



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

APORTAR AL SECTOR PRODUCTIVO MEDIANTE EL ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DE PANADERÍA Y SUS  
DERIVADOS, EN EL SECTOR DE LA MITAD DEL MUNDO, DURANTE EL  
AÑO 2017.

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en  
Administración Industrial y de la Producción.

**Autor:**

Morales Collaguazo Denys Omar

**Tutor:**

Ing. Herrera Mónica

Quito, Octubre 2017



## ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 22 de Septiembre del 2017

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) **MORALES COLLAGUAZO DENYS OMAR** de la carrera de Administración Industrial y de la Producción cuyo tema de investigación fue: **APORTAR AL SECTOR PRODUCTIVO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DE PANADERÍA Y SUS DERIVADOS, EN EL SECTOR DE LA MITAD DEL MUNDO, DURANTE EL AÑO 2017.** Una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.

Ing. **Monica Herrera**  
Tutor del Proyecto

Ing. **German Morillo**  
Lector del Proyecto

Ing. **Galo Cisneros**  
Coordinador de la Unidad de Titulación

Ing. **Fernando Buitrón**  
Director de Escuela  
Carr. Bancaria y Producción

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Dejo constancia que el presente informe es el resultado de la investigación de la autora, quien, basada en los estudios realizados durante la carrera, investigación científica, revisión documental y de campo a llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la investigación. Las ideas, opiniones y comentarios vertidos en este informe son de mi absoluta responsabilidad.



-----

**Morales Collaguazo Denys Omar**

**CC: 1727447128**

## LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, **Morales Collaguazo Denys Omar**, portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 172744712-8 de conformidad con lo establecido en el artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocido en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso que se trate de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esa explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior, o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **APORTAR AL SECTOR PRODUCTIVO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DE PANADERÍA Y SUS DERIVADOS, EN EL SECTOR DE LA MITAD DEL MUNDO, DURANTE EL AÑO 2017.**, con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

**FIRMA**  \_\_\_\_\_

**NOMBRE:** Morales Collaguazo Denys Omar

**CÉDULA:** 1727447128

Quito, a los .....

---

APORTAR AL SECTOR PRODUCTIVO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA  
LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE  
PRODUCTOS DE PANADERÍA Y SUS DERIVADOS, EN EL SECTOR DE LA MITAD DEL  
MUNDO, DURANTE EL AÑO 2017.

## AGRADECIMIENTO

Al haber finalizado este trabajo de titulación deseo expresar mi más profundo agradecimiento a mi tutora la Ing. Mónica Herrera y al Mgs. Diego Imbaquingo por su ayuda en este proceso final.

El más sincero agradeciendo a mi familia, amigos y compañeros que con su permanente aliento y comprensión me ayudaron anímicamente para lograr este objetivo final.

Agradezco sinceramente al Instituto Tecnológico Superior Cordillera por darme la oportunidad de formar parte de esta gran institución.

## DEDICATORIA

Este trabajo de titulación va dedicado principalmente a Dios por darme fuerza, perseverancia y no permitirme desmayar. A mis padres por su apoyo, consejos, reprensiones y por la ayudarme con los recursos necesarios para cumplir con mis estudios.

Gracias también a mis queridos compañeros y amigos que me alentaron especialmente a mi novia por su ayuda y comprensión en los momentos más duros dentro de estos casi 3 años de convivir dentro de un aula de clases. Sylvana, Juan, Javier, Luis, Andrea.

## INDICE GENERAL

<b>DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE.....</b>	<b>i</b>
<b>LICENCIA DE USO NO COMERCIAL.....</b>	<b>ii</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>iv</b>
<b>INDICE GENERAL .....</b>	<b>v</b>
<b>INDICE DE TABLAS.....</b>	<b>xi</b>
<b>INDICE DE FIGURAS.....</b>	<b>xvi</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>xix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xx</b>
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>21</b>
1. Introducción .....	21
1.01 Justificación.....	21
1.02 Antecedentes. ....	22
<b>CAPITULO II .....</b>	<b>24</b>
2.Análisis Situacional.....	24
2.01Ambiente externo. ....	24
2.01.01 Factor económico. ....	24
2.01.02 Factor social. ....	31
2.01.03 Factor Legal. ....	32
2.01.04 Factor Tecnológico.....	35

2.02 Entorno Local.....	37
2.02.01 Clientes. ....	37
2.02.02 Proveedores.....	37
2.02.03 Competidores. ....	38
2.03 Análisis Interno.....	38
2.03.01 Propuesta Estratégica. ....	38
2.03.02 Objetivos. ....	39
2.03.03 Principios y/o valores.....	39
2.04 Gestión Administrativa .....	40
2.05 Gestión Operativa. ....	41
2.05.01 Jornadas de trabajo.....	41
2.05.02 Políticas de producción. ....	43
2.05.03 Cargo de las personas y salarios. ....	43
2.06 Gestión Comercial. ....	43
2.06.01 Producto .....	43
2.06.02 Plaza.....	44
2.06.03 Promoción.....	45
2.06.04 Publicidad .....	45
2.07 Análisis FODA.....	46
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>47</b>

3. Estudio de Mercado.....	47
3.01 Análisis del Consumidor.....	47
3.01.01 Determinación de la Población y muestra.....	47
3.01.02 Técnicas de Recolección de la Información.....	49
3.01.03 Modelo de Encuesta.....	51
3.01.04 Tabulación Encuestas.....	54
3.02 Oferta.....	68
3.02.01 Oferta Histórica.....	68
3.02.02 Oferta Actual.....	68
3.02.03 Oferta Proyectada.....	69
3.03 Productos Sustitutos.....	69
3.03.01 Oferta histórica.....	70
3.03.02 Oferta Actual.....	70
3.04 Demanda.....	71
3.04.01 Demanda Histórica.....	71
3.04.02 Demanda Actual.....	71
3.05 Balance Oferta-Demanda.....	73
3.05.01 Balance Actual.....	73
3.05.02 Balance proyectado.....	73
<b>CAPITULO V.....</b>	<b>75</b>

---

4. Estudio técnico.....	75
4.01 Tamaño del proyecto.....	75
4.01.01 Capacidad instalada. ....	75
4.01.02 Capacidad óptima.....	77
4.04 Localización.....	79
4.04.01 Macro localización.....	79
4.04.02 Micro localización. ....	80
4.04.03 Localización óptima.....	80
4.05 Ingeniería del proyecto. ....	82
4.05.01 Definición del ByS.....	82
4.05.02 Distribución de planta. ....	83
4.06 Procesos productivos. ....	85
4.06.01 Proceso de elaboración. ....	89
4.07 Maquinaria. ....	91
4.08 Equipos. ....	93
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>97</b>
5 Estudio Financiero. ....	97
5.01 Ingresos Operacionales y no Operacionales. ....	97
5.02 Costos.....	98
5.02.01 Costos directos. ....	98

5.02.02 Costos indirectos. ....	100
5.02.03 Proyección Costos directos e indirectos.....	101
5.02.04 Gastos Administrativos. ....	102
5.02.05 Gasto de Ventas.....	104
5.02.06 Costos Financieros. ....	106
5.02.07 Costos Fijos y Variables. ....	106
5.03 Inversiones. ....	107
5.03.01 Inversión fija. ....	107
5.03.02 Activos fijos. ....	107
5.03.03 Activos Nominales (diferidos). ....	109
5.03.04 Capital de trabajo. ....	110
5.03.05 Fuentes de financiamiento y uso de fondos. ....	110
5.03.04 Amortización de financiamiento (tabla de amortización).....	110
5.03.05 Depreciaciones (tabla de depreciación) ....	111
5.03.06 Estado de Situación Inicial.....	112
5.03.07 Estado de Resultados proyectado (a 5 años).....	113
5.03.08 Flujo de caja. ....	114
5.04 Evaluación.....	114
5.04.01 Tasa de descuento. ....	114
5.04.02 VAN. ....	115

---

5.04.03 TIR. ....	115
5.04.04 PRI (Periodo de recuperación de la inversión) .....	115
5.04.05 RBC (Relación Beneficio Costo).....	116
5.04.06 Punto de Equilibrio. ....	117
5.04.07 Análisis de índices financieros.....	120
<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>121</b>
6 Análisis de impactos. ....	121
6.01 Impacto Ambiental.....	121
6.02 Impacto Económico. ....	121
6.03 Impacto Productivo.....	121
6.04 Impacto Social. ....	121
<b>CAPÍTULO VII CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>122</b>
7.01 Conclusiones.....	122
7.01 Recomendaciones. ....	123
<b>Bibliografía .....</b>	<b>124</b>

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tasa de interes en el sector productivo PYMES.....	28
Tabla 2. Proveedores de materia prima.....	37
Tabla 3. Horario De trabajo área Financiera.....	41
Tabla 4. Horarios área de producción.....	42
Tabla 5. Área de comercialización: se utiliza dos diferentes horarios.....	42
Tabla 6. Cargos y salarios de los empleados.....	43
Tabla 7. Proyección de la población.....	49
Tabla 8. Frecuencia pregunta 1.....	54
Tabla 9. Frecuencia de la pregunta 2.....	55
Tabla 10. Frecuencia de la pregunta 3.....	56
Tabla 11. Frecuencia de la pregunta 4.....	57
Tabla 12. Frecuencia de la pregunta 5.....	58
Tabla 13. Frecuencia de la pregunta 6.....	59
Tabla 14. Frecuencia de la pregunta 7.....	60
Tabla 15. Frecuencia de la pregunta 8.....	61
Tabla 16. Frecuencia de la pregunta 9.....	62
Tabla 17. Frecuencia de la pregunta 10.....	63
Tabla 18. Frecuencia de la pregunta 11.....	64
Tabla 19. Frecuencia de la pregunta 12.....	65
Tabla 20. Frecuencia de la pregunta 13.....	66
Tabla 21. Frecuencia de la pregunta 14.....	67
Tabla 22. Oferta actual.....	68
Tabla 23. Oferta proyectada.....	69

Tabla 24. Oferta actual de productos sustitutos. ....	70
Tabla 25. Oferta proyectada productos sustitutos. ....	70
Tabla 26. Demanda. ....	71
Tabla 27. Demanda actual. ....	72
Tabla 28. Cálculo de la demanda actual. ....	72
Tabla 29. Proyección de la demanda. ....	73
Tabla 30. Balance oferta-demanda. ....	74
Tabla 31. Capacidad instalada para el proceso productivo de pan. ....	76
Tabla 32. Capacidad instalada para pastelería. ....	76
Tabla 33. Capacidad instalada para el proceso productivo de galletas. ....	76
Tabla 34. Capacidad óptima por áreas. ....	77
Tabla 35. Capacidad óptima para el pan. ....	77
Tabla 36. Capacidad óptima de los pasteles. ....	78
Tabla 37. Capacidad óptima de las galletas. ....	78
Tabla 38. Macro localización. ....	79
Tabla 39. Localización óptima Factores. ....	80
Tabla 40. Ubicación de locales. ....	81
Tabla 41. Matriz de ponderación. ....	81
Tabla 42. Matriz de ponderación geométrica. ....	81
Tabla 43. Distribución de la planta. ....	83
Tabla 44. Código de cercanía. ....	84
Tabla 45. Razones de cercanía. ....	85
Tabla 46. Procesos de elaboración de pan. ....	89
Tabla 47. Procesos de Elaboración de Pasteles. ....	90

Tabla 48. Proceso de Elaboración de Galletas. ....	91
Tabla 49. Ingresos Operacionales del pan. ....	97
Tabla 50. Ingresos Operacionales Pasteles. ....	97
Tabla 51. Ingresos Operacionales Galletas. ....	98
Tabla 52. Costos directos del Pan. ....	98
Tabla 53. Costos directos de los pasteles y las galletas. ....	98
Tabla 54. Presentación del producto. ....	98
Tabla 55. Costo de mano de obra. ....	99
Tabla 56. Costo de la Materia Prima del Pan. ....	99
Tabla 57. Costo de Materia Prima de los pasteles. ....	100
Tabla 58. Costo de la Materia Prima de las galletas. ....	100
Tabla 59. Costos Indirectos. ....	100
Tabla 60. Proyección Costos directos e indirectos del pan. ....	101
Tabla 61. Proyección Costos directos e indirectos de las galletas. ....	101
Tabla 62. Proyección de Costos directos e indirectos de pasteles. ....	101
Tabla 63. Gastos Administrativos. ....	102
Tabla 64. Gasto del personal administrativo. ....	102
Tabla 65. Material de limpieza. ....	102
Tabla 66. Suministros de oficina. ....	102
Tabla 67. Otros gastos administrativos. ....	103
Tabla 68. Proyección gastos administrativos. ....	103
Tabla 69. Gasto ventas. ....	104
Tabla 70. Proyección gasto en ventas. ....	104
Tabla 71. Gasto del personal de ventas. ....	104

