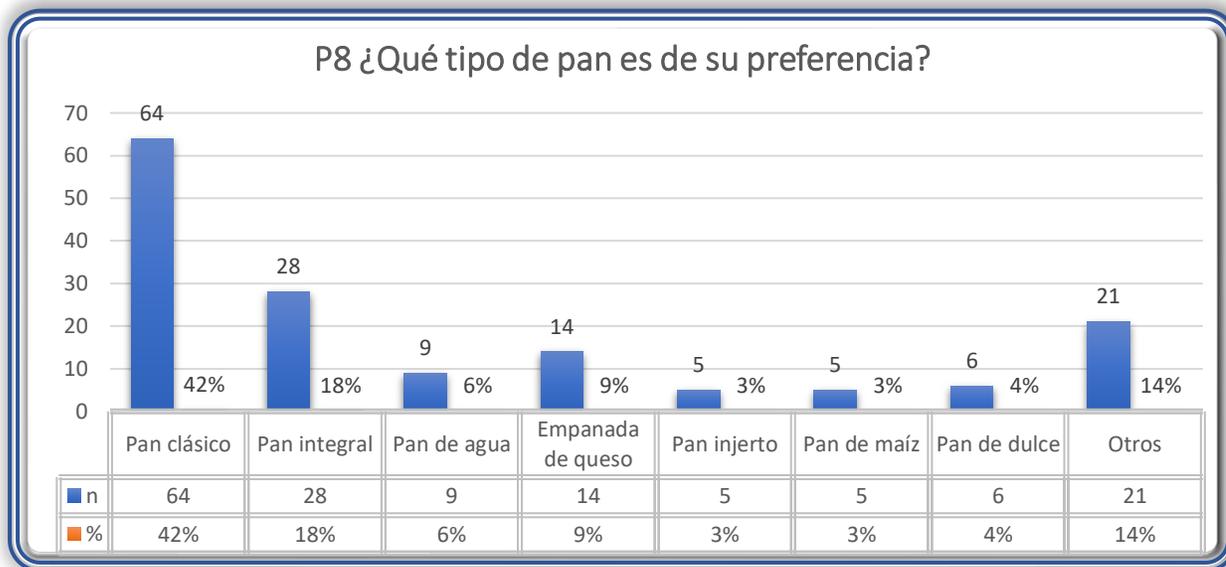


Figura 12 P8 ¿Qué tipo de pan es de su preferencia?

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Análisis

De los 152 hogares que consumen pan, el 42% prefiere el pan clásico; el 18% prefiere el pan integral; el 6% prefiere el pan de agua; el 9% prefiere la empana de queso; el 5% prefiere el pan injerto; el 5% prefiere el pan de maíz; el 4% prefiere el pan dulce; el 14% prefiere otro tipo de pan.

Pregunta 9. ¿Si le ofrecerían un servicio de entrega a domicilio, lo demandaría?

Tabla de resultados

Tabla 15 P9 ¿Si le ofrecerían un servicio de entrega a domicilio, lo demandaría?

P9. ¿Si le ofrecerían un servicio de entrega a domicilio, lo demandaría?		
Respuestas	Fi	%
Si	113	74%
No	39	26%
TOTAL	152	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Gráfico

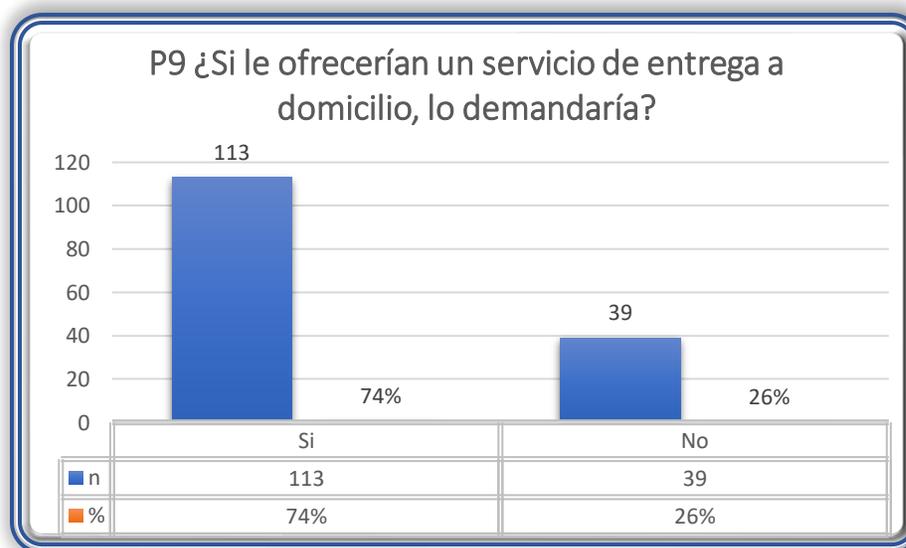


Figura 13 P9 ¿Si le ofrecerían un servicio de entrega a domicilio, lo demandaría?

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Análisis

De los 152 hogares que consumen pan, el 74% demandaría el servicio de entrega a domicilio; el 26% no tiene interés en demandar un servicio de entrega a domicilio.

Pregunta 10. ¿Está dispuesto a pagar entre \$0,15 a \$1,50 por cada unidad de pan dependiendo del tipo de producto (tamaño, ingredientes y rellenos)?

Tabla de resultados

Tabla 16 P10 ¿Está dispuesto a pagar entre \$0,15 a \$1,50 por cada unidad de pan dependiendo del tipo de producto (tamaño, ingredientes y rellenos)?

P10. ¿Está dispuesto a pagar entre \$0,15 a \$1,50 por cada unidad de pan dependiendo del tipo de producto (tamaño, ingredientes y rellenos)?		
Respuestas	Fi	%
Si	128	84%
No	24	16%
TOTAL	152	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Gráfico

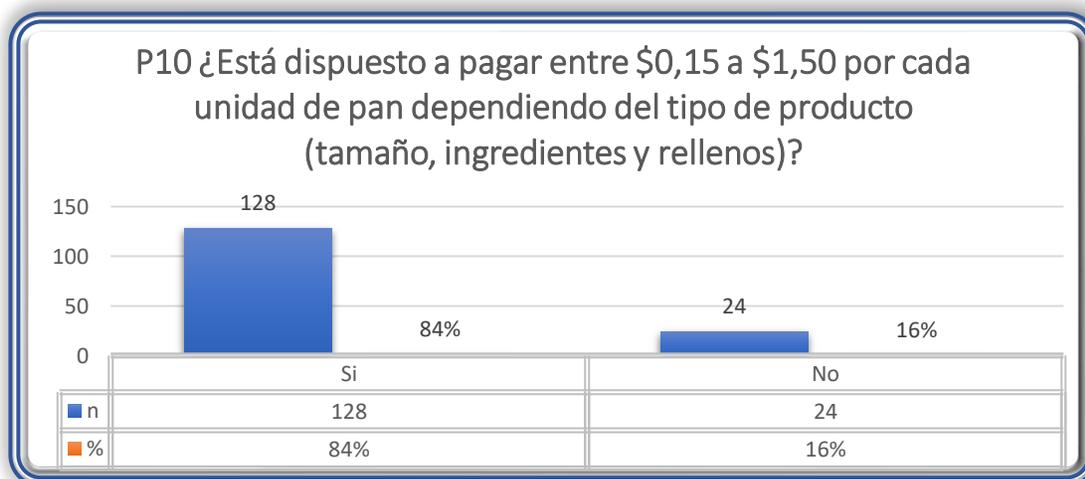


Figura 14 P10 ¿Está dispuesto a pagar entre \$0,15 a \$1,50 por cada unidad de pan dependiendo del tipo de producto (tamaño, ingredientes y rellenos)?

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Análisis

De los 152 hogares que consumen pan, el 84% estaría dispuesto a pagar entre \$0,15ctvs a \$1,50usd por una unidad de pan dependiendo del tipo de producto; el 16% no está de acuerdo en pagar esta cantidad.

2.3. Análisis de la demanda

El análisis de la demanda es un parámetro medular en cualquier estudio de proyectos, puesto que en función de ésta puede verse afectado el resultado del negocio. “De acuerdo con la teoría de la demanda, la cantidad demandada de un producto o servicio depende del precio que se le asigne, del ingreso de los consumidores, del precio de los bienes sustitutos o complementarios y de las preferencias del consumidor” (Sapag Chain & Sapag Chain, Preparación y Evaluación de proyectos, 2008, pág. 44).

Entre las variables relevantes que se deben considerar para determinar la demanda se tiene el estrato socioeconómico, nivel de ingreso familiar, edad, estilo de vida, y la influencia de la localización.

Tabla 17 Grupos Socioeconómicos

Grupos socioeconómicos	%
A	1,9
B	11,2
C+	22,8
C-	49,3
D	14,9

Fuente: (INEC, 2010)

Elaborado por: Geovana Moreno

Los habitantes de la Urb. Real Alto están categorizados en un nivel alto A (1.9%), medio alto B (11.2%) y medio C+ (22.8%); con total de 35.9% en su estrato socioeconómico general, puesto que tienen un alto poder adquisitivo.

Para establecer la demanda por familia, se observaron datos socio-demográficos como: el sexo del consumidor, número de miembros en el hogar, pea, edad; igualmente se identificó los hábitos de los consumidores, en aspectos como: lugar en el que prefiere adquirir el producto, el

tipo de pan que consume habitualmente, la hora de consumo (mañana, tarde o noche), número de unidades de pan que consume, estimación del precio que pagaría por cada unidad, etc. Partiendo de las respuestas proporcionadas por los consumidores, se puede identificar algunas características que aportaran para conocer la población y la demanda.

El estudio de mercado efectuado a los hogares que se encuentran en la Urbanización Real Alto, refleja una estructuración promedio de 4 personas por familia, comprendido por (2 padres y 2 hijos). Al estar en un estrato socio-económico, alto, medio alto y medio; poseen una capacidad de pago entre \$0.15ctvos, a \$1,50ctvos por cada unidad. Adicionalmente se determina que el 86% de la muestra encuestada consume pan, que el 70% tiene una frecuencia de compra de 6 a 14 unidades de pan al día y el 25% compran menos de 5 unidades diarias; obteniendo un promedio aproximado de compras diarias de 9 unidades por familia.

El 83% de los consumidores adquieren el producto en horas de la mañana, para el desayuno y el 12% en la noche para la cena. Dentro de los factores decisivos para efectuar la compra, se tiene que la calidad, la higiene y el precio son decisivos.

La población de la Urb. Real Alto, comprende a 250 hogares, con un tamaño promedio de 4 personas en cada familia y un consumo de 9 unidades diarias por familia; es decir, se estima un promedio de:

Tabla 18 Demanda en unidades de pan

Hogares	Q	Cantidad demandada en unidades de pan		
		Diario	Mensual	Anual
250	9	2.250	67.500	810.000

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Tabla 19 Demanda en dólares

Hogares	Q	\$	Cantidad demandada en dólares		
			Diario	Mensual	Anual
250	9	\$ 0,15	\$ 337,50	\$ 10.125,00	\$ 121.500,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

2.3.1. Comportamiento histórico de la demanda

Mediante la tabla de Población y Tasas de Crecimiento de los años 2001-2010 del INEC, se toma como referencia la tasa de crecimiento de 4.45% de los últimos 10 años, en la parroquia de Cumbayá.

Tabla 20 Tasa de crecimiento anual 2001-2010

Tasa de Crecimiento Anual 2001 - 2010									
Parroquia	2001			2010			Tasa de Crecimiento Anual 2001-2010		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Cumbayá	10.135	10.943	21.078	15.248	16.215	31.463	4,54%	4,37%	4,45%

Fuente: (INEC U. d.-D., 2010)

Elaborado por: Geovana Moreno

2.3.2. Proyección de la demanda (horizonte a 5 años)

Para efectuar esta estimación, se trabajará con la misma TC poblacional de la parroquia de Cumbayá, proyectada al año 2010 del 4.45% según el INEC. Se adopta esta decisión debido a que no se obtiene los datos suficientes del barrio objeto de estudio, cabe recalcar que esta estimación se calculará en función del universo que se está estudiando.

Fórmula

$$Pf = Pa(1 + TC)^t$$

Peso:

Tabla 21 Nomenclatura fórmula proyección de la demanda

Referencia	Datos
<i>pf</i> = población futura	?
<i>Pa</i> = población actual	250*4
<i>TC</i> = tasa de crecimiento	4.45%
<i>t</i> = diferencia año actual – anterior	n

Fuente: (Alvarez Postillo, 2017)

Elaborado por: Geovana Moreno

Aplicación:

$$Pf = 1000(1 + 0.0445)^1$$

Tabla 22 Proyección demanda en unidades de pan

Años	Crecimiento poblacional	Cantidad demanda en unidades de pan				
		Hogares	Q	Diario	Mensual	Anual
2020	1000					
2021	1045	261	9	2.350	70.504	846.052
2022	1091	273	9	2.455	73.642	883.709
2023	1140	285	9	2.564	76.920	923.043
2024	1190	298	9	2.678	80.344	964.127
2025	1243	311	9	2.797	83.920	1.007.039

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Para el cálculo de esta proyección (demanda en dólares) se ha mantenido el mismo valor para el horizonte proyectado.

Tabla 23 Proyección demanda en dólares

Años	Crecimiento poblacional	Cantidad demanda en dólares							
		Hogares	Q	\$	Diario	Mensual	Anual		
2020	1000								
2021	1045	261	9	\$	0,15	\$	352,52	\$ 10.575,66	\$126.907,86
2022	1091	273	9	\$	0,15	\$	368,21	\$ 11.046,37	\$132.556,42
2023	1140	285	9	\$	0,15	\$	384,60	\$ 11.538,03	\$138.456,40
2024	1190	298	9	\$	0,15	\$	401,72	\$ 12.051,58	\$144.618,98
2025	1243	311	9	\$	0,15	\$	419,60	\$ 12.587,99	\$151.055,85

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

2.4. Análisis de la oferta

Previo al análisis de este parámetro se hace referencia a breves conceptualización de que es la oferta; la oferta de un bien o un servicio está en función del precio (variable independiente) y la cantidad (variable dependiente) dispuesta para ser ofertada. “Se entiende por oferta a las distintas cantidades que un productor está dispuesto y es capaz de entregar al mercado a diferentes precios” (Puga Rosero, 2012, pág. 147)

Se puede mencionar como determinantes de la oferta al precio de mercado, reestructuración en los objetivos de los productores, variación en los costos de producción (mano de obra, capital, materias primas), cambios tecnológicos, competencia.

El análisis de la oferta está directamente relacionado con la estructura del mercado de oferentes, expuesto esto, la investigación efectuada en el sector arroja que el mercado se encuentra dividido según los kilómetros a la redonda en:

Mercado de oferentes por kilómetros a la redonda					
Kilómetros a la redonda	Establecimientos	Tipo	Productos	PVP	Estimación de panes vendidos diarios
2	Esperancita	Tienda de barrio	Pan adquirido en panadería	0,14	70
	Panadería del Valle	Panadería semiindustrial	Pasteles, panes, galletas y productos lácteos	0,16 - 0,55	500
	Panadería Celli	Panadería	Pan y productos lácteos	0,13	350
4	Labrador	Panadería Artesanal	Pan grande, moldes, granolas, cereales	1,75 - 3,70	1.500
	Pan del Parque	Panadería Artesanal	Moldes, tostadas, biscochos, empanadas, diversos postres	0,34 - 1,80	1.300
	Supermaxi	Panificadora Maxipan	Productos de panificación empaquetados	0,25 - 2,50	3.200
6	Las Delicias de Colombia	Panadería semiindustrial y restaurante	Pasteles, panes, postres, cafetería y platos a la carta	0,18 - 2,30	2.600

Tabla 24 Mercado de oferentes por kilómetros a la redonda

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

La estimación de las unidades vendidas fue calculada en base a observaciones realizadas y en consultas efectuadas a los trabajadores de las microempresas.

Planteados los resultados de la investigación de mercado, se procede a efectuar el balance de la demanda menos la oferta para obtener la demanda insatisfecha. Se trabajará expresamente con los oferentes de competencia directa ubicados dentro de un radio de 2 kilómetros a la redonda, de donde se pretende ubicar la microempresa; se adopta esta decisión debido a que la demanda fue trabajada con el universo de 250 hogares de la Urb. Real Alto.

