



**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA  
PRODUCCIÓN**

CONTRIBUIR AL DESARROLLO PRODUCTIVO MEDIANTE EL ESTUDIO  
DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE  
UN NUEVO PRODUCTO DE PANIFICACIÓN, EN LA EMPRESA MODERNA  
ALIMENTOS S.A., UBICADA EN EL NORTE DEL DISTRITO  
METROPOLITANO DE QUITO, 2016.

**Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnóloga en  
Administración Industrial y de la Producción**

**Autor:** Sandy Daniela Mera Cabezas

**Tutor:** Ing. Fernando Buitrón

**Lector:** Ing. María Ávila

Quito, 2016

## DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica y personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Los análisis, conclusiones y recomendaciones realizadas son de mi absoluta responsabilidad.

---

Sandy Daniela Mera Cabezas

C.I. 172354959-6

## CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, **Sandy Daniela Mera Cabezas** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No **172354959-6** de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: “La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato”; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: **“Contribuir al desarrollo productivo mediante el estudio de factibilidad para la producción y comercialización de un nuevo producto de panificación, en la empresa Moderna Alimentos S.A., ubicada en el norte del distrito metropolitano de Quito,2016”** facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

**FIRMA**

\_\_\_\_\_

**NOMBRE**

Sandy Daniela Mera Cabezas

**CÉDULA**

172354959-6

---

CONTRIBUIR AL DESARROLLO PRODUCTIVO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UN NUEVO PRODUCTO DE PANIFICACIÓN, EN LA EMPRESA MODERNA ALIMENTOS S.A., UBICADA EN EL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme acompañado en todo momento, gracias por la vida, por la familia, por contar con sus palabras de aliento para superarme día a día.

Gracias a mi esposo e hija por su apoyo incondicional, por el amor, respeto y confianza que han depositado en mí, por los valores inculcados y por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación, lo cual me ha servido como motivación para la correcta elaboración del proyecto.

Gracias a los ingenieros del área de producción de la empresa Moderna Alimentos S.A., por el aporte profesional, técnico y humano brindado, depositando fidelidad y confianza mutua en el transcurso de la realización del proyecto.

A mis amigos por su aliento y apoyo brindado en momentos difíciles, por su actitud solidaria, sus consejos y su completa amistad.

## **DEDICATORIA**

A mi esposo Alexander e hija Naomi por su cariño y ternura, quien ha sido testigo de mi esfuerzo y me ha dado la motivación necesaria para culminar el proyecto.

A mis padres Y hermanos por su confianza y apoyo incondicional.

## INDICE GENERAL

DECLARATORIA.....	ii
CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	iii
AGRADECIMIENTOS .....	iv
DEDICATORIA .....	v
RESUMEN EJECUTIVO .....	xvi
ABSTRACT .....	xii
CAPÍTULO I.....	1
INTRODUCCION .....	1
1.01 JUSTIFICACIÓN.....	1
1.02 ANTECEDENTES.....	3
1.02.01 Historia del pan.....	3
1.02.02 Historia Moderna Alimentos S.A.....	4
1.02.03 Descripción del Proceso.....	10
CAPITULO II .....	14
2.ANÁLISIS SITUACIONAL.....	14
2.01 Ambiente Externo .....	14
2.01.01 Factor Económico .....	14
2.01.01.01 Producto Interno Bruto (PIB).....	14
2.01.02 Tasa de Interés.....	15
2.01.03 Inflación .....	17
2.01.04 Canasta Básica .....	18
2.01.05 Población Económicamente Activa (PEA).....	19
2.01.02 Factor Social.....	20

2.01.02.01 Cultura.....	20
2.01.03 Factor Legal: .....	21
2.01.03.01 Ruc (Registro Único de Contribuyente).....	21
2.01.03.02 Permiso de Cuerpo de Bomberos.....	21
2.01.03.03 Permiso de Rgistro Sanitario.....	22
2.01.03.04 Certificados de BPM (Buenas Prácticas de Manufactura).....	22
2.01.03.05 Normas INEN (Instituto Ecuatoriano de Normalización).....	23
2.01.03.06 Certificado HACCP .....	24
2.01.04 Factor Tecnológico: .....	24
2.02 Entorno Local.....	25
2.02.01 Clientes.....	25
2.02.01. Proveedores .....	27
2.02.02 Competidores.....	28
2.03 Análisis Interno .....	31
2.03.01Propuesta estratégica.....	31
2.03.01.01. Misión .....	31
2.03.01.02 Visión .....	31
.2.03.01.03. Objetivos .....	31
2.03.01.03 Objetivo General .....	31
2.03.01.03.02 Objetivos Específicos.....	32
2.03.01.04 Principios y /o valores.....	33
2.03.02. Gestión Administrativa.....	36
2.03.02.01 Organigrama Funcional.....	36
2.03.02.02 Organigrama Estructural .....	37
2.03.03. Gestión Operativa.....	38

---

2.03.03.01 Jornadas de Trabajo.....	38
2.03.03.02 Políticas de Producción:.....	38
2.03.04 Gestión Comercial.....	40
2.01.04.01 Producto .....	40
2.01.04.03 Plaza .....	41
2.01.04.04 Promoción .....	41
2.01.04.05.01 Estrategia de Promoción.....	42
2.01.04.06 Publicidad.....	42
2.01.04.06.01 Nombre de la Empresa .....	42
2.01.04.06.02 Logo de la Empresa.....	42
2.01.04.06.03 Eslogan.....	42
2.01.04.06.04 Materiales POP.....	42
2.04 ANÁLISIS FODA.....	44
CAPITULO III.....	46
3. ESTUDIO DE MERCADO .....	46
3.01. Análisis Del Consumidor .....	46
3.01.01. Determinación de la población y muestra.....	47
3.01.01.01. Población.....	47
3.01.01.02 Muestra.....	47
3.01.02 Técnicas de la Obtención de la Información.....	48
3.01.02.01 Encuesta .....	48
3.01.02.02 Modelo de Encuesta .....	49
3.01.03 Análisis de la Información.....	52
3.01.03.01 Tabulación y Análisis.....	52
3.02 Demanda .....	61

---

---

3.02.01 Demanda Histórica.....	61
3.02.02 Demanda Actual.....	62
3.02.03 Demanda Proyectada.....	64
3.03 Oferta.....	64
3.03.01 Oferta Histórica.....	64
3.03.02 Oferta Actual.....	66
3.03.03 Oferta Proyectada.....	66
3.04 Productos Sustitutos.....	68
3.05 Balance Oferta-Demanda.....	69
CAPITULO IV.....	70
4. ESTUDIO TECNICO.....	70
4.01 Tamaño del Proyecto.....	70
4.01.01 Capacidad Instalada.....	70
4.01.02 Capacidad Operativa.....	70
4.01.02 Capacidad Óptima.....	71
4.02 Localización.....	72
4.02.01 Macro.....	72
4.02.02 Micro –localización.....	73
4.02.03 Localización Óptima.....	74
4.03 Ingeniería del Proyecto.....	75
4.03.01 Definición del bien y/o servicio.....	75
4.03.02 Distribución de Planta.....	75
4.03.03 Proceso Productivo.....	81
4.03.04 Maquinaria y Equipos.....	83
CAPÍTULO V.....	84

---

5. ESTUDIO FINANCIERO.....	84
5.01 Ingresos Operacionales y no Operacionales.....	84
5.01.01 Ingresos Operacionales.....	84
5.01.02 Ingresos No Operacionales.....	85
5.02 Costos.....	85
5.02.01 Costo Directo.....	86
5.02.01.01 Materia Prima.....	86
5.02.01.02 Mano de Obra directa.....	87
5.02.02 Costos Indirectos.....	88
5.02.02.01 Costos Indirectos de Fabricación.....	88
5.02.03 Gastos Administrativos.....	89
5.02.04 Costo de Ventas.....	91
5.02.05 Costos Financieros.....	92
5.02.06 Costos Fijos y Variables.....	92
5.02.06.01 Costos Fijos.....	92
5.02.06.02 Costos Variables.....	93
5.02 Inversiones.....	94
5.02.01 Inversión Fija.....	94
5.02.01.01 Activos Fijos.....	94
5.02.01.02 Activos Nominales (diferidos).....	95
5.02.02 Capital de Trabajo.....	96
5.02.03 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos.....	97
5.02.04 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización).....	98
5.02.05 Depreciaciones.....	98
5.02.06 Estado de Situación Inicial.....	99

---

5.02.07 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años).....	100
5.02.08 Flujo Caja.....	101
5.03 Evaluación.....	102
5.03.01 Tasa de Descuento.....	102
5.03.02 VAN(Valor Actual Neto).....	103
5.03.04 TIR (Tasa Interna de Retorno).....	104
5.03.05 PRI (Período de Recuperación De La Inversión).....	104
5.03.06 RBC (Relación Costo Beneficio).....	104
5.03.06 Punto de Equilibrio .....	105
5.03.07 Análisis de Índices Financieros.....	108
CAPÍTULO VI.....	109
6: ANALISIS DE IMPACTOS.....	109
6.01 Impacto Ambiental.....	109
6.02 Impacto Económico .....	111
6.03 Impacto Productivo.....	111
6.04 Impacto Social.....	112
CAPÍTULO VII .....	113
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	113
7.01 Conclusiones .....	113
7.02 Recomendaciones.....	114
Bibliografía .....	115
ANEXOS .....	119

---

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Variedad De Productos .....	20
Tabla 2: Clientes .....	26
Tabla 3: Proveedores.....	27
Tabla 4: Competidores .....	28
Tabla 5: Competencia 1 .....	29
Tabla 6: Competencia 2 .....	29
Tabla 7: Competencia 3 .....	30
Tabla 8: Competencia 4 .....	30
Tabla 9: Diagrama de Procesos.....	39
Tabla 10: Población Mariana de Jesús .....	46
Tabla 11: Pregunta 1 .....	52
Tabla 12: Pregunta 2 .....	53
Tabla 13: Pregunta 3 .....	54
Tabla 14: Pregunta 4 .....	55
Tabla 15: Pregunta 5 .....	56
Tabla 16: Pregunta 6 .....	57
Tabla 17: Pregunta 7 .....	58
Tabla 18: Pregunta 8 .....	59
Tabla 19: Pregunta 9 .....	60
Tabla 20: Consumo de Pan .....	61
Tabla 21: Demanda Actual.....	62
Tabla 22: Demanda Proyectada .....	63
Tabla 23: Oferta Histórica.....	65
Tabla 24: Oferta Actual.....	66
Tabla 25: Oferta Proyectada.....	67
Tabla 26: Balance Proyectado.....	69
Tabla 27: Capacidad Instalada línea de Producción .....	71
Tabla 28: Capacidad Óptima.....	72
Tabla 29: Macro-localización .....	73
Tabla 30: Localización Óptima.....	74

Tabla 31: Código de Cercanía.....	75
Tabla 32: Factores del Proceso .....	76
Tabla 33: Proceso Productivo .....	82
Tabla 34: Maquinaria y Equipo.....	83
Tabla 35: Ingresos Operacionales .....	84
Tabla 36: Ingresos Proyectados .....	85
Tabla 37: Materia Prima Directa.....	86
Tabla 38: Mano de Obra Directa.....	87
Tabla 39: Costos Indirectos de Fabricación.....	88
Tabla 40: Proyección de los Costos de Producción .....	89
Tabla 41: Gastos Administrativos .....	90
Tabla 42: Gastos Administrativos Proyectados .....	90
Tabla 43: Gastos de Ventas.....	91
Tabla 44: Proyección de Costo de Ventas.....	91
Tabla 45: Costos Fijos.....	92
Tabla 46: Costos Variables .....	93
Tabla 47: Activos Fijos .....	94
Tabla 48: Activos Nominales.....	96
Tabla 49: Capital de Trabajo.....	96
Tabla 50: Fuentes de Financiamiento y uso de fondos .....	97
Tabla 51: Depreciaciones.....	98
Tabla 52: Estado de Situación Inicial.....	99
Tabla 53: Estado de Resultados Proyectado .....	100
Tabla 54: Flujo de Caja.....	101
Tabla 55: TMAR (Tasa de Descuento) .....	102
Tabla 56: VAN (Valor Actual Neto).....	103
Tabla 57: RCB (Relación Costo Beneficio).....	105
Tabla 58: Punto de Equilibrio .....	106
Tabla 59: Fórmula de Punto de Equilibrio.....	106
Tabla 60: Demostración del Punto de Equilibrio.....	107

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1: PIB .....	15
Figura 2: Tasa de Interés .....	16
Figura 3: Inflación.....	17
Figura 4: Canasta Básica.....	18
Figura 5: PEA (Población Económicamente Activa).....	19
Figura 6: Maquinaria: Espiral .....	25
Figura 7: Maquinaria Divisora .....	25
Figura 8: Organigrama estructural .....	37
Figura 9: Variedad de Empaques marca Moderna Alimentos .....	40
Figura 10: Plaza .....	41
Figura 11: Eventos en Centros Comerciales .....	42
Figura 12: Recetas por compra de productos.....	43
Figura 13: Carpetas y Esferos .....	43
Figura 14: Bolsos Ecológicos .....	43
Figura 15: Pregunta 1 .....	52
Figura 16: Pregunta 2.....	53
Figura 17: Pregunta 3 .....	54
Figura 18: pregunta 4 .....	55
Figura 19: Pregunta 5 .....	56
Figura 20: Pregunta 6.....	57
Figura 21: Pregunta 7 .....	58
Figura 22: pregunta 8 .....	59
Figura 23: Pregunta 9.....	60
Figura 24: Demanda Histórica .....	62
Figura 25: Demanda Proyectada .....	63
Figura 26: Oferta Histórica .....	65
Figura 27: Oferta Proyectada .....	67
Figura 28: Productos Sustituto .....	68
Figura 29: Micro-localización.....	73

---

Figura 30: Matriz Triangular.....	76
Figura 31: Plano de Planta Moderna Alimentos S.A. ....	80
Figura 32: Diagrama de Flujo .....	81
Figura 33: Punto de Equilibrio.....	107

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto está basado en un estudio de factibilidad, en el cual se ha realizado: análisis de mercado, estudio técnico, análisis financiero, impactos ambientales, sociales y económicos en la elaboración y comercialización de pan.

El análisis situacional determina las amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas hacia el producto.

Mediante el estudio técnico se determina el proceso productivo, la capacidad instalada, capacidad óptima.

La Empresa Moderna Alimentos S.A. tiene como objetivo implementar un nuevo producto, en la línea de sánduches con el fin de aumentar mercado e ingresos para la organización.

El estudio financiero realizado nos permite determinar un total de inversión recuperable dentro de la vida útil del proyecto.

## ABSTRACT

This project is based on a feasibility study, which was performed: market analysis, technical studies, financial analysis, environmental, social and economic impacts on the development and commercialization of bread.

The situational analysis determines the threats, opportunities, weaknesses and strengths to the product.

Technical study by the production process, the installed capacity, optimum capacity is determined.

Modern Food Company S.A. It aims to implement a new product in the line of sandwiches, in order to increase market share and revenues for the organization

The financial study allows us to determine total recoverable investment in the life of the project.



## CAPÍTULO I

### 1. INTRODUCCIÓN

#### 1.01 Justificación

Este proyecto se realiza con el fin de implementar un nuevo producto industria de alimentos de la EMPRESA MODERNA ALIMENTOS S.A que se encarga de la elaboración y comercialización de productos alimenticios de panadería.

El sector de la panificación es importante en la ciudad de Quito ya que se constituye como uno de los alimentos básicos en la dieta y canasta familiar de la población. Los productos de panadería son comprados prácticamente en todos los estratos sociales y a cualquier hora del día, gracias a su precio accesible, su valor nutricional y a la costumbre de su consumo, son actividades presentes en el medio que se encuentra desde hace mucho tiempo.

Moderna Alimentos S.A, con el fin de incrementar su mercado, desea implementar un nuevo producto de panadería, específicamente de la línea de sandwiches, con nueva fórmula para la masa con cereales más saludables, para aportar a una mejora de la dieta de sus consumidores.

La propuesta de este proyecto ayuda fortalecer la Matriz Productiva con la producción del nuevo producto. Tiene como ingrediente la harina de quinua, tomando en cuenta que es un derivado de la quinua esta harina es cien por ciento nutritiva y apta para el consumo en la dieta de los consumidores brindando una variedad de nutrientes en su organismo.

La función de este pan es generar conciencia en los consumidores de la ventaja de una vida saludable al consumir un pan cien por ciento nutritivo hecho de harina de quinua y se lo podrá consumir a cualquier hora del día, la harina es un derivado de la quinua este producto es considerado como un alimento completo fortalece la nutrición del hombre y ayuda a prevenir enfermedades, el proyecto brindará un producto de calidad y nutritivo.

Los beneficios del producto son varios la principal es fuente de vitaminas y aporta al organismo con proteínas, hierro, zinc, magnesio, potasio, vitamina B2, ácido fólico y vitamina B6 para tener dieta equilibrada.

([www.directodelpaladar.com](http://www.directodelpaladar.com), 2015)

## 1.02 Antecedentes

### 1.02.01 Historia del pan

El pan se ha elaborado a partir del año 8000 A.C, el pan primigenio (elaborado con especies antiguas de cebada) pudo haber sido uno de los primeros alimentos .El pan se lo elabora los 365 días del año para ser consumido tanto en las clases altas como bajas. Sus ingredientes en su elaboración y su cocción de igualmente ha ido evolucionando de acuerdo van pasando los años.

Al principio se elaboraba con trigo y agua, no conocían la harina como tal sino que machacaban los granos de cereal. Al pan se lo cocía muy poco y el producto resultante era mucho más basto pero igualmente nutritivo.

En la civilización egipcia aparece en el año 2.000 A.D.C. Fue allí que los egipcios descubrieron que fermentando la masa, el pan estaba más jugoso. Eso lo descubrieron por un error ya que se habían olvidado una masa de preparar y al día siguiente la encontraron y vieron que se había expandido, esponjado y que el sabor y la textura resultante tras la cocción era mucho mejor.

En Grecia el pan llegó en el siglo III a.d.C ya que mantenía relaciones con Egipto este alimento llegó exclusivamente para los ricos, pero no se demoró mucho en extenderse igualmente a todo el pueblo.

En Roma ocurrió algo parecido. El pan pasó de ser algo exclusivo de los ricos (en torno al año 30 a.d.C) a ser en el año 100 d.d.C un oficio regulado y privilegiado que se heredaba de padres a hijos, estaba exento de impuestos y

contaba con su propio colegio oficial de panaderos. Aquí los romanos mejoraron los molinos, los hornos y las máquinas de amasar. (CEOPAN, 2015)

### **1.02.02 Historia Moderna Alimentos S.A.**

#### **Fundación Molino Electro Moderno S.A. (1906)**

La empresa Molino Electro Moderno S.A. se funda a principios del siglo XX en el centro del Ecuador, en Cajabamba-Riobamba.

Estratégicamente construida al pie de la línea del ferrocarril, lo cual facilitaba el ingreso de la materia prima y el despacho de harina a los diferentes lugares del país. Electro Moderno instaló bancos de molienda SECK de tecnología Alemana y fue el primer molino que contaba con generación hidroeléctrica para autoabastecerse y servir con energía a la región de Cajabamba. En esa época se registra la marca Gallo en Nueva York.

#### **Fundación de Molinos del Ecuador. (1952)**

Nace en Guayaquil, la empresa Harinas del Ecuador, fundada por el Dr. Illescas Barreiro, con el fin de ofrecer al público harinas de trigo de primera calidad.

#### **Gonzalo Correa Escobar funda Panificadora Moderna. (1954)**

Gonzalo Correa Escobar, luego de trabajar por tres años en la panadería Royal y aprender del negocio de panificación, se asoció con Carlos Ponce (su jefe en Royal) y Leonardo Moscoso para adquirir las panaderías Moderna y Santa

María, y comenzar así su propia empresa: Panificadora Moderna. Junto a un equipo humano de 130 personas comprometidas con el negocio, con tecnología de punta para la época y un manejo financiero eficiente, la Moderna pronto se convirtió en la mejor panadería de pan fresco de la ciudad.

### **Seaboard Corporation compra Molinos del Ecuador (1965)**

La compañía norteamericana Seaboard Corporation compra la empresa Harinas del Ecuador, cambia su razón social a Molinos del Ecuador y desarrolla una serie de marcas y productos líderes en el mercado, como Harina Ya, Estrella de Octubre, Luz de América, Tomebamba y Juan Pueblo. Administrada por Antonio López Ortega.

### **Adquisición de Molino El Cóndor (1974)**

El Doctor Gonzalo Correa Escobar compra el Molino en 1974 y en 1975 luego de una inyección de recursos económicos consigue ser el proveedor de harinas de trigo para el sector de los Valles de los Chillos, y abastecerse su producción para la panificadora Moderna de Quito.

### **Reubicación de la Panificadora Moderna (1979)**

Panificadora Moderna reubica la planta, ya ampliada, en las calles San Gabriel y Valderrama, donde funciona hasta la actualidad.

### **Molino Electro Moderno cambia de Gerente al Señor Rodrigo López (1989)**

El Señor Antonio López pasó la gerencia a su hijo el Señor Rodrigo López, que realizó la ampliación de las maquinarias a una capacidad de molienda de 120 toneladas de harina.

### **Proyecto Sociales y Alianza con BAKELS (1995)**

La Moderna participó en la elaboración de alimentos fortificados, para atender a los beneficiarios de los programas sociales, que desde entonces lleva adelante el Estado ecuatoriano.