Tabla 72. Gasto servicios básicos ventas. ....	105
Tabla 73. Gasto en equipos para el área de ventas. ....	105
Tabla 74. Costos financieros. ....	106
Tabla 75. Proyección costos anuales. ....	106
Tabla 76. Cuadro de inversiones. ....	107
Tabla 77. Activos fijos. ....	107
Tabla 78. Maquinaria y equipos área de producción. ....	108
Tabla 79. Equipos para el área de venta. ....	108
Tabla 80. Muebles y encerres. ....	108
Tabla 81. Equipos de computación. ....	109
Tabla 82. Equipos de oficina. ....	109
Tabla 83. Activos diferidos. ....	109
Tabla 84. Capital de trabajo. ....	110
Tabla 85. Fuentes de financiamiento. ....	110
Tabla 86. Tabla de amortización. ....	110
Tabla 87. Tabla de depreciación. ....	111
Tabla 88. Estado de situación inicial. ....	112
Tabla 89. Estados de resultados proyectados. ....	113
Tabla 90. Flujo de caja. ....	114
Tabla 91. Tasa de descuento. ....	114
Tabla 92. VAN. ....	115
Tabla 93. TIR. ....	115
Tabla 94. Período de recuperación de la inversión. ....	115
Tabla 95. PAYBACK. ....	116

---

Tabla 96.Relación costo/beneficio. ....	116
Tabla 97.Punto de equilibrio del pan. ....	117
Tabla 98.Punto de equilibrio pasteles. ....	118
Tabla 99.Punto de equilibrio galletas. ....	119

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ejemplo de pan en la antigüedad.....	22
Figura 2. Pan en la actualidad.....	23
Figura 3. PIB en Ecuador años 2009-2017.....	25
Figura 4. Inflación en Ecuador años 2007-2017.....	26
Figura 5. Riesgo País en Ecuador, mes febrero y marzo.....	27
Figura 6. Canasta Familiar Básica - enero 2017.....	29
Figura 7. Evolución de la canasta Familiar Básica e ingreso Familiar.....	29
Figura 8. Tasa de Empleo en Ecuador, 2007-2016.....	30
Figura 9. Tasa de desempleo en Ecuador, 2007-2016.....	31
Figura 10. Ejemplo de registro Sanitario.....	33
Figura 11. Mezcladora de masa.....	36
Figura 12. Cámara de Leudo.....	36
Figura 13. Horno de pan.....	36
Figura 14. Organigrama Estructural.....	40
Figura 15. Organigrama Funcional.....	41
Figura 16. Sitio de ubicación del proyecto.....	44
Figura 17. Micro localización.....	45
Figura 18. población San Antonio.....	48
Figura 19. Gráfico pregunta N°1.....	54
Figura 20 Gráfico pregunta N°2.....	55
Figura 21. Gráfico pregunta N°3.....	56
Figura 22. Gráfico pregunta N°4.....	57
Figura 23. Gráfico pregunta N°5.....	58

Figura 24. Gráfico pregunta N°6.....	59
Figura 25. Gráfico pregunta N°7.....	60
Figura 26. Gráfico pregunta N°8.....	61
Figura 27. Gráfico pregunta N°9.....	62
Figura 28. Gráfico pregunta N°10.....	63
Figura 29. Gráfico pregunta 11. ....	64
Figura 30. Gráfico pregunta N° 12.....	65
Figura 31. Gráfico pregunta N°13.....	66
Figura 32. Gráfico pregunta N°14.....	67
Figura 33. Oferta histórica de los productos sustitutos. ....	70
Figura 34. Macro localización. ....	79
Figura 35. Micro localización. ....	80
Figura 36. Gráfico de localización óptima. ....	82
Figura 37. Distribución de la planta. ....	83
Figura 38. Diseño de planta. ....	84
Figura 39. Diagrama de flujo. ....	86
Figura 40. Diagrama de flujo pasteles.....	87
Figura 41. Diagrama de flujo galletas. ....	88
Figura 42. Horno .....	91
Figura 43. Amazadora.....	92
Figura 44. Mezcladora. ....	92
Figura 45. Mesa.....	93
Figura 46. Guantes. ....	93
Figura 47. Moldes. ....	93

---

Figura 48.Bolillo.....	94
Figura 49.Coches .....	94
Figura 50.Latas. ....	94
Figura 51.Brochas.....	95
Figura 52.Recipientes. ....	95
Figura 53.Balanza. ....	95
Figura 54. Paneras.....	96
Figura 55.Gráfico punto de equilibrio del pan.....	117
Figura 56.Gráfico punto de equilibrio pasteles.....	118
Figura 57.Gráfico punto de equilibrio galletas. ....	119
Figura 58.Análisis de índices financieros. ....	120

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto se lo lleva a cabo para satisfacer la demanda del sector en el que se lo va a realizar, brindando a sus clientes un producto de calidad bajo adecuados estándares de higiene basado en las buenas prácticas de manufactura (BPM) con la correcta limpieza de nuestras instalaciones, maquinaria, equipos además de la correcta higiene de nuestro personal y la correcta manipulación de los desechos. Este proyecto prioriza el trabajo con materia prima de la más alta calidad teniendo en cuenta siempre la satisfacción completa y posteriormente fidelidad la cual la obtendremos innovándonos y teniendo una mejora continua en nuestros procesos y servicios.

El pan ha estado presente en la alimentación desde siempre según libros de investigación los primeros hombres o los nómadas sedentarios fueron quienes lo crearon.

En la actualidad el consumo del pan ha tenido un declive debido a la preocupación de la gente por su salud adoptando dietas y apartando de su consumo diario a este producto. Algunos investigadores culpan del declive del porcentaje de consumo del pan a la mala calidad de este debido a que ya no es un proceso completamente artesanal y en el cual también se utilizan aditivos como esencias y colorantes llevándolo hacer un proceso casi industrial.

El proyecto estará enfocado a la creación de un producto de calidad, además de también crear plazas de empleo basándonos en el plan nacional del buen vivir o *sumak kawsay* brindando un trabajo digno y con todos los beneficios de ley a nuestros futuros empleados.

## ABSTRACT

The present project is carried out to satisfy the demand of the sector in which it is going to be realized, offering to its customers a product of quality under suitable hygiene standards based on the good practices of manufacture (BPM) with the correct cleaning of our facilities, machinery, equipment besides the correct hygiene of our personnel and the correct handling of the waste. This project prioritizes the work with raw material of the highest quality taking into account always the complete satisfaction and later fidelity which we will obtain Innovating and having a continuous improvement in our processes and services.

The bread has been present in our food since always according to research books the first primitive men who introduced it were those who went from being nomadic to sedentary.

At present, the consumption of bread has had a decline due to people's concern about their health by adopting diets and away from their daily consumption of this product. Some researchers blame the decline of the percentage of consumption of bread to the poor quality of this because it is no longer a completely handcrafted process and in which additives are also used as essences and dyes leading to an almost industrial process.

The project will focus on the creation of a quality product, conversely, also creating job vacancies based on the national plan of good living or *sumak kawsay* providing a decent job and with all the benefits of law to our future employees.

## CAPÍTULO I

### 1. Introducción

#### 1.01 Justificación.

El presente proyecto se lo lleva a cabo para satisfacer la demanda del sector en el que se lo va a realizar, brindando a sus clientes un producto de calidad, y agregándole un plus que se lo vendería puerta a puerta bajo pedido, evitando que los clientes tengan que movilizarse para adquirir el producto y así satisfacer sus necesidades.

Con el servicio puerta a puerta que les brindaremos, se busca eliminar una problemática que siempre habido, el levantarse todos los días a comprar el pan y demás productos para el desayuno diario o a su vez las personas lo hacen un día antes obteniendo para el desayuno un producto guardado del día anterior, por ese motivo nosotros ofrecemos un producto fresco, de calidad y en la puerta de cada casa.

Basados en los objetivos del plan del buen vivir el proyecto se enfoca en el objetivo 3: Mejorar la calidad de vida de la población, ya que la constitución en el artículo 66 establece “el derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación y nutrición”, en donde se pueda obtener alimentos de buena calidad.

## 1.02 Antecedentes.

El objetivo de este proyecto es brindar a nuestros futuros clientes y amigos de la localidad en el cual se lo va a ejecutar un producto de calidad, confianza, y apto para el consumo bajo todos los parámetros de calidad y salubridad.

El pan ha estado presente en nuestra alimentación desde siempre según libros de investigación los primeros hombres primitivos los cuales lo introdujeron fueron los cuales pasaron de ser nómadas a sedentarios los cuales cosechaban sus propios granos en los cuales los molían y mojaban y posteriormente los dejaban en una fuente de calor.

Según Homero, uno de los más famosos de los poetas de la Grecia antigua, había dos clases de hombres, los que comían pan y los bárbaros. Una cita que explica cuánto, en la época, el pan se asociaba a la idea de civilización. (TAMAYO, EL PARISIEN, 2010).



Figura 1. Ejemplo de pan en la antigüedad.

Lo que se sabe con certeza, es que los egipcios fueron los primeros panaderos profesionales y se piensa que inventaron también el horno de pan.

Más tarde, los romanos adoptaron sus prácticas y las extendieron a través de su imperio. El pan así se convirtió en un elemento esencial de la alimentación.

La palabra ‘pan’ es resultante del latín ‘panis’ lo que designaba el alimento hecho de una masa de harina diluida en agua y cocida en un horno.

El pan que hoy se trae a la mesa y el que se compra en el mercado, es de una blancura deslumbrante y de un gusto sorprendente. El arte de fabricarlo, perfeccionado, que nació en el siglo pasado en Sicilia, se revela en nuestra patria en todo su esplendor y hemos de decir que se ha mejorado extraordinariamente la fabricación de los amasados. Hoy poseemos mil medios de transformar, toda clase de harinas en una alimentación tan sana como agradable. Añadiendo un poco de aceite, de leche o de sal a la harina de cereales encontraréis los panes más delicados.



Figura 2. Pan en la actualidad.

## CAPITULO II

### 2.Análisis Situacional.

#### 2.01Ambiente externo.

##### 2.01.01 Factor económico.

##### **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. (Economia.com, s.f.).

El Producto Interno Bruto (PIB) es el valor de los bienes y servicios de uso final generados por los agentes económicos durante un período. Su cálculo en términos globales y por ramas de actividad- se deriva de la construcción de la Matriz Insumo-Producto, que describe los flujos de bienes y servicios en el aparato productivo, desde la óptica de los productores y de los utilizadores finales. (Banco Central del Ecuador., s.f.).



Figura 3. PIB en Ecuador años 2009-2017.  
Fuente: Investigación.

### Análisis:

Este indicador para el estudio de nuestro proyecto nos resalta que en los últimos 5 años no ha tenido gran variación ya que el Ecuador ha logrado tener una estabilidad en sus exportaciones tanto en el sector petrolero, bananero, florícola etc. Con esto también se ha logrado mantener los puestos de trabajo y el cual llega a dar nuestra gente liquidez para satisfacer sus necesidades una de estas la alimentación.

El consumo del pan en nuestra dieta diaria ha estado siempre presente el cual el sector panificador ha crecido un 50% en los últimos 100 años y lo cual se ha convertido en un sector muy rentable.