Tabla 25 Balance demanda - oferta

Balance Demanda - Oferta					
Unidad de tiempo	Unidades Demandadas	Unidades Ofertadas	%	Demanda Insatisfecha	%
Diario	2.250	920	41%	1.330	59%
Mensual	67.500	27.600	41%	39.900	59%
Anual	810.000	331.200	41%	478.800	59%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Tal como su nombre lo indica, la demanda insatisfecha es aquella parte de la población que no ha podido ser cubierta por el mercado, es decir que no han podido satisfacer sus necesidades. Esta demanda insatisfecha podría ser cubierta en su totalidad o en parte, con el proyecto que se pretende implementar.

Planteado de otra manera, la demanda es mayor que la oferta; arrojando un saldo positivo de 478.800 unidades de pan, que representan aproximadamente el 59% de la demanda anual y de 1.330 unidades de pan al día.

2.5. Análisis del precio

La producción y comercialización de este tipo de producto se pretende efectuar en un mercado de competencia monopolística, debido a que cuenta con un alto número de productores o vendedores que ofertan un abanico de productos diferenciadores; algunas de estas diferenciaciones son: calidad, tamaño, sabor, servicio, publicidad, ubicación, entre otros. Estos últimos influyen en los precios de venta con los que se comercializa en el mercado y que serán adquiridos por los demandantes.

“El precio que se fije para el producto que se elaborará con el proyecto será determinante en el nivel de los ingresos que se obtengan, tanto por su monto propiamente, como por su impacto sobre el nivel de la cantidad vendida” (Sapag Chain & Sapag Chain, Preparación y Evaluación de proyectos, 2008, pág. 283) .

“En general, las estrategias de precio pueden basarse en costos o ventas. Sin embargo, los factores que deberían considerarse al establecer una estrategia de precios son: a) la demanda, que establecerá un precio máximo posible, b) los costos, que definen el precio mínimo, c) los factores competitivos, que definirán una variabilidad que pueda subirlos o bajarlos, y d) las restricciones al precio, ya sean externas a la empresa, como regulaciones gubernamentales, o internas, como exigencias de rentabilidad mínima” (Sapag Chain & Sapag Chain, Preparación y evaluación de proyectos, 2008, pág. 284)

Con la información recabada del estudio de mercado, se plantea el siguiente análisis de precio; de acuerdo a las preferencias del consumidor en cuanto al tipo de pan según la Tabla 14, se determina que el de mayor aceptación es el pan clásico con un 42%, seguido por el pan integral con un 18% y otro tipo de pan en un 40%. Expuesto esto, los comparadores están dispuesto a pagar en un rango de \$0.15ctvos a \$1.50ctvos de dólar por cada unidad de pan,

dependiendo del tamaño, tipo de relleno e ingredientes que lo conformen; con un 84% de aceptación.

Ante lo planteado anteriormente se tiene que tomar en cuenta también, que de la oferta investigada los precios promedio que se maneja en el mercado por cada unidad de pan, oscilan en un rango de \$0.13ctvos a \$3.70ctvos de dólar; lo cual permite ser competitivos ante la competencia.

La investigación de mercado efectuada, permite conocer el precio promedio por unidad que está dispuesto a pagar el consumidor, este precio promedio estará en función de los costos directos e indirectos de fabricación, más un margen de utilidad. Esta información podrá ser revisada a detalle en el análisis financiero de este proyecto.

2.5.1. Estrategia de comercialización

La estrategia de comercialización está dada por un plan general de acciones que se ejecutan para ofrecer el producto terminado a los consumidores, de tal manera, depende de cada uno de los productores o vendedores las diversas estrategias que pongan en práctica para cumplir este fin.

El tipo de comercialización que se utilizará será un canal de distribución directa (Productor - Consumidor), al ser un producto perecedero y de consumo final, habrá una comercialización directa con el consumidor desde el lugar en el que se coloque la microempresa, y donde se podrá generar una nueva plaza con negocios pequeños como tiendas del sector, haciendo una entrega directa.

2.5.1.1. Estrategia de distribución Selectiva

Esta es una estrategia de punto intermedio entre la estrategia intensiva y la exclusiva, que consiste en identificar y seleccionar un grupo de puntos de venta en los que podemos apoyarnos para distribuir el producto que se oferta; este grupo puede ser las tiendas que existen por el sector.

Capítulo III

Estudio Técnico, Administrativo, Ambiental

3.1. Localización del proyecto

La decisión de localización es un punto relevante y decisivo para el éxito o el fracaso de un proyecto. Anteriormente se expuso la macro localización del mismo, ahora se va a presentar una micro localización del lugar en el que se pretende colocar la microempresa.

La ubicación exacta es en la Urb. Real Alto casa #9 Valdivia E3170 y Cotococha, una vez efectuada la investigación de mercado se visualiza que es un lugar estratégico y el producto a ofertarse tiene una buena acogida. Adicionalmente es una zona de fácil acceso por contar con la presencia de la Ruta Viva a pocas cuadras, cuenta con una diversidad de medios de transporte para poder acceder a la microempresa. Y, por ende, la distribución de materias primas por parte de los proveedores se podrá efectuar sin inconvenientes y sin recargos adicionales por rubros de transporte que puedan afectar al presupuesto ya establecido.

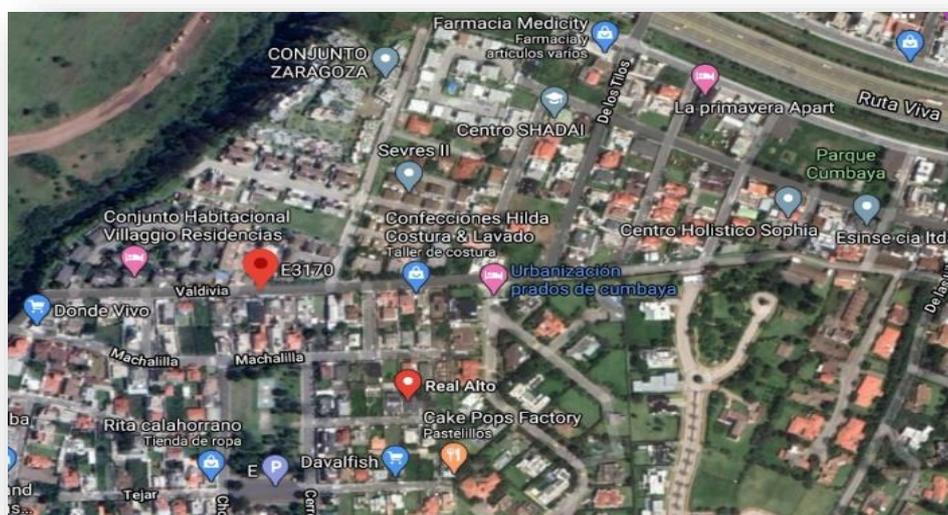


Figura 15 Localización del proyecto

Fuente: (Alphabet Inc, 2005)

Elaborado por: Geovana Moreno

3.2. Tamaño del proyecto

Para dar origen al funcionamiento de la panadería Mi Copo de Nieve que estará ubicada en la Urb. Real Alto casa #9 Valdivia E3170 y Cotococha, el sitio contará con un área de construcción total de 131.93m² distribuidos según el cuadro adjunto:

Tabla 26 Áreas computables del proyecto

Áreas computables proyecto	
Ubicación	Área (m ²)
Salón principal	38,27
Cocina	13,27
Bodegas	5,12
Sanitarios	9,01
Jardín	13,31
Acceso 1 pérgolas	27,56
Acceso 2 cocina	6,21
Ingreso principal	4,31
Mampostería paredes	14,86
Área Total	131,93

Fuente: Ing. William Proaño

Elaborado por: Geovana Moreno

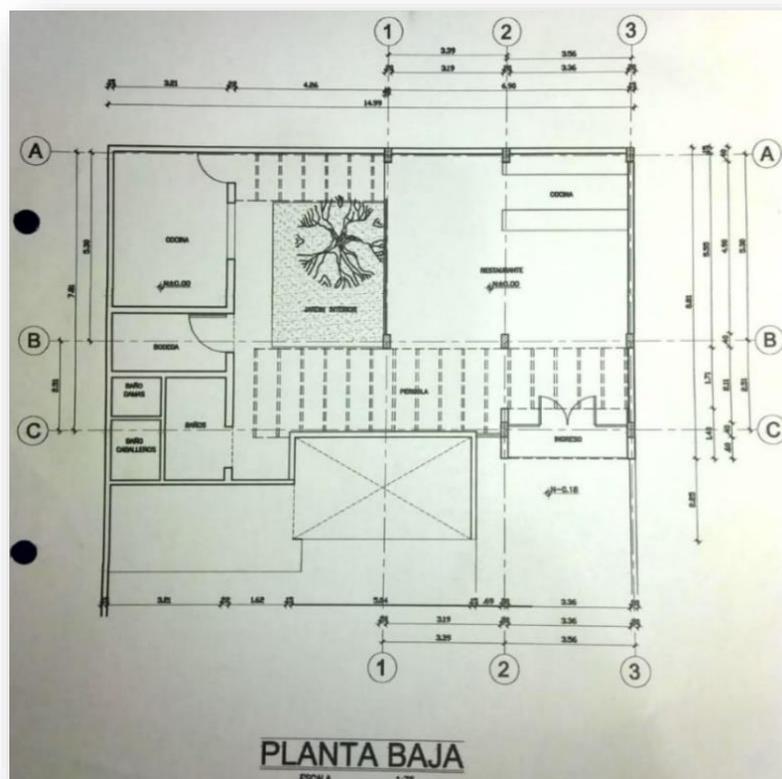


Figura 16 Plano arquitectónico del proyecto

Fuente: Lilian Toapanta

Elaborado por: Ing. William Proaño

Equipamiento para el funcionamiento de la microempresa

Los costos obtenidos para determinar el monto de inversión, son de la empresa ecuatoriana Corempo S.A., cuyo giro de negocio es la distribución de equipos e implementos de cocina, bares, y restaurantes; tanto a nivel industrial como doméstico. Entre los equipos industriales, se manejan con marcas como: Skymsem, Metvisa, Ugolini, Galaxy, Waring, Omega, Kitchen Aid, entre otras.

Tabla 27 Precios equipos de panadería

Equipos de panadería				
Área	Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
Producción	2	Balanza digital 0-1000gr * 1gr / 0-2000gr*2gr	\$ 81,44	\$ 162,88
	1	Balanza digital 100 KG * 100 GR	\$ 384,74	\$ 384,74
	1	Amasadora (1 quintal)	\$ 999,00	\$ 999,00
	1	Batidora industrial	\$ 2.373,24	\$ 2.373,24
	1	Divisora de pan	\$ 900,00	\$ 900,00
	1	Horno giratorio a gas (capa. 5 - 12 latas)	\$ 6.217,32	\$ 6.217,32
	1	Cámara de leudo	\$ 1.793,89	\$ 1.793,89
	1	licuadora industrial	\$ 470,00	\$ 470,00
	1	Refrigerador industrial	\$ 1.250,00	\$ 1.250,00
	1	cocina de 4 quemadores	\$ 520,00	\$ 520,00
	2	Mesón de acero inoxidable	\$ 140,00	\$ 280,00
			Suman	\$ 15.351,07

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Tabla 28 Precios menaje área de producción

Menaje				
Área	Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
Producción	5	Reposteros 2 LTR	\$ 2,85	\$ 14,25
	2	Bolillos de acero grandes	\$ 55,00	\$ 110,00
	2	Mangas pasteleras 16"	\$ 6,92	\$ 13,84
	2	Boquillas ateco estrella	\$ 3,48	\$ 6,96
	2	Brochas	\$ 12,20	\$ 24,40
	1	Moldes desmoldables varios tamaños	\$ 15,00	\$ 15,00
	5	Molde pan antiadherente	\$ 6,10	\$ 30,50
	4	Bowls grandes	\$ 7,64	\$ 30,56
	3	Bowls medianos	\$ 4,20	\$ 12,60

1	Coladores varios tamaños docena	\$	8,00	\$	8,00
2	Cuchillos profesionales	\$	15,12	\$	30,24
2	Tablas de picar medianas plásticas	\$	22,43	\$	44,86
1	Recipientes cuadrados docena	\$	34,00	\$	34,00
1	Tazas medidoras	\$	8,31	\$	8,31
4	Rasqueta de metal	\$	7,65	\$	30,60
64	Latas	\$	11,53	\$	737,92
3	Gradillero 16 latas	\$	250,00	\$	750,00
4	Tanques de gas	\$	120,00	\$	480,00
5	Gavetas	\$	8,50	\$	42,50
Suman				\$	2.424,54

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Tabla 29 Precios mobiliario área de ventas

Mobiliarios para la Comercialización				
Área	Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
Ventas	1	Vitrina con refrigeración	\$ 790,00	\$ 790,00
	1	Vitrinas galleteras	\$ 450,00	\$ 450,00
	3	Estanterías de madera y vidrio	\$ 480,00	\$ 1.440,00
	2	Mostradores	\$ 265,00	\$ 530,00
	15	Canastas de mostrador	\$ 6,50	\$ 97,50
	10	Paneras de mimbre	\$ 3,38	\$ 33,80
	10	Pinzas	\$ 3,27	\$ 32,70
Suman				\$ 3.374,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Tabla 30 Precios equipos de cómputo

Equipo de cómputo				
Área	Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
Ventas y Administración	1	Calculadora	\$ 25,00	\$ 25,00
	1	Computadora Dell i5	\$ 680,00	\$ 680,00
	1	Impresora Epson xp440	\$ 220,00	\$ 220,00
	1	Caja registradora computarizada más sistema de facturación	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00
Suman				\$ 2.225,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Tabla 31 Precios muebles y encerres

Muebles y Encerres					
Área	Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total	
Ventas y Administración	1	Escritorio	\$ 156,00	\$ 156,00	
	1	Silla giratoria	\$ 56,00	\$ 56,00	
	1	Silla taburete	\$ 59,00	\$ 59,00	
	2	Juegos de mesa con 4 sillas de exterior	\$ 230,00	\$ 460,00	
	1	Teléfono panasonic inalámbrico	\$ 50,00	\$ 50,00	
	1	Archivador	\$ 80,00	\$ 80,00	
	1	Papelera	\$ 9,00	\$ 9,00	
	2	Extintores	\$ 27,00	\$ 54,00	
	1	Señalética	\$ 50,00	\$ 50,00	
	1	Útiles de limpieza	\$ 150,00	\$ 150,00	
			Suman	\$ 1.124,00	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

3.3. Proceso de producción o servicio

El proceso de producción, es un conjunto de actividades medibles y estructuradas diseñadas para producir un resultado; es decir, son los diferentes pasos en los que se incurren para transformar la materia prima en un producto terminado demandado por el mercado.