La compañía holandesa GistBrocades y Panificadora Moderna deciden formar una alianza para complementar la oferta de harina de trigo con productos complementarios enfocados al mercado panificador. GistBrocades pasó a ser parte de la multinacional BAKELS, empresa holandesa fundada en 1904. Luego de un siglo de inversiones e innovación, BAKELS es actualmente uno de los proveedores de insumos para la industria panadera y pastelera más reconocido en el mundo.

### **Se funda Molinera Manta el molino más grande del país. (1996)**

Nace Molinera Manta, el molino más grande del país y uno de los mejores de Sudamérica, estratégicamente construido en el puerto principal de la Provincia de Manabí.

Molinera Manta comenzó a producir y a ofrecer una harina para cada necesidad, satisfaciendo los requerimientos específicos del mercado panificador y pastelero. Adicionalmente se desarrolló un canal de distribución enfocado en el servicio y como fruto de esta estrategia, se posicionó la marca PANIPLUS como líder del mercado, un hito que se ha mantenido en el tiempo y ha permitido el desarrollo y la introducción de nuevos productos como la línea de pre mezclas panaderas.

### **Nace Representaciones y Ventas S.A. (REYVENTAS) (2000)**

Se constituye la compañía Representaciones y Ventas S.A. (REYVENTAS), con presencia a nivel nacional para la comercialización y distribución de productos que fabrica Molinos del Ecuador.

### **Nace la empresa Moderna Alimentos S.A. (2001)**

La ampliación del portafolio de productos es el motivo para que a principios de este año cambie la razón social de la compañía por Moderna Alimentos S.A.

### **Moderna Alimentos S.A. se fusiona con Molino El Cóndor, y Molinera Manta (2005)**

Moderna Alimentos S.A. absorbe por fusión las empresas del grupo: Molino El Cóndor, y Molinera Manta.

### **Electro Moderno continúa su crecimiento (2006)**

Ampliación de capacidad de molienda a 150 toneladas de harina.

### **Unión entre Molino Electro Moderno y Moderna Alimentos (2007)**

Con directivos compartiendo una misma visión de negocio y el firme propósito de fomentar la industria de harina de trigo en el Ecuador, se unen las operaciones de Molino Electro Moderno y Moderna Alimentos en enero del 2007, creando sinergias en la capacidad de compra de trigo, capacidad de producción, tecnologías de molienda y un portafolio de productos con marcas líderes en diferentes zonas del país.

### **Fusión entre Moderna Alimentos, Molino Electro Moderno y Molinos del Ecuador (2008)**

A mediados del 2008 se fusionan las empresas Moderna Alimentos, Molino Electro Moderno y Molinos del Ecuador, para formar la nueva compañía Moderna Alimentos S.A., cuyas sinergias tecnológicas, financieras y de mercado la han convertido en la empresa molinera más sólida e importante del Ecuador.

### **Moderna Alimentos S.A. compra los activos de Molinos La Unión y comienza a diversificarse (2009)**

MODERNA ALIMENTOS S.A., compra los activos de Molinos La Unión, de esta manera, incrementa la capacidad de producción de harina, añade una importante capacidad de generación hidro-eléctrica.

Principalmente incorpora una planta de pasta a su operación, con lo cual MODERNA ALIMENTOS S.A., entra a participar en la industria de pasta en el Ecuador

### **Moderna Alimentos absorbe a Rey Ventas (2011)**

MODERNA ALIMENTOS absorbe la operación de la empresa de distribución Rey Ventas, creando sinergias de distribución en los mercados mayoristas y fortaleciendo la estructura comercial y la respuesta al mercado, además de incorporar a su oferta la línea de aceites vegetales marca SAO y la línea de vinos chilenos marca Santa Carolina.

### **Moderna Alimentos S.A en la actualidad (2012)**

MODERNA ALIMENTOS S.A en la actualidad es una de las empresas más importantes en el sector industrial de harinas y de importación de trigo a nivel nacional, reconocida por su responsabilidad, integridad y enfoque ético del negocio.

Es una de las diez empresas nacionales que cuenta con créditos otorgados por el Banco Mundial, la confianza de esta entidad financiera internacional confirma la solidez de la compañía y el posicionamiento de MODERNA ALIMENTOS como una de las empresas más serias y respetadas del Ecuador.

(Moderna Alimentos S.A., 2014)

### **1.02.03 Descripción del proceso**

#### **1. Despacho de materiales desde la bodega de materias primas**

Se solicita mediante sistema SAP (Sistemas de Aplicaciones y Productos para Procesamiento de Datos) la cantidad de materiales a utilizarse para la elaboración del plan de producción diario, desde la bodega de materia prima hacia la bodega de producción.

#### **2. Recepción de materias primas**

Esta operación se la realiza cada día de acuerdo al documento de bodega (guías de remisión). Se contabilizan y se reciben todos los ingredientes y aditivos.

#### **3. Pesaje de micro ingredientes**

En base al plan de producción cargado en el sistema de control ILEAN se pesan, según recetas, y colocan en bandejas los ingredientes de menor peso y que pueden ser dispuestos con mucha antelación.

#### **4. Pesaje de macro ingredientes**

Siguiendo el plan de producción en esta etapa se pesa el resto de ingredientes. El pesaje de la materia prima se realiza de acuerdo a las recetas estándar ingresadas en ILEAN, el pesado es validado automáticamente por el software, asegurando el orden de inclusión y el peso correcto.

## **5. Amasado**

Una vez pesados los ingredientes, estos son colocados en una de las amasadoras y se pone en funcionamiento la máquina. Después de terminar el ciclo de amasado, se evalúa sensorialmente si la masa formó liga y se controla el peso de masa obtenida así como la temperatura, esta información se registra en el sistema ILEAN. Las ollas con el producto se dirigen hacia la siguiente sección del proceso.

## **6. Boleo y reposo**

Cuando la masa está lista se procede al boleado de la misma en la máquina divisora. Esta debe estar previamente limpia. Se procede a la calibración de peso colocando una masa en la tolva de alimentación, el peso en masa debe calibrarse de acuerdo al tipo de pan, se colocarán las listas en sitios visibles. Cuando el peso esté dentro de las especificaciones se procede a bolear, controlando el peso repetidamente según el sistema ILEAN solicite el control, y se deja pasar las bolas de masa a las canastillas del repasador para su respectivo reposo.

## **7. Formado**

A continuación del reposo al que se le somete a las bolas de masa, se procede al formado, el mismo que lo realiza en la segunda instancia de la misma máquina, para esto se calibran distancia y presión de los rodillos y bandas. Una vez que se realiza esto, los pastones de masa son recogidas y colocadas en las

cajas (moldes previamente engrasados), respectivas para cada formato. Si es el caso, antes de colocarlas en las cajas, los pastones son decorados con semillas, cereales. Las semillas usadas para el decorado son ajonjolí y linaza, las cuales se encuentran mezcladas en proporciones iguales previamente mezcladas antes de ser colocadas en el dosificador automático. Los cereales y salvado usados en los otros tipos de pan son colocados directamente en el dosificador. La cantidad a ser usada se calibra en función de cada producto hasta conseguir una cobertura uniforme (de 10 a 15 gr).

## **8. Leudado**

Las cajas con pan posteriormente se las dispone en una banda para ser transportadas hacia la cámara de leudo que debe tener una temperatura de entre 38 °C y 42 °C y una humedad relativa entre 75% y 85% por un tiempo de 60 min.

## **9. Horneo**

Las cajas entran al horno que debe estar a una temperatura de entre 160 y 240 °C por un tiempo de entre 30 – 50 min.

## **10. Desmolde**

Una vez que salen del horno, las cajas van al deponer, donde capuchones ventosas absorben el pan separándolo de su molde contenedor, las cajas vacías son transportadas a través de bandas y al final son recogidas ordenadamente;

mientras que el pan es nebulizado con un preservante y llevado a través de bandas aéreas hacia el espiral enfriador.

### **11. Enfriamiento**

En el enfriador los panes horneados reposan por 90 minutos, los panes fríos deben alcanzar una temperatura interna máximo + 5° C de la temperatura ambiente, con esto evitamos condensado dentro de la funda.

### **12. Corte**

Los panes fríos son alimentados a la máquina cortadora AMF donde son cortados en rebanadas. Los panes deformes, asentados, o con cualquier otra inconformidad son sacados del proceso.

### **13. Enfundado, atado, codificado y sellado.**

Los panes ya rebanados son automáticamente alimentados a la unidad enfundadura que envasa los panes en sus fundas respectivas de acuerdo a cada formato, después la atadora Burtford amarra automáticamente las bolsas de pan y finalmente se codifica con toda la información requerida.

### **14. Despacho**

Los paquetes de pan una vez atados, sellados y codificados se colocan en gavetas para su posterior despacho de acuerdo al pedido de cada cliente.

(Moderna Alimentos S.A., 2014)

## CAPITULO II

### 2. ANÁLISIS SITUACIONAL

#### 2.01 Ambiente Externo

Es el conjunto de todos aquellos factores que influyen en la organización y que no pertenecen al sistema. Este entorno a su vez está dividido en dos secciones que permiten analizar variables directas o indirectas conocidas como Microambiente y Macro ambiente; el óptimo funcionamiento de todas las empresas depende de la manera que se analicen y aprovechen estos aspectos para la supervivencia o crecimiento de toda organización. (Gestiopolis, 2011)

##### 2.01.01 Factor Económico

###### 2.01.01.01 Producto Interno Bruto (PIB)

El PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. EL PIB es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio. Este indicador es un reflejo de la competitividad de las empresas. (Banco Central del Ecuador, 2014)

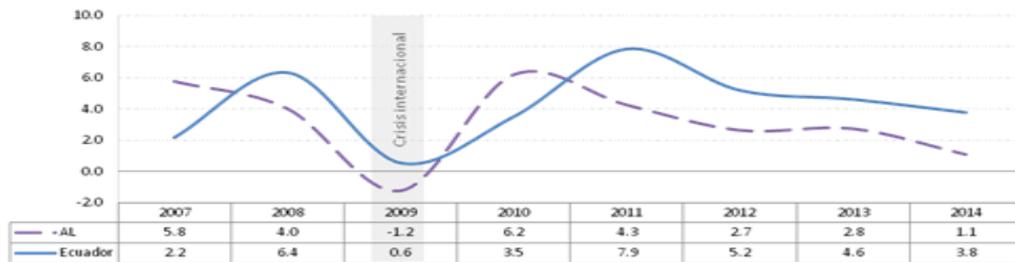


Figura 1: PIB

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2014)

Elaborado por: Sandy Mera

### Análisis:

El PIB en el Ecuador indica que ha ido relativamente decreciendo a partir del año 2012, el proyecto se presenta como una oportunidad porque aportará la producción de la Matriz Productiva para aumentar el PIB.

### 2.01.02 Tasa de interés

La tasa de interés (o tipo de interés) es el precio del dinero o pago estipulado, por encima del valor depositado, que un inversionista debe recibir, por unidad de tiempo determinado, del deudor, a raíz de haber usado su dinero durante ese tiempo. Con frecuencia se le llama "el precio del dinero" en el mercado financiero, ya que refleja cuánto paga un deudor a un acreedor por usar su dinero durante un periodo. (Banco Central del Ecuador, 2014)

FECHA	VALOR
Junio-30-2015	8.70 %
Mayo-31-2015	8.45 %
Abril-30-2015	8.09 %
Marzo-31-2015	7.31 %
Febrero-28-2015	7.41 %
Enero-31-2015	7.84 %
Diciembre-31-2014	8.19 %
Noviembre-30-2014	8.13 %
Octubre-31-2014	8.34 %
Septiembre-30-2014	7.86 %
Agosto-31-2014	8.16 %
Julio-30-2014	8.21 %
Junio-30-2014	8.19 %
Mayo-31-2014	7.64 %
Abril-30-2014	8.17 %
Marzo-31-2014	8.17 %
Febrero-28-2014	8.17 %
Enero-31-2014	8.17 %
Diciembre-31-2013	8.17 %
Noviembre-30-2013	8.17 %
Octubre-31-2013	8.17 %
Septiembre-30-2013	8.17 %
Agosto-30-2013	8.17 %
Julio-31-2013	8.17 %

*Figura 2: Tasa de Interés*

*Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2014)*

*Elaborado por: Sandy Mera*

#### Análisis:

La tasa de interés en el país ha crecido en un 9,15 % para los deudores que solicitan créditos en instituciones financieras dentro del país y por lo general es una tasa que está al alcance de los deudores para cancelar a sus acreedores.

### 2.01.03 Inflación

La inflación es el aumento generalizado y sostenido de los precios de los bienes y servicios existentes en el mercado durante un período de tiempo, generalmente un año. Cuando el nivel general de precios sube, con cada unidad de moneda se adquieren menos bienes y servicios. (Banco Central del Ecuador, 2014)

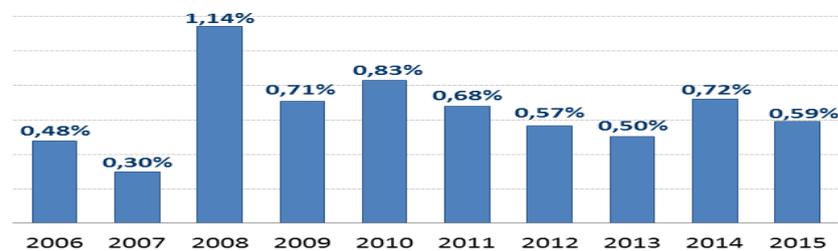


Figura 3: Inflación

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2014)

Elaborado por: Sandy Mera

#### Análisis:

La inflación refleja un valor menor al año 2015, favorece a los consumidores al momento de atribuir un bien o servicio por lo que el proyecto está apto dentro del mercado para su consumo

### 2.01.04 Canasta Básica

La canasta básica es un indicador de la evolución de los precios de 75 productos para una familia de cuatro miembros que (entre todos sus integrantes) percibe 1,6 salarios básicos, es decir 634,67 dólares, luego de que en enero el Gobierno aumentara el salario mínimo a 354 dólares mensuales. (Banco Central del Ecuador, 2014)

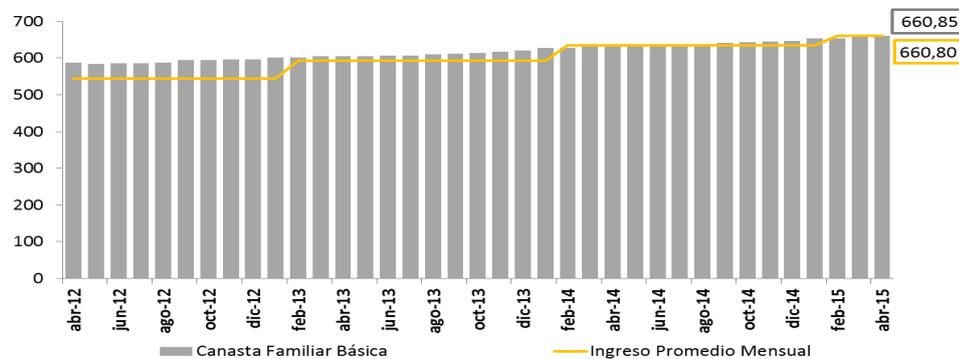


Figura 4: Canasta Básica

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2014)

Elaborado por: Sandy Mera

### Análisis

Por primera vez se refleja que los ingresos permiten cubrir la canasta básica familiar en un 100% lo que favorece al proyecto ya que el pan es un alimento básico de la misma en todos los estratos sociales.

### 2.01.05 Población Económicamente Activa (PEA)

Ecuador, con una población económicamente activa de casi 7,4 millones de personas, registró 3,8% de desempleo en marzo de 2015 frente a 4,8% del mismo mes de 2014, informó el jueves el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

El subempleo a su vez se incrementó de 12,6% en marzo de 2014 a 13,4% en marzo de 2015. (VISTAZO, 2015)

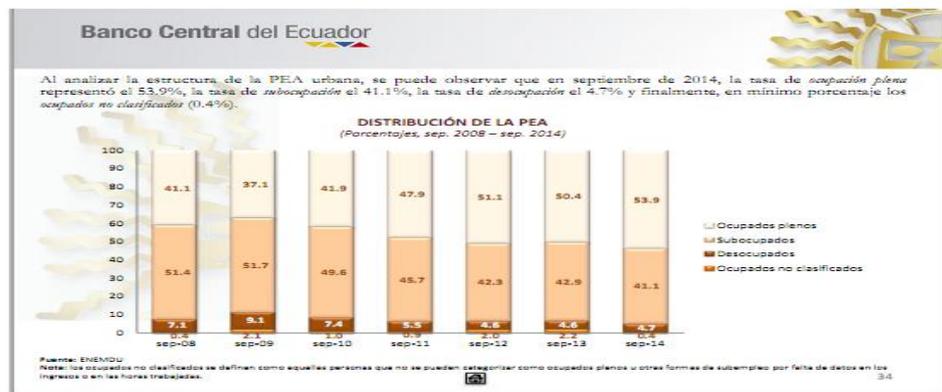


Figura 5: PEA (Población Económicamente Activa)

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2014)

Elaborado por: Sandy Mera

#### Análisis:

El PEA indica que Ecuador en los últimos años se ha generado fuentes de empleo para su población con un crecimiento del 53,9 % de su población con un trabajo fijo y seguro social.

## 2.01.02 Factor Social

Se refiere a las actividades, deseos, expectativas, grados de inteligencia y educación de las personas de una determinada sociedad. (SlideShare, 2010)

### 2.01.02.01 Cultura

La cultura es el conjunto de formas y expresiones que caracterizarán en el tiempo a una sociedad determinada.(como valores, normas, actitudes, creencias, idiomas, costumbres, ritos, hábitos, capacidades, educación, moral, arte, etc.).

(Definición ABC)

La empresa Moderna Alimentos S.A. Ofrece gran variedad de productos para sus clientes satisfaciendo las necesidades de los mismos.

**Tabla 1:** Variedad de Productos

Línea	Descripción
<b>Gourmet</b>	Aporta muchos beneficios en el organismo con una selección de ingredientes dando un exquisito sabor.
<b>Artesanales</b>	Pan 100% integral con alto contenido de fibra y cero grasas trans.
<b>Familiar</b>	Pan de consumo cotidiano elaborado con los mejores estándares de calidad para satisfacer las necesidades del consumidor.
<b>Kids</b>	Está dedicada para los más pequeños del hogar con un divertido y delicioso sabor.
<b>Benefit</b>	Es delicioso y dedicado para la gente que cuida su alimentación.

*Fuente: (Moderna Alimentos S.A., 2014)*

*Elaborado por: Sandy Mera*

### **2.01.03 Factor legal:**

La Empresa Moderna Alimentos S.A., es una empresa consolidada en el mercado ecuatoriano que cumplen con los documentos que dispone la ley para que permita ejercer sus actividades.

#### **2.01.03.01 Ruc (Registro Único de Contribuyentes)**

Las personas naturales o jurídicas que realicen alguna actividad económica en Ecuador, ya sea permanente u ocasional, deben obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC). (SRI, 2015)

Análisis:

El RUC permite identificar a las personas o sociedades frente a la administración tributaria, y permite el pago obligatorio de impuestos al Estado y permite ejercer sus actividades comerciales.

#### **2.01.03.02 Permiso de Cuerpo de Bomberos**

El permiso de funcionamiento es la autorización que el Cuerpo de Bomberos emite a todo local para su funcionamiento y que se enmarca dentro de la actividad.

TIPO A:Empresas, industrias, fábricas, bancos, edificios, plantas de envasado, hoteles de lujo, centros comerciales, plantas de lavado, cines, bodegas empresariales, supermercados, comisariatos, clínicas, hospitales, escenarios permanentes. (Cuerpo de Bomberos, 2015)

Análisis:

El permiso de cuerpo de bomberos es indispensable para el funcionamiento de la organización ya que garantiza seguridad para ejercer sus actividades.

### **2.01.03.03 Permiso de Registro Sanitario**

Según el Instituto Nacional de Higiene, entidad que otorgaba el documento, es un control que garantiza que un producto está aprobado para su consumo público, a fin de evitar “fallas terapéuticas relacionadas con calidad, falsificaciones y comercialización no autorizada”. (El Emprendedor, 2012)

Análisis:

Este documento es indispensable garantizando un producto capaz de ser consumido por los clientes y la vez esto fomenta el consumo del proyecto a ejecutarse.

### **2.01.03.04 Certificados de BPM (Buenas Prácticas de Manufactura)**

La certificación de Buenas Prácticas de Manufactura garantiza que los alimentos fabricados son seguros para el consumo humano. Esta certificación verifica el cumplimiento de los principios básicos de sanidad y de disminución riesgo de contaminación durante la producción y manipulación de los alimentos. (Cotecna, 2015)

Análisis.

La empresa al obtener el certificado de buenas prácticas de manufactura es importante para el proyecto ya que garantizará un producto apto para el consumo de los clientes.

### **2.01.03.05 Normas INEN (Instituto Ecuatoriano de Normalización)**

La obtención de un Certificado INEN es de vital importancia ya que al ser de reconocimiento internacional facilitan la entrada a diversos mercados del mundo; así como también aseguran la calidad de sus productos y ayudan a que los mismos reduzcan su costo en cuanto a estandarización y formalización del producto. Este documento tiene una vigencia de dos años, cuando se otorga por primera vez y de tres años en las renovaciones.

Mientras el sello esté en vigencia, la marca y el sello de calidad INEN pueden utilizarse con fines publicitarios, conforme a las disposiciones legales establecidas en el contrato. (INEN, 2013)

Análisis:

Los sellos INEN garantizan fidelidad con los clientes al conocer que los productos que consumen son productos conformes de excelente calidad la empresa tiene 31 sellos de calidad a 31 de sus productos.