### Inflación.

La inflación es el aumento generalizado y sostenido de los precios de bienes y servicios en un país durante un período de tiempo sostenido, normalmente un año. Cuando el nivel general de precios sube, con cada unidad de moneda se adquieren menos bienes y servicios. Es decir, que la inflación

refleja la disminución del poder adquisitivo de la moneda: una pérdida del valor real del medio interno de intercambio y unidad de medida de una economía. Para medir el crecimiento de la inflación se utilizan índices, que reflejan el crecimiento porcentual de una 'cesta de bienes' ponderada. (El Economista, 2016).

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de ingresos y gastos de los hogares. (Banco Central del Ecuador., s.f.)

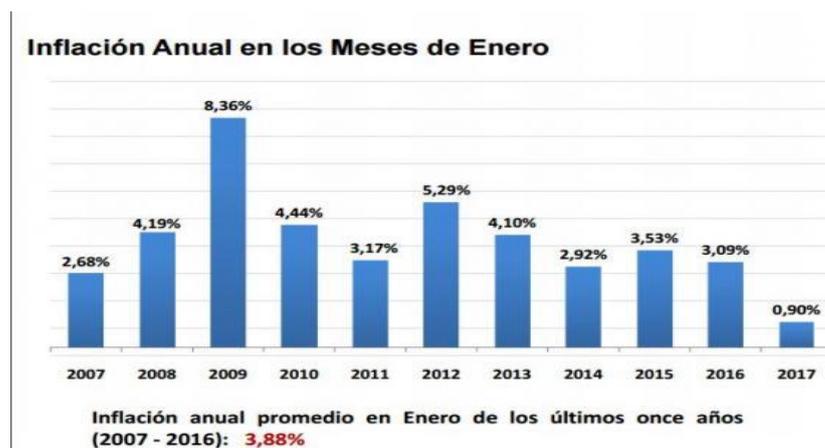


Figura 4. Inflación en Ecuador años 2007-2017.  
Fuente: Investigación.

### Análisis:

La inflación nos puede arrojar información muy trascendental para el estudio de factibilidad en un proyecto el cual nos ayudaría para proyectar a futuro nuestras ventas.

El precio del pan en los últimos 10 años ha tenido un incremento sustancial el cual no ha sido factor para el no consumo del mismo ya que tiene

aún un precio muy cómodo para el bolsillo de sus consumidores y por su gusto a consumidor siempre va ser consumido en el precio que este.

### Riesgo país.

El concepto de riesgo país, hace referencia a la probabilidad de que un país, emisor de deuda, sea incapaz responder a sus compromisos de pago de deuda, en capital e intereses, en los términos acordados. En tal sentido se pueden mencionar tres fuentes de las que proviene el riesgo de incumplimiento de una obligación: **Riesgo Soberano, Riesgo de Transferencia y Riesgo Genérico.** (Montilla, 2007).

#### Riesgo País de Ecuador

Desde el 14 de febrero hasta el 14 de marzo de 2017

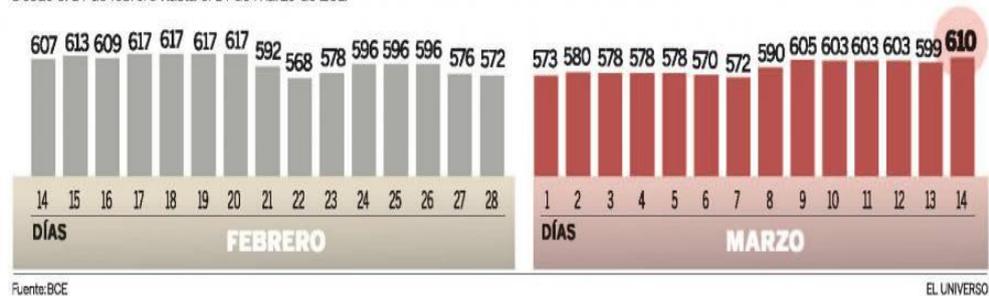


Figura 5. Riesgo País en Ecuador, mes febrero y marzo.  
Fuente: Investigación.

### Análisis:

El riesgo país es un factor en el que los inversionistas extranjeros se basan para ellos querer invertir en un país, si el riesgo país del Ecuador sube eso afectaría a todo el país incluyendo a la empresa porque tal vez se perdería la oportunidad de asociarnos a un inversionista extranjero para poder exportar los productos.

### Tasas interés.

“La tasa de interés es el precio del dinero en el mercado financiero. Al igual que el precio de cualquier producto, cuando hay más dinero la tasa baja y cuando hay escasez sube.” (Banco Central del Ecuador., s.f.)

Existen dos tipos de tasas de interés: la tasa pasiva o de captación, es la que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado; la tasa activa o de colocación, es la que reciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados. Esta última siempre es mayor, porque la diferencia con la tasa de captación es la que permite al intermediario financiero cubrir los costos administrativos, dejando además una utilidad. La diferencia entre la tasa activa y la pasiva se llama margen de intermediación. (Banco Central del Ecuador., s.f.).

Tabla sobre las tasas de interés en el segmento productivo Pymes durante los últimos cinco años:

Tabla 1. Tasa de interes en el sector productivo PYMES.

Años	2012	2013	2014	2015	2016	Mayo 2017
<i>Productivo PYMES</i>	11.20%	11.20%	11.19%	10.64%	11.77%	11.49%

Fuente: Investigación.

### **Análisis:**

Las tasas de interés nos muestran que para el segmento de las PYMES no han variado mucho y más bien se han mantenido en un porcentaje,

beneficiando a los pequeños y medianos productores para que hacer préstamos en beneficio de las empresas sin pagar una tasa de interés tan alta.

### Canasta básica.

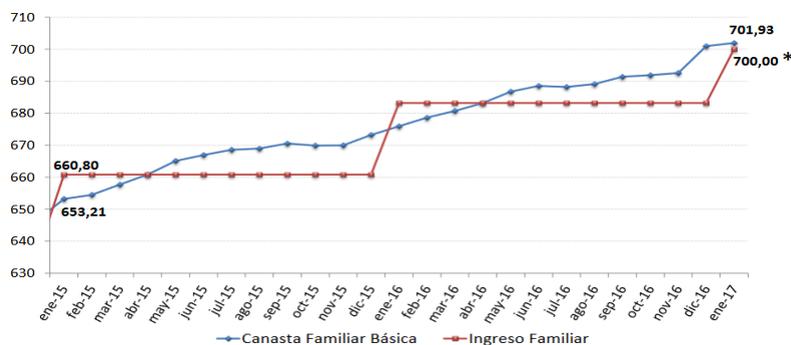
La Canasta Familiar Básica (CFB) es un conjunto de bienes y servicios que son imprescindibles para satisfacer las necesidades básicas del hogar tipo compuesto por 4 miembros con 1,6 perceptores de ingresos, que ganan la remuneración básica unificada. Calcular el costo de esta canasta es necesario para el análisis de la relación entre remuneraciones e inflación. (INEC, s.f.).



Figura 6. Canasta Familiar Básica - enero 2017.

Fuente: Investigación.

### Evolución de la Canasta Básica e Ingreso Familiar



\* Este ingreso familiar mensual no considera los fondos de reserva.

Figura 7. Evolución de la canasta Familiar Básica e ingreso Familiar.

Fuente: Investigación.

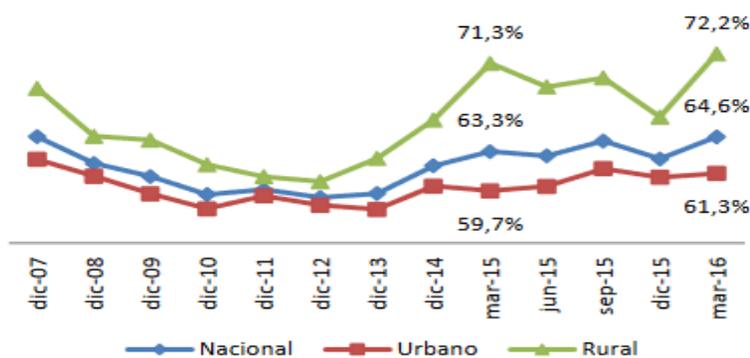
### Análisis:

La canasta básica en la actualidad está en \$ 701.93 y el ingreso familiar en \$700.00, refiriéndonos a nuestros productos esto nos beneficia porque es uno de los productos que está dentro de la canasta básica y que si el ingreso familiar puede cubrir la canasta básica eso significa que compraran nuestro producto.

### Población económicamente activa.

La PEA está conformada por las personas de 10 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia, o que no laboraron, pero tuvieron empleo (ocupados), o bien, aquellas personas que no tenían empleo, pero estaban disponibles para trabajar y buscaban empleo (desocupados). (INEC, s.f.).

**Figura 6. Tasa bruta de empleo a nivel nacional, urbano, rural 2007-2016.**

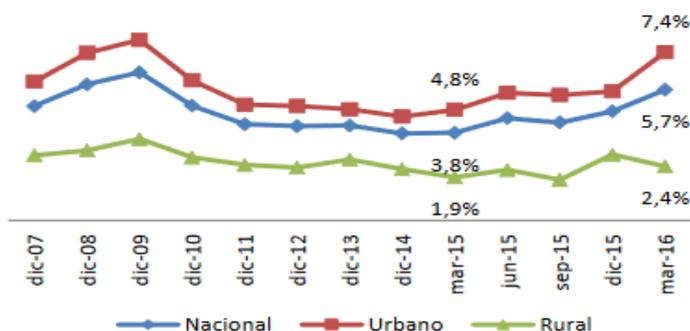


Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU).

Figura 8. Tasa de Empleo en Ecuador, 2007-2016

Fuente: Investigación.

**Figura 3. Tasa de desempleo a nivel nacional, urbano y rural 2007-2016.**



Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU).

Figura 9. Tasa de desempleo en Ecuador, 2007-2016

Fuente: Investigación.

### Análisis:

En los últimos años en Ecuador la tasa de personas que cuentan con un empleo ha decrecido mientras que la tasa de desempleo ha crecido en el sector urbano, este indicador afecta a la empresa porque si las personas pierden su empleo tienen menos poder adquisitivo para comprar nuestro producto.

### 2.01.02 Factor social.

#### Cultura

La cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias y que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo,

se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden. (UNESCO, s.f.).

### **Análisis:**

La cultura de las personas es uno de los factores que influye para que el producto se venda en mayor cantidad, la mayoría de personas consumen pan por lo menos una vez al día porque es una costumbre que tiene la sociedad de todos los días consumir ya sea en el desayuno, como refrigerio o en la cena este producto.

### **2.01.03 Factor Legal.**

#### **RUC.**

“Como primer paso, para identificar a los ciudadanos frente a la Administración Tributaria, se implementó el Registro Único de Contribuyentes (RUC), cuya función es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la Administración Tributaria.” (SRI, s.f.).

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos. (SRI, s.f.).

### **Análisis:**



### **Permiso del Cuerpo de Bomberos.**

Diario El telégrafo publica que:

El trámite consistirá en un registro electrónico del cumplimiento de las condiciones de seguridad contra incendios implementadas en el área física del establecimiento comercial o negocio, para obtener, por la misma vía, la autorización de la entidad contra el fuego y continuar con el procedimiento en el Cabildo. (El telegrafo, 2014).

#### **Análisis:**

El permiso del cuerpo de bomberos es uno de los requisitos para que el establecimiento pueda abrir sus puertas, ya que se debe cumplir con ciertos estándares de salubridad y seguridad en la parte física de la empresa.

### **Buenas Prácticas de Manufactura.**

Las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) se aplican en todos los procesos de elaboración y manipulación de alimentos y son una herramienta fundamental para la obtención de productos inocuos. Constituyen un conjunto de principios básicos con el objetivo de garantizar que los productos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y se disminuyan los riesgos inherentes a la producción y distribución. (Intedya, s.f.).

#### **Análisis:**

Las buenas prácticas de manufactura son indispensables para la obtención de productos de calidad, manteniendo la inocuidad de los alimentos,

la limpieza de la infraestructura en donde se realiza los procesos productivos, así como la higiene en la maquinaria y sin escatimar también higiene en el personal de trabajo.

### **Normas INEN.**

El Instituto Ecuatoriano de Normalización, INEN, es una entidad técnica de Derecho Público, con personería jurídica, patrimonio y fondos propios, con autonomía administrativa, económica, financiera y operativa, siendo el organismo técnico nacional competente, en materia de reglamentación, normalización y metrología, en conformidad con lo establecido en las leyes de la República y en tratados, acuerdos y convenios internacionales. (INEN, 2009).