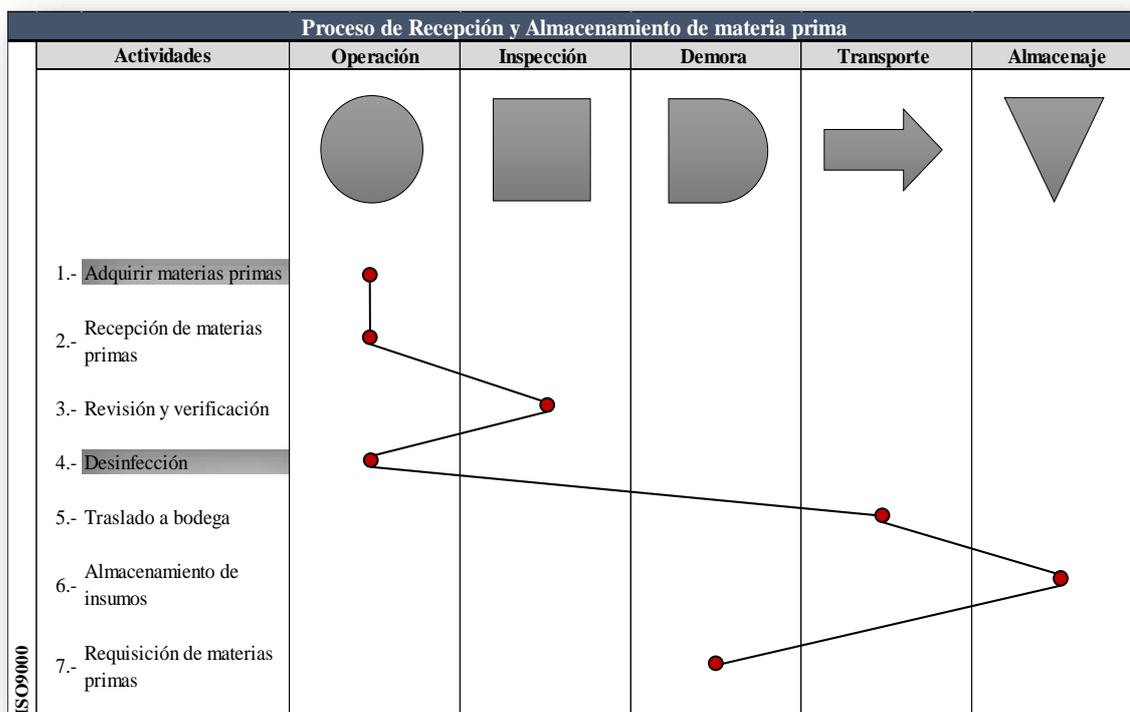


Figura 17 Cursograma recepción y almacenamiento de materia prima

Fuente: (Enrique Benjamín, 2001, pág. 302; 307)

Elaborado por: Geovana Moreno

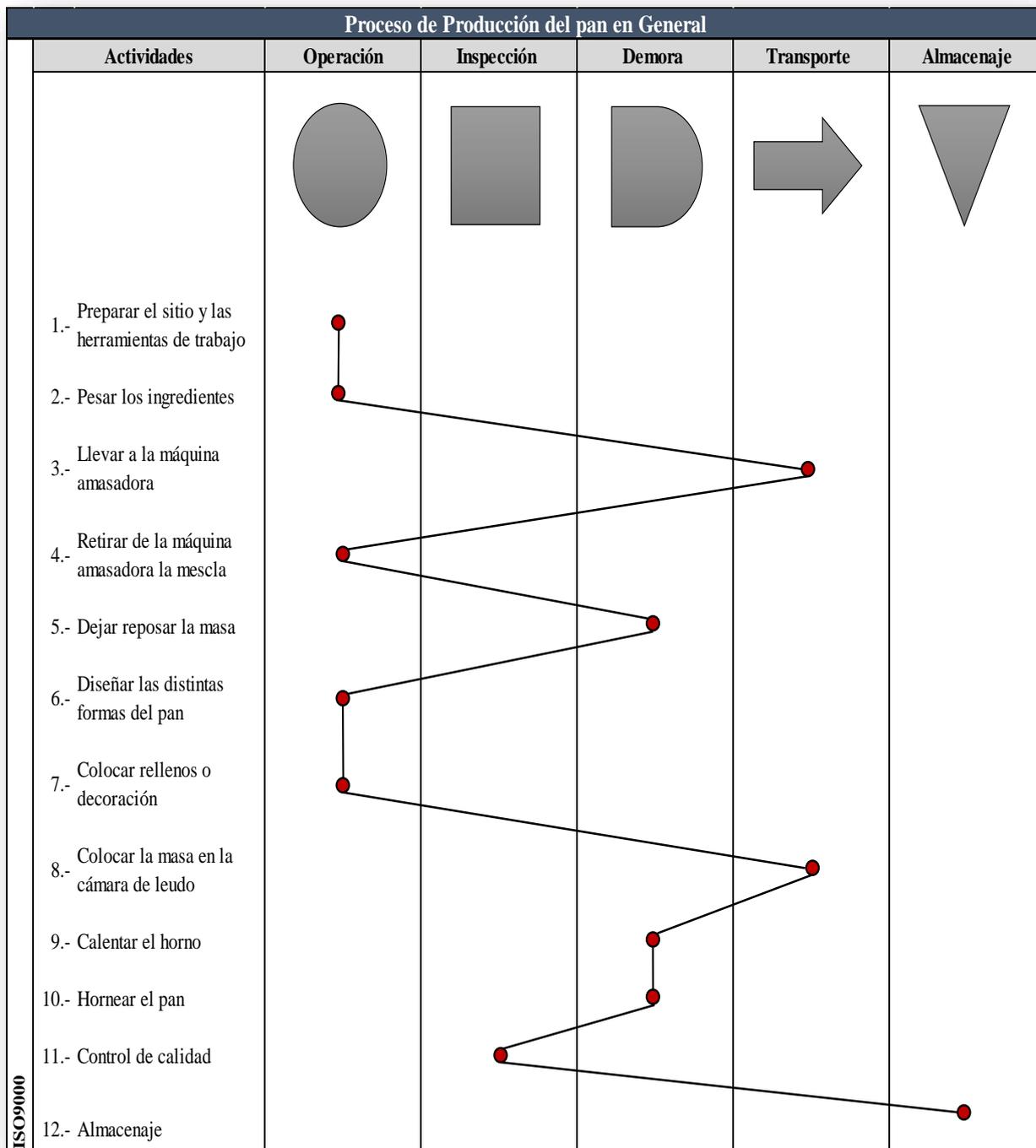
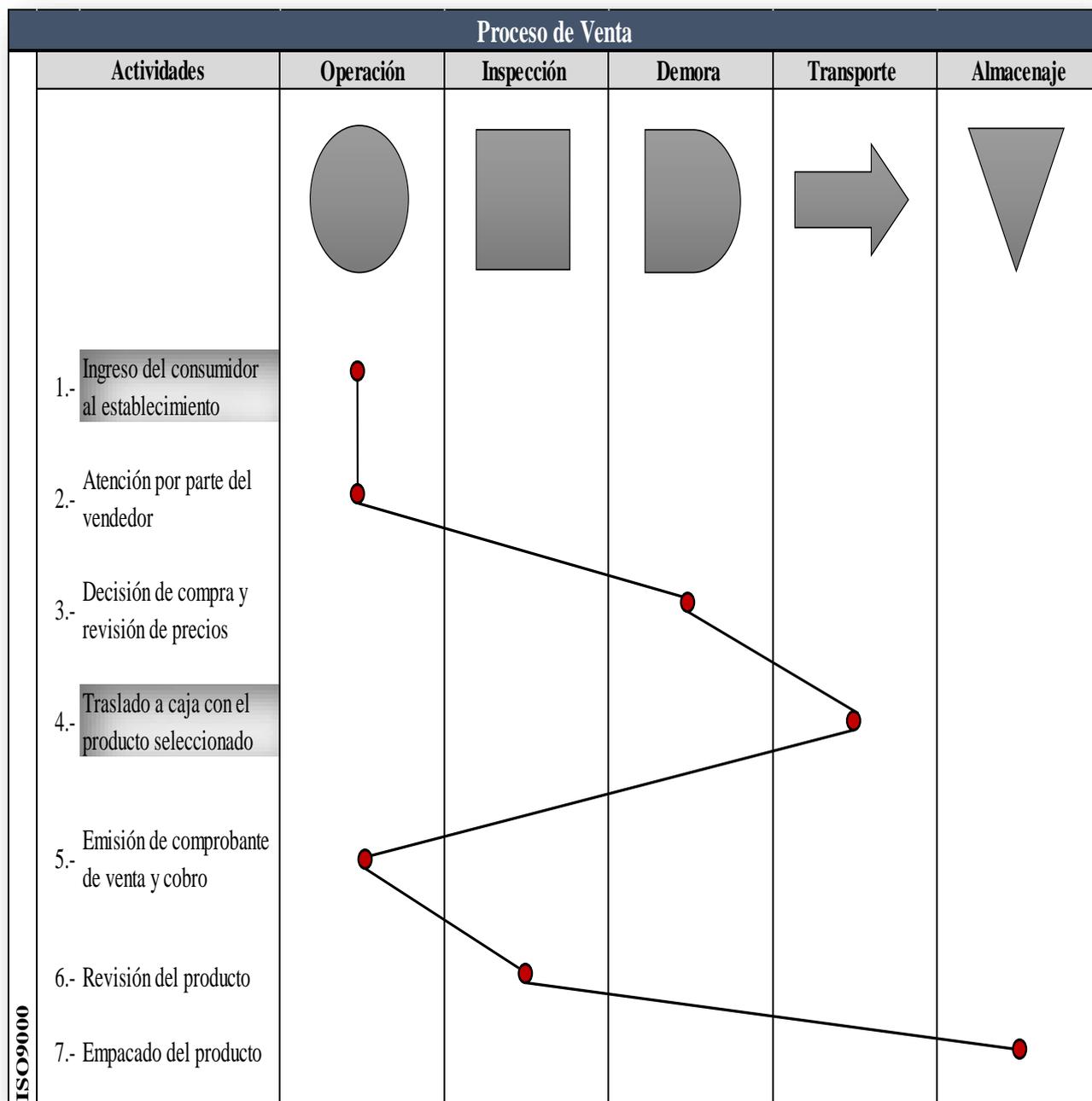


Figura 18 Cursograma producción del pan

Fuente: (Enrique Benjamín, 2001, pág. 302; 307)

Elaborado por: Geovana Moreno



ISO9000

Figura 19 Cursograma venta del producto

Fuente: (Enrique Benjamín, 2001, pág. 302; 307)

Elaborado por: Geovana Moreno

3.4. Constitución del negocio

El tipo de figura jurídica para crear una empresa, está en función de: el giro de negocio, el tamaño, tipo de asociación, número de inversionistas, tipo de personería jurídica de los inversionistas (persona natural, compañía o fideicomiso) y monto de inversión.

El estudio de factibilidad para una panadería en la urbanización Real Alto sector Cumbayá, será constituido como persona natural bajo las normativas vigentes que rigen en el Ecuador, de esta manera se cumple con las siguientes características:

Constitución

El SRI (Servicio de Rentas Internas, 2018) establece que: “la organización debe estar sujeta jurídicamente desde el inicio de su funcionamiento, de tal manera que regule los derechos y deberes de cada uno de los diferentes miembros que la conformarán”.

Continuando con lo anteriormente expuesto, el Servicio de Rentas Internas señala que:

Las personas que realizan alguna actividad económica están obligadas a registrarse, pagar impuesto conforme a las normativas que se encuentran vigentes y rigen en el Ecuador, por lo que el Servicio de Rentas Internas es la institución que se encarga de la recaudación de los impuestos de acuerdo con la base de datos de los contribuyentes (Servicio de Rentas Internas, 2018).



FICHA DE REQUISITOS

REQUISITOS GENERALES PARA IDENTIFICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE (PERSONA NATURAL) O REPRESENTANTE LEGAL DE LA SOCIEDAD EN INSCRIPCIÓN O ACTUALIZACIÓN DEL RUC

Nombre del Requisito	Detalle del Requisito	Características Específica del Ciudadano	Forma de presentación	Características del Requisito
Documento de identificación	Cédula de identidad	Ecuatoriano / Extranjero Residente	Original	Son válidas las cédulas: reemplazadas, que se encuentren perforadas, siempre y cuando no afecte la integridad del documento. Sin huella para analfabetos o personas con discapacidad. Se podrá aceptar la ficha índice dactilar, certificados provisionales vigentes emitidos por el Registro Civil, certificados biométricos, o tarjeta consular siempre que en estos documentos se pueda identificar la firma del contribuyente. No se aceptan cédulas ilegibles, caducadas, que no tengan un periodo de vigencia o refieran hasta la muerte del titular, cédulas de menor de edad cuando la persona ya sea mayor de edad
	Pasaporte ecuatoriano	Ecuatoriano / Extranjero Residente	Original y copia para inscripción y solo original para actualización	No se aceptan pasaportes caducados. El pasaporte debe incluir aquellas hojas que identifiquen al contribuyente
	Pasaporte + Visa	Extranjero no residente	Original y copia para inscripción y solo original para actualización	No se aceptan pasaportes caducados. El pasaporte debe incluir aquellas hojas que identifiquen al contribuyente. Se acepta cualquier tipo de visa vigente, excepto visas de turista o transeúnte. No se aceptan visas pre aprobadas
	Credencial o Certificado de refugiado	Extranjero no residente	Original y copia para inscripción y solo original para actualización	Para el caso de refugiados se solicita en lugar del pasaporte y visa la credencial o certificado emitido por el Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, no se acepta la credencial caducada (la credencial provisional de refugiado es válida por tres (3) meses.
Documento migratorio	Documento que acredite la condición migratoria regular en el territorio insular	Ecuatoriano / Extranjero Residente / Extranjero no residente	Original y copia del documento vigente que acredite la condición migratoria regular	Aplica exclusivamente para los trámites realizados en la Provincia de Galápagos
Certificado de votación	Certificado de votación, Certificado de exención; o, Certificado de pago de multa por no sufragar	Ecuatoriano	Original	Cuando sea obligatorio el voto, se verificará la obligación de haber cumplido con el mismo mediante la información que consta en los medios electrónicos que dispone el SRI, en caso de no disponer de esta información de manera electrónica, se exigirá la presentación de este documento.

Figura 20 Requisitos para inscripción del RUC

Fuente: Servicio de Rentas Internas: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/ruc>

Elaborado por: Geovana Moreno

REQUISITOS GENERALES PARA UBICACIÓN DEL DOMICILIO Y ESTABLECIMIENTOS DEL CONTRIBUYENTE (PERSONA NATURAL O SOCIEDAD) EN INSCRIPCIÓN O ACTUALIZACIÓN DEL RUC		
En los procesos de inscripción o actualización del RUC, el contribuyente debe informar y/o presentar cualquiera de los siguientes documentos (vigencia de doce (12) meses desde la fecha de emisión) para verificar su dirección:		
Detalle del Requisito	Forma de presentación	Características del Requisito
Código CUEN (Código Único Eléctrico Nacional)	Informar el código	Este código consta de 10 dígitos y se encuentra registrado en la factura de servicio eléctrico.
Factura, planilla, comprobante de pago de agua potable o teléfono	Presentación del original	Se presentará únicamente el original de las facturas, planillas o comprobantes de pago de agua o teléfono. En caso de que se encuentre en trámite la adquisición del servicio básico.
Factura o estados de cuenta de otros servicios	Copia simple	Facturas o estados de cuenta correspondientes a telefonía fija o móvil, televisión pagada (TVCABLE, Aero cable, DirecTV, o cualquier otro), servicio de internet, prestados por instituciones públicas o privadas.
Comprobante de pago de impuesto predial urbano o rural	Copia simple	
Cualquier documento emitido por una entidad pública	Copia, a excepción de las certificaciones de cualquier entidad pública	Estos documentos pueden ser: Certificaciones de cualquier entidad pública; contrato de servicios básicos, orden de instalación de cualquier medidor o línea telefónica fija, llena y firmada por la persona que realizó la inspección de la dirección (trabajador de la empresa de agua potable, energía eléctrica o entidad pública proveedora de telefonía fija). Concesiones mineras y camaroneras.
Contrato o factura de arrendamiento, contrato de comodato	Copia simple	El contrato de arrendamiento cuyo cánon de arrendamiento supere una RBU (remuneración básica unificada) deberá ser inscrito ante un notario.
Contrato de Concesión Comercial	Copia simple	
Certificaciones de uso de locales u oficinas, otorgadas por administradores de centros comerciales, del municipio, de asociaciones de plazas y mercados u otros	Original	Los certificados emitidos por centros comerciales, clínicas, asociaciones de plazas y mercados, u otros deben contener la dirección exacta, el nombre de la plaza o mercado, el número de puesto, nombre del edificio, oficina o local; deberá ser emitida por el Administrador con sello y firma.
Estado de cuenta bancario o tarjeta de crédito	Copia simple	
Patente Municipal, Permiso de Bomberos	Copia simple	
Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar de domicilio	Original	Se acepta este requisito únicamente para aquellos casos en que el predio no se encuentre catastrado.
Escritura de compra venta del inmueble o certificado del Registrador de la Propiedad	Copia simple	La escritura de compra venta del inmueble deberá encontrarse inscrita en el Registro de la Propiedad.