### **2.01.03.06 Certificado HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control)**

HACCP está dirigida a productores, procesadores y distribuidores de alimentos, fabricantes de material de empaque y a servicios relacionados con la industria de alimentos, en el mercado nacional o internacional. (FOOD Knowledge)

Análisis:

Aplicando las HACCP dentro de la organización garantiza ofrecer productos seguros aptos para el consumo de los clientes creando con ellos fidelización, lo que favorece al proyecto al ejecutarlo.

### **2.01.04 Factor tecnológico:**

Para la manufactura de este tipo de producto se utilizan equipos y maquinarias tales como amasadoras, divisoras, repasadoras, formadoras, cámaras de leudo, horno, cortadora y empacadora. Se procede con el amasado de los ingredientes, formado, leudado, horneado, nebulizado y enfriamiento. Después pasa a ser cortado, empacado y codificado. Se dispone en gavetas plásticas para su despacho y su posterior venta y distribución.



*Figura 6: Maquinaria: Espiral*

*Fuente: (Moderna Alimentos S.A., 2014)*



*Figura 7: Maquinaria Divisora*

*Fuente: (Moderna Alimentos S.A., 2014)*

## **2.02 Entorno Local**

### **2.02.01 Clientes**

Son conocidos como los compradores o personas que adquieren los bienes o servicios que ofrece una organización. Los clientes son quizá las variables directas de mayor importancia para las organizaciones, ya que la mayoría de ellas debe detectar los cambios en las preferencias de los consumidores para que estos

continúen prefiriendo sus productos y no solicitar los de la competencia.

(Gestiopolis, 2011)

**Tabla 2:** Clientes

Clientes	Dirección	Imagen
Corporación Favorita S.A.	Enríquez 900, Sangolquí, Pichincha	
Corporación El Rosado	9 de octubre 719 y Boyacá	
Supermercados Santa María	Iñaquito n38-17 y Villalengua esq., Quito-Pichincha	
Procesadora Nacional de Alimentos C.A.(Pronaca)	Los Naranjos N44-15 y Av. de los Granados, Quito –Ecuador	
Almacenes Tía S.A.	Ave. Manuel Rendón y Tercer Callejón 12 N-O Guayaquil – Ecuador	

*Fuente: (Moderna Alimentos S.A., 2014)*

*Elaborado por: Sandy Mera*

### Análisis:

Los clientes son la base fundamental para la existencia de la empresa conociendo que son empresas muy reconocidas dentro del mercado nacional fortaleciendo su reconocimiento en el país como una de las marcas más competitiva.

### 2.02.01 Proveedores

Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta. (Definiciones ABC, 2015)

**Tabla 3:** Proveedores

Material	Proveedor	Imagen
<b>Flexiplast</b>	Fundas plásticas	
<b>Moderna Alimentos S.A.</b>	Harina, Avena	
<b>Pasteurizadora Quito</b>	Yogurt	
<b>Levapan</b>	Levadura	
<b>El Ordeño</b>	Leche en polvo	
<b>Minerva S.A.</b>	Propionato de calcio, mejoradores, frutos secos.	

*Fuente: (Moderna Alimentos S.A., 2014)*

*Elaborado por: Sandy Mera*

### Análisis:

La empresa posee gran variedad de proveedores para poder abastecer su bodega con los materiales para la producción ya que tiene una alta demanda de pedidos para la producción nacional en el mercado.

### 2.02.02 Competidores

Llámesse a todas aquellas organizaciones que producen y comercializan bienes o servicios, con las cuales una empresa compite por la obtención de clientes y consumidores. (Gestiopolis, 2011)

**Tabla 4:** Competidores

Empresa	Imagen
Bimbo	
Maxipan	
Mi Panadería	
Cyrano	

*Fuente: (Moderna Alimentos S.A., 2014)*

*Elaborado por: Sandy Mera*

**Análisis:**

La empresa dentro del mercado afronta con varios competidores conociendo que la más fuerte es Bimbo ésta es una empresa internacional que tiene gran competencia en el mercado nacional con variedad de productos.

**Tabla 5:** Competencia 1

	
ESTRELLA	VACA LECHERA
Supan creci-3	Pan blanco con actileche
HUESO	INTERROGANTE
Tostadas	Pan de quinoa con chia

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado por: Sandy Mera*

**Tabla 6:** Competencia 2

	
ESTRELLA	VACA LECHERA
Congelados	Pan blanco
HUESO	INTERROGANTE
Pan de agua	Pan de quinoa con chia

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Sandy Mera*

**Tabla 7:** Competencia 3



<b>ESTRELLA</b>	<b>VACA LECHERA</b>
Brioche	Pan cortado
<b>HUESO</b>	<b>INTERROGANTE</b>
Blanco	Pan de quinoa con chia

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Sandy Mera*

**Tabla 8:** Competencia 4



<b>ESTRELLA</b>	<b>VACA LECHERA</b>
Línea de panadería	Pan blanco
<b>HUESO</b>	<b>INTERROGANTE</b>
Pan de agua	Pan de quinoa con chia

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Sandy Mera*

## **2.03 Analisis Interno**

### **2.03.01 Propuesta estratégica**

#### **2.03.01.01. Misión**

Somos un Grupo Empresarial de la industria de alimentos que busca el éxito comercial responsable sirviendo al mercado industrial, mayorista y de consumo con productos y servicios innovadores y de alta calidad.

#### **2.03.01.02 Visión**

Seremos un grupo empresarial de la industria de alimentos, con alcance internacional, creando valor para sus clientes, colaboradores y accionistas mediante la diferenciación de sus productos y servicios. Nuestro éxito comercial se sustentará en la responsabilidad social y la innovación de productos y servicios de alto valor percibido para el mercado industrial, mayorista y de consumo

#### **2.03.01.03. Objetivos**

El objetivo de esta operación de la CII es brindar financiamiento de silos y equipo en almacenamiento y logística del negocio de harina de trigo y equipos en los negocios de panadería y pastas. El financiamiento permitirá a Moderna Alimentos obtener una mayor capacidad y eficiencia en la producción de harina de trigo, pastas, panes y pasteles. A su vez, le permitirá realizar mejoras en áreas de almacenamiento, en las instalaciones y equipo en descargue de trigo para reducir tiempo de descargue. (Moderna Alimentos S.A., 2014)

### **2.03.01.03 Objetivo General**

Implementar un nuevo producto, en la línea de sandwiches, con una mejora de ingredientes nutritivos en la fórmula de la masa, con el fin de aumentar mercado e ingresos en la empresa Moderna Alimentos S. A

#### **2.03.01.03.02 Objetivos Específicos**

Garantizar proveedores de las nuevas materias primas nutritivas, para este producto, que al elaborar el mismo sea de la calidad deseada.

Diseñar un proceso de producción tecnificado, para el nuevo producto.

Realizar un estudio de mercado que garantice nueva cartera de clientes para el nuevo producto.

Viabilizar de manera económica la fabricación del nuevo producto, que demuestre rentabilidad.

### **2.03.01.04 Principios y /o valores**

#### **Valoración**

- Escuchamos y nos ponemos en los zapatos del otro
- No lo sabemos todo, estamos dispuestos a aprender
- Sabemos pedir ayuda cuando la necesitamos
- Nos respetamos: Trata como quieres que te traten
- Rechazamos todo tipo de discriminación, Bullying y/o acoso laboral

#### **Generación de Confianza**

- Dialogamos con nuestra gente (reúnete con tu gente)
- Decimos las cosas como son: Directa, honesta, y en el momento

oportuno

- Enseñamos con el ejemplo
- Hacemos lo que decimos
- Compartimos información con las áreas, pares, jefes y colaboradores

#### **Corresponsabilidad y Proactividad**

- Jugamos cada uno nuestra parte: Somos responsables de nuestras acciones

- No culpamos, apoyamos. Somos corresponsables
- Nos hacemos cargo de nuestro desarrollo personal
- Buscamos el balance y equilibrio intelectual, personal, emocional y físico
- Vamos un paso adelante, hacemos más de lo que dice nuestro manual

### **Flexibilidad**

- Somos abiertos, accesibles y dinámicos
- Escuchamos y analizamos las ideas de otros
- Dejamos que tomen decisiones los que están más cerca del problema
- Generamos cambios, nos reinventamos y renovamos con frecuencia

### **Responsabilidad Social**

- Porque no es suficiente que nosotros estemos bien. Tenemos que ayudar a construir un mundo mejor
- Brindamos trabajo y trato digno a nuestra gente
- Somos un buen vecino para nuestra comunidad
- Siempre escogemos el camino más amigable con el medio ambiente

### **Desarrollo y Oportunidad**

- Nos gusta lo que hacemos, lo hacemos con pasión
- Somos corresponsables de hacer crecer a nuestra gente
- Exploramos nuevas maneras de hacer mejor las cosas
- Aprendemos de nuestros errores y avanzamos
- Damos espacio, dejamos que todos participen

### **Trabajo Coordinado e Integrado**

- Sabemos que el todo es más importante que la parte, Moderna Alimentos es una sola

- Colaboramos y nos involucramos más allá de nuestra área

### **Fidelización del Cliente**

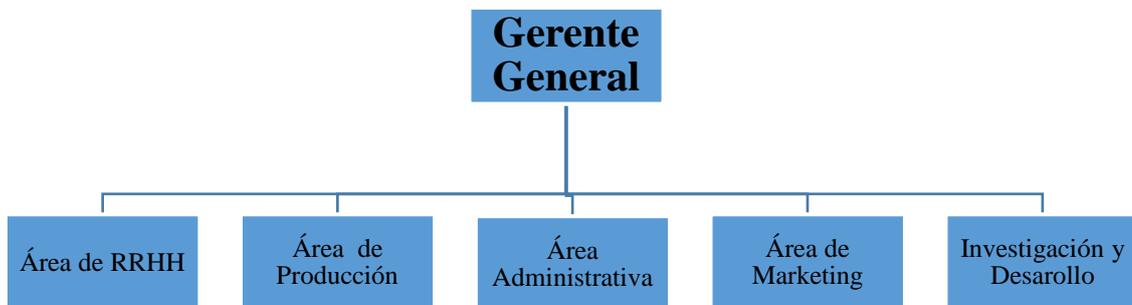
- El cliente es un socio estratégico: Crece él, crecemos nosotros

- Resolvemos con sentido de urgencia las quejas o sugerencias de nuestros clientes

- Garantizamos la salud de nuestros consumidores.

## 2.03.02 Gestión Administrativa

### 2.03.02.01 Organigrama Funcional



*Figura 8: Organigrama Funcional*

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado por: Sandy Mera*

**Gerente general:** es la persona que se encarga de evaluar periódicamente las metas y objetivos.

**Área de producción:** en esta área se encarga de controlar el área de producción dentro de la planta.

**Área administrativa:** esta área se encarga de seleccionar el personal que formara parte dentro de la organización y lleva la administración de la organización.

**Área de ventas:** se encarga de las relaciones con el cliente, canales de distribución, marketing y estudio de mercado.

**Área de investigación y desarrollo:** en esta área se encargan de elaborar nuevos productos innovadores para el cliente.

### 2.03.02.02 Organigrama estructural

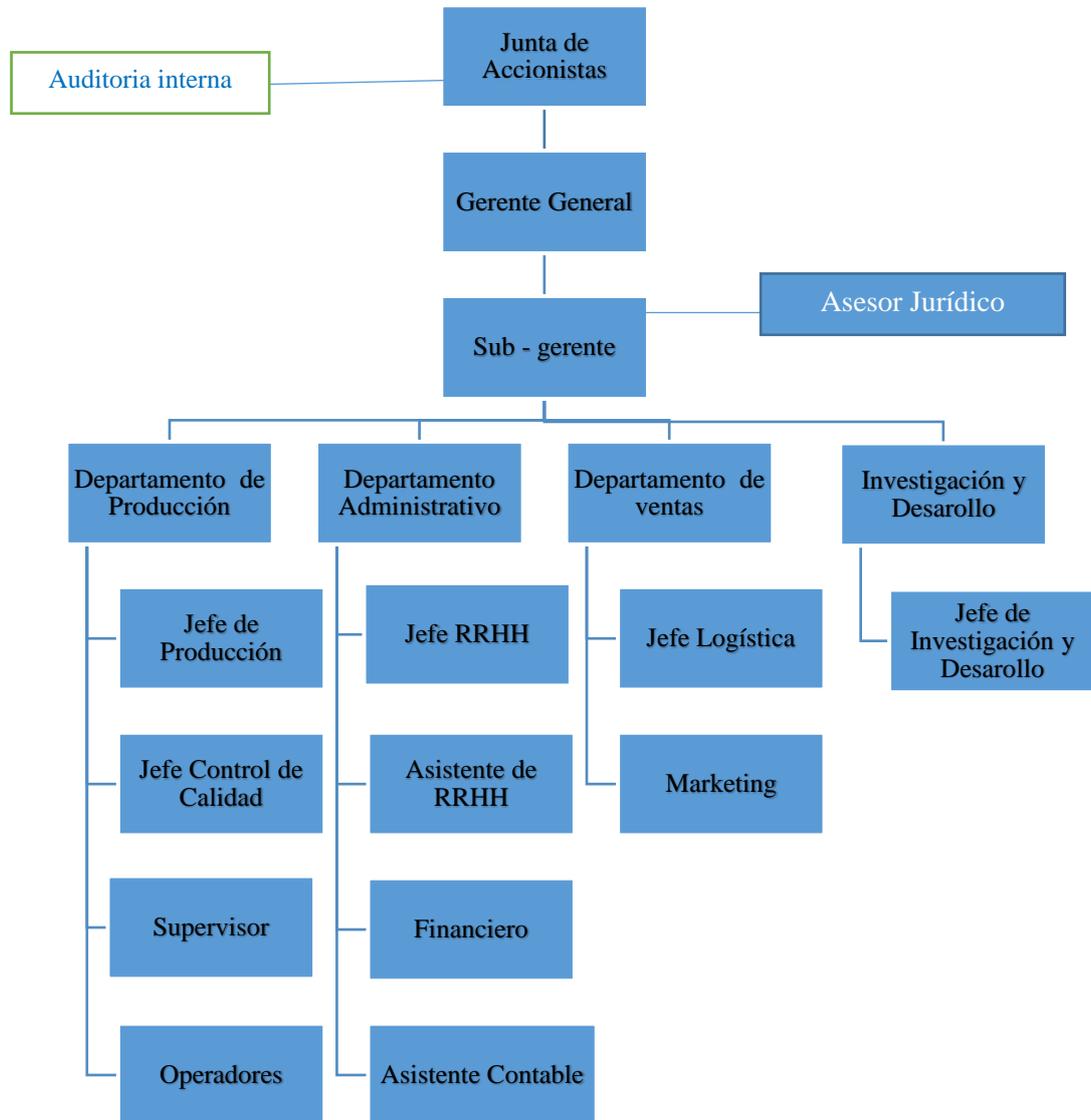


Figura 8: Organigrama estructural

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sandy Mera

### **2.03.03. Gestión Operativa**

#### **2.03.03.01 Jornadas de trabajo**

La empresa tiene una producción de 24 horas de domingo a domingo tanto para la línea de cortados y bollería, cuenta con 2 jornadas de trabajo de 12 horas con 3 grupos de trabajo. Dispone con un total de 115 trabajadores para el área de producción; 17 obreros para la línea de cortados y 11 obreros para la línea de bollería.

El área de producción tiene: Jefe de producción, Jefe de control de calidad, Supervisor de grupo y Operadores.

#### **2.03.03.02 Políticas de producción:**

Uso correcto de uniformes para el área de producción.

Uso obligatorio de cofia y mascarilla para el área de producción en todas las áreas.

Entrar al área de producción sin maquillaje, aretes, pulseras, reloj, las mujeres con cabello recogido, hombres cabello corto, barba rasurada y uñas cortadas.

Usar obligatoriamente los Equipos de Protección Personal (EPP) en su respectiva área.

Prohibido el ingreso de celular en la planta de producción.

**Tabla 9:** Diagrama de procesos

Actividad	Tiempo ( min)	Observación
Recepción M.P	360	Recibir los materiales para la producción
Almacenamiento de MP	240	Ubicar en cada lote los materiales recibidos e ingresar en el sistema
Pesado	5	Pesar los materiales para los microingredientes y macroingredientes
Amasado	9	Mezcla de ingredientes de acuerdo a la receta
División	12	Pesar la masa de acuerdo al tipo de pan
Boleado	12	Reposo de masa para dar forma de hueso
Formado y decorado	10	Colocación de semillas
Colocación en cajas	10	Poner moldes de pan en su respectiva cajas de acuerdo al tipo de pan
Leudo	50	Dejar reposar la masa por un lapso de tiempo
Horneo	35-40	Cocción del molde de pan hasta su punto
Des moldear	15	Retirar el molde de pan de su caja
Enfriamiento	90	Dejar reposar el pan
Nebulización	15	Esterilizar el producto con propionato de calcio para dar más vida útil al producto.
Enfundado y codificado	15	Colocar el molde en su respectivo empaque e información del producto
Almacenamiento	120	Ubicar en bodega de producto terminado

*Fuente: (Moderna Alimentos S.A., 2014)*

*Elaborado por: Sandy Mera*

## 2.03.04 Gestión Comercial

### 2.01.04.01 Producto

La empresa ofrece al mercado gran variedad de productos a sus clientes entre ellos tenemos la línea gourmet, artesanal, familiar kids y benefit y panetone.

La textura del pan es la primera impresión del consumidor y el empaque tiene gran variedad de colores para cada tipo de pan lo que atrae la atención del pan también se describe los ingredientes del producto, información nutricional del producto, fecha de elaboración y caducidad, peso y otros.



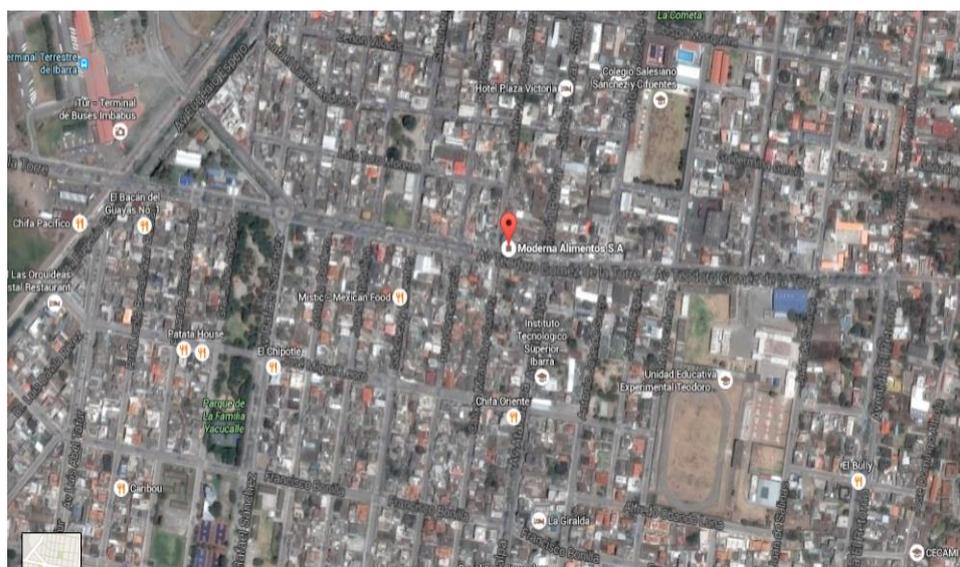
Figura 9: Variedad de Empaques marca Moderna Alimentos

Fuente: (Moderna Alimentos S.A., 2014)

Elaborado por: Sandy Mera

### 2.01.04.03 Plaza

La organización tiene sus instalaciones de la Panificadora Moderna Alimentos S.A., en la ciudad de Quito, sector Mariana de Jesús.



*Figura 10: Plaza*

*Fuente: (google maps, 2014)*

### 2.01.04.04 Promoción

Es una herramienta o variable de la mezcla de promoción (comunicación comercial), consiste en incentivos de corto plazo, a los consumidores, a los miembros del canal de distribución o a los equipos de ventas, que buscan incrementar la compra o la venta de un producto o servicio. (Definiciones ABC, 2015)

### 2.01.04.05.01 Estrategia de Promoción

El proyecto iniciará con la entrega de un bolso reciclable de pan molde y se realizará degustación del producto en los centros comerciales y entregando obsequios como llaveros, esferos camisetas y otros para incrementar sus ventas en un corto plazo.

### 2.01.04.06 Publicidad

#### 2.01.04.06.01 Nombre de la empresa

Moderna Alimentos S.A.

#### 2.01.04.06.02 Logo de la empresa



#### 2.01.04.06.03 Eslogan

Un placer para cada día.

#### 2.01.04.06.04 Materiales POP



Figura 11: Eventos en Centros Comerciales

Fuente: (Moderna Alimentos S.A., 2014)

Elaborado por: Sandy Mera



Figura 12: Recetas por compra de productos

Fuente: (Moderna Alimentos S.A., 2014)

Elaborado por: Sandy Mera



Figura 13: Carpetas y Esferos

Fuente: (Moderna Alimentos S.A., 2014)

Elaborado por: Sandy Mera



Figura 14: Bolsos Ecológicos

Fuente: (Moderna Alimentos S.A., 2014)

Elaborado por: Sandy Mera

## 2.04 Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados. (monografias, 2014)

### Fortalezas

Está conformada por 650 personas comprometidas con el desarrollo y bienestar de nuestros clientes.

Cuenta con más de 100 años de experiencia en el mercado de panificación ecuatoriano.