Las normas técnicas ecuatorianas que regulan este tipo de proyecto son las siguientes:

- Norma NTE INEN 2945.Pan. Requisitos.
- Norma RTE INEN 150 "PRODUCTOS FARINÁCEOS"

#### **2.01.04 Factor Tecnológico.**

Dentro del factor tecnológico la empresa va necesitar la siguiente maquinaria:

- Mezcladora: se utiliza para incorporar y mezclar todos los ingredientes de la masa.
- Cámara de leudado: sirve para que la masa leude.
- Horno eléctrico: para hornear la masa.
- Además de otros materiales de trabajo como latas y el coche.



Figura 11. Mezcladora de masa.  
Fuente: Investigación.



Figura 12. Cámara de Leudo.  
Fuente: Investigación.



Figura 13. Horno de pan.  
Fuente: Investigación.

## 2.02 Entorno Local.

### 2.02.01 Clientes.

Nuestros clientes son todas las personas que tienen el poder de adquirir los productos, los principales consumidores pueden ser las familias de clase media y baja al brindar productos con estándares de precios bajo.

### 2.02.02 Proveedores.

Las empresas que son proveedores para la panificadora son las siguiente:

Tabla 2. Proveedores de materia prima.

<i>Nombre</i>	<i>Producto</i>	<i>Teléfono</i>
<i>Fleishman</i>	Levadura	
<i>Molino La Moderna</i>	Harina, manteca	
<i>DIPOR</i>	Azúcar, sal	
<i>Levapan</i>	Productos de pastelería	02-2677011
<i>Proveedor independiente</i>	Huevos	
<i>Ludafa</i>	Crema pastelera	
<i>Vita leche</i>	Leche	

Fuente: Investigación de campo.  
Elaborado por: Denys Morales.

Quienes nos ofrecen productos de calidad a un precio conveniente.

### **2.02.03 Competidores.**

Los principales competidores que tiene la panificadora es la Panadería Lojana, que ofrece casi la misma línea de producto, pero la diferencia nuestros productos es la utilización de materia prima de calidad, además de que el servicio de atención al cliente se va a caracterizar por la buena atención y la amabilidad con los clientes.

## **2.03 Análisis Interno**

### **2.03.01 Propuesta Estratégica.**

La planeación estratégica es la elaboración, desarrollo y puesta en marcha de distintos planes operativos por parte de las empresas u organizaciones, con la intención de alcanzar objetivos y metas planteadas. Estos planes pueden ser a corto, mediano o largo plazo. (Porto & Gardey, 2008).

#### **Misión.**

La Panadería "Espiga Bendita" es una empresa que brinda un servicio de excelencia y calidad con productos innovadores de Panadería bajo normas estrictas de higiene y salubridad con personal alta mente capacitado con tecnología de punta para ofrecer a sus clientes una nueva alternativa en pan y tortas.

#### **Visión.**

Nuestra visión como empresa es establecernos como una cadena de venta y distribución de productos de panadería al por mayor y menor logrando acaparar todo el norte de la capital.

### 2.03.02 Objetivos.

#### Objetivo general.

- Ser líderes en el campo de producción y comercialización de productos de panificación, con una atención personalizada, el respeto y la eficiencia y eficacia para brindar el mejor servicio a nuestros clientes.

#### Objetivos Específicos.

- Expandir nuestro potencial mercado participando en ferias anualmente y así dándonos a conocer para poder obtener más rentabilidad.
- Ser competitivos en precio y calidad de nuestros productos.
- Innovación constante en nuestros productos, materia prima y tecnología.

### 2.03.03 Principios y/o valores.

- **Honestidad:** Actuamos con rectitud e integridad, manteniendo un trato equitativo con todos nuestros clientes.
- **Respeto:** Se caracterizará por tener apertura al recibir críticas constructivas que ayuden en el mejoramiento de nuestro personal.
- **Innovación:** Se enfoca en la creación de nuevos productos dando un valor agregado en cada uno de ellos, proporcionando más opciones a nuestros clientes.
- **Responsabilidad y eficiencia:** Realizan un trabajo a conciencia utilizando los recursos estrictamente necesarios en la elaboración de cada uno de nuestros productos.

- **Participación:** El factor humano es el activo más valioso que tiene la Panadería y Pastelería "ESPIGA REAL" su iniciativa, sus ideas y su participación son fundamentales para el éxito corporativo.

## 2.04 Gestión Administrativa

### Organigrama estructural

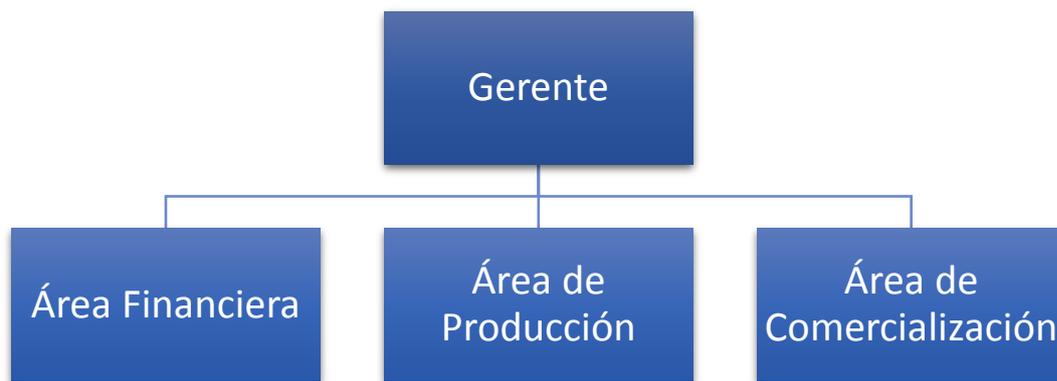


Figura 14. Organigrama Estructural.  
Elaborado por: Denys Morales.

### Organigrama funcional:

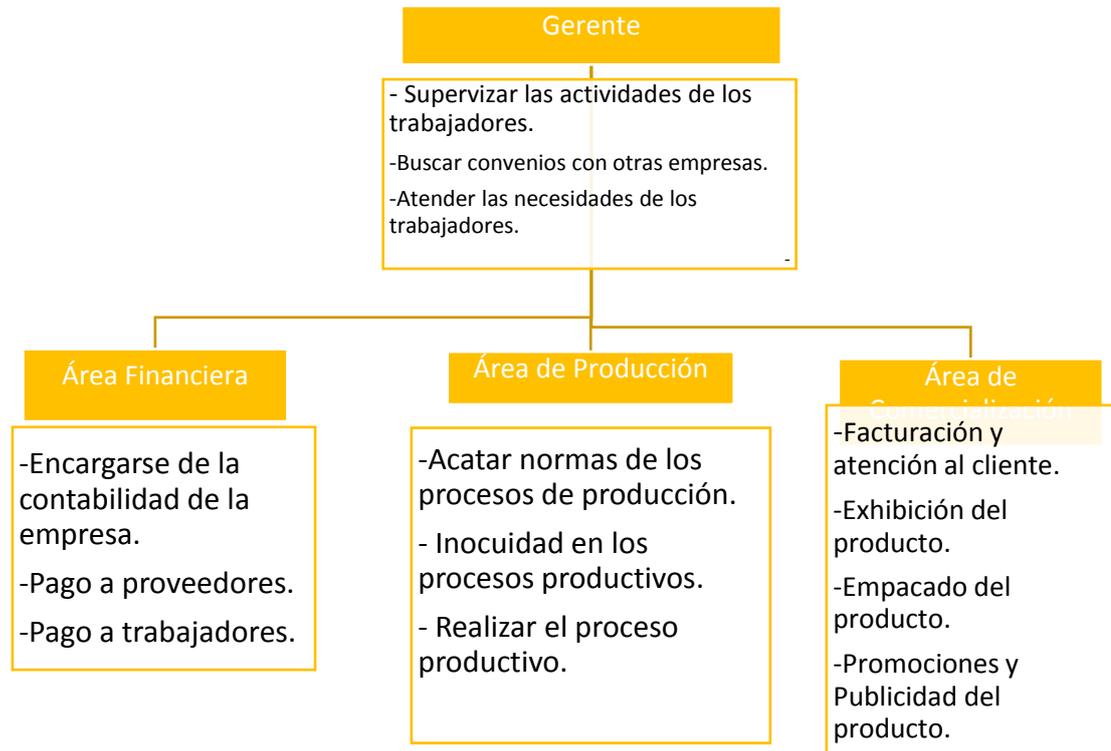


Figura 15. Organigrama Funcional.  
Elaborado por: Denys Morales.

## 2.05 Gestión Operativa.

### 2.05.01 Jornadas de trabajo.

Las Jornadas de trabajo en la empresa se dividen de la siguiente manera:

- Área Financiera

Tabla 3. Horario De trabajo área Financiera.

DÍA DE LA SEMANA	HORA ENTRADA	HORA DE SALIDA
LUNES	8:00 am	16:30pm
MARTES	8:00 am	16:30pm
MIÉRCOLES	8:00 am	16:30pm
JUEVES	8:00 am	16:30pm
VIERNES	8:00 am	16:30pm

Elaborado por: Denys Morales.

Tabla 4. Horarios área de producción.

DÍA DE LA SEMANA	HORA ENTRADA	HORA DE SALIDA
LUNES	19:00 pm	6:30 am
MARTES	19:00 pm	6:30 am
MIÉRCOLES	19:00 pm	6:30 am
JUEVES	19:00 pm	6:30 am
VIERNES	19:00 pm	6:30 am
SÁBADO	19:00 pm	6:30 am
DOMINGO	19:00 pm	6:30 am

Elaborado por: Denys Morales.

Tabla 5. Área de comercialización: se utiliza dos diferentes horarios

DÍA DE LA SEMANA	HORA ENTRADA	HORA DE SALIDA
LUNES	6:00am	14:00pm
MARTES	6:00am	14:00pm
MIÉRCOLES	6:00am	14:00pm
JUEVES	6:00am	14:00pm
VIERNES	6:00am	14:00pm
SÁBADO	6:00am	22:00pm
DOMINGO	6:00am	22:00pm
<b>DÍA DE LA SEMANA</b>	<b>Hora entrada</b>	<b>Hora de salida</b>
LUNES	14:00pm	22:00pm
MARTES	14:00pm	22:00pm
MIÉRCOLES	14:00pm	22:00pm
JUEVES	14:00pm	22:00pm
VIERNES	14:00pm	22:00pm
SÁBADO	6:00am	22:00pm
DOMINGO	6:00am	22:00pm

Elaborado por: Denys Morales.

### 2.05.02 Políticas de producción.

- Acatar normas de calidad de los productos.
- Utilizar materia prima seleccionada con el fin de obtener un buen producto.
- Higiene en la maquinaria de trabajo e infraestructura de la empresa.
- Higiene en el personal de trabajo de la empresa.
- Cumplimiento de las características de los pedidos.

### 2.05.03 Cargo de las personas y salarios.

Tabla 6. Cargos y salarios de los empleados.

<i>Cargo en la Empresa</i>	<i>Salario</i>
Gerente	\$500,00
Contadora	\$450,00
Panadero	\$500,00
Ayudante del panadero	\$400,00
Pastelero	\$400,00
Atención al cliente	\$375.00

Elaborado por: Denys Morales.

## 2.06 Gestión Comercial.

### 2.06.01 Producto

Los productos que van a ofrecer en la Panadería y Pastelería La Espiga Real, son productos de panadería y pastelería de buena calidad y a precios accesibles, con materia prima excelente y cumpliendo todos los estándares de salubridad que se regulan la calidad de nuestros productos.

## 2.06.02 Plaza

La panificadora la “Espina Real” estará ubicada en San Antonio de Pichincha, en la avenida Equinoccial y Pucará esquina.



Figura 16. Sitio de ubicación del proyecto.  
Elaborado por: Denys Morales.  
Fuente: Investigación de campo.