Figura 21 Requisitos generales para la ubicación del domicilio

Fuente: Servicio de Rentas Internas: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/ruc>

Elaborado por: Geovana Moreno

Leyes, decretos y acuerdos ministeriales

Tabla 32 Requisitos para operar un negocio

Permisos necesarios	Pasos requisitos	Costo
<p>la RAET o Patente Municipal</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Inscripción del RUC o RISE en el (SRI). ✓ Formulario de Inscripción de RAET para personas naturales o jurídicas. ✓ Acuerdo de Responsabilidad y Uso de Medios Electrónicos firmado por el Contribuyente o Apoderado. ✓ Número de predio del domicilio tributario de la persona natural o jurídica. ✓ Copia de la cédula. ✓ Copia de papeleta de votación. ✓ Copia de la factura de un servicio básico del domicilio tributario. ✓ Copia del carnet de discapacidad (si es que aplica). ✓ Copia del carnet de artesano calificado (si es que aplica). 	\$50,00
<p>Licencia única de actividades económicas (LUAE)</p> <p>Lo deben obtener todos los establecimientos que son sujetos de control por el Municipio, y el Cuerpo de Bomberos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Formulario de Solicitud de LUAE. ✓ Formulario Reglas técnicas de arquitectura y urbanismo para LUAE ✓ Pago de la patente municipal. ✓ Copia de la cédula. ✓ Copia de papeleta de votación. ✓ Copia de la factura de un servicio básico del domicilio tributario. ✓ Foto del Rótulo, medidas y materiales del mismo. ✓ Autorización del dueño del predio, en el que le permite colocar el rótulo. 	\$50,00
<p>Permiso del Cuerpo de Bomberos del DMQ.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Presentar copia del permiso de la patente municipal. ✓ Documento de revisión de las instalaciones del local. ✓ Copia del Ruc. 	
<p>Permiso de funcionamiento del Ministerio del Interior o P.A.F. (Permisos Anuales de Funcionamiento)</p>	<p>Ingresar a la página: http://www.mdi.gob.ec/app.sitmint7/logueo/login_ms_pf.php</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Regístrese como usuario del sistema P.A.F. ✓ Registre su establecimiento ✓ Ingrese un trámite de nuevo permiso ✓ Generar trámite ✓ Verificación de requisitos: Aquí se debe adjuntar la Patente y LUAE. 	\$20,00

Permisos necesarios	Pasos requisitos	Costo
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Notificaciones recibidas: para conocer la fecha de pago del permiso en el Banco del Pacífico. ✓ Cancela el comprobante de pago. ✓ Ingresar al portal para imprimir el Permiso Anual de Funcionamiento. 	
<p>Permiso de funcionamiento de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ingresar a la página: http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/ ✓ Crear el usuario y contraseña. ✓ Declarar el año en curso. ✓ Llenar datos de Establecimiento. ✓ Buscar actividad económica de su establecimiento. ✓ Aceptar y declarar ✓ Acercarse al Banco del Pacífico o BanEcuador con el comprobante de ARCSA después de 24 horas. ✓ Al cabo de 48 horas revisar el portal del ARCSA para obtener su permiso de funcionamiento. 	\$94,56
<p>Afiliación al seguro de los empleados (IESS).</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ingresar al portal ✓ Subir al sistema el contrato de trabajo, adjuntado copia de cédula del contratante y contratado. 	
<p>Cumplir con la declaración de impuestos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Declaración vía online, ingreso con nombre de usuario y clave que manejara la nueva organización. 	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

3.5. Filosofía Empresarial

Misión

Generar ingresos mediante la producción y comercialización de uno de los productos que son parte de la cultura ecuatoriana, como es el pan, fidelizando al cliente con el sabor único de la fusión entre recetas transmitidas por generaciones y el ingenio propio, forjando confianza en cada uno de los clientes externos al proporcionar un producto y servicio de calidad; y un entorno de unión familiar a los clientes internos, con el fin de empoderarlos en cada una de sus actividades y lograr las metas en conjunto. Siendo el modo de transformación de la materia prima al producto terminado y la calidez en la atención el diferenciador de la competencia.

Visión

Guiar hacia un crecimiento rentable y sostenible, haciendo de esta microempresa el lugar perfecto para adquirir productos exquisitos al paladar. En el año 3 la microempresa implementará gradualmente el uso de técnicas de marketing digital. En el año 4 se enfoca en tener un posicionamiento y fidelización en cada una de las familias del barrio la Primavera. En el año 5 se espera formalizar una ampliación del local con el afán de que los clientes puedan degustar de plácidas conversaciones mientras se sirven una taza de café o té.

Valores

- ✓ **Respeto:** Uno de los valores primordiales a tenerse en cuenta, al interactuar con cada uno de los clientes internos y externos, es decir un trato con empatía.
- ✓ **Honestidad:** Tener presente este valor en cada uno de los procesos que se efectúan en la organización, hacer lo que es correcto.

- ✓ **Creatividad:** Concebir ideas innovadoras y reales, que contribuyan a un mejoramiento continuo de la microempresa, permitiendo una fidelización en los consumidores.
- ✓ **Liderazgo:** Tener la capacidad y habilidad para formalizar cada una de las estrategias propuestas.
- ✓ **Vocación de servicio:** Formalizar el compromiso de atender y satisfacer las necesidades de los clientes.

Objetivos

Objetivo general

Producir y comercializar pan, permitiendo atender de manera eficaz y eficiente a los consumidores del sector, satisfaciendo sus necesidades alimentarias.

Objetivos específicos

- ✓ Alcanzar un volumen alto de ventas, por medio de la fidelización de los consumidores del sector, convirtiéndose en la microempresa de preferencia por el mercado.
- ✓ Establecer lineamientos para cada uno de los empleados de la microempresa, formalizando manuales internos que permitan mantener una filosofía empresarial acorde a las necesidades de los clientes.
- ✓ Preservar un alto nivel de calidad en el servicio, a través de un trato de empatía en cada uno de los clientes, permitiendo posicionar a la marca en el segmento avizorado.

3.6. Estrategia

La estructura organizacional que se pretende implementar en la microempresa, definirá la asignación de funciones y mandos jerárquicos, instaurando un aporte significativo para una correcta administración y cumplimiento de cada una de las actividades designadas.

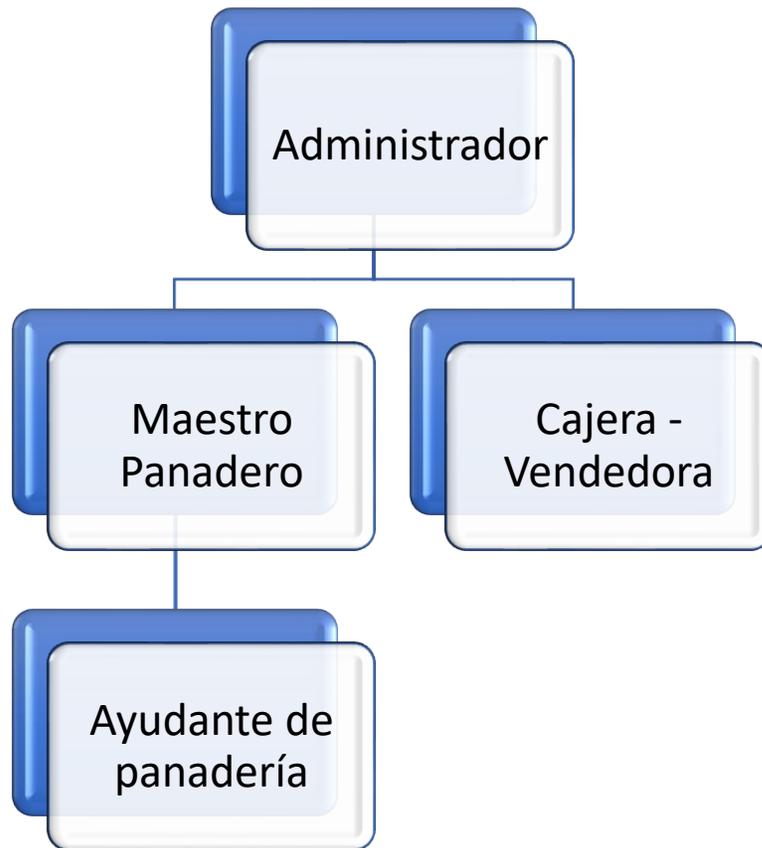


Figura 22 Estructura organizacional

Elaborado por: Geovana Moreno

3.6.1. Perfil del puesto

Administrador

Funciones:

- ✓ Planificar, organizar, dirigir y controlar, cada uno de los departamentos.
- ✓ Mantener un crecimiento rentable y sostenible de la empresa.
- ✓ Administrar eficaz y eficientemente los recursos financieros, técnicos y materiales para el logro de los objetivos organizacionales.
- ✓ Desarrollar y mantener un clima organizacional apto para los clientes internos.
- ✓ Implementar políticas de calidad y atención.
- ✓ Controlar el personal a cargo y supervisar el cumplimiento de procesos de desinfección en cada una de las áreas.
- ✓ Mantener ordenado su puesto de trabajo.

Perfil:

- ✓ Título de tercer nivel.
- ✓ Experiencia mínima de tres años.
- ✓ Pensamiento estratégico.
- ✓ Planificación y gestión.
- ✓ Analítico.

Maestro Panadero

Funciones:

- ✓ Innovar con recetas nuevas.
- ✓ Planificar y controlar, tipos, tiempos, materias primas e insumos a utilizarse en la elaboración de producto.
- ✓ Tener un estricto cumplimiento de los procesos de sanitización.
- ✓ Tener actualizado el inventario de las materias primas e insumos entregados a su cargo, así como los equipos del área.
- ✓ Supervisar la puesta del mise en place.
- ✓ Evitar desperdicios de la materia prima.
- ✓ Estricto control en la elaboración y presentación del producto.
- ✓ Dirigir al personal bajo su dirección.
- ✓ Estar pendiente del manejo y los mantenimientos de la maquinaria de la panadería.
- ✓ Dejar ordenado su puesto de trabajo al finalizar el día de labores.

Perfil:

- ✓ Ser maestro panadero.
- ✓ Tener experiencia mínima de dos años.
- ✓ Tener dominio en su campo de trabajo.
- ✓ Tener disponibilidad de tiempo completo.
- ✓ Ser honesto y responsable.
- ✓ Indispensable resida cerca del sector y tenga movilización.

Ayudante de panadería

Funciones:

- ✓ Apoyo directo del maestro panadero.
- ✓ Encargado de pesar y tener listos los ingredientes.
- ✓ Elaboración de productos, bajo la supervisión del maestro panadero.
- ✓ Tener los conocimientos idóneos con el funcionamiento de maquinarias y tiempos de cocción.
- ✓ Tener dominio de las recetas básicas.
- ✓ Evitar desperdicio de material.
- ✓ Efectuar presentaciones acordes al medio.
- ✓ Dejar ordenado su puesto de trabajo al finalizar el día de labores.

Perfil:

- ✓ Ser bachiller.
- ✓ Tener una experiencia mínima de seis meses.
- ✓ Tener disponibilidad de tiempo completo.
- ✓ Ser honesto y responsable.
- ✓ Ser proactivo, analítico y tomar decisiones con iniciativa cuando se presenta alguna dificultad.
- ✓ Ser ordenado y cuidadoso.
- ✓ Indispensable resida cerca del sector y tenga movilización.

Cajera - Vendedora

Funciones:

- ✓ Atender al cliente externo.
- ✓ Procesar los pagos de los clientes.
- ✓ Entregar respaldos de las ventas efectuadas.
- ✓ Hacer 2 arqueos de caja por día.
- ✓ Atender las ventas telefónicas.
- ✓ Tener totalmente higiénico el área de comercialización.

Perfil:

- ✓ Experiencia en servicio al cliente y arqueo de caja.
- ✓ Excelente habilidad para hablar y escuchar.
- ✓ Mínimo 20 años de edad y tener buena presencia.
- ✓ Habilidad para operar computador.
- ✓ Excelente organización y habilidad con el manejo del tiempo.
- ✓ Conocimientos contables.
- ✓ Indispensable resida cerca del sector.

3.6.2. Asignación de sueldos según el perfil del puesto

Tabla 33 Asignación de sueldos

Nombre del Cargo	Sueldo
Administrador General	\$ 800,00
Maestro Panadero	\$ 700,00
Ayudante de panadería	\$ 500,00
Cajera - Vendedora	\$ 500,00
Rubro Total	\$ 2.500,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

Tabla 34 Asignación de horarios

Nombre del Cargo	Horarios	Receso
Administrador	08:00 - 17:00	12:30 - 13:30
Maestro Panadero	03:00 - 07:00 / 15:30 - 19:30	
Ayudante de panadería	03:00 - 07:00 / 15:30 - 19:30	
Cajera	08:00 - 17:00	12:30 - 13:30

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Geovana Moreno

3.7. Análisis de viabilidad ambiental

El pan está catalogado como un tipo de alimento perecible y procesado, al tener este tipo de parámetros genera un impacto tanto en el medio ambiente como en el consumidor.

Según la Ley Orgánica de Salud en el CAPÍTULO II De los alimentos en el Art. 145.- “Es responsabilidad de los productores, expendedores y demás agentes que intervienen durante el ciclo producción consumo, cumplir con las normas establecidas en esta Ley y demás disposiciones vigentes para asegurar la calidad e inocuidad de los alimentos para consumo humano” (Ministerio de Salud Pública, 2006, pág. 26).

0 2 2 7 1 3

Simulador de Riesgo Sanitario

CATEGORIZACIÓN DEL RIESGO DE ALIMENTOS PROCESADOS (DE ACUERDO A LA RESOLUCIÓN ARCSA-DE-067-2015-GGG)

[Ver instructivo aquí](#)

SR-DTRS-ALI-001
VERSIÓN: 1.0

Categoría del Alimento Procesado: 7 CEREALES Y DERIVADOS, PRODUCTOS DE PANADERÍA Y PASTELERÍA

Subcategoría del Alimento
Procesado: 7.3 PAN Y PRODUCTOS DE PANADERÍA ORDINARIA

Evaluar Riesgo Referencial

Figura 23 Categorización alimentos procesados

Fuente: (ARCSA, 2020)

Elaborado por: Geovana Moreno

CRITERIOS PARA LA CATEGORIZACIÓN DE RIESGOS	REFERENCIA	PARÁMETROS A INGRESAR	DEFINICIONES Y EJEMPLOS DE ACUERDO AL CRITERIO SELECCIONADO
Susceptibilidad a contaminación BIOLÓGICA:	BAJO*	BAJO	ALIMENTOS QUE POR SU NATURALEZA Y COMPOSICION INHIBEN EL CRECIMIENTO Y DESARROLLO DE MICROORGANISMOS PATÓGENOS, TIENENDO Poca PROBABILIDAD DE CAUSAR DAÑO A LA SALUD. EJEMPLO: ALIMENTOS CON BAJA ACTIVIDAD DE AGUA, BAJO CONTENIDO DE NUTRIENTES (COMO PROTEÍNAS, GRASAS, CARBOHIDRATOS), BAJA ACIDEZ, ETC.
Susceptibilidad a contaminación QUÍMICA:	ALTO*	ALTO	ALIMENTOS CON ALTA PROBABILIDAD DE SER CONTAMINADO POR AGENTES QUÍMICOS. LA MATERIA PRIMA DEL ALIMENTO PROCESADO PRESENTA RESIDUOS AMBIENTALES (METALES PESADOS, NITRATOS Y DIOXINAS) QUE SE ESPARCEAN POR TIERRA, AIRE Y AGUA, CONTAMINANDO LOS ALIMENTOS; RESIDUOS DE PESTICIDAS Y MEDICAMENTOS PRESENTES EN LOS CULTIVOS AGRÍCOLAS.
Tiempo de Vida Útil:	MENOR A 31 DÍAS*	MENOR A 31 DÍAS	TIEMPO EN QUE EL ALIMENTO MANTIENE LAS CONDICIONES ÓPTIMAS PARA SU CONSUMO, SIN QUE PIERDA SU CALIDAD Y SEGURIDAD. LA VIDA ÚTIL INICIA DESDE QUE SE ELABORA EL ALIMENTO Y DEPENDE DEL TIPO DE ALIMENTO (EJEMPLO: CIERTOS PRODUCTOS LÁCTEOS), PROCESO DE FABRICACIÓN (EJEMPLO: PUEDE SER MANUAL), TIPO DE ENVASE (PUEDE BRINDAR BAJA PROTECCIÓN AL ALIMENTO), CONDICIONES DE ALMACENAMIENTO (EJEMPLO: PUEDE SER CONGELACIÓN), ETC.
Temperatura de Conservación:	AMBIENTE*	AMBIENTE	ES LA TEMPERATURA DEL AIRE CIRCUNDANTE, CONSIDERANDO EL CLIMA ACTUAL. ES DECIR LA TEMPERATURA IDEAL QUE PERMITA MANTENER AL ALIMENTO FRESCO Y SECO. ESTA CONSERVACIÓN PUEDE DEPENDER DE SU TIPO DE ENVASE, TRATAMIENTO FÍSICO (POR EJEMPLO ESTERILIZACIÓN), TIPO DE ALIMENTO (POR EJEMPLO ALIMENTOS SECOS).
Tecnología de Fabricación:	TRATAMIENTO COMBINADO*	TRATAMIENTO COMBIN.	ES LA COMBINACIÓN DE LOS TRATAMIENTOS QUÍMICOS Y FÍSICOS APLICADOS DURANTE EL PROCESAMIENTO DE ALIMENTOS, PARA CREAR CONDICIONES QUE EVITEN EL DESARROLLO DE MICROORGANISMOS PATÓGENOS. TRATAMIENTOS COMBINADOS COMO: COCCIÓN MÁS ADICIÓN DE AZÚCAR, EJEMPLO: ELABORACIÓN DE MERMELADAS.
NIVEL DE RIESGO DEL PRODUCTO	BAJO*	BAJO	POR SU NATURALEZA, COMPOSICIÓN, TIEMPO DE VIDA ÚTIL, CONSERVACIÓN, PROCESO, Y POBLACIÓN A LA QUE VA DIRIGIDA, TIENE Poca PROBABILIDAD DE CAUSAR DAÑO A LA SALUD.