Buscamos constantemente innovar nuestros productos y servicios para desarrollar el negocio del trigo a través de la selección de las mejores materias primas y de un servicio profesional y diferenciado

Ofrecemos la cadena completa, desde la producción hasta la comercialización de productos relacionados al trigo.

Certificaciones de BPM (Buena Prácticas de Manufactura), sellos INEN (Instituto Ecuatoriano de Normalización), HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control), YUMBRANS (sistema propio de una franquicia)

## **Oportunidades**

Genera fuentes de trabajo

Certificada con premios internacionales como mejor pan del mundo.

Calidad de equipos y maquinaria de alta tecnología

Aplica las BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) en sus procesos de producción, HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control)

## **Debilidades**

Falta producto de exportación, tienen producción solo a nivel nacional.

## **Amenazas**

Competencia dentro del mercado nacional.

Pago de aranceles para importación de la materia prima (trigo).

## CAPITULO III

### 3. ESTUDIO DE MERCADO

#### 3.01 Análisis Del Consumidor

La empresa Moderna Alimentos S.A. tiene puntos de venta exclusivos en locales de Megamaxi, Supermaxi, Akí, Tía, Mi Comisariato ,supermercados Santa María y distribuidores de Pronaca.

Nota: Como no tengo acceso a esa información, ya que es confidencial, se tomó la decisión de hacer un estudio de mercado a parte en el sector de Mariana de Jesús en el norte de Quito ya que por ese sector se encuentra la empresa matriz de panificación.

**Tabla 10:** Población Mariana de Jesús

Provincia	Pichincha
Cantón	Distrito Metropolitano de Quito
Sector	Mariana de Jesús
Población hombres	1621 hombres
Población mujeres	1996 mujeres
Población total	3617 habitantes

Fuente: (<http://sthv.quito.gob.ec>, 2010)

Elaborado por: Sandy Mera

### 3.01.01. Determinación de la población y muestra

#### 3.01.01.01. Población

Se denomina población a la suma de personas que conviven dentro de un pueblo, provincia, país, u otra área geográfica, y poseen comúnmente, características en común. (Sobreconceptos, 2009)

#### 3.01.01.02 Muestra

Parte o cantidad pequeña de una cosa que se considera representativa del total y que se toma o se separa de ella con ciertos métodos para someterla a estudio, análisis o experimentación (Sobreconceptos, 2013)

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

$$n = \frac{3617}{(3616 - 1)0.05^2 + 1}$$

$$n = 360 \text{ Encuestas}$$

N = Tamaño de la población.

n= Tamaño de la muestra.

E<sup>2</sup>= Error máximo admisible.

### **3.01.02 Técnicas de la Obtención de la Información**

Son herramientas para uso investigativo que nos da una gran información acerca de comportamientos, posturas, o pensamientos acerca de algo. Se usan en proyectos de investigación ya sean de factores naturales, económicos, políticos o sociales. (Vasquez , 2014)

#### **3.01.02.01 Encuesta**

Una encuesta es un procedimiento dentro de los diseños de investigación descriptivos en el que el investigador busca recopilar datos por medio de un cuestionario previamente diseñado o una entrevista a alguien, sin modificar el entorno ni el fenómeno donde se recoge la información ya sea para entregarlo en forma de tríptico, gráfica o tabla. Los datos se obtienen realizando un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, integrada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, ideas, características o hechos específicos. (Sobreconceptos, 2013)

### 3.01.02.02 Modelo de encuesta

#### ENCUESTA

**Objetivo:** Realizar un estudio de mercado que garantice nueva cartera de clientes para el nuevo producto.

**Instructivo:**

Marque con un visto (✓) una sola opción en cada pregunta.

**Género**

Masculino ( )

Femenino ( )

**Edad** ( )

**Sector** \_\_\_\_\_

**Cuestionario**

1. Con que frecuencia consume pan a la semana?
  - a) Menos de 3 veces
  - b) De 3 a 5 veces
  - c) Más de 5 veces
  
2. En qué lugar compra habitualmente el pan que consume?
  - a) Supermercados
  - b) Panaderías
  - c) Tiendas
  - d) Otros

3. Determine el nivel de importancia a la hora de elegir un pan, siendo 5 la más importante y 1 lo menos importante.

Puntuación	1	2	3	4	5
a) Sabor					
b) Precio					
c) Variedad					

4. ¿Ha consumido pan realizado con harinas que no sean de trigo?

- a) Si  
b) No

5. ¿Le gustaría degustar pan hecho con harina de quinua?

- a) Si  
b) No

6. ¿Por qué consumiría el nuevo producto?

- a) Sabor  
b) Beneficios nutricionales

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por una porción de 20 rodajas de pan de Quinua?

- a) \$1,50 a 2.00  
b) \$2,01 a 2.50  
c) \$2,51 a 3.00  
d) Más de 3.00

8. La marca de pan que consume es
- a) Bimbo
  - b) Maxipan
  - c) Cyrano
  - d) Mi panadería
9. A través de qué medios le gustaría recibir información del producto?
- a) Internet
  - b) Televisión
  - c) Volantes
  - d) Otros

**Gracias por su colaboración**

### 3.01.03 Análisis de la Información

Es obtener ideas relevantes, de las distintas fuentes de información, lo cual permite expresar el contenido sin ambigüedades, con el propósito de almacenar y recuperar la información contenida. (Ecured, 2012)

#### 3.01.03.01 Tabulación y análisis

Resultados de la encuesta dirigida a la sociedad

Tabla 11: Pregunta 1

Conceptos	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 3 veces	95	26 %
De 3 a 5 veces	123	34 %
Más de 5 veces	142	40 %
<b>Total</b>	<b>360</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sandy Mera

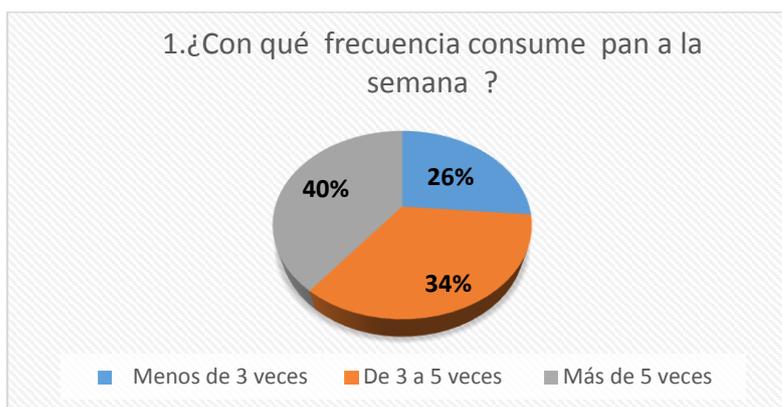


Figura 15: Pregunta 1

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sandy Mera

**Análisis:**

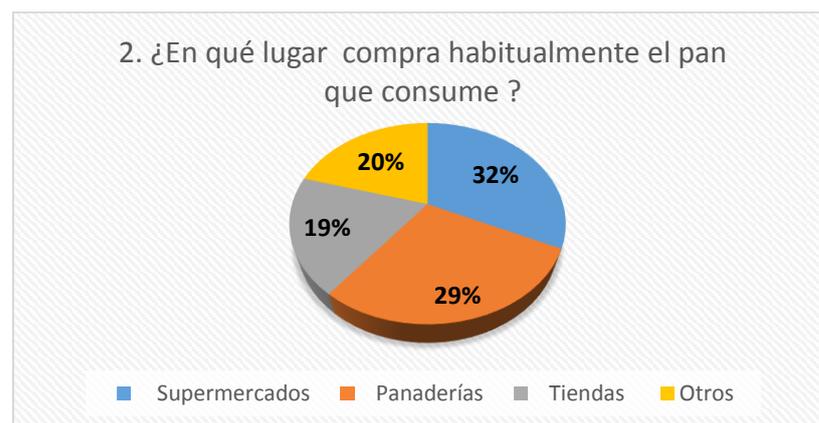
La tabulación de la encuesta determina que el proyecto es idóneo para realizarse ya que la población consume pan en su dieta diaria en gran cantidad con un 40% más de 5 veces a la semana, y un 34% consume más de 3 a 5 veces a la semana y un 26 % consume menos de 3 veces a la semana.

**Tabla 12:** Pregunta 2

Conceptos	Frecuencia	Porcentaje
Supermercados	115	32%
Panaderías	103	29 %
Tiendas	68	19 %
Otros	74	20 %
<b>Total</b>	<b>360</b>	<b>100 %</b>

*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: Sandy Mera*



**Figura 16:** Pregunta 2

*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: Sandy Mera*

**Análisis:**

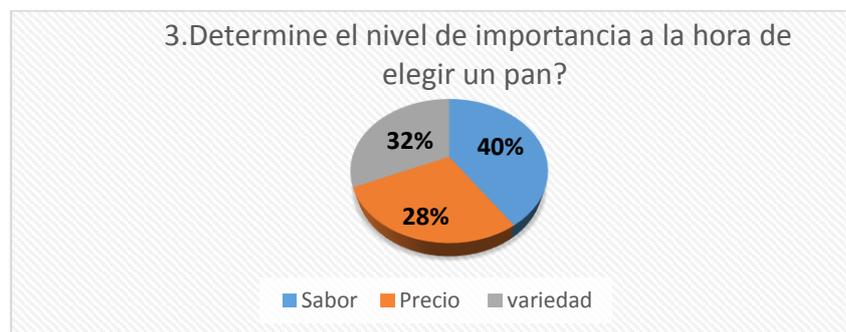
El proyecto es viable ya que el 32 % de los encuestados compran el pan en supermercados lo que favorece a la empresa ya que sus clientes distribuyen los productos en supermercados, un 29% lo compran en panaderías que se encuentran cerca de sus hogares, un 20% en otros lugares y un 19% en tiendas cerca de sus hogares.

**Tabla 13:** Pregunta 3

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Sabor	146	40%
Precio	100	28%
Variedad	114	32%
<b>Total</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: Sandy Mera*



**Figura 17:** Pregunta 3

*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: Sandy Mera*

**Análisis:**

La pregunta conlleva que al momento de elegir el pan para los encuestados su sabor es primordial con un 40% y variedad del producto con un 32% y el precio en un 28% el proyecto cumple con variedad, sabor y precio de productos para sus consumidores.

**Tabla 14:** Pregunta 4

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Si	165	46%
No	195	54%
<b>Total</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: Sandy Mera*



*Figura 18: pregunta 4*

*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: Sandy Mera*

**Análisis:**

Los datos de la encuesta muestran que los encuestados no han degustado pan que no sea de harina de trigo en un 54% y un 46% si ha degustado de otras harinas esto indica que el proyecto es innovador y nutritivo para los consumidores.

**Tabla 15: Pregunta 5**

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
No	135	38%
Si	225	62%
<b>Total</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: Sandy Mera*



*Figura 19: Pregunta 5*

*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: Sandy Mera*

**Análisis:**

Los datos de la encuesta refleja que el proyecto es factible dentro del mercado porque los encuestados están dispuestos a degustar el producto por el contenido de la quinua en un 62% y un 38% de los encuestados no desean degustar del producto.

**Tabla 16:** Pregunta 6

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Sabor	148	41%
Beneficios nutricionales	212	59%
<b>Total</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: Sandy Mera*



**Figura 20:** Pregunta 6

*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: Sandy Mera*

**Análisis:**

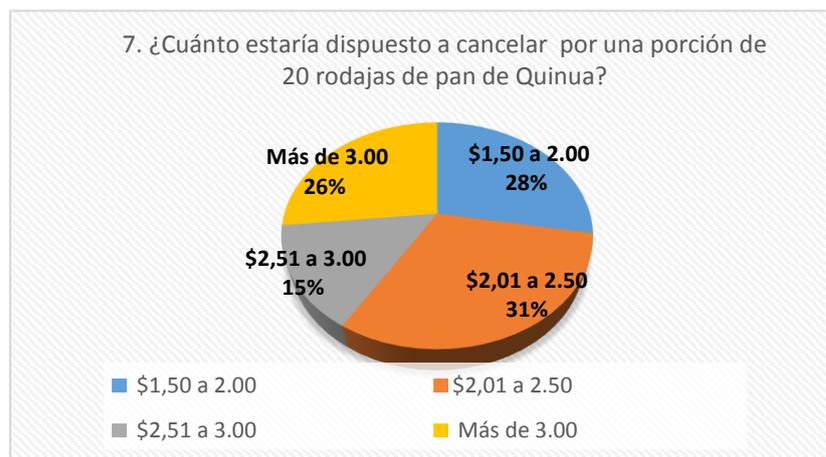
Los datos de la encuesta arrojan que el 59% de los encuestados desean degustar el producto por sus beneficios nutricionales, esto señala que el proyecto es viable para ejecutarlo brindando los requerimientos del cliente y un 41% manifiesta por su sabor.

**Tabla 17:** Pregunta 7

Conceptos	Frecuencia	Porcentaje
De \$1,50 a \$2,00	100	28%
De \$2.01 a \$2,50	111	31 %
De \$2,51 a \$3,00	53	15%
De \$3,00 en adelante	96	26 %
<b>Total</b>	<b>360</b>	<b>100 %</b>

*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: Sandy Mera*



**Figura 21:** Pregunta 7

*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: Sandy Mera*

**Análisis:**

Los datos de la encuesta determinan que los encuestados desean cancelar por el producto el valor de \$2,01 a \$2,50 con un 31% considerando que es un precio accesible , seguido de un 28% de \$1,50 a \$2,00 y un 26 % más de \$ 3,00 y un 15% de \$2,51 a \$3 .

**Tabla 18:** Pregunta 8

Conceptos	Frecuencia	Porcentaje
Bimbo	165	46%
Maxipan	84	23 %
Cyrano	56	16 %
Mi panadería	55	15 %
<b>Total</b>	<b>360</b>	<b>100 %</b>

*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: Sandy Mera*



*Figura 22: pregunta 8*

*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: Sandy Mera*

**Análisis:**

Los datos reflejan que lo encuestados que más consumen es la marca Bimbo con un 36% siendo esta marca la más fuerte competencia de la organización, Maxipan con un 24%, Cyrano con un 21% y Mi panadería con un 19%.

**Tabla 19:** Pregunta 9

Conceptos	Frecuencia	Porcentaje
Internet	178	49%
Televisión	87	24 %
Volantes	45	13%
Otros	50	14 %
<b>Total</b>	<b>360</b>	<b>100 %</b>

*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: Sandy Mera*



**Figura 23:** Pregunta 9

*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: Sandy Mera*

### Análisis:

Según datos obtenidos en la encuesta reflejan que les gustaría recibir la información por internet en un 49% ya que es un medio más utilizado actualmente por los consumidores, un 24% desea recibir la información por medio de la televisión, un 14% por otros medios y un 13% por medio de volantes.

### 3.02 Demanda

La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado). (Sobreconceptos, 2013)

#### 3.02.01 Demanda Histórica

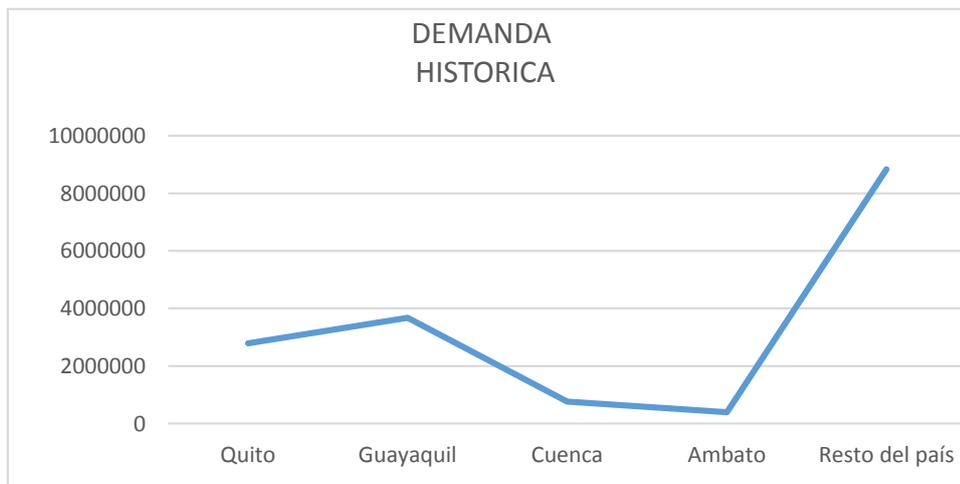
La demanda histórica está enfocada a las unidades de pan de molde que son adquiridas por los diferentes consumidores:

**Tabla 20:** Consumo de pan

Ciudad	Habitantes	Consumo %	Consumo promedio x hab. /por día	Población /meta	Consumo pan /día
Quito	2'239.191	82 %	2	1'857.223	<b>2'785.834</b>
Guayaquil	2'350.915	79%	1,5	1'836.137	<b>3'672.273</b>
Cuenca	505.585	76%	2	384.245	<b>768.489</b>
Ambato	329.856	80%	1,5	263.885	<b>395.827</b>
Resto del país	9'057.952	65%	1,5	5'887.669	<b>8'831.503</b>

*Fuente: (INSTITUTO ECUATORIANO DE ESTADISTICAS Y CENSOS, 2011)*

*Elaborado por: Sandy Mera*



*Figura 24: Demanda Histórica*

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Sandy Mera*

#### Análisis:

El grafico indica en el resto del país hay un mayor consumo de pan en el país seguido de Guayaquil, Quito, Cuenca y Ambato lo que indica que nuestro proyecto es viable ya que la empresa distribuye en todo el país.

#### 3.02.02 Demanda Actual

En la siguiente tabla especifica el consumo de pan por los consumidores:

**Tabla 21:** Demanda Actual

población	% de aceptación	precio	\$
3617	0,62	2,49	5583,92

*Fuente: encuesta*

*Elaborado por: Sandy Mera*

### 3.02.03 Demanda Proyectada

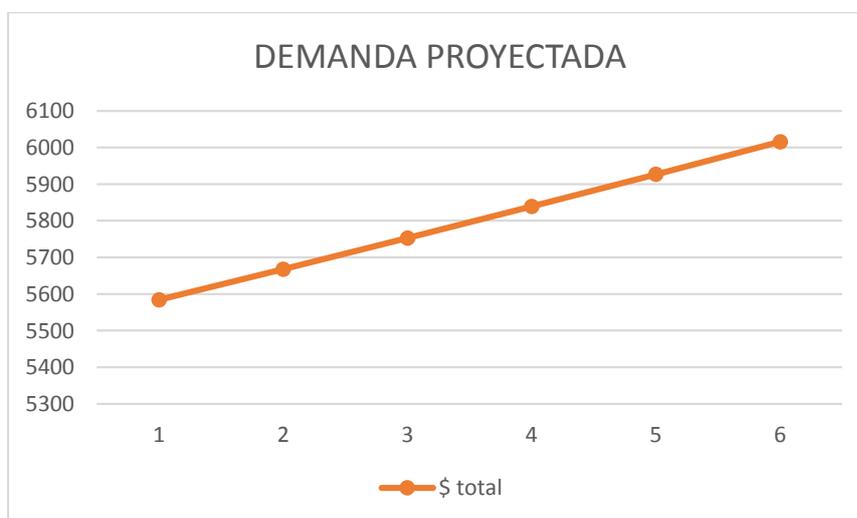
La proyección de la oferta ha sido calculada tomando en cuenta el crecimiento poblacional de sector Mariana de Jesús, el cual nos ha permitido determinar la proyección de la demanda.

**Tabla 22:** Demanda Proyectada

CRECIMIENTO POBLACIONAL DEL 1.5 %			
año	\$	% de crecimiento	\$ total
2016	5.583,92	1	5.583,92
2017	5.583,92	1,015	5.667,68
2018	5.667,68	1,015	5.752,69
2019	5.752,69	1,015	5.838,98
2020	5.838,98	1,015	5.926,57
2021	5.926,57	1,015	6.015,47

*Fuente: investigación Propia*

*Elaborado por: Sandy Mera*



*Figura 25: Demanda Proyectada*

*Fuente: investigación Propia*

*Elaborado por: Sandy Mera*

Análisis:

El gráfico indica que la demanda proyectada inicia con \$5.583,92 alcanzando en los 5 años un crecimiento a \$ 6.015,47 reflejando que el proyecto es viable para ejecutarlo.

### **3.03 Oferta**

Cantidad de producto que una empresa está dispuesta a vender durante un período de tiempo determinado y a un precio dado. La cantidad ofrecida de un determinado producto depende de diversos factores, siendo los más importantes: el precio de ese bien o servicio en el mercado, el precio de los demás bienes (en especial de los factores productivos utilizados) y la tecnología disponible.

(Sobreconceptos, 2009)

#### **3.03.01 Oferta Histórica**

Esta industria ha estado dentro de nuestro entorno desde hace muchos años en los negocios artesanales, los cuales al momento constituyen en conjunto el principal oferente y por ende competidor.