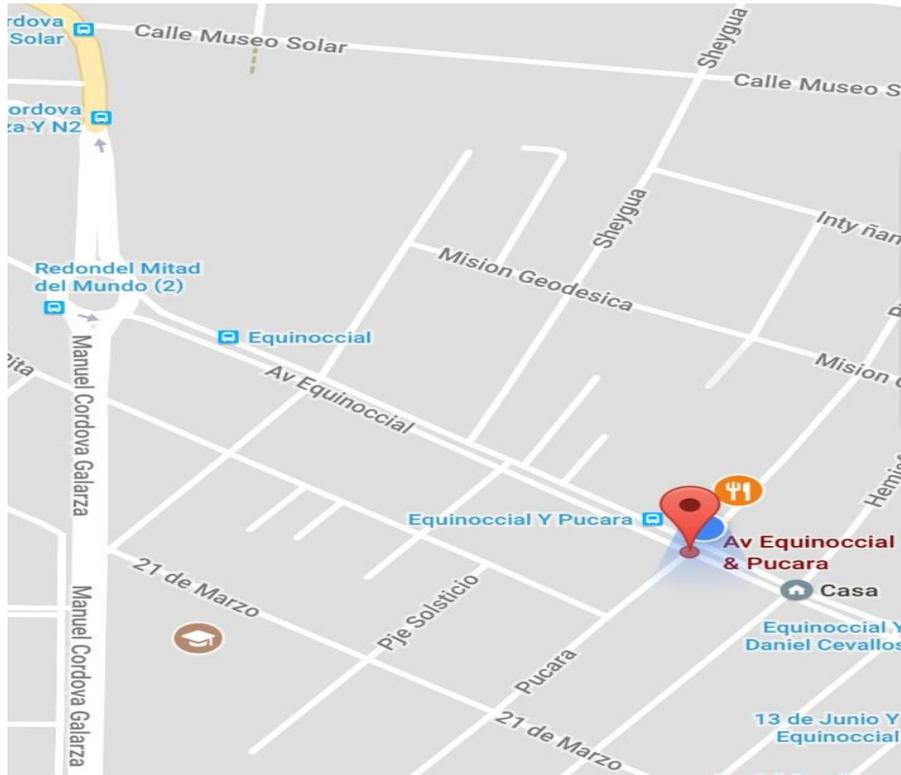


Figura 17. Micro localización.  
Elaborado por: Denys Morales.  
Fuente: Investigación de campo.

### 2.06.03 Promoción

- Por la compra de más de 100 unidades, se le hará un descuento en el precio del pan.
- En fechas especiales como día de la madre, San Valentín y Navidad se dará un cupón por la compra de tortas, para que participe en un sorteo.

### 2.06.04 Publicidad

- Asistir a ferias de emprendimientos para dar a conocer a la empresa.
- Realizar publicidad con parlantes y micrófono en el local comercial para atraer más clientela.

- Repartir volantes con las promociones de la panificadora y la ubicación.

## 2.07 Análisis FODA.

### Fortalezas:

- Innovación en los productos.
- Utilización de materia prima de excelente calidad y buen costo.
- Productos que satisfacen las necesidades de los consumidores.
- Personal capacitado para realizar las labores productivas y de atención al cliente.

### Oportunidades:

- Expansión en la ciudad de Quito.
- Ampliación de las instalaciones productivas.
- Creación de sucursales en la ciudad.
- Creación de nuevos productos para la satisfacción del cliente.

### Debilidad:

- Falta de experiencia por ser una empresa nueva.
- Falta de capacidad productiva para cumplir con la demanda del mercado.
- Retrasos en la entrega del producto.

### Amenazas:

- Competencia con productos similares.
- Políticas de gobierno que afecte a la empresa.
- Nuevas panificadoras en el sector.

## CAPÍTULO III

### 3. Estudio de Mercado.

El objetivo de todo estudio de mercado ha de ser terminar teniendo una visión clara de las características del producto o servicio que se quiere introducir en el mercado, y un conocimiento exhaustivo de los interlocutores del sector. Junto con todo el conocimiento necesario para una política de precios y de comercialización. Con un buen estudio de mercado nos debería quedar clara la distribución geográfica y temporal del mercado de demanda. (Rico, 2005).

#### 3.01 Análisis del Consumidor.

Análisis de las necesidades, gustos, preferencias, deseos, hábitos de consumo, comportamientos de compra, costumbres, actitudes y demás características de los consumidores que conforman un mercado objetivo, que se realiza con el fin de poder, en base a dicho análisis, tomar decisiones o formular estrategias que permitan atenderlos de la mejor manera posible o que mejores resultados puedan tener en ellos. (CreceNegocios, 2017).

##### 3.01.01 Determinación de la Población y muestra.

##### **Población.**

El concepto de población proviene del término latino *populatio*. En su uso más habitual, la palabra hace referencia al grupo formado por las personas que viven en un determinado lugar o incluso en el planeta en general. También

permite referirse a los espacios y edificaciones de una localidad u otra división política, y a la acción y las consecuencias de poblar. (Pérez Porto & Merino, 2012).

### Muestra.

“Una muestra es una parte o una porción de un producto que permite conocer la calidad del mismo.” (Pérez Porto & Merino, Definiciones.com, 2009).

### Calculo para determinar la muestra:

**Cuadro N°: Población Total**

Población			
Año	Hombres	Mujeres	Total
2001	9741	10075	19816
2010	15912	16445	32357
2015 (Proy.)	-	-	36873

FUENTE: INEC Censo de Población y Vivienda 2001 - 2010 y Proyecciones de Población

**Cuadro N: Tabla de crecimiento total**

Tasa de Crecimiento Poblacional			
Año	Hombres	Mujeres	Total
1990 - 2001	4.19%	4.22%	4.20%
2001 - 2010	5.45%	5.44%	5.45%

FUENTE: INEC Población y Tasas de Crecimiento Intercensal de 2010-2001-1990 por sexo, según parroquias

Figura 18. población San Antonio  
Elaborado por: Denys Morales.  
Fuente: Investigación de campo.

## Proyección al 2016.

Tabla 7. Proyección de la población.

Proyección	Tasa de crecimiento	Total
2016	5.45%	38.883 habitantes.

Elaborado por: Denys Morales.  
Fuente: Investigación de campo.

**n:** muestra

**N:** población= 36873

**e:** margen de error =5% = 0.05

**p:** probabilidad de éxito= 50%= 0.5

**q:** probabilidad de fracaso= 50%=0.5

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

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 36873}{(0.05)^2 * (36873 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 380,20$$

$$n = 381$$

### 3.01.02 Técnicas de Recolección de la Información.

La técnica de recolección de información que se va utilizar en este proyecto es la encuesta.

### **La Encuesta:**

Se denomina encuesta al conjunto de preguntas especialmente diseñadas y pensadas para ser dirigidas a una muestra de población, que se considera por determinadas circunstancias funcionales al trabajo, representativa de esa población, con el objetivo de conocer la opinión de la gente sobre determinadas cuestiones corrientes y porque no también para medir la temperatura de la gente acerca de algún hecho específico que se sucede en una comunidad determinada y que despierta especial atención entre la opinión pública y que capaz requiere de la realización de una encuesta para conocer más a fondo cuál es la sensación de la gente y así proceder. (Definiciones ABC, 2017).

### 3.01.03 Modelo de Encuesta.

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCIÓN**

Encuesta de Factibilidad de una panificadora.

Nº .....

Objetivos:

- Segmentar a la población de San Antonio de Pichincha de acuerdo a sus gustos y preferencias.
- Brindar un producto de calidad que sea del agrado de los posibles clientes.
- Obtener información estadística sobre el consumo de pan y tortas en la parroquia de San Antonio de Pichincha; con fines académicos.

Indicaciones:

- Responder la encuesta de acuerdo con su criterio, gustos y preferencias.
- Escoger una sola opción.
- Responder con esferográfico color azul o negro.

PREGUNTA 1. Indique su género.

1. Femenino
2. Masculino

PREGUNTA 2. Indique en que rango de edad se encuentra.

1. Menos de 18 años
2. 18-30 años
3. 30-40 años
4. 40-50 años
5. Más de 50 años

PREGUNTA 3. Indique que rango de ingreso mensual tiene usted.

1. Menos del sueldo básico.
2. Sueldo básico
3. USD 376-450 dólares

4. USD 451-550 dólares
5. Más de 550 dólares

PREGUNTA 4. Considera que el pan es un producto indispensable en el desayuno.

1. SI
2. NO

PREGUNTA 5. Usted estaría de acuerdo que en la parroquia de San Antonio de Pichincha se implemente una Panificadora.

1. SI
2. NO

PREGUNTA 6. Con que frecuencia usted consume pan.

1. Diariamente
2. Semanalmente
3. Quincenalmente
4. Mensualmente

PREGUNTA 7. Qué tipo de pan consume con mayor frecuencia.

1. Dulce
2. Integral
3. Normal

PREGUNTA 8. De qué precio es el pan que más consume.

1. \$0.12 c/u
2. \$0.15 c/u
3. \$0.16 c/u
4. \$0.18 c/u
5. Más de \$0.18 c/u

PREGUNTA 9. Que otros productos aparte de pan compra con mayor frecuencia en una panificadora.

1. Pastelería
2. Galletería

3. Postres en hojaldre

PREGUNTA 10. Que cantidad de panes consume diariamente usted o su familia.

1. 1 a 3 unidades
2. 4 a 8 unidades
3. 9 a 12 unidades
4. Más de 12 unidades

PREGUNTA 11. En que horario usted va a comprar pan.

1. 6:00 am – 8:00 am
2. 8: 00am – 10:00 am
3. 10:00 am -13:00 pm
4. 13:00 pm – 17:00 pm
5. 17:00 pm – 19:00 pm
6. 19:00 pm – 22:00 pm

PREGUNTA 12. Le gustaría que la panificadora ofrezca un servicio de entrega a domicilio.

1. SI
2. NO

PREGUNTA 13. Estaría dispuesto a pagar un más por el producto cuando le entregan a domicilio.

1. SI
2. NO

PREGUNTA 14. En que podría diferenciarse la panificadora del resto.

1. Precio
2. Calidad
3. Entrega a domicilio

### 3.01.04 Tabulación Encuestas.

#### PREGUNTA 1. Indique su género.

Tabla 8. Frecuencia pregunta 1.

PREGUNTA 1. Indique su género					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	femenino	242	63,7	63,7	63,7
	masculino	138	36,3	36,3	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Encuestas.

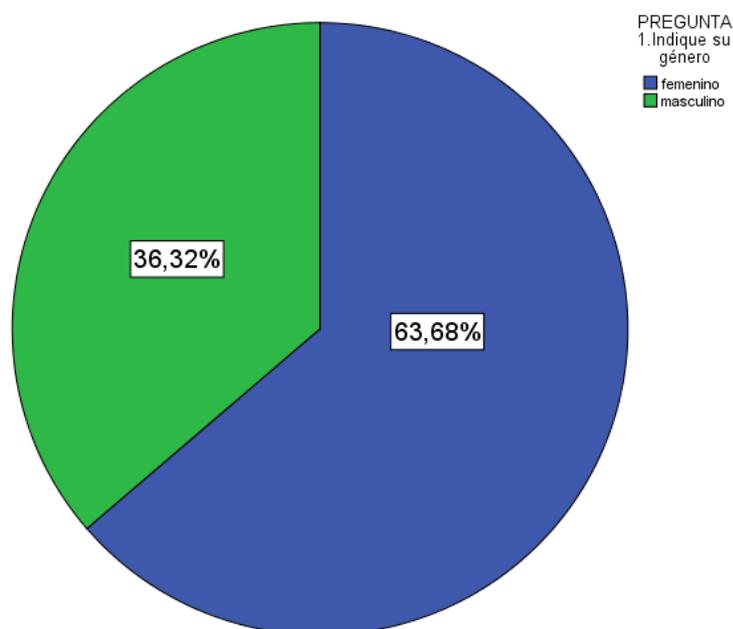


Figura 19. Gráfico pregunta N°1.

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Encuestas.

#### Análisis:

En el gráfico de tabulación de la primera pregunta se puede observar que el 63,68% de personas encuestadas fueron femeninas y la diferencia de 36,32% de personas perteneces al género masculino.