Figura 24 Categorización riesgo de alimentos procesados

Fuente: (ARCSA, 2020)

Elaborado por: Geovana Moreno

Tabla 35 Matriz impactos ambientales

Matriz de Evaluación y Control de Aspectos e Impactos Ambientales					
Actividad	Recurso	Impacto ambiental	Incidencia	Medidas	
				Preventivas - Control	Mitigatorias
Etapa Preoperativa					
Remodelación del local	Ruido - Residuos	Contaminación auditiva en las casas aledañas - escombros producto de la construcción	baja	Cumplir con las regulaciones de protecciones colectivas, recopilar los escombros en un lugar específico.	Trabajar en horarios oportunos que no afecten a la comunidad, tener buen manejo de los escombros
Etapa Operativa					
Recepción de materias primas	Residuos	Mal manejo de los desechos	media	Políticas internas del manejo de residuos. Reciclar - Reducir - Reutilizar	Asesoramiento con empresas encargas de este giro de negocios, tachos recicladores.
Preparar el sitio y las herramientas de trabajo	Consumo de agua - Generación de aguas sucias - Generación de residuos sólidos biodegradables	Desperdicio excesivo del recurso agua - Contaminación del suelo/agua	alta	Concientización a los empleados sobre el manejo de este recurso e impartir capacitaciones relacionadas al tema	Cuidar que la llave de agua este cerrada mientras no sea usada - adquirir productos de limpieza que sean amigables con el medio ambiente.
Llevar a la máquina amasadora	Energía Eléctrica	Consumo excesivo de energía	alta	Vigilar el uso y el manejo de los equipos, según la planificación del día.	Cumplir estrictamente con los tiempos requeridos especificados en las recetas.
Colocar la masa en la cámara de leudo	Energía Eléctrica	Consumo excesivo de energía	alta	Vigilar el uso y el manejo de los equipos, según la planificación del día.	Cumplir estrictamente con los tiempos requeridos especificados en las recetas.
Hornear el pan	Aire	Contaminación del aire, emanación de gases	alta	Vigilar el uso y el manejo de los equipos, según la planificación del día.	Cumplir estrictamente con los tiempos requeridos especificados en las recetas - Colocar los ductos sugeridos por la entidad competente
Empaquetado	Residuos	Mal manejo de los desechos	alta	Políticas internas del manejo de residuos. Reciclar - Reducir - Reutilizar	Compartir con los clientes la política de trabajo - promover el uso de fundas reutilizables.

Fuente: Investigación medios digitales

Elaborado por: Geovana Moreno

Capítulo IV

Estudio y Evaluación Financiera

Se ejecuta este estudio con la finalidad de determinar la viabilidad del proyecto de factibilidad de una panadería en la Urbanización Real Alto, el mismo que se ha trabajado bajo los siguientes supuestos de evaluación:

- ✓ Horizonte del proyecto 5 años
- ✓ Precios con inflación del 0.18% (INEC, 2020, pág. 5)
- ✓ Tasa de crecimiento del 0,48% (BM)
- ✓ Precios sin IVA
- ✓ Apalancamiento del 80% (Préstamo bancario)
- ✓ Aporte de capital 20%

4.1. Inversión – Capital de trabajo

La inversión requerida para la operación del proyecto asciende a \$ 35907,64.

Distribuidos de la siguiente forma:

Tabla 36 Desglose de Inversión Requerida

Financiamiento	Valor	Porcentaje
Inversiones Propiedad, Planta y Equipo (Activos No Corrientes)	\$ 24.498,61	68%
Gastos de constitución	\$ 714,56	2%
Capital de trabajo inicial	\$ 10.694,47	30%
Total Inversión Inicial	\$ 35.907,64	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

4.1.1. Inversión de Activos Fijos - Depreciación

Activos fijos tangibles

Tabla 37 Resumen de Activos fijos

Activos Fijos		\$ 24.498,61
1.- Maquinaria & Equipo		\$ 17.285,81
2.- Muebles & Enseres		\$ 4.848,80
3.- Equipos de Computación		\$ 900,00
4.- Equipos de Oficina		\$ 1.464,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

Tabla 38 Detalle de activos fijos requeridos

Activos Fijos Depreciables				\$ 24.498,61
Detalle				\$ 17.285,81
1.- Maquinaria & Equipo				\$ 17.285,81
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total	
2	Balanza digital 0-1000gr * 1gr / 0-2000gr*2gr	\$ 81,44	\$ 162,88	
1	Balanza digital 100 KG * 100 GR	\$ 384,74	\$ 384,74	
1	Amasadora (1 quintal)	\$ 999,00	\$ 999,00	
1	Batidora industrial	\$ 2.373,24	\$ 2.373,24	
1	Divisora de pan	\$ 900,00	\$ 900,00	
1	Horno giratorio a gas (capa. 5 - 12 latas)	\$ 6.217,32	\$ 6.217,32	
1	Cámara de leudo	\$ 1.793,89	\$ 1.793,89	
1	Licuada industrial	\$ 470,00	\$ 470,00	
1	Refrigerador industrial	\$ 1.250,00	\$ 1.250,00	
1	Cocina de 4 quemadores	\$ 520,00	\$ 520,00	
2	Mesón de acero inoxidable	\$ 140,00	\$ 280,00	
5	Reposteros 2 LTR	\$ 2,85	\$ 14,25	
2	Bolillos de acero grandes	\$ 55,00	\$ 110,00	
2	Mangas pasteleras 16"	\$ 6,92	\$ 13,84	
2	Boquillas Ateco estrella	\$ 3,48	\$ 6,96	
2	Brochas	\$ 12,20	\$ 24,40	
1	Moldes des moldeables varios tamaños	\$ 15,00	\$ 15,00	
5	Molde pan antiadherente	\$ 6,10	\$ 30,50	
4	Bowls grandes	\$ 7,64	\$ 30,56	
3	Bowls medianos	\$ 4,20	\$ 12,60	
1	Coladores varios tamaños docena	\$ 8,00	\$ 8,00	
2	Cuchillos profesionales	\$ 15,12	\$ 30,24	
2	Tablas de picar medianas plásticas	\$ 22,43	\$ 44,86	
1	Recipientes cuadrados docena	\$ 34,00	\$ 34,00	
1	Tazas medidoras	\$ 8,31	\$ 8,31	
4	Rasqueta de metal	\$ 7,65	\$ 30,60	
64	Latas	\$ 11,53	\$ 737,92	
3	Gradillero 16 latas	\$ 250,00	\$ 750,00	

10	Pinzas	\$	3,27	\$	32,70
2.- Muebles & Enseres				\$	4.848,80
Cantidad	Descripción		Costo Unitario		Costo Total
1	Vitrina con refrigeración	\$	790,00	\$	790,00
1	Vitrinas galleteras	\$	450,00	\$	450,00
3	Estanterías de madera y vidrio	\$	480,00	\$	1.440,00
2	Mostradores	\$	265,00	\$	530,00
1	Escritorio	\$	156,00	\$	156,00
1	Silla giratoria	\$	56,00	\$	56,00
1	Silla taburete	\$	59,00	\$	59,00
2	Juegos de mesa con 4 sillas de exterior	\$	230,00	\$	460,00
15	Canastas de mostrador	\$	6,50	\$	97,50
10	Paneras de mimbre	\$	3,38	\$	33,80
4	Tanques de gas	\$	120,00	\$	480,00
5	Gavetas	\$	8,50	\$	42,50
2	Extintores	\$	27,00	\$	54,00
1	Señalética	\$	50,00	\$	50,00
1	Útiles de limpieza	\$	150,00	\$	150,00
3.- Equipos de Computación				\$	900,00
Cantidad	Descripción		Costo Unitario		Costo Total
1	Computadora Dell i5	\$	680,00	\$	680,00
1	Impresora Epson xp440	\$	220,00	\$	220,00
4.- Equipos de Oficina				\$	1.464,00
Cantidad	Descripción		Costo Unitario		Costo Total
1	Calculadora	\$	25,00	\$	25,00
1	Caja registradora computarizada más sistema de facturación	\$	1.300,00	\$	1.300,00
1	Teléfono Panasonic inalámbrico	\$	50,00	\$	50,00
1	Archivador	\$	80,00	\$	80,00
1	Papelera	\$	9,00	\$	9,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

Depreciación de Activos Fijos

Tabla 39 Depreciación de Activos Fijos

Detalle	\$ 24.498,61	Vida Útil años	% Depreciación anual	Valor residual	Valores proyectados depreciación anual				
					AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
					1.- Maquinaria & Equipo	\$ 17.285,81	10	10%	\$ 1.728,58
2.- Muebles & Enseres	\$ 4.848,80	5	10%	\$ 484,88	\$ 1.789,21	\$ 1.128,99	\$ 712,39	\$ 449,52	\$ 283,65
3.- Equipos de Computación	\$ 900,00	3	33%	\$ 297,00	\$ 278,10	\$ 192,17	\$ 132,79		
4.- Equipos de Oficina	\$ 1.464,00	5	10%	\$ 146,40	\$ 540,22	\$ 340,88	\$ 215,09	\$ 135,72	\$ 85,64
Suman				\$ 2.656,86	\$ 6.168,40	\$ 4.489,37	\$ 3.305,18	\$ 2.367,70	\$ 1.784,56

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

4.1.2. Inversión Activos Intangibles – Amortización

Tabla 40 Activos Intangibles

Activos Amortizables			\$ 714,56
1.- Constitución y permisos			\$ 714,56
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
1	Gastos de Constitución	\$ 214,56	\$ 214,56
1	Imprevistos	\$ 500,00	\$ 500,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

Amortización de Activos Intangibles

Tabla 41 Amortización Activos Intangibles

Detalle	\$	714,56	Vida Útil años	% Depreciación anual	Activos Diferidos - Amortizables				
					Valores proyectados amortización anual				
					AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
1.- Constitución y permisos	\$	714,56	5	20%	\$ 142,91	\$ 142,91	\$ 142,91	\$ 142,91	\$ 142,91

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

4.1.1. Capital de trabajo

Tabla 42 Capital de trabajo

Capital de Trabajo	\$ 10.694,47
Materia prima Directa	\$ 3.902,57
Materia Prima Indirecta	\$ 975,64
Costo de mano de obra directa	\$ 1.512,47
Gastos Sueldos Operacionales	\$ 1.632,95
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 1.225,00
Publicidad	\$ 1.445,83

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

4.2. Financiamiento

Del 100% de la inversión (\$ 35.907,64) requerida para la ejecución del proyecto, el 20% proviene de recursos propios y el 80% es con apalancamiento financiero.

Tabla 43 Estructura del capital

Estructura de Capital		
Capital Propio	20,00%	\$ 7.181,53
Financiamiento bancario	80,00%	\$ 28.726,11
Suman	100,00%	\$ 35.907,64

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

4.2.1. Apalancamiento Financiero

Del 100% de la inversión, el 80% se lo efectuará mediante un apalancamiento financiero, valor que asciende a los \$28.726,11. Pagaderos en 5 años a una tasa de interés anual del 11,83%.

Tabla 44 Tabla de Amortización

Tabla de Amortización					
Periodo	Saldo Inicial	Amortización Capital	Interés	Cuota	Saldo Final
0					\$ 28.726,11
1	\$ 28.726,11	\$ 4.537,07	\$ 3.398,30	\$ 7.935,37	\$ 24.189,04
2	\$ 24.189,04	\$ 5.073,81	\$ 2.861,56	\$ 7.935,37	\$ 19.115,23
3	\$ 19.115,23	\$ 5.674,04	\$ 2.261,33	\$ 7.935,37	\$ 13.441,20
4	\$ 13.441,20	\$ 6.345,28	\$ 1.590,09	\$ 7.935,37	\$ 7.095,92
5	\$ 7.095,92	\$ 7.095,92	\$ 839,45	\$ 7.935,37	\$ -

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

4.3. Proyección de costos y gastos

Para el desarrollo de las distintas proyecciones se han trabajado bajo los siguientes parámetros:

Supuestos de Proyecciones

Tabla 45 Supuestos de proyección

Detalle	%	Fuente
Inflación Proyectada	0,18%	INEC
Tasa de Crecimiento	0,48%	BM

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

Capacidad de Producción

Asumiendo un escenario pesimista para este parámetro, se calcula una producción con el uso del 85% de la capacidad instalada. Arrojando una producción mensual de 40.800 unidades.

Tabla 46 Capacidad de producción instalada

Capacidad producción según maquinaria y personal	
Número de unidades producidas por día	1600
Días laborables	30
Producción mensual	48000
% Uso capacidad instalada	85%
Producción mensual real	40.800

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

Y una producción proyectada anual:

Tabla 47 Proyección unidades producidas

Detalle	U Mensuales	Proyección Anual Unidades Producidas				
		AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Producción Real	40.800	489.600	491.966	494.344	496.733	499.134

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

Resumen de Datos

En esta tabla se presenta los tipos de productos aceptados por la demanda, los costos de materia prima directa por porción y una relación del 25% por costos de materia prima indirecta. Adicionalmente se muestra el precio de venta al consumidor y se refleja la renta que se obtendría en cada bien.

Tabla 48 Resumen de Costos

Tabla Resumen – Costos de Productos						
Tipo de Productos	Costo x Porción	25% Varios	Costo Total	Renta	PVP	
Pan Clásico	\$ 0,04	\$ 0,01	\$ 0,05	\$ 0,12	\$ 0,17	
Pan Integral	\$ 0,08	\$ 0,02	\$ 0,09	\$ 0,11	\$ 0,20	
Empanada de queso	\$ 0,37	\$ 0,09	\$ 0,46	\$ 0,14	\$ 0,60	
Pan Agua	\$ 0,03	\$ 0,01	\$ 0,04	\$ 0,11	\$ 0,15	
Pan de Dulce	\$ 0,06	\$ 0,01	\$ 0,07	\$ 0,10	\$ 0,17	
Pan Injerto	\$ 0,05	\$ 0,01	\$ 0,06	\$ 0,11	\$ 0,17	
Otros	\$ 0,17	\$ 0,04	\$ 0,22	\$ 0,48	\$ 0,70	
Total	\$ 0,80	\$ 0,20	\$ 1,00	\$ 1,16	\$ 2,16	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

4.3.1. Costos

Tabla 49 Costos de Producción

Concepto	Proyección Anual - Costos de Producción				
	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
MPD	\$ 47.048,80	\$ 47.361,26	\$ 47.675,85	\$ 47.992,48	\$ 48.311,26
MOD	\$ 18.182,27	\$ 20.021,48	\$ 20.057,52	\$ 20.093,63	\$ 20.129,79
CIF	\$ 26.033,08	\$ 25.396,93	\$ 24.912,46	\$ 24.548,51	\$ 24.280,41
Costo de los productos vendidos	\$ 91.264,15	\$ 92.779,67	\$ 92.645,83	\$ 92.634,62	\$ 92.721,46

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

Los costos de producción detallados en la tabla anterior, son tomados de la información que se presenta en lo posterior:

MPD – MPI

Tabla 50 Costos de Materia Prima Directa e Indirecta

Tipo de Productos Ofertados	Preferencias de la demanda	Proyección Anual - Compras en dólares									
		AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)					
	43%		210528	211545	212568	213595	214628				
Pan Clásico	MPD	\$	0,04	\$	0,04	\$	0,04	\$	0,04		
	Total MPD	\$	8.684,28	\$	8.741,95	\$	8.800,02	\$	8.858,47	\$	8.917,31
	MPI	\$	0,01	\$	0,01	\$	0,01	\$	0,01	\$	0,01
	Total MPI	\$	2.171,07	\$	2.185,49	\$	2.200,01	\$	2.214,62	\$	2.229,33
Totales		\$	10.855,35	\$	10.927,44	\$	11.000,03	\$	11.073,08	\$	11.146,63
	18%		88128	88554	88982	89412	89844				
Pan Integral	MPD	\$	0,08	\$	0,08	\$	0,08	\$	0,08		
	Total MPD	\$	6.693,32	\$	6.737,77	\$	6.782,53	\$	6.827,57	\$	6.872,92
	MPI	\$	0,02	\$	0,02	\$	0,02	\$	0,02	\$	0,02
	Total MPI	\$	1.673,33	\$	1.684,44	\$	1.695,63	\$	1.706,89	\$	1.718,23
Totales		\$	8.366,65	\$	8.422,22	\$	8.478,16	\$	8.534,47	\$	8.591,16
	9%		44064	44277	44491	44706	44922				
Empanada de queso	MPD	\$	0,37	\$	0,37	\$	0,37	\$	0,37		
	Total MPD	\$	16.138,04	\$	16.245,22	\$	16.353,12	\$	16.461,73	\$	16.571,07
	MPI	\$	0,09	\$	0,09	\$	0,09	\$	0,09	\$	0,09
	Total MPI	\$	4.034,51	\$	4.061,30	\$	4.088,28	\$	4.115,43	\$	4.142,77
Totales		\$	20.172,55	\$	20.306,52	\$	20.441,40	\$	20.577,16	\$	20.713,84
	6%		29376	29518	29661	29804	29948				
Pan Agua	MPD	\$	0,03	\$	0,03	\$	0,03	\$	0,03		
	Total MPD	\$	1.011,20	\$	1.017,92	\$	1.024,68	\$	1.031,48	\$	1.038,34
	MPI	\$	0,01	\$	0,01	\$	0,01	\$	0,01	\$	0,01
	Total MPI	\$	252,80	\$	254,48	\$	256,17	\$	257,87	\$	259,58
Totales		\$	1.264,00	\$	1.272,40	\$	1.280,85	\$	1.289,36	\$	1.297,92
	4%		19584	19679	19774	19869	19965				
Pan de Dulce	MPD	\$	0,06	\$	0,06	\$	0,06	\$	0,06		
	Total MPD	\$	1.145,93	\$	1.153,54	\$	1.161,20	\$	1.168,92	\$	1.176,68
	MPI	\$	0,01	\$	0,01	\$	0,01	\$	0,01	\$	0,01
	Total MPI	\$	286,48	\$	288,39	\$	290,30	\$	292,23	\$	294,17
Totales		\$	1.432,41	\$	1.441,93	\$	1.451,50	\$	1.461,14	\$	1.470,85
	6%		29376	29518	29661	29804	29948				
Pan Injerto	MPD	\$	0,05	\$	0,05	\$	0,05	\$	0,05		
	Total MPD	\$	1.517,54	\$	1.527,62	\$	1.537,76	\$	1.547,98	\$	1.558,26
	MPI	\$	0,01	\$	0,01	\$	0,01	\$	0,01	\$	0,01
	Total MPI	\$	379,38	\$	381,90	\$	384,44	\$	386,99	\$	389,56
Totales		\$	1.896,92	\$	1.909,52	\$	1.922,20	\$	1.934,97	\$	1.947,82
	14%		68544	68875	69208	69543	69879				
Otros	MPD	\$	0,17	\$	0,17	\$	0,17	\$	0,17		
	Total MPD	\$	11.858,49	\$	11.937,24	\$	12.016,53	\$	12.096,34	\$	12.176,69
	MPI	\$	0,04	\$	0,04	\$	0,04	\$	0,04	\$	0,04
	Total MPI	\$	2.964,62	\$	2.984,31	\$	3.004,13	\$	3.024,09	\$	3.044,17
Totales		\$	14.823,11	\$	14.921,55	\$	15.020,67	\$	15.120,43	\$	15.220,86
Suman	100%	\$	58.811,00	\$	59.201,58	\$	59.594,81	\$	59.990,61	\$	60.389,08
Total MPD		\$	47.048,80	\$	47.361,26	\$	47.675,85	\$	47.992,48	\$	48.311,26
Total MPI		\$	11.762,20	\$	11.840,32	\$	11.918,96	\$	11.998,12	\$	12.077,82

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

MOD

Tabla 51 Costos de Mano de Obra Directa

Detalle	Periodos Mensual	Proyección Anual - Sueldos & Salarios				
		AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Maestro Panadero	\$ 876,72	\$ 10.539,54	\$ 11.612,29	\$ 11.633,19	\$ 11.654,13	\$ 11.675,11
Incremento Sueldo		\$ 701,26	\$ 702,52	\$ 703,79	\$ 705,05	\$ 706,32
Sueldo	\$ 700,00	\$ 8.415,12	\$ 8.430,27	\$ 8.445,44	\$ 8.460,64	\$ 8.475,87
Décimo Tercero	\$ 58,33	\$ 701,26	\$ 702,52	\$ 703,79	\$ 705,05	\$ 706,32
Décimo Cuarto	\$ 33,33	\$ 400,72	\$ 401,44	\$ 402,16	\$ 402,89	\$ 403,61
Vacaciones			\$ 351,26	\$ 351,89	\$ 352,53	\$ 353,16
Fondos de Reserva			\$ 702,52	\$ 703,79	\$ 705,05	\$ 706,32
Aportes al IESS Patronal	\$ 85,05	\$ 1.022,44	\$ 1.024,28	\$ 1.026,12	\$ 1.027,97	\$ 1.029,82
Ayudante de Panadería	\$ 635,75	\$ 7.642,73	\$ 8.409,19	\$ 8.424,33	\$ 8.439,49	\$ 8.454,68
Incremento Sueldo		\$ 500,90	\$ 501,80	\$ 502,70	\$ 503,61	\$ 504,52
Sueldo	\$ 500,00	\$ 6.010,80	\$ 6.021,62	\$ 6.032,46	\$ 6.043,32	\$ 6.054,19
Décimo Tercero	\$ 41,67	\$ 500,90	\$ 501,80	\$ 502,70	\$ 503,61	\$ 504,52
Décimo Cuarto	\$ 33,33	\$ 400,72	\$ 401,44	\$ 402,16	\$ 402,89	\$ 403,61
Vacaciones			\$ 250,90	\$ 251,35	\$ 251,80	\$ 252,26
Fondos de Reserva			\$ 501,80	\$ 502,70	\$ 503,61	\$ 504,52
Aportes al IESS Patronal	\$ 60,75	\$ 730,31	\$ 731,63	\$ 732,94	\$ 734,26	\$ 735,58
Suman	\$ 1.512,47	\$ 18.182,27	\$ 20.021,48	\$ 20.057,52	\$ 20.093,63	\$ 20.129,79

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

CIF

Tabla 52 Costos Indirectos de Fabricación

Concepto	Proyección Anual - Costos Indirectos de Producción				
	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
MPI	\$ 11.762,20	\$ 11.840,32	\$ 11.918,96	\$ 11.998,12	\$ 12.077,82
Mantenimiento y reparaciones	\$ 210,00	\$ 210,38	\$ 210,76	\$ 211,14	\$ 211,52
Suministro agua	\$ 960,00	\$ 961,73	\$ 963,46	\$ 965,19	\$ 966,93
Energía eléctrica	\$ 1.200,00	\$ 1.202,16	\$ 1.204,32	\$ 1.206,49	\$ 1.208,66
Implementos de cocina	\$ 540,00	\$ 540,97	\$ 541,95	\$ 542,92	\$ 543,90
Arriendo	\$ 7.800,00	\$ 7.814,04	\$ 7.828,11	\$ 7.842,20	\$ 7.856,31
Depreciaciones	\$ 3.560,88	\$ 2.827,34	\$ 2.244,90	\$ 1.782,45	\$ 1.415,27
Suman	\$ 26.033,08	\$ 25.396,93	\$ 24.912,46	\$ 24.548,51	\$ 24.280,41

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

4.3.2. Gastos

Los rubros que se presentan a continuación están dados por gastos administrativos y de ventas:

Gastos Administrativos

Tabla 53 Gasto sueldo administrativo

Detalle	Periodos Mensual	Proyección Anual - Sueldos & Salarios				
		AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Administrador general	\$ 997,20	\$ 11.987,94	\$ 13.213,84	\$ 13.237,63	\$ 13.261,45	\$ 13.285,32
Incremento Sueldo		\$ 801,44	\$ 802,88	\$ 804,33	\$ 805,78	\$ 807,23
Sueldo	\$ 800,00	\$ 9.617,28	\$ 9.634,59	\$ 9.651,93	\$ 9.669,31	\$ 9.686,71
Décimo Tercero	\$ 66,67	\$ 801,44	\$ 802,88	\$ 804,33	\$ 805,78	\$ 807,23
Décimo Cuarto	\$ 33,33	\$ 400,72	\$ 401,44	\$ 402,16	\$ 402,89	\$ 403,61
Vacaciones			\$ 401,44	\$ 402,16	\$ 402,89	\$ 403,61
Fondos de Reserva			\$ 802,88	\$ 804,33	\$ 805,78	\$ 807,23
Aportes al IESS Patronal	\$ 97,20	\$ 1.168,50	\$ 1.170,60	\$ 1.172,71	\$ 1.174,82	\$ 1.176,94

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

Tabla 54 Gastos administrativos

Rubros	Periodos Mensual	Proyección Anual				
		AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Movilización	\$ 100,00	\$ 1.200,00	\$ 1.202,16	\$ 1.204,32	\$ 1.206,49	\$ 1.208,66
Telefonía e internet	\$ 65,00	\$ 780,00	\$ 781,40	\$ 782,81	\$ 784,22	\$ 785,63
Insumos limpieza	\$ 50,00	\$ 600,00	\$ 601,08	\$ 602,16	\$ 603,25	\$ 604,33
Insumos oficina	\$ 30,00	\$ 360,00	\$ 360,65	\$ 361,30	\$ 361,95	\$ 362,60
Gastos Operacionales	\$ 245,00	\$ 2.940,00	\$ 2.945,29	\$ 2.950,59	\$ 2.955,90	\$ 2.961,23

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

Gastos de Ventas

Tabla 55 Gasto sueldo de ventas

Detalle	Periodos Mensual	Proyección Anual - Sueldos & Salarios				
		AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Cajera - Vendedora	\$ 635,75	\$ 7.642,73	\$ 8.409,19	\$ 8.424,33	\$ 8.439,49	\$ 8.454,68
Incremento Sueldo		\$ 500,90	\$ 501,80	\$ 502,70	\$ 503,61	\$ 504,52
Sueldo	\$ 500,00	\$ 6.010,80	\$ 6.021,62	\$ 6.032,46	\$ 6.043,32	\$ 6.054,19
Décimo Tercero	\$ 41,67	\$ 500,90	\$ 501,80	\$ 502,70	\$ 503,61	\$ 504,52
Décimo Cuarto	\$ 33,33	\$ 400,72	\$ 401,44	\$ 402,16	\$ 402,89	\$ 403,61
Vacaciones			\$ 250,90	\$ 251,35	\$ 251,80	\$ 252,26
Fondos de Reserva			\$ 501,80	\$ 502,70	\$ 503,61	\$ 504,52
Aportes al IESS Patronal	\$ 60,75	\$ 730,31	\$ 731,63	\$ 732,94	\$ 734,26	\$ 735,58

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

Tabla 56 Gastos de Ventas

Rubros	Periodos Mensual	Proyección Anual				
		AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Diseño imagen corporativa	\$ 500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mantenimiento y Actualización página web	\$ 125,00		\$ 125,23	\$ 125,45	\$ 125,68	\$ 125,90
Redes sociales	\$ 20,83	\$ 250,00	\$ 250,45	\$ 250,90	\$ 251,35	\$ 251,80
Diseño página web	\$ 300,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Evento lanzamiento	\$ 500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos Plan de Marketing	\$ 1.445,83	\$ 250,00	\$ 375,68	\$ 376,35	\$ 377,03	\$ 377,71

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

4.4. Estudios Financieros Proyectados

Con la información presentada anteriormente se ha establecido las necesidades óptimas para poner en ejecución el proyecto de estudio, en base a proyecciones de costos y gastos calculados en función de la capacidad de producción.

Adicional a los datos ya definidos, se requiere las proyecciones en montos de ventas, estas últimas ayudan a establecer los ingresos proyectados necesarios para la elaboración de los estados financieros; así como las políticas para el manejo de cuentas por cobrar y pagar.

Proyección de Ventas

Tabla 57 Ventas proyectadas

Tipo de Productos Ofertados	% Preferencias de la demanda	Proyección Anual - Ventas en dólares				
		AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Pan Clásico	43%	210528	211545	212568	213595	214628
		\$ 0,17	\$ 0,17	\$ 0,17	\$ 0,17	\$ 0,17
Totales		\$ 35.789,76	\$ 36.027,45	\$ 36.266,76	\$ 36.507,62	\$ 36.750,11
Pan Integral	18%	88128	88554	88982	89412	89844
		\$ 0,20	\$ 0,20	\$ 0,20	\$ 0,20	\$ 0,20
Totales		\$ 17.625,60	\$ 17.742,66	\$ 17.860,51	\$ 17.979,13	\$ 18.098,55
Empanada de queso	9%	44064	44277	44491	44706	44922
		\$ 0,60	\$ 0,60	\$ 0,60	\$ 0,60	\$ 0,60
Totales		\$ 26.438,40	\$ 26.613,98	\$ 26.790,76	\$ 26.968,69	\$ 27.147,82
Pan Agua	6%	29376	29518	29661	29804	29948
		\$ 0,15	\$ 0,15	\$ 0,15	\$ 0,15	\$ 0,15
Totales		\$ 4.406,40	\$ 4.435,66	\$ 4.465,13	\$ 4.494,78	\$ 4.524,64
Pan de Dulce	4%	19584	19679	19774	19869	19965
		\$ 0,17	\$ 0,17	\$ 0,17	\$ 0,17	\$ 0,17
Totales		\$ 3.329,28	\$ 3.351,39	\$ 3.373,65	\$ 3.396,06	\$ 3.418,61
Pan Injerto	6%	29376	29518	29661	29804	29948
		\$ 0,17	\$ 0,17	\$ 0,17	\$ 0,17	\$ 0,17
Totales		\$ 4.993,92	\$ 5.027,09	\$ 5.060,48	\$ 5.094,09	\$ 5.127,92
Otros	14%	68544	68875	69208	69543	69879
		\$ 0,70	\$ 0,70	\$ 0,70	\$ 0,70	\$ 0,71
Totales		\$ 47.980,80	\$ 48.299,45	\$ 48.620,27	\$ 48.943,18	\$ 49.268,27
Suman	100%	\$ 140.564,16	\$ 141.497,68	\$ 142.437,56	\$ 143.383,54	\$ 144.335,93

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

Políticas de Créditos

Cuentas por Cobrar

Las políticas para este parámetro son adoptadas en base al volumen de venta, tipo de producto y necesidades de la empresa.

Ventas del 100% al contado.

Tabla 58 Cuentas por cobrar proyectadas

Detalle	Proyección Anual - Cuentas por Cobrar				
	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Cuentas por cobrar iniciales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Cuentas por cobrar del período	\$ 140.564,16	\$ 141.497,68	\$ 142.437,56	\$ 143.383,54	\$ 144.335,93
(-) Cobranzas	\$ 140.564,16	\$ 141.497,68	\$ 142.437,56	\$ 143.383,54	\$ 144.335,93
(=) Cuentas por cobrar finales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

Cuentas por Pagar

Las políticas para este parámetro son adoptadas en base al volumen de compras efectuadas, tipo de producto adquirido y las necesidades de la empresa.

Compras de contado del 50% y a crédito del 50%.