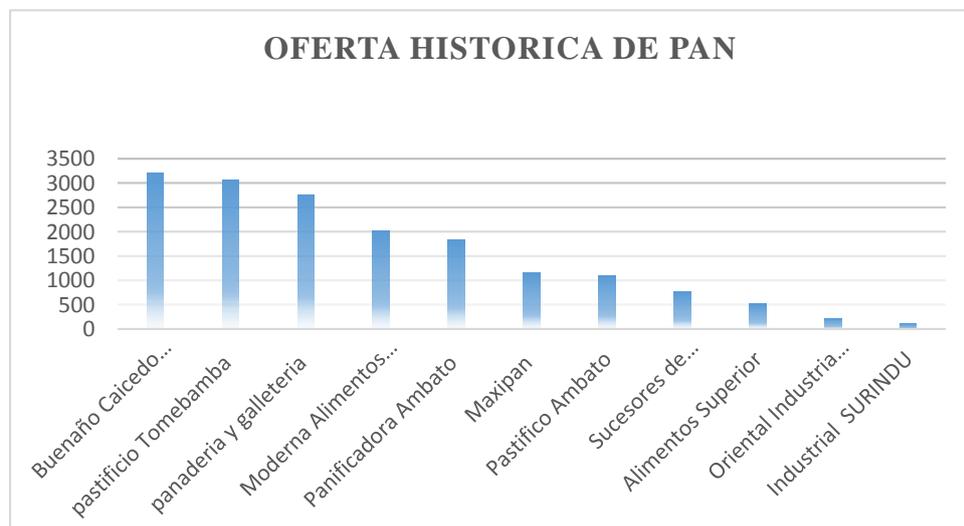
**Tabla 23:** oferta histórica

**PRODUCTORES DE PAN EN LA REGIÓN SIERRA**

EMPRESA	DIRECCIÓN	CIUDAD	POSICION DE VENTAS
Panificadora Ambato	Rumipamba-Sector America	Quito	1832
Moderna Alimentos S.A.	Valderrama N30-59 y Cuero y Caicedo	Quito	2026
Industrial SURINDU	AV. González Suarez y Gonesiat	Quito	121
Oriental Industria Alimenticia	Cdla. San José Décima Sexta y Malecón	Quevedo	224
Alimentos Superior	Av. De la Prensa y Pasaje Manuel Herrera	Quito	523
Sucesores de Jacobo Paredes	Cusubamba OE y Maldonado	Guajalo-Quito	758
Pastificio Ambato	Av. Los Guaytambos y Las berenjenas	Ambato	1103
Maxipan S.A.	José Andrade y Juan deSelis	Carcelén-Quito	1161
Panadería y Galletería	Av. Las Palmeras y de las Toronjas	El Inca-Quito	2764
Pastificio Tomebamba	Carlos Tosi Sector Parq. Industrial	Cuenca	3063
Buenaño Caicedo Compañía de Negocios	Obispo Miguel León	Cuenca	3201

Fuente: (estudio de factibilidad de ara implementacion de una proesadora de pan de banano , 2014)

Elaborado por: Sandy Mera



*Figura 26: Oferta Histórica*

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sandy Mera

### Análisis:

El grafico indica las ventas de empresas panificadoras que se encuentran en el régimen Sierra se puede observar que hay gran variedad de productos que se puede adquirir en el mercado.

### 3.03.02 Oferta Actual

En la oferta se determina con la pregunta de la competencia dentro del mercado.

**Tabla 24:** Oferta Actual

población	% de competencia	precio	\$
3617	0,46	2,49	4.142,9118

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Sandy Mera*

### 3.03.03 Oferta Proyectada

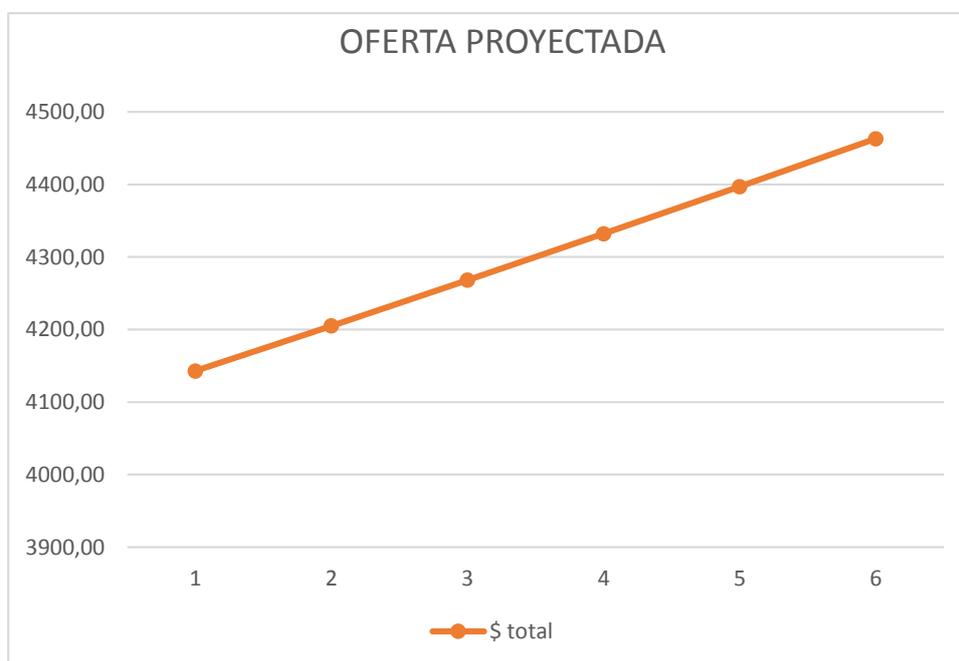
La proyección de la oferta ha sido calculada tomando en cuenta el crecimiento de la población de acuerdo al sector que se realizó las encuestas, el cual nos ha permitido determinar la proyección de la oferta, partiendo de la oferta actual.

**Tabla 25:** Oferta Proyectada

CRECIMIENTO POBLACIONAL DE 1.5 %			
año	\$	% de crecimiento	\$ total
2016	4.142,91	1	4.142,91
2017	4.142,91	1,015	4.205,06
2018	4.205,06	1,015	4.268,13
2019	4.268,13	1,015	4.332,15
2020	4.332,15	1,015	4.397,14
2021	4.397,14	1,015	4.463,09

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sandy Mera



**Figura 27:** Oferta Proyectada

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sandy Mera

Análisis:

El gráfico indica que el proyecto tendrá una curva positiva ya que en los primeros 5 años alcanzará una oferta proyectada de \$4.463,09 ya que este proyecto es viable para ejercerlo.

### 3.04 Productos Sustitutos

Los bienes sustitutos son bienes que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad de la industria. (Descuadrando, 2013)

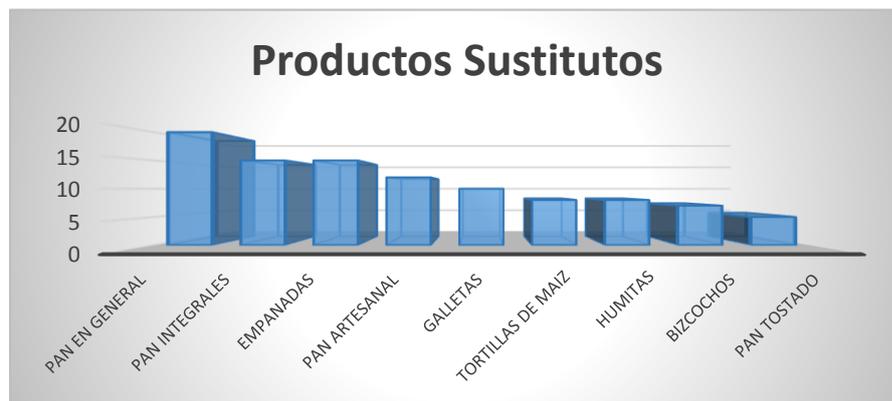


Figura 28: Productos Sustituto

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sandy Mera

### Análisis:

Dentro del entorno se puede observar gran variedad de productos para sustituir el pan para nuestra dieta diaria entre ellos el de mayor porcentaje es el pan en general que se lo puede encontrar en una tienda hasta en supermercados para satisfacer sus necesidades.

### 3.05 Balance Oferta-Demanda

Para determinar la demanda insatisfecha, se tomó en cuenta los datos proyectados tanto de la demanda como de la oferta. Es importante determinar el balance entre la oferta y demanda, estableciendo de esta forma la brecha existente, denominada demanda insatisfecha.

**Tabla 26:** Balance Proyectado

año	demanda proyectada	oferta proyectada	demanda insatisfecha	\$ total
2016	5.583,92	4.142,91	1.441,01	3.588,11
2017	5.667,68	4.205,06	1.462,62	3.641,93
2018	5.752,69	4.268,13	1.484,56	3.696,56
2019	5.838,98	4.332,15	1.506,83	3.752,01
2020	5.926,57	4.397,14	1.529,43	3.808,29
2021	6.015,47	4.463,09	1.552,38	3.865,41

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Sandy Mera*

## CAPITULO IV

### 4. ESTUDIO TÉCNICO

#### 4.01 Tamaño Del Proyecto

##### 4.01.01 Capacidad Instalada

Es la cantidad máxima de bienes o servicios que pueden obtenerse de las plantas y equipos de una Empresa por unidad de Tiempo, bajo condiciones tecnológicas dadas. (Eco-finanzas)

El presente proyecto se realizará en las instalaciones de la empresa ya constituida ubicada en el sector Mariana de Jesús, en la calle San Gabriel y Valderrama que consta de un terreno de (181,59 m x 88m) 15980 m<sup>2</sup>.

##### 4.01.02 Capacidad Operativa

El cuadro muestra la cantidad de producción de pan molde y el costo necesario para la producción de 300 unidades de pan molde en una presentación de 450 g de 20 rodajas de pan.

**Tabla 27:** Capacidad Instalada Línea de Producción

<b>Capacidad de diseño</b>	Mensual (26 días)	20 Horas	2 Turnos
<b>Capacidad de diseño</b>	1'365.000	2.625 unidades de pan por hora	52.500 unidades de pan al día
<b>Producción Real</b>	1'092.000	2.100 unidades de pan por hora	42.000 unidades de pan al día
<b>Utilización</b>	80 %		

*Fuente: (Moderna Alimentos S.A., 2014)*

*Elaborado por: Sandy Mera*

La empresa Moderna S.A trabaja doble turno y los 26 días del mes, porque los miércoles, se hace mantenimiento, pero se realiza 30 tipos de pan, en dos líneas una de cortado y otra de bollería, el producto pertenece a la línea de cortado, que se explica en el cuadro anterior, al ser este producto uno de los 30 tipos de pan, su capacidad instalada mensual seria de 36.400 unidades.

#### **4.01.02 Capacidad Óptima**

El presente proyecto está dividido en un área de 15980 m<sup>2</sup> (181,59 m x 88m) y estará dividida en las áreas detalladas a continuación:

**Tabla 28:** capacidad óptima

AREAS	LONGITUD
Área Administrativo	50m x20 m
Área de laboratorio de investigación y desarrollo	8x 6m
Área de recepción de materiales	12m x5 m
Área de bodega	80m x40 m
Planta de Producción	100 m x 50m
Manejo de Residuos	12m x 5m
Despacho	15m x7 m
Estacionamiento	80 mx40m
Baños	10m x 5m

*Fuente: (Moderna Alimentos S.A., 2014)*

*Elaborado por: Sandy Mera*

## 4.02 Localización

La localización es la ubicación que un objeto o persona tienen en un determinado espacio. El mismo requiere de coordenadas que otorguen puntos de referencia para que esta sea trazable y comunicable. (Definiciones ABC, 2015)

### 4.02.01 Macro

Tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto, contribuyen a minimizar los costos de inversión y, los costos y gastos durante el periodo productivo. (El blog todologo , 2013)

**Tabla 29:** Macro-localización

<b>País</b>	Ecuador
<b>Provincia</b>	Pichincha
<b>Cantón</b>	Quito
<b>Parroquia</b>	Eugenio Espejo
<b>Sector</b>	Mariana de Jesús

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Sandy Mera*

#### 4.02.02 Micro –localización

Es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar la planta industrial, siendo este el sitio que permite cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad o producir al mínimo costo unitario. (El blog todologo , 2013)



*Figura 29: Micro-localización*

*Fuente: (google maps, 2014)*

*Elaborado por: Sandy Mera*

### 4.02.03 Localización Óptima

**Matriz de factores relevantes:** A continuación se presenta una tabla referencia de los factores:

Tabla 30: Localización Óptima

<i>Factores</i>	<b>Lugar</b>		
	<b>Ponderación</b>	<b>Calificación</b>	<b>Total</b>
<i>Disponibilidad y confiabilidad de energía</i>	0,15	8	1,2
<i>Tecnología</i>	0,20	10	2
<i>Infraestructura</i>	0,10	10	1
<i>Seguridad industrial</i>	0,10	10	1
<i>Logística</i>	0,10	9	0,9
<i>Mano de obra</i>	0,10	9	0,9
<i>Materia prima</i>	0,10	10	1
<i>Estacionamiento</i>	0,10	9	0,9
<i>Abastecimiento de agua</i>	0,10	8	0,8
<i>Maquinaria y equipos</i>	0,05	9	0,45
<i>Total</i>	1,00		

Fuente: (Chase, 2009)

Elaborado por: Sandy Mera

### 4.03 Ingeniería Del Proyecto

#### 4.03.01 Definición del bien y/o servicio

Alimento básico que se elabora con una mezcla de harina, generalmente de trigo, agua, sal y levadura, que se amasa y se cuece en un horno en piezas de distintas formas y tamaños; su sabor, color y textura pueden variar según el tipo de harina empleado y los ingredientes secundarios añadidos, como leche, mantequilla, frutos secos, etc. (Oxford Dictionaries, 2013)

#### 4.03.02 Distribución de planta

#### Códigos de cercanía

**Tabla 31:** Código de cercanía

<b>A</b>	Absolutamente necesario que esté cerca
<b>E</b>	Especialmente que esté cerca
<b>I</b>	Importante que esté cerca
<b>O</b>	Cercanía ordinaria
<b>U</b>	Sin importancia
<b>X</b>	Cercanía indiferente

*Fuente:* (Chase, 2009)

*Elaborado por:* Sandy Mera

## Factores del proceso

Tabla 32: Factores del Proceso

1 Por proceso

2	Por gestión administrativa
3	Ruido
4	Precaución
5	Higiene

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Sandy Mera

## Matriz Triangular

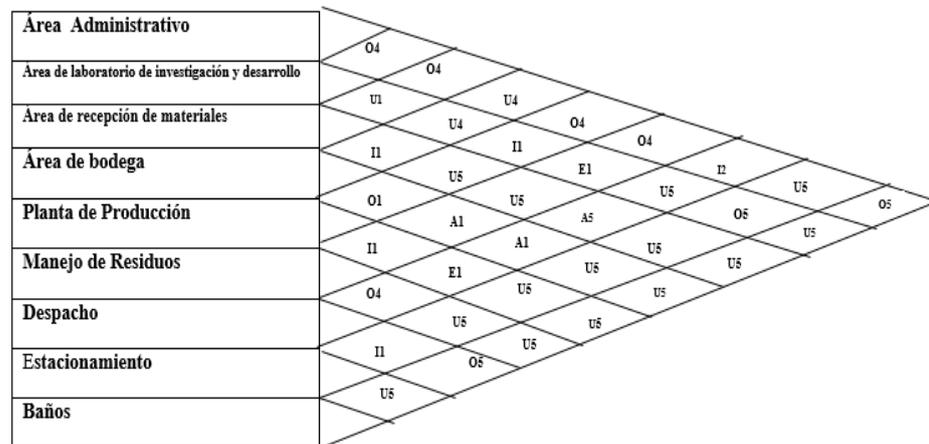
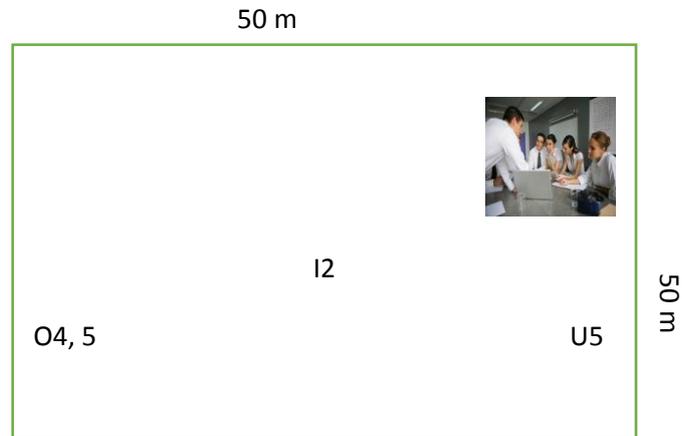


Figura 30: Matriz Triangular

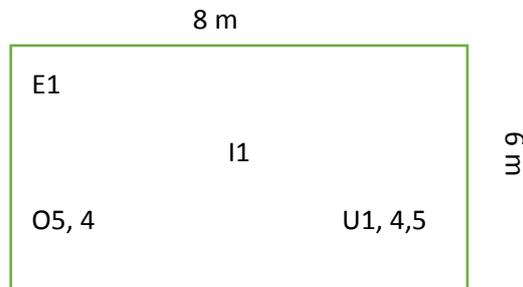
Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sandy Mera

Área administrativa



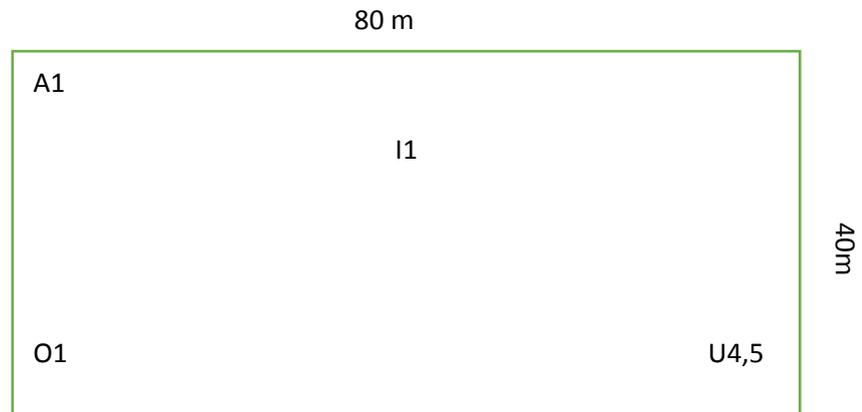
Área de Laboratorio de investigación y desarrollo



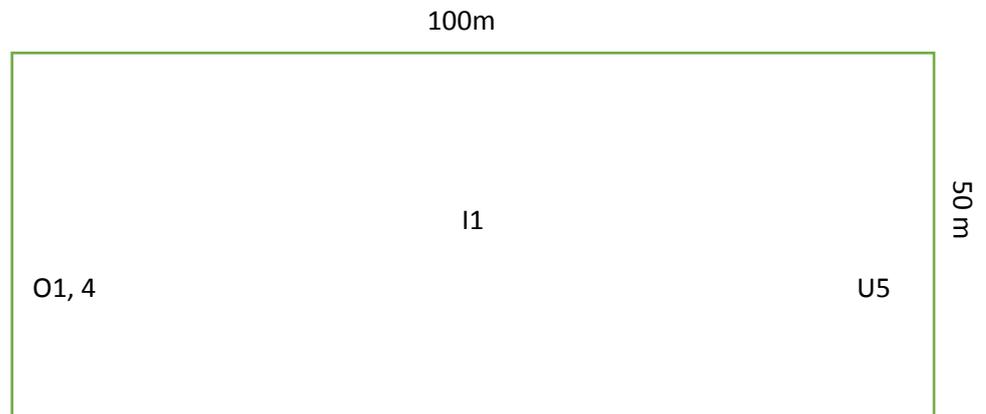
Área de recepción de MP



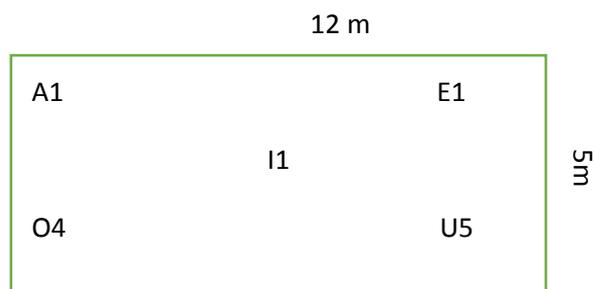
### Área de Bodega



### Área de producción



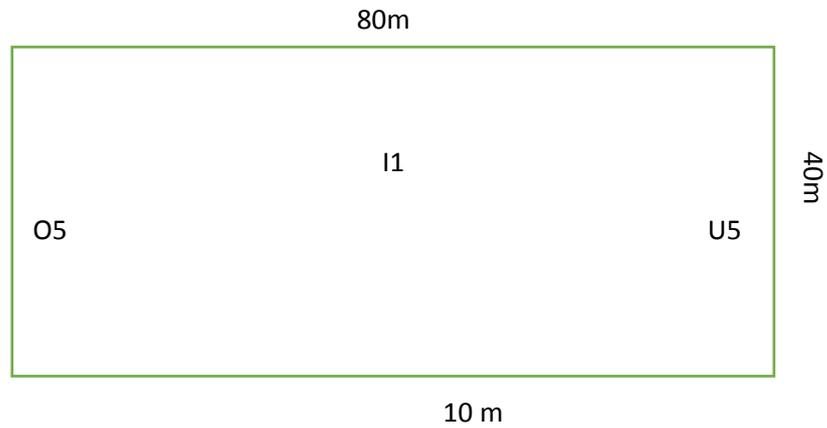
### Área de Manejo de residuos



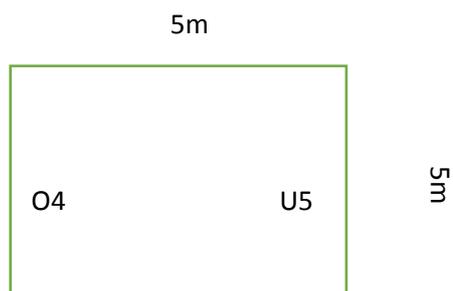
Área de despacho



Área de estacionamiento



Baños



## Plano

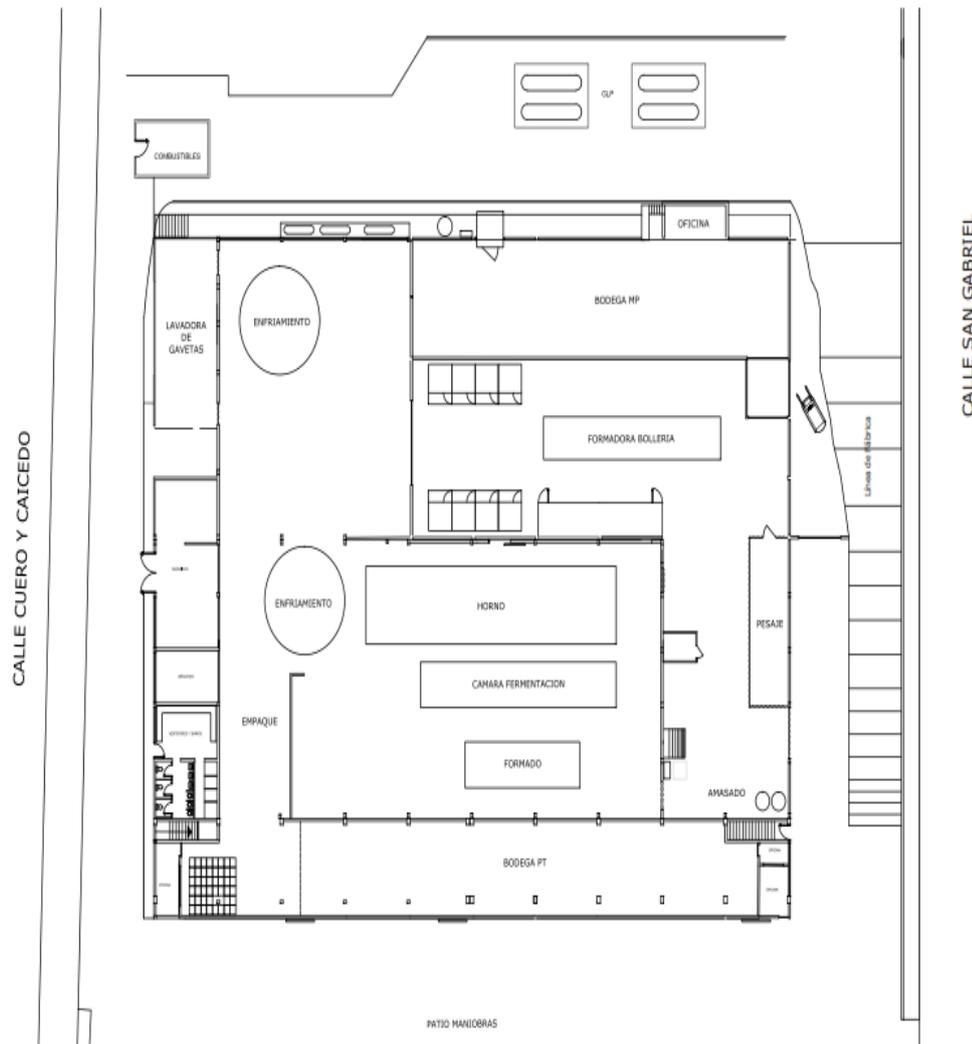


Figura 31: Plano de Planta Moderna Alimentos S.A.