**PREGUNTA 2. Indique en que rango de edad se encuentra.**

Tabla 9. Frecuencia de la pregunta 2.

		PREGUNTA 2. Indique en que rango de edad se encuentra.			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de 18 años	5	1,3	1,3	1,3
	18-30 años	113	29,7	29,7	31,1
	30-40 años	138	36,3	36,3	67,4
	40-50 años	94	24,7	24,7	92,1
	Más de 50 años	30	7,9	7,9	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Encuestas.

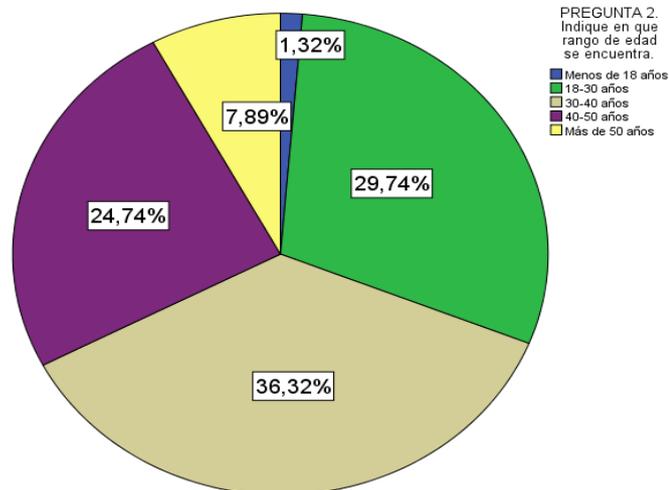


Figura 20 Gráfico pregunta N°2.

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Encuestas

**Análisis:**

En el gráfico de tabulación de la segunda pregunta se puede observar que fueron encuestadas más personas con un rango de edad de 30-40 años de edad con un porcentaje de 36,32% seguido de 18-30 años con 29,74% y 40-50 años con 24,74% y finalmente muy alejado personas con más de 50 años con un 7,89% y finalmente menores de 18 años con un porcentaje de 1,32%.

### PREGUNTA 3. Indique que rango de ingreso mensual tiene usted.

Tabla 10. Frecuencia de la pregunta 3.

PREGUNTA 3. Indique que rango de ingreso mensual tiene usted.		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		a	e	válido	acumulado
Válido	Menos del sueldo básico	2	,5	,5	,5
	Sueldo básico	27	7,1	7,1	7,6
	USD 376-450 dólares	94	24,7	24,7	32,4
	USD 451 - 550 dólares	158	41,6	41,6	73,9
	Más de 550 dólares	99	26,1	26,1	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Encuestas.

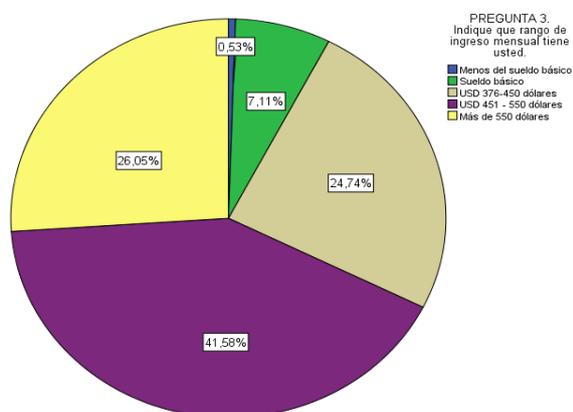


Figura 21. Gráfico pregunta N°3.

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Encuestas.

### Análisis:

En el gráfico de la tercera pregunta que corresponde al ingreso mensual de las personas encuestadas podemos observar que con un porcentaje de 41,58% de personas tienen un ingreso de 451-550 dólares mensuales seguido con un 26,05% con más de 550 dólares mensuales y muy cerca con un ingreso promedio de 376-450 dólares y muy alejado con 7,11% con sueldo básico con un 0,53% menos del sueldo básico.

**PREGUNTA 4. Considera que el pan es un producto indispensable en el desayuno.**

Tabla 11. Frecuencia de la pregunta 4.

**PREGUNTA 4. Considera que el pan es un producto indispensable en el desayuno.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	367	96,6	96,6	96,6
	NO	13	3,4	3,4	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Encuestas.

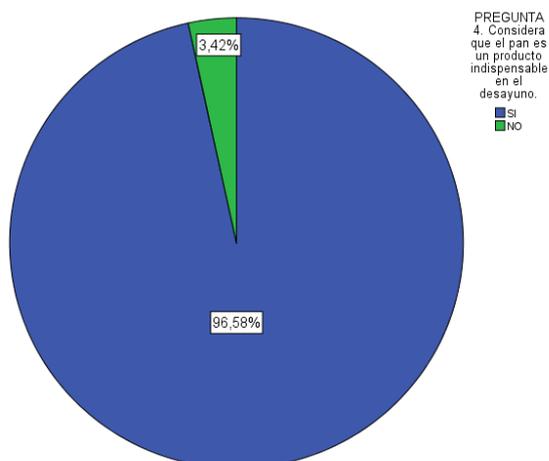


Figura 22. Gráfico pregunta N°4.  
Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Encuestas.

**Análisis:**

En el gráfico de tabulación de la pregunta cuatro podemos observar en que con un 96,58% de personas consideran aun que el pan sigue siendo parte esencial en el desayuno de la familia ecuatoriana y una leve minoría con un 3,42% que ya **no** lo es.

**PREGUNTA 5. Usted estaría de acuerdo que en la parroquia de San Antonio de Pichincha se Implemente una Panificadora.**

Tabla 12. Frecuencia de la pregunta 5.

**PREGUNTA 5. Usted estaría de acuerdo que en la parroquia de San Antonio de Pichincha se implemente una panificadora.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	233	61,3	61,3	61,3
	NO	147	38,7	38,7	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Encuestas.

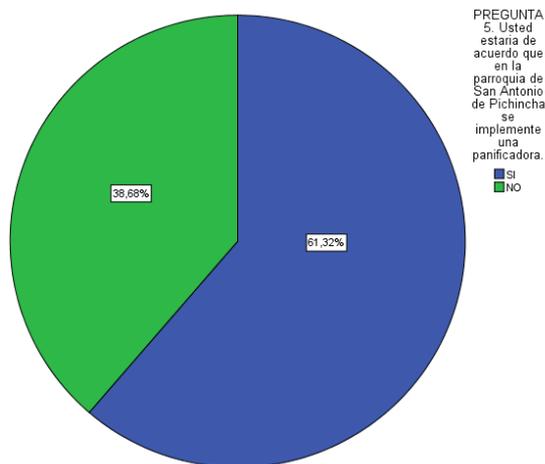


Figura 23. Gráfico pregunta N°5.  
Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Encuestas.

**Análisis:**

En el gráfico de tabulación de la pregunta quinta podemos observar que un porcentaje de 96,58% de personas encuestadas estarían de acuerdo en que se implemente una panificadora en la parroquia de San Antonio de Pichincha y un leve porcentaje de 3,42% no estarían de acuerdo.

**PREGUNTA 6. Con que frecuencia usted consume pan.**

Tabla 13. Frecuencia de la pregunta 6.

**PREGUNTA 6. Con que frecuencia usted consume pan.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Diariamente	272	71,6	71,6	71,6
Semanalmente	91	23,9	23,9	95,5
Quincenalmente	16	4,2	4,2	99,7
Mensualmente	1	,3	,3	100,0
Total	380	100,0	100,0	

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Encuestas.

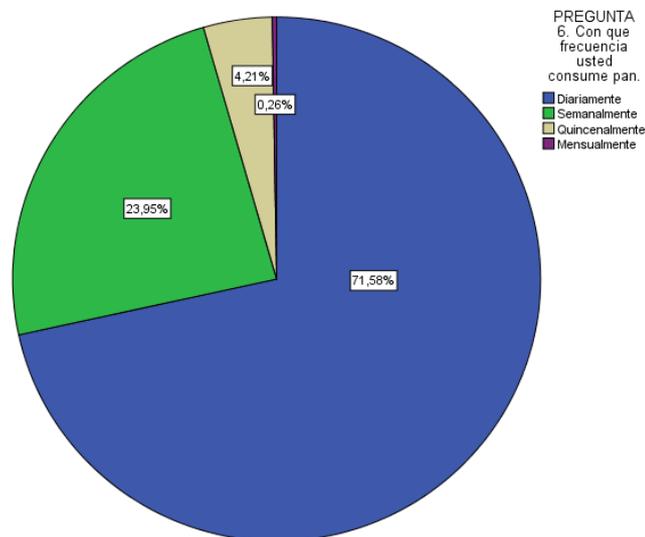


Figura 24. Gráfico pregunta N°6.

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Encuestas.

**Análisis:**

En el gráfico de tabulación de la sexta pregunta podemos observar que con una gran mayoría de 88,16% de personas encuestadas nos indican que consumen pan diariamente seguido con 9,21% de personas nos indican que lo hacen semanalmente y con leves porcentajes de 2,37% y 0,26% nos indican que lo hacen quincenalmente y mensualmente respectivamente.

## PREGUNTA 7. Qué tipo de pan consume con mayor frecuencia.

Tabla 14. Frecuencia de la pregunta 7.

PREGUNTA 7. Qué tipo de pan consume con mayor frecuencia.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dulce	30	7,9	7,9	7,9
	Integral	75	19,7	19,7	27,6
	Normal	275	72,4	72,4	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Encuestas.

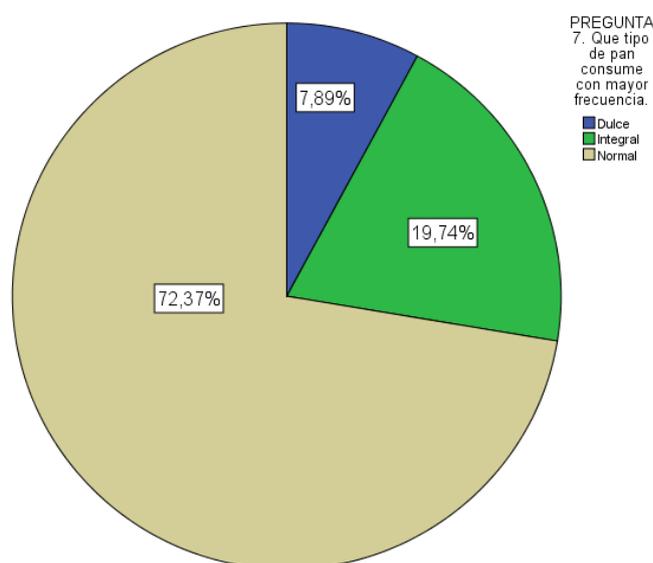


Figura 25. Gráfico pregunta N°7.

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Encuestas.

### Análisis:

En el gráfico de tabulación de la séptima pregunta podemos observar que con una mayoría de 72,37% de personas encuestadas consumen pan normal seguido con un 19,74% el tipo de pan integral y finalmente con un 7,89% prefieren el pan de dulce.

**PREGUNTA 8. De qué precio es el pan que más consume.**

Tabla 15. Frecuencia de la pregunta 8.

**PREGUNTA 8. De qué precio es el pan que más consume.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido \$0.12 c/u	49	12,9	12,9	12,9
\$0.15 c/u	228	60,0	60,0	72,9
\$0.16 c/u	97	25,5	25,5	98,4
\$0.18 c/u	5	1,3	1,3	99,7
Más de \$0.18 c/u	1	,3	,3	100,0
Total	380	100,0	100,0	

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Encuestas.

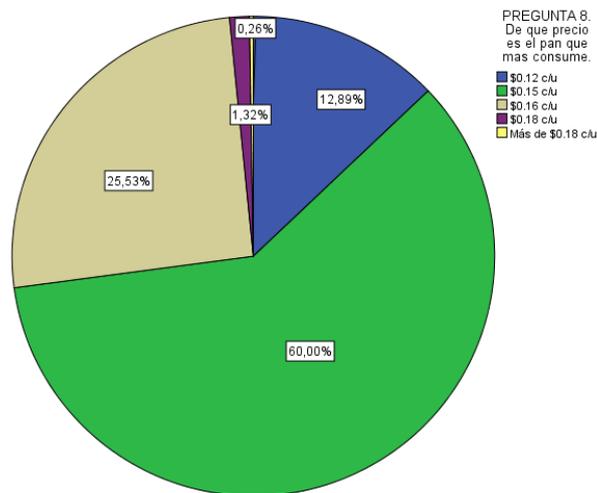


Figura 26. Gráfico pregunta N°8.