Tabla 59 Cuentas por pagar proyectadas

Detalle	Proyección Anual - Cuentas por Pagar				
	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Cuentas por pagar iniciales	\$ -	\$ 29.405,50	\$ 29.600,79	\$ 29.797,41	\$ 29.995,30
(+) Cuentas por pagar del período MP	\$ 58.811,00	\$ 59.201,58	\$ 59.594,81	\$ 59.990,61	\$ 60.389,08
(-) Pagos	\$ 29.405,50	\$ 59.006,29	\$ 59.398,20	\$ 59.792,71	\$ 60.189,84
(=) Cuentas por pagar finales	\$ 29.405,50	\$ 29.600,79	\$ 29.797,41	\$ 29.995,30	\$ 30.194,54

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

4.4.1. Estado de Resultados

Tabla 60 Estado de Resultados proyectados

Concepto	Proyección Anual Estado de Resultados				
	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Ventas	\$ 140.564,16	\$ 141.497,68	\$ 142.437,56	\$ 143.383,54	\$ 144.335,93
(-) Costo de Productos Vendidos	\$ 91.264,15	\$ 92.779,67	\$ 92.645,83	\$ 92.634,62	\$ 92.721,46
(=) UTILIDAD BRUTA	\$ 49.300,01	\$ 48.718,00	\$ 49.791,72	\$ 50.748,91	\$ 51.614,47
(-) Gastos administrativos	\$ 14.927,94	\$ 16.159,13	\$ 16.188,22	\$ 16.217,36	\$ 16.246,55
(-) Gastos ventas	\$ 7.892,73	\$ 8.784,87	\$ 8.800,68	\$ 8.816,52	\$ 8.832,39
(=) UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS Y PARTICIP.	\$ 26.479,34	\$ 23.774,00	\$ 24.802,82	\$ 25.715,03	\$ 26.535,53
(-) Gastos de intereses	\$ 3.400,45	\$ 2.863,37	\$ 2.262,76	\$ 1.591,10	\$ 839,98
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN	\$ 23.078,90	\$ 20.910,63	\$ 22.540,06	\$ 24.123,93	\$ 25.695,55
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$ 3.461,83	\$ 3.136,59	\$ 3.381,01	\$ 3.618,59	\$ 3.854,33
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 19.617,06	\$ 17.774,04	\$ 19.159,05	\$ 20.505,34	\$ 21.841,22
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	\$ 4.904,27	\$ 4.443,51	\$ 4.789,76	\$ 5.126,34	\$ 5.460,30
(=) UTILIDAD NETA	\$ 14.712,80	\$ 13.330,53	\$ 14.369,29	\$ 15.379,01	\$ 16.380,91

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

El presente Estado de Resultados proyectado refleja una un margen neto promedio del 10%; un margen operacional promedio del 18% y un margen bruto promedio del 35%; en función de las ventas proyectadas para el horizonte objeto de estudio.

4.4.2. Estado de Flujos de Efectivo

Tabla 61 Flujos de efectivo proyectados

Detalle	Proyección Anual Flujos de Efectivo					
	AÑO (0)	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
1 INGRESOS OPERACIONALES	\$ -	\$ 140.564,16	\$ 141.497,68	\$ 142.437,56	\$ 143.383,54	\$ 144.335,93
Recuperación por ventas	\$ -	\$ 140.564,16	\$ 141.497,68	\$ 142.437,56	\$ 143.383,54	\$ 144.335,93
2 EGRESOS OPERACIONALES	\$ -	\$ 114.084,82	\$ 117.723,67	\$ 117.634,73	\$ 117.668,50	\$ 117.800,40
Pago a proveedores		\$ 91.264,15	\$ 92.779,67	\$ 92.645,83	\$ 92.634,62	\$ 92.721,46
Gastos de administración		\$ 14.927,94	\$ 16.159,13	\$ 16.188,22	\$ 16.217,36	\$ 16.246,55
Gastos de ventas		\$ 7.892,73	\$ 8.784,87	\$ 8.800,68	\$ 8.816,52	\$ 8.832,39
3 FLUJO OPERACIONAL (1 - 2)	\$ -	\$ 26.479,34	\$ 23.774,00	\$ 24.802,82	\$ 25.715,03	\$ 26.535,53
4 INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 35.930,34	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Créditos a contratarse a largo plazo	\$ 28.744,27					
Aportes de capital	\$ 7.186,07					
5 EGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 35.930,34	\$ 7.940,39	\$ 16.306,49	\$ 15.520,49	\$ 16.111,16	\$ 16.685,31
Pago de intereses		\$ 3.400,45	\$ 2.863,37	\$ 2.262,76	\$ 1.591,10	\$ 839,98
Pago de créditos a largo plazo		\$ 4.539,94	\$ 5.077,01	\$ 5.677,62	\$ 6.349,29	\$ 7.100,41
Pago de participación de utilidades trabajadores			\$ 3.461,83	\$ 3.136,59	\$ 3.381,01	\$ 3.618,59
Pago de impuestos			\$ 4.904,27	\$ 4.443,51	\$ 4.789,76	\$ 5.126,34
Capital de Trabajo	\$ 10.717,17					
Adquisición de activos fijos	\$ 24.498,61					
Otros egresos	\$ 714,56					
6 FLUJO NO OPERACIONAL (4 - 5)	\$ -	\$ -7.940,39	\$ -16.306,49	\$ -15.520,49	\$ -16.111,16	\$ -16.685,31
7 FLUJO NETO GENERADO (3 - 6)	\$ -	\$ 18.538,96	\$ 7.467,52	\$ 9.282,34	\$ 9.603,87	\$ 9.850,21
8 SALDO INICIAL DE CAJA		\$ -	\$ 18.538,96	\$ 26.006,48	\$ 35.288,81	\$ 44.892,69
9 SALDO FINAL DE CAJA (7 + 9)	\$ -	\$ 18.538,96	\$ 26.006,48	\$ 35.288,81	\$ 44.892,69	\$ 54.742,90

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

Los FNE permitirán determinar la viabilidad financiera del proyecto.

4.4.3. Estado de situación

Tabla 62 Estado de Situación proyectado

Detalle	Proyección Anual Estado de Situación					
	AÑO (0)	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
ACTIVOS						
<i>Corrientes</i>	\$ 10.717,17	\$ 77.349,96	\$ 85.208,05	\$ 94.883,63	\$ 104.883,29	\$ 115.131,98
<i>Efectivo</i>	\$ 10.717,17	\$ 18.538,96	\$ 26.006,48	\$ 35.288,81	\$ 44.892,69	\$ 54.742,90
Inventarios Materias Primas		\$ 58.811,00	\$ 59.201,58	\$ 59.594,81	\$ 59.990,61	\$ 60.389,08
<i>No Corrientes</i>	\$ 25.213,17	\$ 18.901,86	\$ 14.269,58	\$ 10.821,49	\$ 8.310,88	\$ 6.383,41
Propiedad, Planta y Equipo	\$ 24.498,61	\$ 24.498,61	\$ 24.498,61	\$ 24.498,61	\$ 24.498,61	\$ 24.498,61
Depreciación acumulada	\$ -	\$ -6.168,40	\$ -10.657,77	\$ -13.962,95	\$ -16.330,65	\$ -18.115,20
Gastos de Constitución	\$ 714,56	\$ 714,56	\$ 714,56	\$ 714,56	\$ 714,56	\$ 714,56
Amortización acumulada	\$ -	\$ -142,91	\$ -285,82	\$ -428,74	\$ -571,65	\$ -714,56
TOTAL ACTIVO	\$ 35.930,34	\$ 96.251,81	\$ 99.477,63	\$ 105.705,11	\$ 113.194,17	\$ 121.515,39
PASIVOS						
<i>Corrientes</i>	\$ -	\$ 29.405,50	\$ 59.006,29	\$ 59.398,20	\$ 59.792,71	\$ 60.189,84
Cuentas por pagar proveedores	\$ -	\$ 29.405,50	\$ 59.006,29	\$ 59.398,20	\$ 59.792,71	\$ 60.189,84
<i>No Corrientes</i>	\$ 28.744,27	\$ 24.204,33	\$ 19.127,32	\$ 13.449,69	\$ 7.100,41	\$ -
Obligaciones Bancarias	\$ 28.744,27	\$ 24.204,33	\$ 19.127,32	\$ 13.449,69	\$ 7.100,41	
TOTAL PASIVO	\$ 28.744,27	\$ 53.609,83	\$ 78.133,61	\$ 72.847,89	\$ 66.893,12	\$ 60.189,84
PATRIMONIO						
Capital	\$ 7.186,07	\$ 7.186,07	\$ 7.186,07	\$ 7.186,07	\$ 7.186,07	\$ 7.186,07
Utilidad del Periodo		\$ 14.712,80	\$ 13.330,53	\$ 14.369,29	\$ 15.379,01	\$ 16.380,91
Utilidad Acumulada		\$ 20.743,12	\$ 827,43	\$ 11.301,87	\$ 23.735,98	\$ 37.758,57
TOTAL PATRIMONIO	\$ 7.186,07	\$ 42.641,98	\$ 21.344,02	\$ 32.857,23	\$ 46.301,06	\$ 61.325,55
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 35.930,34	\$ 96.251,81	\$ 99.477,63	\$ 105.705,12	\$ 113.194,17	\$ 121.515,39

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

El Estado de Situación permite visualizar información proforma en un periodo específico, identificando la proporción de inversión y financiamiento; así como la liquidez del proyecto.

Los datos arrojados aportarán a determinar el rendimiento del financiamiento.

4.5. Evaluación Financiera

Parámetros necesarios para determinar la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

4.5.1. TMAR

Conocida también como la tasa mínima aceptable de rendimiento, tasa de descuento o tasa de oportunidad, necesaria para traer los flujos de caja al valor presente.

Para su cálculo es necesario apoyarse en los datos con los que se ha trabajado a lo largo del estudio financiero:

Tabla 63 Datos para el cálculo de la TMAR

TMAR				
Inflación Proyectada	Prima de riesgo	Capital Propio	Financiamiento bancario	Tasa de interés (anual)
0,18%	15%	20,00%	80,00%	11,83%
TMAR=	12,51%			

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

Fórmula aplicada

$TMAR = \% \text{ de financiamiento bancario} * (\% \text{ tasa de interés}) + \% \text{ capital propio} * (\% \text{ prima de riesgo} + \% \text{ inflación proyectada} + \% \text{ prima de riesgo} * \% \text{ inflación proyectada})$

Interpretación

La expectativa de rentabilidad mínima que se espera por la ejecución de este proyecto es del 12.51%.

4.5.2. VAN

Conocido como Valor Actual Neto o valor presente neto, este es un indicador que señala que un proyecto es viable cuando el VPN es igual o mayor a 0. Consiste en sumar la inversión y los flujos descontados.

Fórmula aplicada

$$VAN = \sum \frac{FNE}{(1+i)^n}$$

Tabla 64 Cálculo del VAN

Concepto	Proyección Anual - Valor Actual Neto					
	AÑO (0)	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
FNE	\$ -35.930,34	\$ 18.538,96	\$ 7.467,52	\$ 9.282,34	\$ 9.603,87	\$ 9.850,21
$\frac{1}{(1+i)^n}$	1	0,8888	0,7900	0,7022	0,6242	0,5548
Total	\$ -35930,34	\$ 16478,28	\$ 5899,69	\$ 6518,34	\$ 5994,50	\$ 5464,86
VAN	4425,34					

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

Interpretación

$$VAN = \$ 4.425,34$$

Realizado el estudio del proyecto, se visualiza y concluye que:

Tenemos un VAN mayor a cero en \$ 4.425,34, por lo tanto, el proyecto es financieramente viable; cumpliendo así con las expectativas de los socios.

4.5.3. TIR

Se la conoce como la tasa interna de retorno, es aquella tasa de descuento que hace que el VAN sea cero.

Tabla 65 Flujos netos de efectivo proyectados

Concepto	Proyección Anual - Valor Actual Neto					
	AÑO (0)	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
FNE	\$ -35.930,34	\$ 18.538,96	\$ 7.467,52	\$ 9.282,34	\$ 9.603,87	\$ 9.850,21

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

Tabla 66 Cálculo de la TIR

TIR = 18%	
TMAR	VAN
6%	\$ 10.966,76
12%	\$ 4.875,06
18%	\$ -0,0
24%	\$ -3.832,32
30%	\$ -7.010,41

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

Interpretación

$$TIR = 18\% > TMAR = 12.51\%$$

De los resultados obtenidos, se establece que el proyecto es rentable económicamente presentando una TIR del 18%. Siendo esta, la tasa máxima de retorno que se debe esperar de este proyecto y el 12.51% la tasa mínima aceptable de rendimiento.

4.5.4. PRI

Periodo de recuperación de la inversión.

Es el tiempo que el proyecto de demora para recuperar la inversión y generar utilidades para el inversionista.

Este parámetro se lo obtiene de la suma de los flujos acumulados de los valores actuales netos, hasta llegar o aproximarse al monto de la inversión.

Tabla 67 Periodo de Recuperación de la Inversión

Concepto	Periodo de Recuperación de la Inversión					
	AÑO (0)	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
FNE	\$ -35.930,34	\$ 18.538,96	\$ 7.467,52	\$ 9.282,34	\$ 9.603,87	\$ 9.850,21
VAN	\$ -35.930,34	\$ 16.478,28	\$ 5.899,69	\$ 6.518,34	\$ 5.994,50	\$ 5.464,86
Flujo Acumulado	\$ -35.930,34	\$ -19.452,05	\$ -13.552,36	\$ -7.034,02	\$ -1.039,52	\$ 4.425,34
PRI						
Año	4					
Mes	2					

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

Interpretación

La inversión empleada para el desarrollo de este proyecto se la recuperaría en 4 años y 2 meses, antes del horizonte proyectado; por lo tanto el plan es viable.

4.5.5. PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 68 Punto de Equilibrio

Punto de Equilibrio											
Años	Unidades	Ingresos	Costos Fijos	Costos variables	Costo total	utilidad	P.E \$	P.E uni	P.E %		
1	489.600	\$ 140.564,16	\$ 26.221,12	\$ 91.264,15	\$ 117.485,26	\$ 23.078,90	\$ 74.761,63	260.403	53,19		
2	491.966	\$ 141.497,68	\$ 27.807,37	\$ 91.705,18	\$ 119.512,55	\$ 21.985,12	\$ 79.021,52	274.746	55,85		
3	494.344	\$ 142.437,56	\$ 27.251,66	\$ 92.148,45	\$ 119.400,11	\$ 23.037,44	\$ 77.186,90	267.885	54,19		
4	496.733	\$ 143.383,54	\$ 26.624,98	\$ 92.593,78	\$ 119.218,75	\$ 24.164,78	\$ 75.164,43	260.397	52,42		
5	499.134	\$ 144.335,93	\$ 25.918,92	\$ 93.041,34	\$ 118.960,25	\$ 25.375,68	\$ 72.932,27	252.210	50,53		

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

Fórmulas aplicadas:
$$P. E \$ = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

$$P. E \text{ uni} = \frac{CF * \text{Unidades producidas}}{VT - CV}$$

$$P. E \% = \frac{CF}{VT - CV} * 100$$

Gráfica

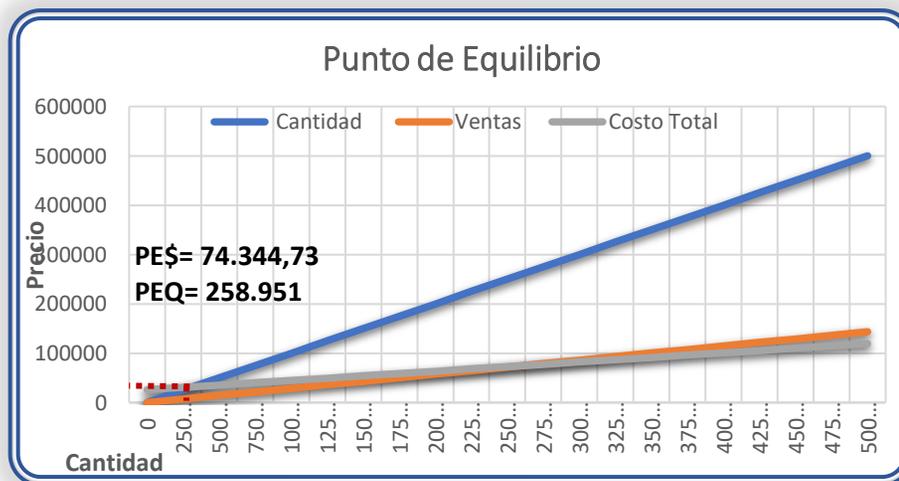


Figura 25 Punto de Equilibrio

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

Interpretación

En la tabla 68 se exponen las cantidades en dólares y unidades para cada uno de los años, llegando a un punto en que el proyecto no gana ni pierde.

Otros Indicadores

ROI (Return on Investment)

Retorno sobre la inversión.

Tabla 69 Cálculo de ROI

Fórmula	Retorno sobre la inversión				
	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
$ROI = \frac{Utilidad\ Neta}{Activos}$	15%	13%	14%	14%	13%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

Este indicador financiero muestra las ganancias sobre el total de activos.

Por cada dólar invertido en activos, el proyecto está generando una ganancia promedio de \$0,14 centavos.