Fuente: (Moderna Alimentos S.A., 2014)

### 4.03.03 Proceso productivo

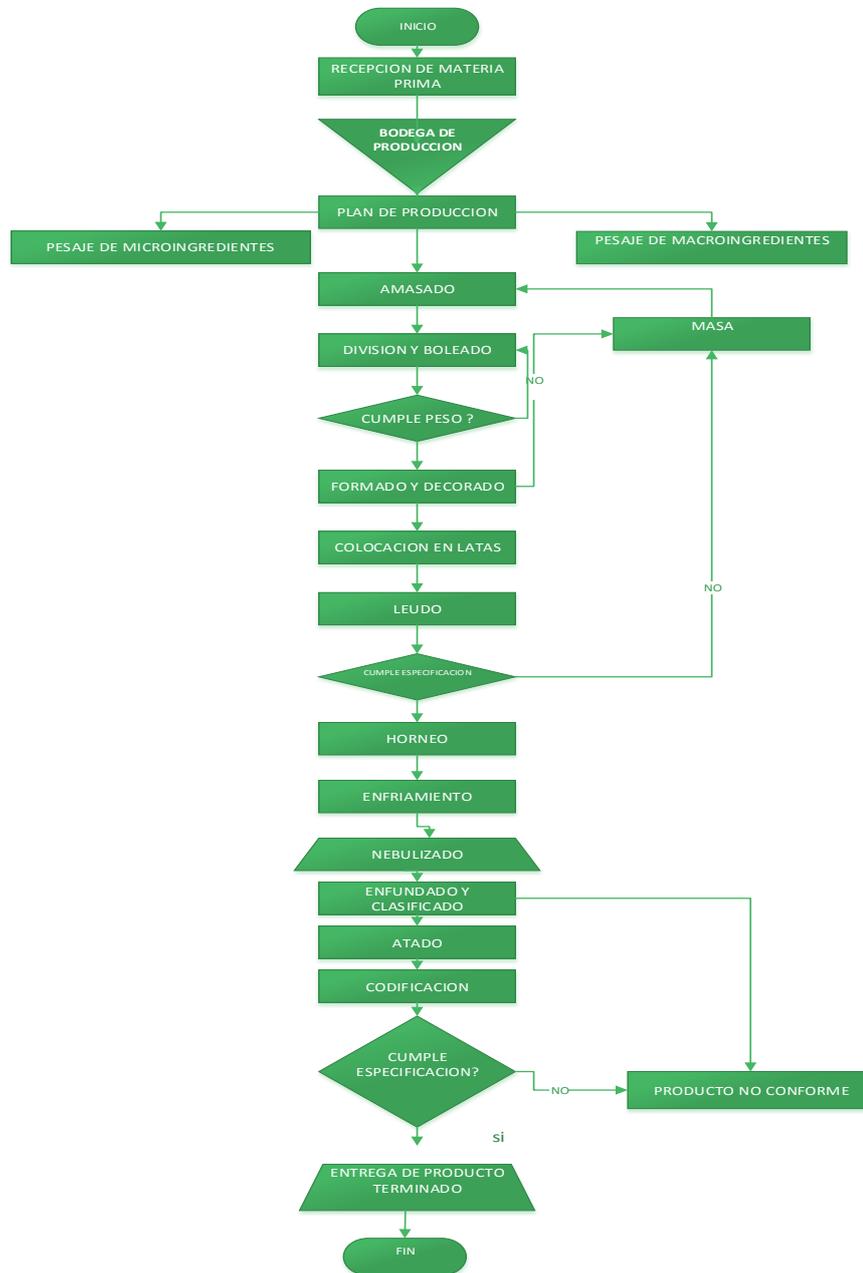


Figura 32: Diagrama de Flujo

Fuente: (Moderna Alimentos S.A., 2014)

Elaborado por: Sandy Mera

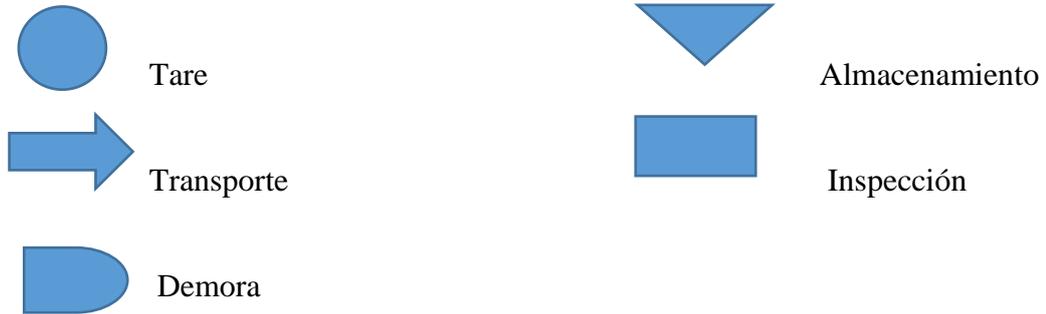
**Tabla 33:** Proceso Productivo

Actividad	Simbología	Tiempo ( min)
Recepción M.P		360
Almacenamiento de MP		240
Pesado		5
Amasado		9
División		12
Boleado-Extendido		12
Formado y decorado		10
Colocación en latas		10
Leude		50
Horneo		35-40
Des moldear		15
Enfriamiento		90
Nebulización		10
Enfundado		15
Codificado		15
Almacenamiento		120
Distribución		360

*Fuente: Investigación propia*

*Elaborado por: Sandy Mera*

Dónde:



#### 4.03.04 Maquinaria y Equipos

Tabla 34: Maquinaria y Equipo

DESCRIPCIÓN	N° UNIDADES	COSTOS UNITARIO	COSTO TOTAL	TOTAL BRUTO	UTILIZACIÓN DE MAQUINARIA DEL 0.033%
Activos fijos					
Maquinaria y Equipos					
Balanzas	4	\$ 5.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 660,00
Amasadoras	2	\$30.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 1.980,00
Divisora HATON	1	\$600.000,00	\$ 600.000,00	\$600.000,00	\$19.800,00
IBONHART (cámara de leudo, horno, espiral, cortadora)	1	\$3'000.000,00	\$3'000.000,00	\$3'000.000,00	\$99.000,00
Codificadoras	1	\$15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 495,00
Computadores con sistema ILEAN	5	\$ 3.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 495,00
<b>Total Maquinaria y Equipos</b>				<b>\$3'710.000,00</b>	<b>\$122.430,00</b>

Fuente: (Moderna Alimentos S.A., 2014)

Elaborado por: Sandy Mera

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO FINANCIERO

#### 5.01 Ingresos Operacionales Y No Operacionales

##### 5.01.01 Ingresos Operacionales

Son considerados las utilidades obtenidas por la venta de mercaderías; o sea; es la diferencia establecida entre el precio de costo y el precio de venta. (Sarmiento, 2006)

**Tabla 35:** Ingresos Operacionales

PAN DE QUINUA CON CHIA	
<b>Costo de Producción Unitario</b>	0,93
<b>Utilidad</b>	1,56
<b>P.V.P</b>	<b>2,49</b>
<b>Producción Mensual</b>	36.400
<b>Ingreso mensual</b>	90.636,00
<b>Ingreso Anual</b>	1'087.632,00

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Sandy Mera*

Análisis:

Al desarrollar los ingresos operacionales determinamos las ventas del proyecto al mes y su primer año.

**Tabla 36:** Ingresos Proyectados

Ingresos Proyectados	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
VENTAS	\$1.087.632,00	\$1.103.946,48	\$1.120.505,68	\$1.137.313,26	\$1.154.372,96	\$1.171.688,56

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Sandy Mera*

## Análisis

Es la tabla se refleja la proyección de años a futuro de las ventas de nuestro proyecto, para este cálculo se toma en cuenta la tasa de crecimiento poblacional que obtendrá las ventas proyectadas.

### 5.01.02 Ingresos No Operacionales

Son aquellos ingresos diferentes a los obtenidos por el desarrollo de la actividad principal de la empresa, ingresos que por lo general son ocasionales o que son accesorios a la actividad principal. (Gerencie.com, 2010)

#### Análisis:

El proyecto no genera diversos productos, ya que la empresa se dedica a la elaboración y comercialización de un solo producto que es el pan.

### 5.02 Costos

Son todos los gastos monetarios que significan desembolsos para la empresa, los que van a estar en función de su organización. (Sarmiento, 2006)

## 5.02.01 Costo Directo

Son aquellos que pueden identificarse directamente con un objeto de costos, sin necesidad de ningún tipo de reparto. Los costos directos se derivan de la existencia de aquello cuyo costo se trata de determinar, sea un producto, un servicio, una actividad. (Contabilidad.com, 2006)

### 5.02.01.01 Materia Prima

La materia prima constituye cada una de las materias que utilizará la industria para la transformación de productos elaborados.

**Tabla 37:** Materia Prima Directa

MATERIA PRIMA DIRECTA PAN DE QUINUA CON CHÍA						
producto ofertado	Producción Mensual	Cantidad Kg	Materia Prima	Valor Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
PAN DE QUÍNUA CON CHÍA	36400	10595,890	Harina Industrial	1,5	15.893,84	190.726,03
	36400	1869,863	Harina de Quinoa	2,2	4.113,70	49.364,38
	36400	62,329	Mejorador	3,2	199,45	2.393,42
	36400	623,288	Chía	6,5	4.051,37	48.616,44
	36400	249,315	Sal	0,38	94,74	1.136,88
	36400	747,945	Azúcar	0,9	673,15	8.077,81
	36400	373,973	Levadura Fresca	5,2	1.944,66	23.335,89
	36400	149,589	Propionato de Calcio	3,5	523,56	6.282,74
	36400	74,795	Fresco Plus	3,2	239,34	2.872,11
	36400	747,945	Manteca	1,67	1.249,07	14.988,82
	36400	62,329	Vinagre	2,66	165,79	1.989,53
<b>TOTAL MATERIA PRIMA</b>					<b>\$29.148,67</b>	<b>\$349.784,05</b>

*Fuente: investigación propia*

*Elaborado por: Sandy Mera*

Análisis:

En la tabla se describe los materiales y cantidades que se utilizará para la elaboración del producto, determina la producción del proyecto tanto mensual como anual.

### 5.02.01.02 Mano de Obra directa

La mano de obra directa es el costo de mano de obra directamente atribuible a las unidades de los productos elaborados por la organización.

(Ehowenespañol, 2014)

**Tabla 38:** Mano de Obra Directa

MANO DE OBRA DIRECTA PAN DE QUINUA CON CHÍA										
Concepto	Cantidad	Sueldo Mensual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal	Sueldo Mensual	Total Anual	Utilización del 0,033% mensual	Utilización del 0,033% anual
Operario	27	\$420,00	\$35,00	\$35,00	\$78,75	\$51,03	\$16.734,06	\$200.808,72	552,22	6.626,69
<b>TOTAL</b>	27	420	35	35	78,75	51,03	\$16.734,06	\$200.808,72	\$552,22	\$6.626,69

*Fuente: investigación propia*

*Elaborado por: Sandy Mera*

Análisis:

En la tabla se describe los obreros de producción que se utilizará para la ejecución del proyecto, se especifica los salarios de operador a recibir por sus servicios, considerando el 0,033% para la utilización del proyecto.

## 5.02.02 Costos Indirectos

Son todos los asociados con la fabricación, excepto la mano de obra y la materia prima. (Contabilidad.com, 2006)

### 5.02.02.01 Costos Indirectos de Fabricación

Los costos indirectos de fabricación son bienes semielaborados o elaborados que contribuyen en la elaboración de un producto o servicio.

**Tabla 39:** Costos Indirectos de Fabricación

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
PRODUCCIÓN GENERAL					PAN DE QUINUA CON CHÍA	
Concepto	Costo	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual	Utilización del 0,033% mensual	Utilización del 0,033% anual
Agua	\$2.000,00	1	\$2.000,00	\$24.000,00	66,00	792,00
Luz	\$8.000,00	1	\$8.000,00	\$96.000,00	264,00	3.168,00
Depreciaciones	\$13.307,15	1	\$13.307,15	\$159.685,78	439,14	5.269,63
Combustible	\$3.000,00	1	\$3.000,00	\$36.000,00	99,00	1.188,00
Transporte	\$40.000,00	1	\$40.000,00	\$480.000,00	1.320,00	15.840,00
Jefe de Producción	\$4.207,50	1	\$4.207,50	\$50.490,00	138,85	1.666,17
cinta atadora	\$80,00	1	\$80,00		80,00	960,00
Fundas	\$0,05	36400	\$1.820,00		1.820,00	21.840,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$72.414,65</b>	<b>\$846.175,78</b>	<b>\$4.226,98</b>	<b>\$50.723,80</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Sandy Mera

Análisis:

Los costos indirectos de fabricación son aquellos costos indirectos que no interviene directamente en la elaboración del producto, considerando el 0,033% de la utilización para ejecutar el proyecto.

**Tabla 40:** Proyección de los costos de producción

PROYECCION DE COSTOS DE PRODUCCION						
CONCEPTO	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
MPD	\$349.784,05	\$355.030,82	\$360.356,28	\$365.761,62	\$371.248,05	\$376.816,77
MOD	\$6.626,69	\$6.726,09	\$6.826,98	\$6.929,38	\$7.033,32	\$7.138,82
CIF	\$50.723,80	\$51.484,66	\$52.256,93	\$53.040,78	\$53.836,39	\$54.643,94
<b>TOTAL</b>	<b>\$407.134,54</b>	<b>\$413.241,56</b>	<b>\$419.440,18</b>	<b>\$425.731,79</b>	<b>\$432.117,76</b>	<b>\$438.599,53</b>

*Fuente: Estudio Financiero*

*Elaborado por: Sandy Mera*

Análisis:

En la tabla se determina los valores proyectados de la de Mano de Obra Directa, Materia Prima Directa y Costos Indirectos de Fabricación, que utilizará la organización a los 5 años del proyecto a ejecutarse, tomando en cuenta el crecimiento poblacional para su cálculo de los años proyectados y el 0,033% de la utilización de la producción en general.

### 5.02.03 Gastos Administrativos

Son aquellos que tienen que ver directamente con la administración general del negocio y no con sus actividades operativas. (Enciclopedia Financiera, 2012)

**Tabla 41:** Gastos Administrativos

Concepto	Cantidad	Sueldo Mensual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal	Sueldo Mensual	Total Anual	Utilización del 0,033% mensual	Utilización del 0,033% anual
Gerente General	1	\$3.000,00	\$250,00	\$30,50	\$562,50	\$364,50	\$4.207,50	\$50.490,00	\$ 138,85	\$ 1.666,17
Jefe de RRHH	1	\$1.000,00	\$83,33	\$30,50	\$187,50	\$121,50	\$1.422,83	\$17.074,00	\$ 46,95	\$ 563,44
Financiero	1	\$1.500,00	\$125,00	\$30,50	\$281,25	\$182,25	\$2.119,00	\$25.428,00	\$ 69,93	\$ 839,12
<b>total</b>		<b>\$5.500,00</b>	<b>\$458,33</b>	<b>\$91,50</b>	<b>\$1.031,25</b>	<b>\$668,25</b>	<b>\$7.749,33</b>	<b>\$92.992,00</b>	<b>\$255,73</b>	<b>\$3.068,74</b>

*Fuente: Estudio Financiero*

*Elaborado por: Sandy Mera*

**Análisis:**

Los gastos administrativos son los salarios de los trabajadores que forman parte de la organización, en la tabla se identifica los salarios y beneficios sociales que les corresponde respectivamente tomando en cuenta la utilización del 0,033% para el proyecto.

**Tabla 42:** Gastos Administrativos Proyectados

PROYECCIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
\$3.068,74	\$3.114,77	\$3.161,49	\$3.208,91	\$3.257,04	\$3.305,90

*Fuente: Estudio Financiero*

*Elaborado por: Sandy Mera*

**Análisis:**

En la tabla se identifica los valores proyectados de los gastos administrativos más otros gastos que se utilizarán en el proyecto en el área administrativa, proporcionando para los cálculos el crecimiento poblacional para los años proyectados.

#### 5.02.04 Costo de Ventas

El costo de venta es el costo en que se incurre para comercializar un bien, o para prestar un servicio. Es el valor en que se ha incurrido para producir o comprar un bien que se vende. (Enciclopedia Financiera, 2012)

**Tabla 43:** Gastos de Ventas

Concepto	Valor mensual	Valor Anual
Material P.O.P	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Marketing	\$ 200,00	\$ 2.400,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 300,00</b>	<b>\$ 3.600,00</b>

*Fuente: Estudio Financiero*

*Elaborado por: Sandy Mera*

Análisis:

En la tabla se identifica los valores que se utilizará para promocionar el producto del proyecto dentro del mercado sin calcular el 0,033 % ya que está destinado con valores solo para el proyecto.

**Tabla 44:** Proyección de Costo de Ventas

PROYECCION DE GASTOS DE VENTA					
Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
<b>\$3.600,00</b>	\$3.654,00	\$3.708,81	\$3.764,44	\$3.820,91	\$3.878,22

*Fuente: Estudio Financiero*

*Elaborado por: Sandy Mera*

### Análisis:

En la tabla se refleja los valores de gastos de venta proyectados a los 5 años de ejecución del proyecto, tomando en cuenta el crecimiento poblacional para su cálculo de los años proyectados

#### 5.02.05 Costos Financieros

Son los intereses que se deben cancelar a los capitales obtenidos en préstamos.

Nota: La empresa Moderna Alimentos S.A. al ser una empresa ya constituida con 62 años en el mercado no necesita solicitar un crédito para este proyecto.

#### 5.02.06 Costos Fijos y Variables

##### 5.02.06.01 Costos Fijos

Son aquellos costos que no son sensibles a pequeños cambios en los niveles de actividad de una empresa, sino que permanecen invariables ante esos cambios. (Gerencie.com)

**Tabla 45:** Costos Fijos

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Costos Fijos	\$6.668,74	\$6.768,77	\$6.870,30	\$6.973,35	\$7.077,95	\$7.184,12

*Fuente: Estudio Financiero*

*Elaborado por: Sandy Mera*

Análisis:

Los costos fijos son la suma de los gastos administrativos proyectados y gastos de venta proyectados.

#### 5.02.06.02 Costos Variables

El costo variable hace referencia a los costos de producción que varían dependiendo del nivel de producción. Todo aquel costo que aumenta o disminuye según aumente o disminuya la producción, se conoce como costo variable.