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Encuestas.

**Análisis:**

En el gráfico de tabulación de la pregunta octava que corresponde al precio de pan que consume la población nos indica que con un 60% de personas encuestadas consumen el pan de \$0,15 c/u seguido con un 25,53% consumen el pan de \$0,16 c/u no muy alejado con un 12,89% de personas nos indican que prefieren el pan de \$0,12 c/u y con leves porcentajes de 1,32% y 0,26% de personas encuestadas prefieren el pan con valores de \$0,18 y más de \$0,18 cada unidad.

## PREGUNTA 9. Que productos consume con mayor frecuencia en una panadería.

Tabla 16. Frecuencia de la pregunta 9.

PREGUNTA 9. Que productos consume con mayor frecuencia en una panadería.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pan	233	61,3	61,3	61,3
	Pasteles	124	32,6	32,6	93,9
	Galletería	23	6,1	6,1	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Encuestas.

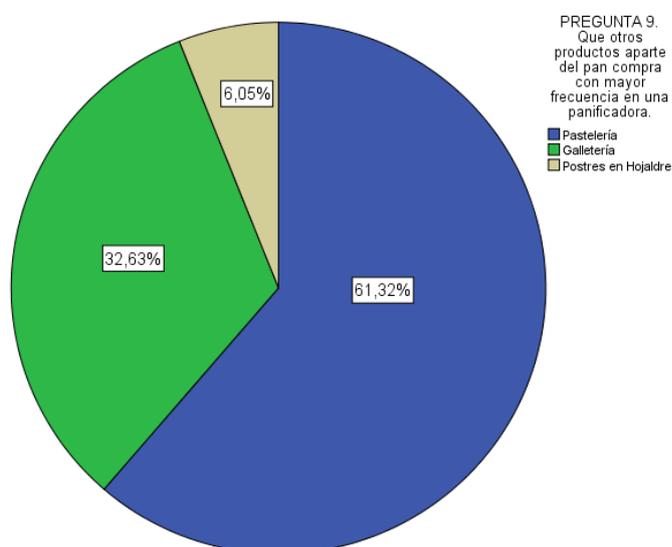


Figura 27. Gráfico pregunta N°9.

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Encuestas.

### Análisis:

En el gráfico de tabulación de la pregunta novena podemos observar que con un 61,32% de personas encuestadas nos indican que consumen con más frecuencia productos de pastelería aparte del pan seguido con un 32,63% nos indican que prefiere la galletería y con un porcentaje menor de 6,05% se van por productos de postres de hojaldre.

**PREGUNTA 10. Que cantidad de panes consume diariamente usted o su familia.**

Tabla 17. Frecuencia de la pregunta 10.

**PREGUNTA 10. Que cantidad de panes consume diariamente usted o su familia.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1 a 3 unidades	91	23,9	23,9	23,9
4 a 8 unidades	235	61,8	61,8	85,8
9 a 12 unidades	38	10,0	10,0	95,8
Más de 12 unidades	16	4,2	4,2	100,0
Total	380	100,0	100,0	

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Encuestas.

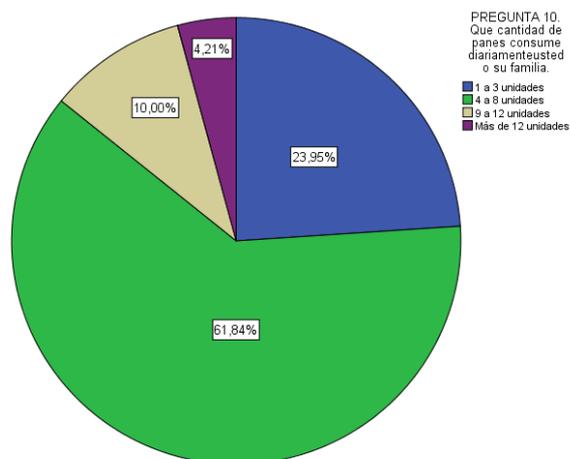


Figura 28. Gráfico pregunta N°10.

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Encuestas.

**Análisis:**

En el gráfico de tabulación de la pregunta décima nos indica que una mayoría de 61,84% de personas consumen diariamente de 4 a 8 panes, seguido con un 23,95% consumen de 1 a 3 unidades y con un 10% y 4,21% en un rango de 9 a 12 y más de 12 unidades diariamente.

**PREGUNTA 11. En que horario usted va a comprar pan.**

Tabla 18. Frecuencia de la pregunta 11.

**PREGUNTA 11. En que horario usted va a comprar pan.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 6:00 am- 8:00am	147	38,7	38,7	38,7
8:00am - 10:00am	95	25,0	25,0	63,7
10:00am - 13:00pm	13	3,4	3,4	67,1
13:00pm - 17:00pm	21	5,5	5,5	72,6
17:00 pm - 19:00pm	80	21,1	21,1	93,7
19:00pm - 22:00pm	24	6,3	6,3	100,0
Total	380	100,0	100,0	

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Encuestas.

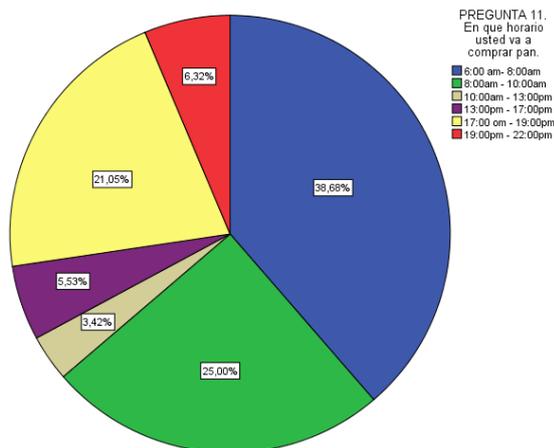


Figura 29. Gráfico pregunta 11.

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Encuestas

**Análisis:**

El gráfico de tabulación de la pregunta once nos indica que con un 38.68% de la población prefiere ir a la panificadora en un horario de 6:00am a 8:00 am, seguido por el 25% que va en un horario de 8:00 am a 10:00 am, estos son los horarios más frecuentados por la población.

**PREGUNTA 12. Le gustaría que la panificadora ofrezca un servicio de entrega a domicilio.**

Tabla 19. Frecuencia de la pregunta 12.

**PREGUNTA 12. Le gustaría que la panificadora ofrezca un servicio de entrega a domicilio.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	362	95,3	95,3	95,3
	NO	18	4,7	4,7	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Encuestas.

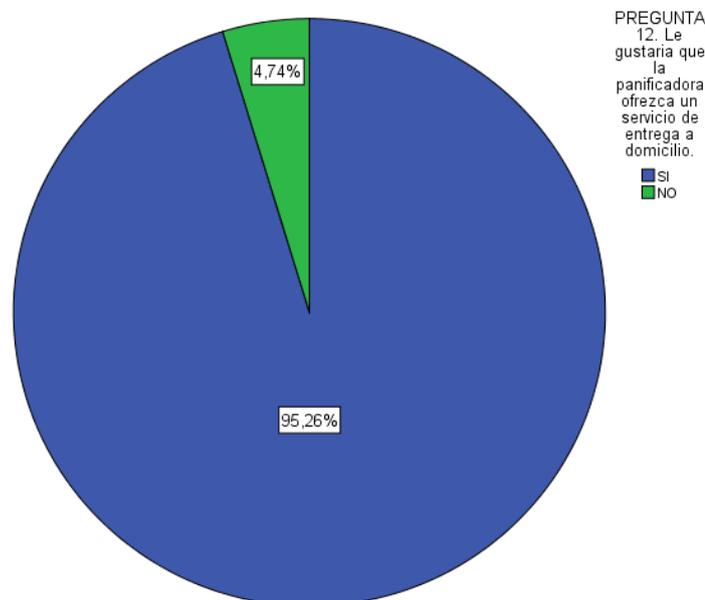


Figura 30. Gráfico pregunta N° 12

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Encuestas.

**Análisis:**

En el gráfico de tabulación de la décimo segunda pregunta nos indica que con un porcentaje de 95,26% de personas encuestadas estarían de acuerdo a que se implemente el servicio de entrega a domicilio del pan y con un porcentaje menor de 4,74% nos indica que no estarían de acuerdo.

**PREGUNTA 13. Estaría dispuesto a pagar un más por el producto cuando le entregan a domicilio.**

Tabla 20. Frecuencia de la pregunta 13.

**PREGUNTA 13. Estaría dispuesto a pagar más por el producto cuando le entregan a domicilio.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido SI	341	89,7	89,7	89,7
NO	39	10,3	10,3	100,0
Total	380	100,0	100,0	

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Encuestas.

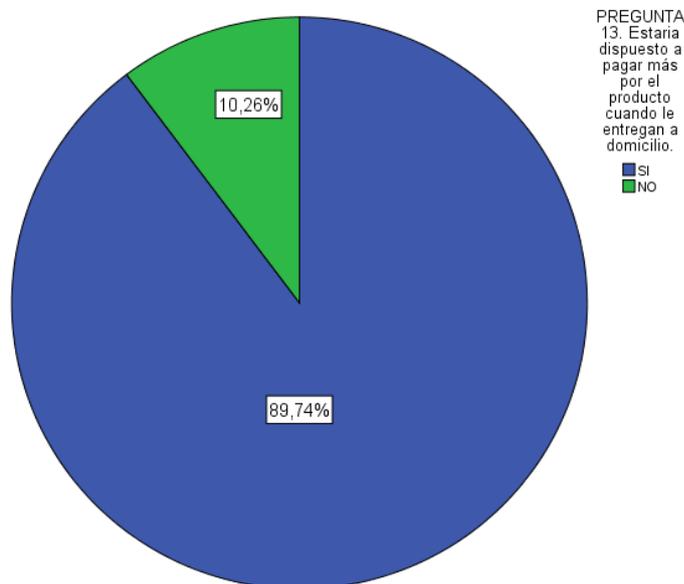


Figura 31. Gráfico pregunta N°13.

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Encuestas

**Análisis:**

El gráfico de tabulación de la pregunta décimo tercera nos indica que con una gran mayoría de 89,74% de personas encuestadas estarían de acuerdo a pagar un poco más por el servicio de entrega a domicilio y con un 10,26% no estarían de acuerdo a pagar un poco más por el servicio.

**PREGUNTA 14. En que podría diferenciarse la panificadora del resto.**

Tabla 21. Frecuencia de la pregunta 14.

**PREGUNTA 14. En que podría diferenciarse la Panificadora del resto.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Precio	106	27,9	27,9	27,9
	Calidad	73	19,2	19,2	47,1
	Entrega a domicilio	201	52,9	52,9	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Encuestas.

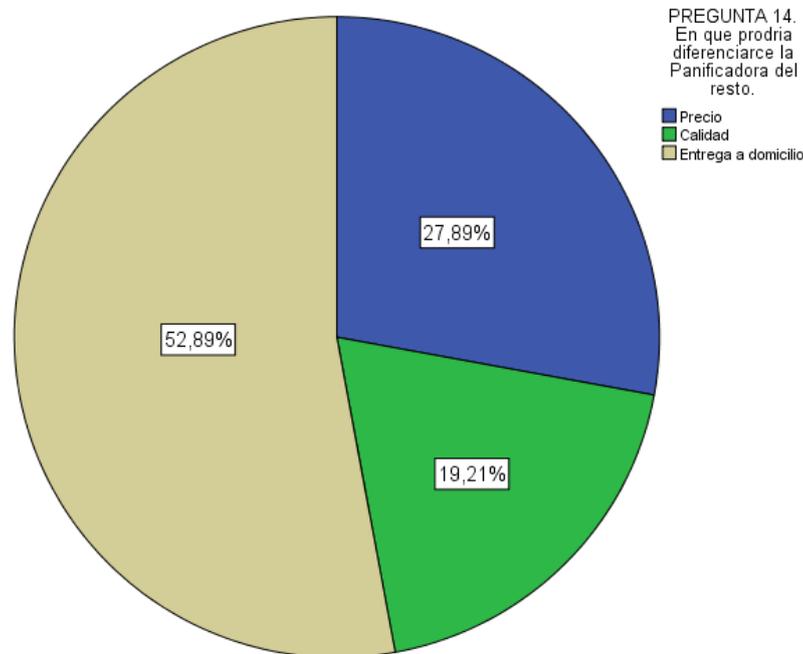


Figura 32. Gráfico pregunta N°14.