ROE (Return Over Equity)

Rendimiento sobre el capital.

Tabla 70 Cálculo de ROE

Fórmula	Rendimiento sobre el Capital				
	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
$ROE = \frac{Utilidad\ Neta}{Patrimonio}$	35%	62%	44%	33%	27%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

Este indicador financiero muestra la rentabilidad obtenida en un periodo determinado.

Por cada dólar invertido por el accionista o propietario, está ganando un promedio de \$0,40 centavos.

RELACIÓN C/B

Tabla 71 Relación B/C

Análisis Beneficio - Costo			
Años	Ingresos	Proyectados	Egresos Proyectados
1	\$	140.564,16	\$ 125.851,36
2	\$	141.497,68	\$ 128.167,15
3	\$	142.437,56	\$ 128.068,27
4	\$	143.383,54	\$ 128.004,53
5	\$	144.335,93	\$ 127.955,02
Total	\$	712.218,86	\$ 638.046,33
B/C	\$	1,12	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

Es conocido también como índice de rendimiento, este índice tiene que ser mayor a 1 para que el proyecto sea aceptado.

Por lo tanto para este estudio se acepta el proyecto, pues de cada dólar invertido se obtiene un beneficio de \$0,12 centavos.

Conclusiones

Al haber concluido el estudio de mercado en la parroquia de Cumbayá, se determina que el medio es viable para comercializar el tipo de productos que se pretende ofertar; adicionalmente se ha tomado como referencia la experiencia comercial de otras microempresas relacionadas al giro de negocio, lo que sirvió de reseña para tener un enfoque claro al momento de elegir una correcta segmentación y aplicación de estrategias en Márquetin Mix.

Se concluye que la implementación y la correcta aplicación de estrategias, son fundamentales para tener una buena acogida del producto que se desea ofertar en el mercado, y el plasmar un plan de acción durante el tiempo de horizonte avizorado, permite cumplir el objetivo propuesto en la visión de la microempresa.

La evaluación del presente estudio de factibilidad, indica una aceptable viabilidad financiera para la ejecución del proyecto; puesto que las herramientas empleadas para su determinación han arrojados datos aceptables con rendimientos positivos. (VAN, TIR, PRI, B/C)

Dentro de esta referencia se enfatiza una observación, los datos procesados en este estudio son bastante ajustados a la realidad actual por la que atraviesa el país, considerando la posibilidad para el año tres del horizonte proyectado; que haya una recuperación de la recesión económica de la nación, lo cual se refleje en un leve incremento sobre la rentabilidad ya planificada en el proyecto.

Recomendaciones

Elaborar mecanismos que permitan efectuar un estudio de mercado breve en el horizonte avizorado, para identificar los cambios en las preferencias del consumidor, obligando a generar innovación y variedad en los productos ofertados.

Se recomienda poner en marcha de manera disciplinada las estrategias propuestas, esto permitirá tener el punto de partida en cada uno de los años del horizonte planificado. Adicionalmente dar un seguimiento administrativo constante que permita medir el crecimiento y la sostenibilidad de la microempresa.

Se recomienda la ejecución del proyecto, puesto que el estudio refleja rendimientos positivos para el inversionista.

El proyecto en función de los ingresos de los demandantes, puede generar un ligero incremento sobre la rentabilidad ya dada para el año tres del horizonte planeado; de tal modo que se recomienda la puesta en marcha de la microempresa. Puesto que se estaría superando la expectativa del inversionista.

Bibliografía

Alphabet Inc. (8 de febrero de 2005). *Google Maps*. Obtenido de Mapeo Web:

<https://www.google.com.ec/maps/place/Real+Alto/@-0.2208961,-78.4412459,691m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x91d5972d3484abcb:0x46e93360224de340!8m2!3d-0.2209015!4d-78.4390572>

Alvarez Postillo, Y. (22 de Octubre de 2017). *Estimación de poblaciones y tasa de crecimiento*.

Obtenido de Estimación de poblaciones a futuro y tasa de crecimiento método de MALTHUS: <https://www.youtube.com/watch?v=gwUQhtK6mLg>

ARCSA. (21 de 07 de 2020). *Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria* .

Obtenido de Aplicativos de Consulta en línea: <http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/perfilador/index.php>

Castañeda Martínez, J., & Macías Prieto, A. (28 de junio de 2016). *Fabricación y venta de barras*

de cereal. Obtenido de Guía metodológica para la elaboración de un estudio de factibilidad: <http://repository.udistrital.edu.co/bitstream/11349/4946/1/CastañedaMartínezJavierMauricio2016.pdf>

Dirección Nacional Jurídica; Departamento de Normativa; Servicio de Rentas Internas. (2018).

Ley de Régimen Tributario Interno.

Distrito Metropolitano de Quito. (2018). *Alcaldía de Quito*. Obtenido de <http://www.quito.gob.ec/>

Enrique Benjamín, F. (2001). *Organización de Empresas*. Santa Fe: Interamericana Editores S.A de C.V.

INEC. (28 de noviembre de 2010). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de Censo de Población y Vivienda: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

INEC. (4 de 06 de 2020). *Índice de precios al consumidor, mayo 2020*. Obtenido de Boletín técnico N.05-2020-IPC: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2020/Mayo-2020/Boletin_tecnico_05-2020-IPC.pdf

INEC, U. d.-D. (07 de 07 de 2010). *Población y tasas de crecimiento intercensal*. Obtenido de POBLACIÓN Y TASAS DE CRECIMIENTO INTERCENSAL DE 2010-2001-1990 POR SEXO, SEGÚN PARROQUIAS: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/>

López Trujillo, P. A. (30 de Mayo de 2009). *Caracterización comercial de la panadería tradicional de la ciudad de manizales*. Obtenido de Introducción : http://ridum.umanizales.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/6789/233/López_Trujillo_Pablo_Andres_2009.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Ministerio de Salud Pública. (22 de diciembre de 2006). *Ley Orgánica de Salud*. Obtenido de Registro Oficial Suplemento 423 de 22-dic.-2006: <https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2017/03/LEY-ORGÁNICA-DE-SALUD4.pdf>

Ministerio de Turismo. (2018). *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/>

Pazmiño Jiménez, F. (1 de agosto de 2012). *historia y relaciones sociales de la parroquia de Cumbayá desde los años 60 hasta la actualidad contada por los habitantes del Barrio*

Central y el Barrio San Marcos. Obtenido de Memoria colectiva y oralidad:
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1984/1/T-UCE-0009-129.pdf>

Puga Rosero, C. R. (2012). *Teoría micro y macroeconómica*. Quito: Fuente Propia, recopilación.

Registro de Empleador. (s.f.). Obtenido de Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social:
<https://www.iess.gob.ec/es/web/empleador/registro-de-empleador>

Registro Mercantil. (2018). Obtenido de <http://registromercantil.gob.ec/guayaquil.html>

Registro y Matrículas de Comercio. (s.f.). Obtenido de Registro Mercantil:
<http://registromercantil.gob.ec/tr%C3%A1mites-frecuentes-rm/89-inscripciones/389-matriculas-comercio.html>

Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos*. Bogotá: McGraw-Hill Interamericana S.A. .

Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2008). *Preparación y Evaluación de proyectos*. Bogotá: McGraw-Hill Interamericana S.A. .

Servicio de Rentas Internas. (2018). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de
<http://www.sri.gob.ec/web/guest/ruc>

Anexos

Anexo 1.- Resultado de análisis de anti plagio

Resultado del análisis

Archivo: 2.28 Moreno Fierro, Geovana Lourdes, 35AE5.docx

Estadísticas

Sospechosas en Internet: 3,51%

Porcentaje del texto con expresiones en internet. [▲](#)

Sospechas confirmadas: 18,14%

Confirmada existencia de los fragmentos en las direcciones encontradas. [▲](#)

Texto analizado: 48,03%

Porcentaje del texto analizado efectivamente (no se analizan las frases cortas, caracteres especiales, texto roto).

Éxito del análisis: 100%

Porcentaje de éxito de la investigación, indica la calidad del análisis, cuanto más alto mejor.

Direcciones más relevantes encontradas:

Dirección (URL)	Ocurrencias	Semejanza
http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/1984	10	1,58 %
https://www.slideshare.net/JoanMontilla1/arenara	7	10,18 %
https://es.scribd.com/document/381478617/Etapa-1-Para-Union	7	7,96 %
https://es.slideshare.net/manolocorzoherandez/introduccion-e-historia-panaderia	6	4,74 %
https://es.scribd.com/document/405227050/Manual-Panaderia-docx	6	2,68 %
https://infolibros.org/libros-de-cocina-y-bebidas-pdf	6	5 %

Texto analizado:

9370399583000

Camera de Administración de Empresas

Estudio de factibilidad para una panadería en la urbanización Real Alto sector Cumbayá

Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de tecnólogo (a) en administración de empresas

Autor Moreno Fierro, Geovana Lourdes

35AE5

Tutor Ing. Jiménez D. Blanca A., MSc.

Anexo 2.- Modelos de activos fijos

TERMALIMEX CIA. LTDA.

QUITO: RUMIPAMBA OE1-60 Y AV. 10 DE AGOSTO.
GUAYAQUIL: VIRGILIO JAIME SALINAS 1-2 Y 4TO PASAJE

R.U.C.: 1790162524001

SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES

RESOLUCION SRI No 345 07/07/2004

COTIZACION

2232043

Cliente: CAVES S.A. EMA

FECHA: 22/11/2019

Contacto: SR. JAIME HERRERA

Dirección: BARRIO SANTA ROSA CALLE ROCAFUERTE S/N SECTOR VI

Ciudad: QUITO

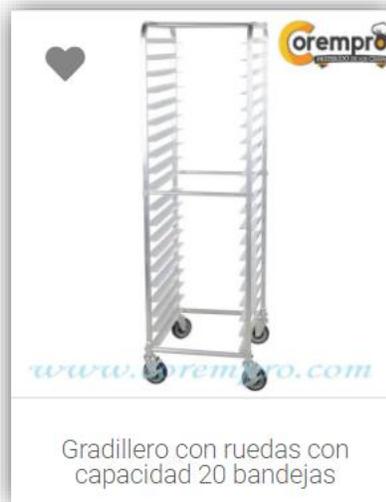
Email: fe@caves-ghl.com.ec

R.U.C.: 1791137728001

Teléfono: 022378008

Cod. Vendedor: T.G.

No.	CANT	DESCRIPCION	CODIGO	PRECIO U.	DSCTO.	P. TOTAL
1.00	1	Batidora amasadora industrial THUNDERBIRD ARM-02 de fabricación Taiwanesa; 20 cuartos de galón de capacidad; de tres velocidades; equipada con motor de 3/4 HP; tazón de acero inoxidable; un batidor globo de alambre; un batidor plano; y un batidor de gancho. Espec. eléctrica 115/60/1	ARM-02	2.118.96	0.00%	2.118.96
4.00	1	Horno eléctrico mixto de vapor directo LAINOX ICET101 de fabricación italiana. Capacidad para albergar 10 bandejas gastronorm 1/1 o formato panadero de 60x40 cms. Diez programas de cocción predefinidos y memoria para 89 programas. Cocción manual con 3 modalidades de cocción. Convección de 30 a 260 grados centígrados. Vapor de 30 a 130 grados centígrados. Combinado convección/vapor de 30 a 260 grados centígrados. Cocción con control de temperatura a través de sonda. Dos velocidades de ventilación. Sistema CLIMA automático de medición y control de porcentaje de humedad en la cámara de cocción. Especificación eléctrica 220/60/3. Dimensiones 81.2x72.5x114.5 cms Plazo de entrega: Inmediato salvo venta previa	ICET101	6.217.32	12.00%	5.495.24





Anexo 3.- Costos de Materia Prima

Costos de Materias Primas Directas					
Ingredientes	Precio	unidades/gr	costo unidad	costo en gramos	
Harina Trigo	\$	35,15	50000		\$ 0,0007
Harina Integral	\$	0,75	500		\$ 0,0015
Sal	\$	25,00	50000		\$ 0,0005
Azúcar	\$	35,00	50000		\$ 0,0007
Levadura	\$	80,00	50	1,6	\$ 0,0032
Manteca	\$	90,00	50000		\$ 0,0018
Huevos	\$	3,00	30		\$ 0,1000
Margarina	\$	0,50	125		\$ 0,0040
Fruta Confitada	\$	0,90	200		\$ 0,0045
Masa de Hojaldre	\$	2,20	500		\$ 0,0044
Salvado de trigo	\$	0,65	150		\$ 0,0043
Avena en hojuelas	\$	0,88	500		\$ 0,0018

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno

Anexo 4.- Costos de Materia Prima por Producto

Recetas						
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo x Gr/u	Costo Total	# de Porciones	\$ x Porción
Pan Clásico				\$ 0,91		
Harina de Trigo	gr	500	\$ 0,0007	\$ 0,35		
Azúcar	gr	100	\$ 0,0007	\$ 0,07		
Sal	gr	20	\$ 0,0005	\$ 0,01	22	\$ 0,04
Levadura Fresca	gr	30	\$ 0,0032	\$ 0,10		
Manteca Mante pan	gr	100	\$ 0,0018	\$ 0,18		
Huevos	u	2	\$ 0,1000	\$ 0,20		
Pan Integral				\$ 1,67		
Harina de Trigo	gr	300	\$ 0,0007	\$ 0,21		
Harina Integral	gr	200	\$ 0,0015	\$ 0,30		
Sal	gr	10	\$ 0,0005	\$ 0,01	22	\$ 0,08
Azúcar	gr	200	\$ 0,0007	\$ 0,14		
Margarina Grasa pan	gr	136	\$ 0,0040	\$ 0,54		
Miel	gr	75	\$ 0,0050	\$ 0,38		
Levadura Fresca	gr	30	\$ 0,0032	\$ 0,10		
Empanada de queso				\$ 8,06		
Harina de Trigo	gr	500	\$ 0,0007	\$ 0,35		
Sal	gr	60	\$ 0,0005	\$ 0,03		
Azúcar	gr	50	\$ 0,0007	\$ 0,04	22	\$ 0,37
Manteca Mante pan	gr	136	\$ 0,0018	\$ 0,24		
Cebolla perla	u	2	\$ 0,1500	\$ 0,30		
Queso Fresco	u	2	\$ 3,5000	\$ 7,00		
Levadura Fresca	gr	30	\$ 0,0032	\$ 0,10		
Pan Agua				\$ 0,76		
Harina de Trigo	gr	500	\$ 0,0007	\$ 0,35		
Sal	gr	60	\$ 0,0005	\$ 0,03	22	\$ 0,03
Azúcar	gr	50	\$ 0,0007	\$ 0,04		
Levadura Fresca	gr	30	\$ 0,0032	\$ 0,10		
Manteca Mante pan	gr	136	\$ 0,0018	\$ 0,24		
Pan de Dulce				\$ 1,29		
Harina de Trigo	gr	500	\$ 0,0007	\$ 0,35		
Sal	gr	10	\$ 0,0005	\$ 0,01		
Azúcar	gr	200	\$ 0,0007	\$ 0,14	22	\$ 0,06
Manteca Mante pan	gr	136	\$ 0,0018	\$ 0,24		
Levadura Fresca	gr	30	\$ 0,0032	\$ 0,10		
Fruta confitada	gr	100	\$ 0,0045	\$ 0,45		
Pan Injerto				\$ 1,14		
Harina de Trigo	gr	500	\$ 0,0007	\$ 0,35		
Sal	gr	10	\$ 0,0005	\$ 0,01	22	\$ 0,05
Azúcar	gr	200	\$ 0,0007	\$ 0,14		
Margarina Grasa pan	gr	136	\$ 0,0040	\$ 0,54		
Levadura Fresca	gr	30	\$ 0,0032	\$ 0,10		
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo x Gr/u	Costo Total	# de Porciones	\$ x Porción
Otros				\$ 7,61	22	\$ 0,17

Pan Danes					
Masa de hojaldre	gr	500	\$	0,0044	\$ 2,20
Fruta confitada	gr	150	\$	0,0045	\$ 0,68
Pasas	gr	150	\$	0,0034	\$ 0,51
Mermelada	gr	80	\$	0,0065	\$ 0,52
Pan Croissant					
Masa de hojaldre	gr	500	\$	0,0044	\$ 2,20
Tocino	gr	150	\$	0,0034	\$ 0,52
Jamón	gr	150	\$	0,0046	\$ 0,69
Cebolla perla	u	2	\$	0,1500	\$ 0,30

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Geovana Moreno