(Gerencie.com)

**Tabla 46:** Costos Variables

Costos Variables	
Materia Prima Directa	\$349.784,05
Mano de Obra Directa	\$6.626,69
Costos Indirectos de Fabricación	\$50.723,80
Costo Unitario de Fabricación	\$0,93

*Fuente: Estudio Financiero*

*Elaborado por: Sandy Mera*

Análisis:

A continuación se indica el total de Mano de Obra Directa, Materia Prima Directa y Costos Indirectos de Fabricación de producción anual del proyecto, así como el costo unitario de fabricación para la producción de los 36.400 panes moldes mensuales.

## 5.02 Inversiones

Inversión es un término económico que hace referencia a la colocación de capital en una operación, proyecto o iniciativa empresarial con el fin de recuperarlo con intereses en caso de que el mismo genere ganancias. (Definición ABC)

### 5.02.01 Inversión Fija

Son aquellos recursos tangibles e intangibles necesario para realización de un proyecto. (SlideShare, 2007)

#### 5.02.01.01 Activos Fijos

Tabla 47: Activos Fijos

Descripción	N° Unidades	Costos		utilización del 0,033% par proyecto
		Costo Unitario	Costos Totales	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>				
<b>MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>				
Balanzas	4	5000	20.000,00	660,00
Amasadoras	2	30000	60.000,00	1.980,00
Divisora HATON	1	600000	600.000,00	19.800,00
IBONHART (cámara de leudo, horno, espiral, cortadora)	1	3000000	3.000.000,00	99.000,00
Codificadoras	1	15000	15.000,00	495,00
Computadores con sistema ILEAN	5	5000	25.000,00	825,00
<b>Total Maquinaria y Equipos</b>		<b>\$3.655.000,00</b>	<b>\$3.720.000,00</b>	<b>122.760,00</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>				
Escritorio	80	180,00	14.400,00	475,20
Repisa Modular	40	199,00	7.960,00	262,68
Archivadores	25	85,00	2.125,00	70,13
Sillones ejecutivos	25	100,00	2.500,00	82,50
Sillas operativas	50	47,00	2.350,00	77,55
Sillas	40	25,00	1.000,00	33,00
Mesa de reuniones	5	250,00	1.250,00	41,25

Sillones de espera	4	85,00	340,00	11,22
Portapapeles	80	20,00	1.600,00	52,80
<b>Total Muebles y Enseres</b>		<b>\$991,00</b>	<b>\$33.525,00</b>	<b>1.106,33</b>
<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>				
Computadoras	80	900,00	72.000,00	2.376,00
Impresora Ricoh multifunción	5	2.000,00	10.000,00	330,00
Proyectores Epson	5	725,00	3.625,00	119,63
<b>Total Equipo de Computación</b>		<b>\$3.625,00</b>	<b>\$85.625,00</b>	<b>2.825,63</b>
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>				
Teléfonos de escritorio	50	45,00	2.250,00	74,25
Tinta sistema continuo Epson	15	10,00	150,00	4,95
Perforadora	15	2,50	37,50	1,24
Organizador oficina	80	3,00	240,00	7,92
Grapadora	15	2,50	37,50	1,24
Archivadores	100	2,00	200,00	6,60
Bolígrafos set x 3	100	1,50	150,00	4,95
Lápices portaminas	50	1,25	62,50	2,06
Resma de papel bond	100	4,00	400,00	13,20
<b>Total Equipo de Oficina</b>		<b>71,75</b>	<b>3.527,50</b>	<b>116,41</b>
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>		<b>\$3.659.687,75</b>	<b>\$3.842.677,50</b>	<b>126.808,36</b>

*Fuente: Estudio Financiero*

*Elaborado por: Sandy Mera*

Analisis:

La tabla refleja todos los bienes que posee la empresa considerando el cálculo del 0,033% de utilización para ejecutar el proyecto.

#### **5.02.01.02 Activos Nominales (diferidos)**

Los Activos nominales o intangibles son inversiones en derechos y otros necesarios para la puesta en marcha del proyecto, por ejemplo: patentes, licencias, gastos de organización y puesta en marcha, derechos de llave, imprevistos y otros.

(Contabilidad General, 2012)

**Tabla 48:** Activos Nominales

Concepto	Recursos Propios	Recurso Financieros	Recursos Utilizados
Gastos de constitución	\$100,00	.....	\$100,00
Gasto de investigación y desarrollo del proyecto	\$200,00	.....	\$200,00
<b>Inversión total de Activos diferidos</b>	\$300,00	.....	\$300,00

*Fuente: Estudio Financiero*

*Elaborado por: Sandy Mera*

Análisis:

Son los valores a pagar para solicitar los permisos de funcionamiento para ejercer el proyecto.

### 5.02.02 Capital de Trabajo

Capital de trabajo lo considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos activo corriente. (Gerencie.com, 2010)

**Tabla 49:** Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Costo Producción	\$33.927,88
Gasto de Venta	\$300,00
Gasto Administrativo	\$255,73
<b>Total capital de trabajo</b>	<b>\$34.483,61</b>

*Fuente: Estudio Financiero*

*Elaborado por: Sandy Mera*

Análisis:

En la tabla se refleja el monto de dinero que se necesita para dar inicio a sus actividades en el proceso productivo del proyecto.

### 5.02.03 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos

La empresa Moderna Alimentos S.A. está financiando todos los recursos que se llevará a cabo para la elaboración y comercialización del proyecto porque es una organización constituida.

**Tabla 50:** Fuentes de Financiamiento y uso de fondos

Descripción	Fuentes y Usos	Recurso Propio
<b>Activos Fijos</b>		
Maquinaria y Equipo	\$122.760,00	\$3.720.000,00
Muebles y enseres	\$1.106,33	\$1.106,33
Equipo de computación	\$2.825,63	\$2.825,63
Equipo de oficina	\$116,41	\$116,41
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>\$126.808,36</b>	<b>\$126.808,36</b>
<b>Activos diferidos</b>		
Gastos de Constitución	\$100,00	\$100,00
Gasto de investigación y desarrollo del proyecto	\$200,00	\$200,00
<b>Total Activos Diferidos</b>	<b>\$300,00</b>	<b>\$300,00</b>
<b>Capital de trabajo</b>		
Costo Producción	\$33.927,88	\$33.927,88
Gasto de Venta	\$300,00	\$300,00
Gasto Administrativo	\$255,73	\$255,73
<b>Total capital de trabajo</b>	<b>\$34.483,61</b>	<b>\$34.483,61</b>
<b>Total de Inversión</b>	<b>\$161.591,96</b>	<b>\$161.591,96</b>
<b>Participación</b>	100%	100,00%

*Fuente: Estudio Financiero*

*Elaborado por: Sandy Mera*

#### 5.02.04 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización)

Es el financiamiento de un préstamo que se realiza para la ejecución de un proyecto.

Nota: Para el proyecto no se ha considerado hacer un préstamo ya que la empresa está consolidada en el mercado.

#### 5.02.05 Depreciaciones

Tabla 51: Depreciaciones

Descripción	Año 0	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	utilización del 0,033%
Equipo y Maquinaria	\$3.710.000,00	10	\$371.000,00	\$371.000,00	\$371.000,00	\$371.000,00	\$371.000,00	\$ 12.243,00
Muebles y Enseres	\$33.525,00	10	\$3.352,50	\$3.352,50	\$3.352,50	\$3.352,50	\$3.352,50	\$ 110,63
Equipos de Oficina	\$3.527,50	10	\$352,75	\$352,75	\$352,75	\$352,75	\$352,75	\$ 11,64
Equipos de Computación	\$85.625,00	3	\$28.541,67	\$28.541,67	\$28.541,67			\$ 941,88
<b>TOTAL</b>	<b>\$3.832.677,50</b>		<b>\$403.246,92</b>	<b>\$403.246,92</b>	<b>\$403.246,92</b>	<b>\$374.705,25</b>	<b>\$374.705,25</b>	<b>\$13.307,15</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Sandy Mera

Análisis:

En la tabla refleja las depreciaciones de los activos tangibles en un determinado tiempo de vida y su desgaste, considerando el 0,033% de la utilización que se considera para el proyecto.

### 5.02.06 Estado de Situación Inicial

Es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado. (Contabilidad.com, 2006)

**Tabla 52:** Estado de Situación Inicial

EMPRESA MODERNA ALIMENTOS S.A. ESTADO DE SITUACION INICIAL			
ACTIVOS		PASIVOS	
<b>Activo Corriente</b>		<b>Pasivo Corriente</b>	
Caja Bancos	\$34.483,61	Cuentas por pagar	\$.....
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>\$34.483,61</b>	Documentos por pagar	\$.....
<b>Activo No Corriente</b>		<b>Total Pasivo Corriente</b>	\$.....
Maquinaria y Equipo	\$122.760,00	Pasivo Largo Plazo	
Muebles y Enseres	\$1.106,33	Préstamo	\$0,00
Equipo de Oficina	\$116,41	<b>Total Pasivo Largo Plazo</b>	\$0,00
Equipo de Computación	\$2.825,63	<b>Total Pasivo</b>	\$0,00
<b>Total Activo Fijo</b>	<b>\$126.808,36</b>	<b>Patrimonio</b>	
<b>OTROS ACTIVOS</b>			
Gasto de Constitución	\$100,00	<b>Capital</b>	\$161.591,96
Gasto de Investigación y Desarrollo del Proyecto	\$200,00	<b>Total Patrimonio</b>	\$161.591,96
<b>Total Otros Activos</b>	<b>\$300,00</b>		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$161.591,96</b>	<b>TOTAL PASIVO+PATRIMONIO</b>	<b>\$161.591,96</b>

*Fuente: Estudio Financiero*

*Elaborado por: Sandy Mera*

#### Análisis:

El estado de situación inicial refleja la inversión que posee la organización en la que los activos son valores que dispone el proyecto y los pasivos son obligaciones que posee la misma y el patrimonio se lo calcula total activos menos total pasivos.

### 5.02.07 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)

Estado de Ganancias y Pérdidas El Estado de Resultado, es uno de los estados financieros básico, el cual muestra la utilidad o pérdida obtenida en un período determinado por actividades ordinarias y extraordinarias. (Monografías , 2015)

**Tabla 53:** Estado de Resultados Proyectado

EMPRESA MODERNA ALIMENTOS S.A.						
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS						
DESCRIPCION	Año base 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
<b>Ventas</b>	\$1.087.632,00	\$1.103.946,48	\$1.120.505,68	\$1.137.313,26	\$1.154.372,96	\$1.171.688,56
(-)Costo de Producción		\$413.241,56	\$419.440,18	\$425.731,79	\$432.117,76	\$438.599,53
(-)Gastos Administrativos		\$3.114,77	\$3.161,49	\$3.208,91	\$3.257,04	\$3.305,90
(-)Gastos de Venta		\$3.654,00	\$3.708,81	\$3.764,44	\$3.820,91	\$3.878,22
(-)Depreciaciones		\$13.307,15	\$13.307,15	\$13.307,15	\$12.365,27	\$12.365,27
(-) Amortización del diferido		\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00
(=)Utilidad Bruta		\$670.609,00	\$680.868,05	\$691.280,97	\$702.791,97	\$713.519,63
(+/-)Otros ingresos o gastos		...	...	...	...	...
<b>(=)Utilidad Operacional</b>		\$670.609,00	\$680.868,05	\$691.280,97	\$702.791,97	\$713.519,63
(-)15% Participación de trabajadores		\$100.591,35	\$102.130,21	\$103.692,15	\$105.418,80	\$107.027,94
(=)Utilidad antes de Impuesto		\$570.017,65	\$578.737,84	\$587.588,83	\$597.373,17	\$606.491,68
(-)22% Impuesto a la Renta		\$125.403,88	\$127.322,32	\$129.269,54	\$131.422,10	\$133.428,17
<b>(=)UTILIDAD NETA</b>		<b>\$444.613,77</b>	<b>\$451.415,51</b>	<b>\$458.319,29</b>	<b>\$465.951,08</b>	<b>\$473.063,51</b>

*Fuente: Estudio Financiero*

*Elaborado por: Sandy Mera*

#### Análisis:

El estado de resultados proyectado refleja que el proyecto obtendrá una rentabilidad, para el cálculo se determina las ventas menos los gastos obteniendo utilidad neta.

## 5.02.08 Flujo Caja

Tabla 54: Flujo de Caja

EMPRESA MODERNA ALIMENTOS S.A.  
FLUJO DE CAJA PROYECTADOS  
DEL 2017 AL 2021

DESCRIPCION	Año base 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
<b>Ventas</b>		\$1.103.946,48	\$1.120.505,68	\$1.137.313,26	\$1.154.372,96	\$1.171.688,56
(-)Costo de Producción		\$413.241,56	\$419.440,18	\$425.731,79	\$432.117,76	\$438.599,53
(-)Gastos Administrativos		\$3.114,77	\$3.161,49	\$3.208,91	\$3.257,04	\$3.305,90
(-)Gastos de Venta		\$3.654,00	\$3.708,81	\$3.764,44	\$3.820,91	\$3.878,22
(-)Depreciaciones		\$13.307,15	\$13.307,15	\$13.307,15	\$12.365,27	\$12.365,27
(-) Amortización del diferido		\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00
<b>(=)Utilidad Bruta</b>		\$670.609,00	\$680.868,05	\$691.280,97	\$702.791,97	\$713.519,63
(+/-)Otros ingresos o gastos		...	...	...	...	...
<b>(=)Utilidad Operacional</b>		\$670.609,00	\$680.868,05	\$691.280,97	\$702.791,97	\$713.519,63
(-)15% Participación de trabajadores		\$100.591,35	\$102.130,21	\$103.692,15	\$105.418,80	\$107.027,94
<b>(=)Utilidad antes de Impuesto</b>		\$570.017,65	\$578.737,84	\$587.588,83	\$597.373,17	\$606.491,68
(-)22% Impuesto a la Renta		\$125.403,88	\$127.322,32	\$129.269,54	\$131.422,10	\$133.428,17
<b>(=)UTILIDAD NETA</b>		\$444.613,77	\$451.415,51	\$458.319,29	\$465.951,08	\$473.063,51
(+)Depreciaciones		\$13.307,15	\$13.307,15	\$13.307,15	\$12.365,27	\$12.365,27
(+)Amortización del diferido		\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00
(-) Amortización de la deuda		\$0,00	\$0,00			
(-)Compra de Activos Fijos						
Inversión	\$161.591,96					
(+) Capital de trabajo	\$34.483,61					
(-)Deuda	\$0,00					
Depósito de garantía	.....					
(+) Valor de desecho	.....					
<b>(=)FLUJO DE CAJA DEL PERIODO</b>	<b>\$196.075,57</b>	<b>\$457.940,92</b>	<b>\$464.742,66</b>	<b>\$471.646,43</b>	<b>\$478.336,35</b>	<b>\$485.448,79</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Sandy Mera

Análisis:

La tabla de flujo de caja proyectado nos permite determinar los ingresos y los gastos en un determinado tiempo

## 5.03 Evaluación

### 5.03.01 Tasa de descuento

Es una medida financiera que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro. (Enciclopedia Financiera, 2012)

**Tabla 55: TMAR (Tasa de Descuento)**

Inflación	5,85%
Costo de Oportunidad	10,28%
<b>TMAR</b>	16,13%

*Fuente: Estudio Financiero*

*Elaborado por: Sandy Mera*

Análisis:

La TMAR (Tasa de Descuento) permite conocer si el proyecto es viable, ya que la Tasa de Descuento debe ser mayor a la tasa de crecimiento poblacional. Para determinar el valor del TMAR se obtiene de la tasa activa más la tasa pasiva que se encuentra estos datos en el Banco Central del Ecuador.

### 5.03.02 VAN (Valor Actual Neto)

El Valor Actualizado Neto (VAN) es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión. Proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto analizado en valor absoluto, es decir expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas. (Terminología General , 2015)

**Tabla 56:** VAN (Valor Actual Neto)

$$VAN = -P + \frac{FNE\ 1}{(1+i)^1} + \frac{FNE\ 2}{(1+i)^2} + \frac{FNE\ 3}{(1+i)^3} + \frac{FNE\ 4}{(1+i)^4} + \frac{FNE\ 5}{(1+i)^5}$$

<b>TMAR</b>	<b>16,13%</b>
<b>INVERSION</b>	\$161.591,96
Año 2017	\$457.940,92
Año 2018	\$464.742,66
Año 2019	\$471.646,43
Año 2020	\$478.336,35
Año 2021	\$485.448,79
<b>VAN</b>	<b>\$1.371.337,40</b>

*Fuente: Estudio Financiero*

*Elaborado por: Sandy Mera*

Análisis:

Para determinar el VAN (Valor Actual Neto) se calcula la inversión con la sumatoria de los flujos de efectivo sobre uno más la TMAR o Tasa de Descuento.

#### 5.030.4 TIR (Tasa Interna de Retorno)

La tasa interna de retorno (TIR) es una tasa de rendimiento utilizada en el presupuesto de capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones. (Enciclopedia Financiera, 2012)

Análisis:

La tasa interna de retorno determina que el proyecto sea rentable y la TIR debe ser mayor a la TMAR.

#### 5.03.05 PRI (Período de Recuperación De La Inversión)

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial. (Pymes Futuro, 2010)

#### 5.03.06 RBC (Relación Costo Beneficio)

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto. (Pymes Futuro, 2010)

Fórmula:

$$R\ c/b = \frac{\sum \text{Flujos actualizados}}{\text{Inversión}}$$

**Inversión**

**Tabla 57:** RCB (Relación Costo Beneficio)

RELACION COSTO BENEFICIO	
Años	Flujos actualizados
2017	\$457.940,92
2018	\$464.742,66
2019	\$471.646,43
2020	\$478.336,35
2021	\$485.448,79
<b>Total</b>	<b>\$2.358.115,15</b>
<b>Inversión</b>	<b>\$161.591,96</b>
<b>GANANCIA POR CADA DÓLAR INVERTIDO</b>	<b>\$14,59</b>

*Fuente: Estudio Financiero*

*Elaborado por: Sandy Mera*

Análisis:

Es la sumatoria de los flujos proyectados dividido para la inversión lo que nos genera que en el proyecto ganaremos \$14,59 por cada dólar invertido.

### 5.03.06 Punto de Equilibrio

Se denomina Punto de Equilibrio al nivel en el cual los ingresos son iguales a los costos y gastos, es decir es igual al Costo Total y por ende no hay utilidad ni pérdida. (la contabilidad de los costos en la virtualidad, 2012)

**Tabla 58:** Punto de Equilibrio

COSTOS FIJOS	
Depreciación	\$13.307,15
Amortización de Inversión	\$20,00
Sueldos administrativos	\$3.068,74
Servicios básicos	\$3.960,00
Total Costos Fijos	<b>\$20.355,88</b>
Costo Variable unitario	<b>\$0,93</b>
Precio	<b>\$2,49</b>

*Fuente: Estudio Financiero*

*Elaborado por: Sandy Mera*

**Tabla 59:** Formula de Punto de Equilibrio

$$P.E. = \frac{CF}{p - Cvu}$$

$$P.E = \frac{\$20.355,88}{\$1,56}$$

$$P.E = 13066,10 \text{ Unidades}$$

*Fuente: Estudio Financiero*

*Elaborado por: Sandy Mera*

Análisis:

Al determinar los costos fijos sobre precio de venta menos los costos unitarios de fabricación obtenemos nuestras 13066,10 unidades de punto de equilibrio.

**Tabla 60:** Demostración del Punto de Equilibrio

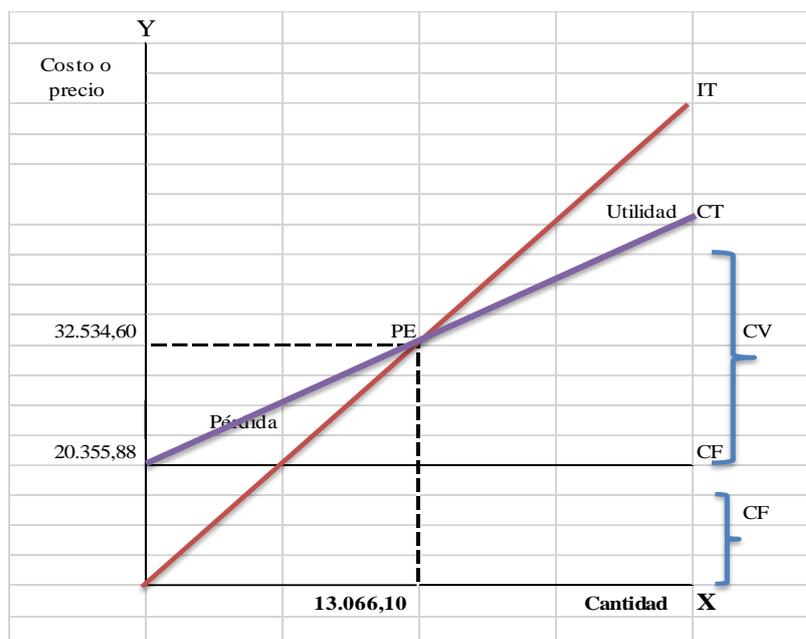
<b>VENTAS</b>	<b>32.534,60</b>
( - ) Costo Variable	12.178,71
( = ) Margen Contribución	20.355,88
( - ) Costo Fijos	20.355,88
( = ) Utilidad Operacional	-

*Fuente: Estudio Financiero*

*Elaborado por: Sandy Mera*

**Análisis:**

Las ventas son la unidades del punto de equilibrio por el precio del producto, los costos variables son las unidades de punto de equilibrio por el costo variable unitario esto nos refleja que no hay utilidad operacional.



*Figura 33: Punto de Equilibrio*

*Fuente: Estudio Financiero*

*Elaborado por: Sandy Mera*

### 5.03.07 Análisis de índices financieros

Recordemos que los Estados Financieros tienen por objetivo presentar cifras que informen acerca de la situación financiera y los resultados obtenidos por la empresa y que con base en dichas cifras esperamos verificar si la empresa está o no cumpliendo con sus objetivos de liquidez, rentabilidad y crecimiento.

(Unad, 2013)

**Nota:** En cuanto al análisis financiero al ser una empresa ya constituida no se ha realizado ningún tipo de inversión para el producto por eso el análisis financiero está hecho solamente a base de costos.

También se realizó un análisis del valor actual neto y del punto de equilibrio, el cual nos indica que este nuevo producto es rentable para la empresa, por lo cual deben implementarlo en su amplia gama de productos.

## CAPÍTULO VI

### 6. ANÁLISIS DE IMPACTOS

#### 6.01 Impacto Ambiental

La empresa Moderna Alimentos S.A. promueve el cuidado del medio ambiente a partir del desarrollo de una planificación, capacitación y entrenamiento continuo basado en la prevención y control de la contaminación, incorporación progresiva de la BPM (Buenas Prácticas de Manufactura). (Moderna Alimentos S.A., 2014)

El proceso de producción de pan molde tiene una serie de implicaciones medioambientales, principalmente el consumo de agua para la elaboración, limpieza de la maquinaria e instalaciones y energía eléctrica que se usan para la producción.

La generación de residuos de materia orgánica e inorgánica, las emisiones atmosféricas, pan rechazado.

Contaminación acústica en algunas áreas de producción para ello los trabajadores utilizan EPP (Equipos de Protección Personal)

La maquinaria y equipos que utiliza la empresa para la elaboración del pan por lo general son procesos mecánicos lo que no puede generar un riesgo que afecte a la salud de los trabajadores.

Solución:

Con el fin de disminuir estos impactos ambientales la empresa toma medidas como:

- Utilizar gas GLP (Gas Licuado de Petróleo) para los hornos en planta .Se utiliza diésel en caso de cortes de energía eléctrica para el uso del generador de energía.
- Los desechos generados en la planta son reciclados los mismos que tiene su centro de acopio temporal. El producto rechazado es entregado a instituciones, fundaciones sin ningún costo.
- La empresa genera capacitaciones a todos los empleados de Buenas prácticas de manufactura, seguridad industrial por lo que el personal está apto para desempeñar bien sus funciones.
- Establecer un horario de limpieza de la planta para el uso racional del agua. Control de parte de área de mantenimiento periódicamente que no haya fugas de agua, gas y otros.

- Entregar al personal Insumos de limpieza de maquinaria: botas, overoles, gafas, guantes, mascarilla, orejeras. Respectivamente para garantizar la seguridad de los operadores dentro de planta.

### **6.02 Impacto Económico**

El impacto económico que genera la empresa Moderna Alimentos S.A. contribuye de manera favorable al desarrollo de la Matriz Productiva del país, generando fuentes de empleo.

En lo comercial la empresa es una empresa competitiva dentro del mercado por ofrecer productos de excelente calidad en cuanto a inocuidad, salud y seguridad.

La empresa busca ser más eficiente al desarrollar un proceso de mejora continua que busca que la satisfacción del cliente supere las expectativas.

### **6.03 Impacto Productivo**

El impacto productivos se enfoca al desarrollo de la matriz productiva del Ecuador ya no desea importar sino ser un país innovador al exportar productos de calidad hechos por industrias ecuatorianas fomentando el desarrollo económico y social del país.

## 6.04 Impacto Social

Con la implementación del proyecto existen nuevas oportunidades de ascenso incrementando los ingresos económicos, el nivel vida del inversionista y a su vez de sus trabajadores, sin dejar atrás a los proveedores y clientes quienes son la parte esencial de nuestra empresa. Generando factores positivos en la sociedad:

- Generando fuente de empleo
- Brindar un producto nutritivo a los clientes satisfaciendo sus necesidades.

## CAPÍTULO VII

### 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 7.01 Conclusiones

- La empresa Moderna Alimentos S.A. ofrece a sus clientes gran variedad de productos de panificación para satisfacer todo tipo de gustos, cuidan su salud brindando productos nutritivos cumpliendo con todas las normas de seguridad alimenticias así fidelizan la confianza con sus clientes y/o consumidores.
- La empresa brinda productos que son capaces de satisfacer a todos los extractos sociales y económicos, llevando a cabo el proyecto la empresa generará conciencia y conocimiento a los clientes al consumir productos que beneficiaran una vida sana y saludable.
- Es una empresa responsable en cuidar el medio ambiente de igual manera genera responsabilidad social empresarial en su organización.

- En la empresa al implementar el proyecto será factible para el nuevo producto ya que es una empresa reconocida en el mercado, el cliente va a tener la confianza de adquirir un producto que cuidará su salud siendo nutritivo por lo tanto generará más ventas en su organización lo que favorecerá a la misma como a los clientes.
- La empresa al ejecutar el proyecto implementará un 0,033% porque ya está constituida y su inversión lo recupera al mes siguiente ya que produce a gran escala.

## 7.02 Recomendaciones

- Se recomienda a la empresa exportar sus productos para poder generar más ingresos a la organización y al desarrollo del país.
- Implementar más publicidad para que la empresa sea más conocida en el mercado ecuatoriano como propagandas, revistas y otros.

## BIBLIOGRAFÍA

- Banco central del Ecuador. (..... de 2014). *Banco central del Ecuador*. Recuperado el 11 de DICIEMBRE de 2015, de Banco central del Ecuador:  
WWW.BCE.COM
- CEOPAN. (22 de DICIEMBRE de 2015). *mundolatino*. Obtenido de MUNDOLATINO: WWW.CEOPAN.COM
- Chase. (2009). Código de cercanía . En Chase, *Administración de Operaciones, Producción y Cadena de Suministros*. McGraw Hill .
- Contabilidad General*. (10 de mayo de 2012). Obtenido de Contabilidad General:  
www.contabiliddageneral.com
- Contabilidad.com. (08 de junio de 2006). *Contabilidad.com*. Obtenido de Contabilidad.com: www.contabilidad.com.py
- Cotecna. (2015). *Cotecna*. Obtenido de Ctecna: www.cotecna.com.ec
- Cuerpo de Bomberos. (16 de Agosto de 2015). *Cuerpo de Bomberos*. Obtenido de Cuerpo de Bomberos: www.cuerpodebomberos.com
- Definicion ABC. (s.f.). *Definicion ABC*. Obtenido de Definicion ABC:  
<http://www.promonegocios.net/>
- Definiciones ABC. (25 de NOVIEMBRE de 2015). *Definiciones ABC*. Obtenido de Definiciones ABC: WWW.FAO.COM
- Descuadrando. (4 de mayo de 2013). *descuadrando*. Obtenido de descuadrando:  
<http://www.descuadrando.com>
- Eco-finanzas. (s.f.). *Eco-finanzas*. Recuperado el 18 de Febrero de 2016, de Eco-finanzas: www.eco-finanzas.com/diccionario
- Ecured. (25 de septitmbre de 2012). *Ecured*. Recuperado el 11 de febrero de 2016, de Ecured: www.ecured.cu/Análisis\_de\_información
- Ehowenespañol*. (23 de Diciembre de 2014). Obtenido de Ehowenespañol:  
www.ehowenespanol.com
- El blog todologo . (27 de Mayo de 2013). *El blog todologo* . Obtenido de El blog todologo : christblogger72.blogspot.com/2013/.../la-macro-y-micro-localizacion

El Emprendedor. (12 de DICIEMBRE de 2012). *El Emprendedor*. Obtenido de El

Emprendedor: [www.elemprendedor.ec/](http://www.elemprendedor.ec/)

enciclopedia de economia . (2016 de enero de 23).

[www.economia48.com/spa/d/oferta/oferta](http://www.economia48.com/spa/d/oferta/oferta). Obtenido de

[www.economia48.com/spa/d/oferta/oferta](http://www.economia48.com/spa/d/oferta/oferta):

[www.economia48.com/spa/d/oferta/oferta](http://www.economia48.com/spa/d/oferta/oferta)

Enciclopedia Financiera. (12 de Septiembre de 2012). *Enciclopedia Financiera*.

Obtenido de Enciclopedia Financiera: [www.encyclopediafinanciera.com](http://www.encyclopediafinanciera.com)

estudio de factibilidad de ara implementacion de una proesadora de pan de banano .

(2014). *estudio de factibilidad de ara implementacion de una proesadora de*

*pan de banano*. Obtenido de estudio de factibilidad de ara implementacion de

una proesadora de pan de banano: [www,estudiodemercadodepan.com](http://www.estudiodemercadodepan.com)

FOOD Knowledge. (s.f.). *FOOD Knowledge*. Obtenido de FOOD Knowledge:

[www.foodknowledge.info/contenidos](http://www.foodknowledge.info/contenidos).

*Gerencie.com*. (s.f.). Obtenido de Gerencie.com: [www.gerencie.com](http://www.gerencie.com)

*Gerencie.com*. (12 de Junio de 2010). Obtenido de Gerencie.com:

[www.gerencie.com/ingresos-no-operacionales.html](http://www.gerencie.com/ingresos-no-operacionales.html)

gestiopolis. (30 de noviembre de 2011). *gestiopolis*. Recuperado el 11 de enero de

2015, de gestiopolis: [www.gestipolis.com](http://www.gestipolis.com)

google maps. (2 de diciembre de 2014). *google maps*. Obtenido de google maps:

[www.google.com.ec/maps](http://www.google.com.ec/maps)

<http://sthv.quito.gob.ec>. (2010). *indicadores* . Obtenido de indicadores:

<http://sthv.quito.gob.ec>

INEN. (09 de Julio de 2013). *INEN*. Obtenido de INEN: [www.inen.gob.ec](http://www.inen.gob.ec)

INSTITUTO ECUATORIANO DE ESTADISTICAS Y CENSOS. (2011).

*INSTITUTO ECUATORIANO DE ESTADISTICAS Y CENSOS*. Obtenido de

INSTITUTO ECUATORIANO DE ESTADISTICAS Y CENSOS.

*la contabilidad de los costos en la virtualidad*. (23 de octubre de 2012). Obtenido de

la contabilidad de los costos en la virtualidad:

[lacontabilidaddecostosenlavirtualidad.blogspot.com](http://lacontabilidaddecostosenlavirtualidad.blogspot.com)

- Moderna Alimentos S.A. (14 de junio de 2014). *Moderna Alimentos S.A.* Obtenido de Moderna Alimentos S.A.: [www.moderma.com.ec](http://www.moderma.com.ec)
- Monografias* . (18 de febrero de 2015). Obtenido de Monografias : [www.monografias.com](http://www.monografias.com)
- monografias*. (25 de febrero de 2014). *monografias*. Recuperado el 14 de enero de 2016, de *monografias*: [www.monografias.com](http://www.monografias.com)
- MORENO W.L. (2014). *UPRH*. Recuperado el 03 de 09 de 2015, de [www.uprh.edu](http://www.uprh.edu)
- NAFINZA. (2004). *Fundamentos de Negocio*. MEXICO: NACIONAL FINANCIERA.
- Oxford Dictionaries. (16 de Agosto de 2013). *Oxford Dictionaries*. Obtenido de DOxford Dictionaries: <http://www.oxforddictionaries.com>
- Pymes Futuro*. (23 de febrero de 2010). Obtenido de Pymes Futuro: [www.pymesfuturo.com](http://www.pymesfuturo.com)
- Sarmiento, E. (2006). *Contabilidad General*. En E. S. R., *contabilidad General* (pág. 23). Cuenca: Voluntad.
- SlideShare*. (07 de julio de 2007). Obtenido de SlideShare: [www.slideshare.com](http://www.slideshare.com)
- SlideShare*. (14 de SEPTIEMBRE de 2010). *SlideShare*. Recuperado el ENERO de 14 de 2016, de SlideShare: [www.slideshare.com](http://www.slideshare.com)
- sobreconceptos* . (23 de agosto de 2009). *sobreconceptos*. Recuperado el 13 de enero de 2016, de *sobreconceptos*: [www.sobreconceptos.com](http://www.sobreconceptos.com)
- sobreconceptos*. (14 de noviembre de 2013). *sobreconceptos*. Recuperado el 22 de Enero de 2016, de *sobreconceptos*: [www.sobreconceptos.com](http://www.sobreconceptos.com)
- SRI. (11 de Febrero de 2015). *SRI*. Obtenido de SRI: [ww.sri.gob.ec](http://ww.sri.gob.ec)
- Terminologia General* . (15 de marzo de 2015). Obtenido de Terminologia General : [www.expansion.com](http://www.expansion.com)
- Unad*. (2013). Obtenido de Unad: [datateca.unad.edu.co/contenido](http://datateca.unad.edu.co/contenido)
- Vasquez . (2014). *Obencion de la informacion*. Obtenido de Obencion de la informacion: [www.obtenciondelainformacion.com](http://www.obtenciondelainformacion.com)
- VISTAZO. (18 de DICIEMBRE de 2015). *VISTAZO*. Obtenido de VISTAZO: [WWW.VISTAZO.COM](http://WWW.VISTAZO.COM)

---

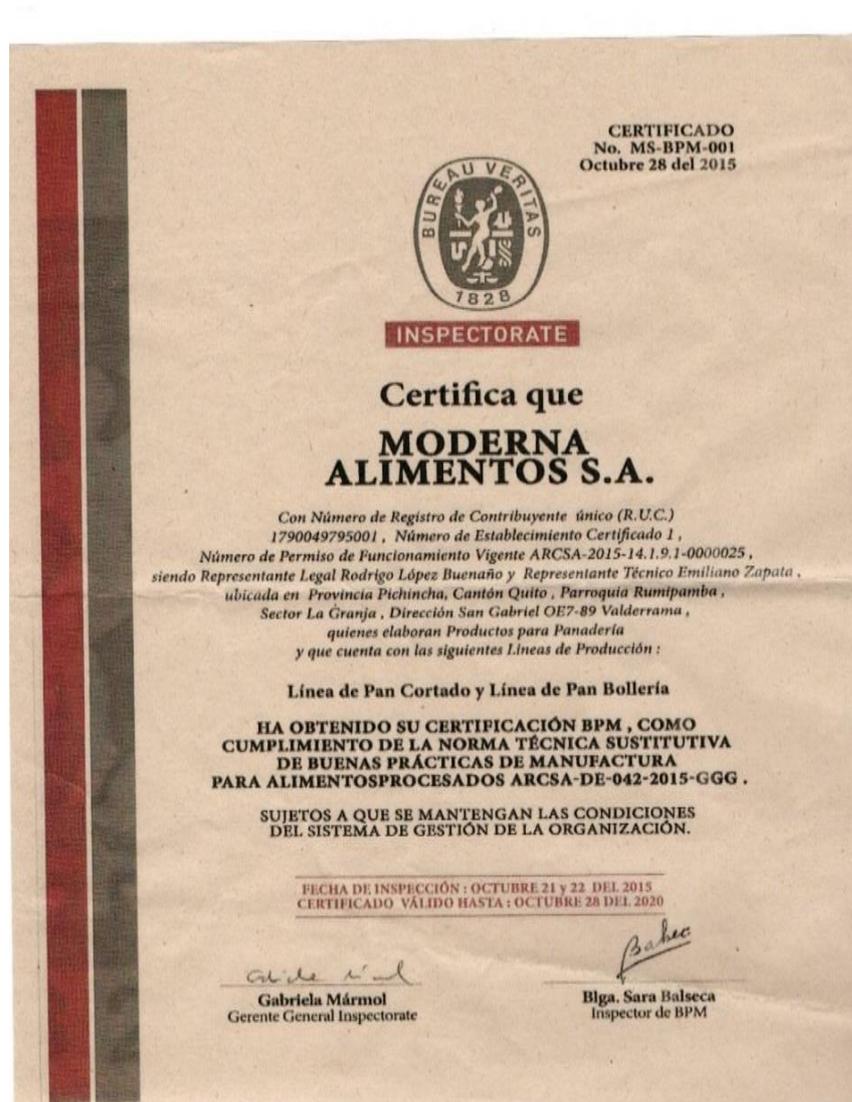
[www.corporacionfavorita.com](http://www.corporacionfavorita.com). (15 de NOVIEMBRE de 2015). *Corporacion Favorita* . Obtenido de Corporacion Favorita : [www.corporacionfavorita.com](http://www.corporacionfavorita.com)

[www.directodelpaladar.com](http://www.directodelpaladar.com). (23 de diciembre de 2015).  
*www.directodelpaladar.com*. Obtenido de [www.directodelpaladar.com](http://www.directodelpaladar.com):  
[www.directodelpaladar.com](http://www.directodelpaladar.com)

[www.micomisariato.com](http://www.micomisariato.com). (23 de noviembre de 2014). *www.micomisariato.com*.  
Recuperado el 23 de diciembre de 2015, de [www.micomisariato.com](http://www.micomisariato.com).

## ANEXOS

### Anexos 1 Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura



Fuente: (Moderna Alimentos S.A., 2014)

Elaborado por: Sandy Mera

CONTRIBUIR AL DESARROLLO PRODUCTIVO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UN NUEVO PRODUCTO DE PANIFICACIÓN, EN LA EMPRESA MODERNA ALIMENTOS S.A., UBICADA EN EL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016.

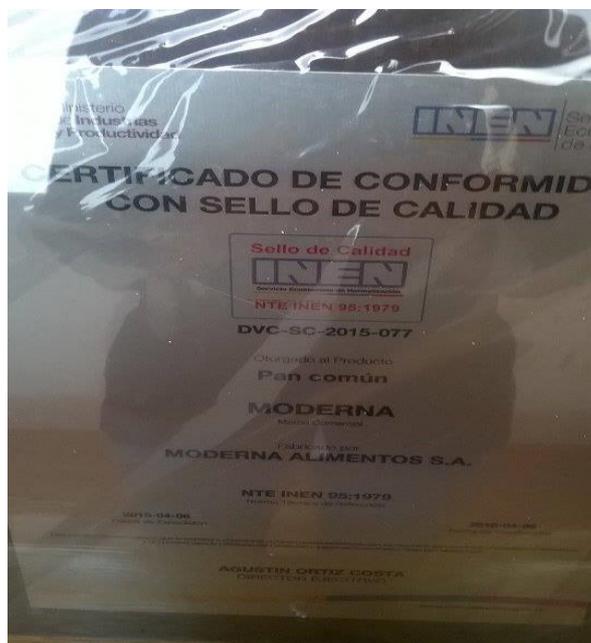
### Anexos 2 Certificados Normas INEN



*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Sandy Mera*

### Anexos 3 Sellos INEN



*Fuente: (Moderna Alimentos S.A., 2014)*

*Elaborado por: Sandy Mera*

CONTRIBUIR AL DESARROLLO PRODUCTIVO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UN NUEVO PRODUCTO DE PANIFICACIÓN, EN LA EMPRESA MODERNA ALIMENTOS S.A., UBICADA EN EL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016.

#### Anexos 4 Certificado de reconocimiento internacional



*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Sandy Mera*

#### Anexos 5 Amasadora Marca Diosna



*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Sandy Mera*

### Anexos 6 Balanzas marca Metier Toledo



*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Sandy Mera*

### Anexos 7 Formadora HATON



*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Sandy Mera*

### Anexos 8 Horno Industrial Gouet



*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Sandy Mera*

### Anexos 9 Control del Horno Industrial



*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Sandy Mera*

### Anexos 10 Espiral marca Werner Pleiderer



*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Sandy Mera*

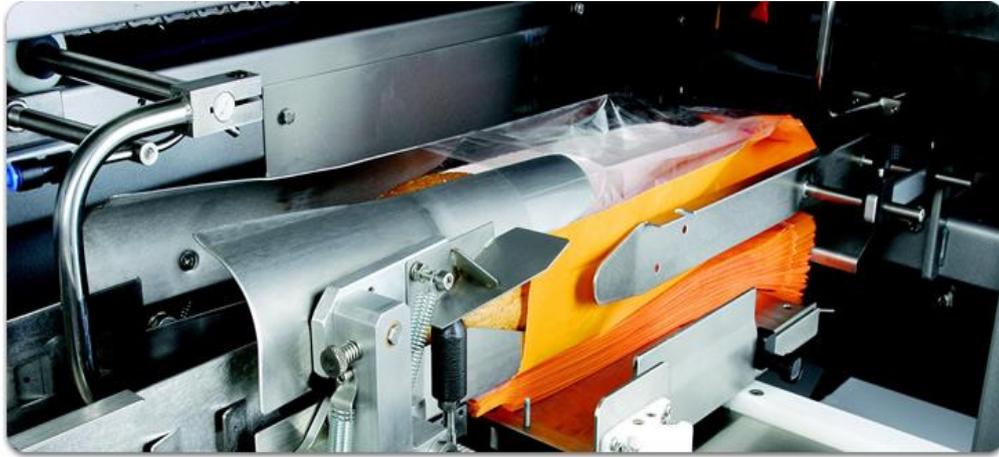
### Anexos 11 Cortadora AMF



*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Sandy Mera*

### Anexos 12 Máquina de empaque



*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Sandy Mera*

### Anexos 13 Operarios



*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Sandy Mera*

#### Anexos 14 Nebulización del pan



*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Sandy Mera*

#### Anexos 15 Computadores con software ILEAN



*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Sandy Mera*

---

CONTRIBUIR AL DESARROLLO PRODUCTIVO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UN NUEVO PRODUCTO DE PANIFICACIÓN, EN LA EMPRESA MODERNA ALIMENTOS S.A., UBICADA EN EL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016.