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Encuestas.

**Análisis:**

En el gráfico de tabulación de la pregunta décimo cuarto que corresponde a la diferencia de nuestro proyecto de panificadora a las del resto nos indica que con un

52,89% de personas encuestadas resaltan la entrega a domicilio seguido con un 27,89% resaltan el precio de nuestros productos y seguido con un 19,21% la calidad.

### 3.02 Oferta.

La oferta es el fenómeno correlativo a la demanda. Se le considera como la cantidad de mercancías que se ofrece a la venta a un precio dado por unidad de tiempo. La oferta de un producto se determina por las diferentes cantidades que los productores están dispuestos y aptos para ofrecer en el mercado, en función de varios niveles de precios, en un periodo dado. (Macedo, 2003)

#### 3.02.01 Oferta Histórica.

La oferta histórica del pan nos puede representar que el consumo de este producto en la dieta de los ecuatorianos al pasar del tiempo no ha cambiado ya que es un producto que gusta de grandes y chicos y prevalecerá por generación.

#### 3.02.02 Oferta Actual

“Determinar el uso actual de la capacidad instalada de producción o de servicio de la competencia.” (Laime, 2013)

Tabla 22. Oferta actual.

OFERTA ACTUAL			
Año	Demanda	Aceptación de la competencia	Oferta
2017	931.806,90	0.471	438.881,05

Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Encuestas.

### 3.02.03 Oferta Proyectada

Para el análisis de la oferta se siguen las mismas pautas de manejo de la información estadística anotadas para la demanda, dado que se realizará el estudio histórico, actual y futuro con el propósito de verificar la cantidad de bienes y servicios que se han ofrecido y se están ofreciendo, y la cantidad que se ofrecerán, así como las circunstancias de precio y calidad en que se realiza dicha oferta. (Miranda, 2005)

Tabla 23. Oferta proyectada.

PROYECCIÓN DE LA OFERTA			
Año	Demanda proyectada	Aceptación de la competencia	Oferta proyectada
2017	931.806,90	0.471	438.881,05
2018	931.806,90	0.471	438881,05
2019	944852,20	0.471	445025,39
2020	958.080,13	0.471	451255,74
2021	971493,25	0.471	457573,32
2022	985.094,16	0.471	463979,35

Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Encuestas.

### 3.03 Productos Sustitutos.

Los productos sustitutos del pan pueden ser productos de pastelería o galletería.

### 3.03.01 Oferta histórica.

AÑO	25% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO PORCIONES ANUAL	25% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO PORCIONES MENSUAL	25% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO TORTAS ANUAL	25% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO TORTAS MENSUAL	25% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO TORTAS DIARIO
2011	748282	62357	37414	3118	104
2012	774532	64544	38727	3227	108
2013	800782	66732	40039	3337	111
2014	827031	68919	41352	3446	115
2015	853281	71107	42664	3555	119

Figura 33. Oferta histórica de los productos sustitutos.

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Investigación de campo.

### 3.03.02 Oferta Actual.

Tabla 24. Oferta actual de productos sustitutos.

AÑO	25% participación en el mercado de tortas diarias	25% participación en el mercado de tortas mensual	25% participación en el mercado de tortas anual
2016	123	3690	44280
2017	127	3810	45720

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Investigación de campo.

### 3.3.1. Oferta Proyectada.

Tabla 25. Oferta proyectada productos sustitutos.

AÑO	25% participación en el mercado de tortas diarias	25% participación en el mercado de tortas mensual	25% participación en el mercado de tortas anual
2018	131	3930	47160
2019	135	4050	48600
2020	139	4170	50040
2021	143	4290	51480

2022	147	4410	52920
------	-----	------	-------

Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Investigación de campo.

### 3.04 Demanda.

“La demanda como se visto en el punto anterior, la demanda es la eterización de las necesidades y deseos del mercado y está condicionada por los recursos disponibles del comprador y los estímulos de marketing recibidos.” (Diaz & Rubio, 2006)

#### 3.04.01 Demanda Histórica

“El objetivo de la demanda histórica es conocer el comportamiento del consumo en el tiempo pasado, es decir, la demanda del producto o servicio que hubo en años anteriores.” (Tovar, 2010)

#### 3.04.02 Demanda Actual

Tabla 26.Demanda.

<b>Población</b>	<b>38.883</b>
<b>Total encuestas</b>	<b>380</b>
<b>Porcentaje mayor de aceptación</b>	<b>0,613</b>
<b>Porcentaje mayor de frecuencia</b>	<b>0.716</b>

Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Encuestas.

Tabla 27. Demanda actual.

Resultado de la encuesta			
Aceptación			
<b>Población</b>		<b>Porcentaje</b>	<b>Aceptación de personas</b>
<b>38.883</b>	*	<b>0.613</b>	<b>= 23.835,28</b>
Frecuencia			
<b>Aceptación</b>		<b>Porcentaje</b>	<b>Tiempo</b>
<b>23.835,28</b>	*	<b>0.716</b>	<b>* 364</b>
			<b>= 6212046,02</b>
Precio promedio			
Precio Promedio: 0,15			

Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Encuestas.

Tabla 28. Cálculo de la demanda actual.

CALCULO DE LA DEMANDA ACTUAL			
<b>Frecuencia de compra</b>	*	<b>Precio promedio aceptado</b>	<b>= Aceptación de personas</b>
<b>6212046,02</b>	*	<b>\$ 0,15</b>	<b>= 931.806,90</b>

Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Encuestas.

### 3.4.1. Demanda Proyectada

Tabla 29. Proyección de la demanda.

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA			
Años	Demanda actual	Tasa de crecimiento población	Demanda proyectada
2017	931.806,90	1	931.806,90
2018	931.806,90	1.4	944.852,20
2019	944852,20	1.4	958.080,13
2020	958.080,13	1.4	971.493,25
2021	971493,25	1.4	985.094,16
2022	985.094,16	1.4	998.885,48

Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Encuestas.

### 3.05 Balance Oferta-Demanda

El balance oferta demanda nos representa si existe una demanda satisfecha o insatisfecha con esta la factibilidad del proyecto.

#### 3.05.01 Balance Actual

El balance proyectado nos puede representar el porcentaje de crecimiento anual de nuestro producto con esto la demanda que tendremos anualmente.

#### 3.05.02 Balance proyectado

El balance proyectado es la comparación entre la oferta y demanda de años sucesivos.

Tabla 30. Balance oferta-demanda.

<b>BALANCE OFERTA - DEMANDA</b>			
Año	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Balance o demanda insatisfecha
2017	931.806,90	438.881,05	492925,85
2018	944.852,20	438881,05	505971,15
2019	958.080,13	445025,39	513054,74
2020	971.493,25	451255,74	520237,51
2021	985.094,16	457573,32	527520,84
2022	998.885,48	463979,35	534906,13

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Encuestas.

## CAPITULO IV

### 4. Estudio técnico.

#### 4.01 Tamaño del proyecto.

El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción de un bien de la prestación de un servicio durante la vigencia del proyecto. (Juan Miranda, 2005)

El conocer el tamaño de un proyecto es muy importante con esto podemos saber la inversión que debemos realizar costos y la potencial rentabilidad.

##### 4.01.01 Capacidad instalada.

Desde un principio es importante definir la unidad de medida del tamaño del proyecto que permitirá dimensionarlo y compararlo con otros similares. La forma más utilizada es establecer la entidad de producción de productos o de prestación de servicios por unidad de tiempo. (Juan Miranda, Gestión de proyectos, 2005).

Tabla 31. Capacidad instalada para el proceso productivo de pan.

Capacidad de diseño		Días	Horas	Turnos	Capacidad de producción
		7	12	1	Día 6000 unidades
Capacidad de diseño	7000				
producción real	6000				
Capacidad efectiva	6500				
utilización	85.7%				
Eficiencia	92.9%				

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

Tabla 32. Capacidad instalada para pastelería.

Capacidad de diseño		Días	Horas	Turnos	Capacidad de producción
		4	8	1	semana 120 unidades
Capacidad de diseño	140				
producción real	120				
Capacidad efectiva	130				
utilización	86%				
Eficiencia	92.9%				

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

Tabla 33. Capacidad instalada para el proceso productivo de galletas.

Capacidad de diseño		Días	Horas	Turnos	Capacidad de producción
		2	4	1	Día 1000 unidades
Capacidad de diseño	1100				
producción real	1000				
Capacidad efectiva	1050				
utilización	91.40%				
Eficiencia	95.45%				

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

#### 4.01.02 Capacidad óptima.

Tabla 34. Capacidad óptima por áreas.

Áreas	Medidas de cada área	Total medidas
Área de administración	3 m. x 2 m.	6 m <sup>2</sup>
Área de productiva	7 m. x 5 m.	35 m <sup>2</sup>
Área de bodega	4 m. x 3 m.	12 m <sup>2</sup>
Área de comercialización	5 m. x 4 m.	20 m <sup>2</sup>
Baño 1	1.5 m. x 1.5 m.	3 m <sup>2</sup>
Baño 2	1.5 m. x 1.5 m.	3 m <sup>2</sup>
Vestidores	3 m. x 2 m.	6 m <sup>2</sup>
Total		85 m <sup>2</sup>

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

Tabla 35. Capacidad óptima para el pan.

ACTIVIDAD	FRECUENCIA	# VECES	TIEMPO UNITARIO MINUTOS	TIEMPO TOTAL AL DÍA	TIEMPO TOTAL AL MES (MINUTOS)	Panadero	Ayudante
Pesar ingredientes: Harina, manteca, azúcar, sal y levadura.	Semana	4	16	10	160	4800	X
Agregar los ingredientes a la mezcladora	Semana	4	16	1	16	480	X
Colocar agua en la mezcladora	Semana	4	16	1	16	480	X
Encender la mezcladora y dejar que se mezcle	Semana	4	16	10	160	4800	X
Sacar la masa de la mezcladora y colocar en la mesa de trabajo	Semana	4	16	1	16	480	X
Moldear el pan	Semana	4	16	15	240	7200	X
Colocar el pan moldeado en las latas y las latas en los coches	Semana	4	16	5	80	2400	X
Encender el horno y dejar calentar	Semana	4	7	15	105	3150	X
Trasladar el coche al horno de dejar calentar.	Semana	4	16	3	48	1440	X
Trasladar el coche a la cámara de leudo y dejar leudar	Semana	4	16	10	160	4800	X
Sacar el coche de la cámara de leudo y trasladar al horno	Semana	4	16	1	16	480	X
Esperar a que el pan se homee	Semana	4	16	25	400	12000	X
Sacar el coche del horno	Semana	4	16	1	16	480	X
tiempo real demandado				1433	42990	30030	20160
tiempo disponible				1440	43200	43200	43200
ICI						69.51	46.67
				116.18%		69.51%	46.67%
				1 a 100%	1 a 17%	1 a 70%	1 a 47%

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

Tabla 36. Capacidad óptima de los pasteles.

ACTIVIDAD	FRECUENCIA		# VECES	TIEMPO UNITARIO MINUTOS	TIEMPO TOTAL AL MES (MINUTOS)	Pastelero
Tener listo y Pesar los ingredientes	Semana	4	8	3	96	x
Colocar todos los ingredientes en la batidora	Semana	4	8	3	96	x
Encender la mezcladora y dejar batir	Semana	4	4	15	240	X
Engrasar los moldes	Semana	4	4	10	160	x
Apagar la Batidora y colocar la mezcla en los moldes y los moldes en el coche.	Semana	4	8	12	384	X
Encender el horno y dejar calentar	Semana	4	4	15	240	X
Meter el coche en el horno a 370° y dejar hornear.	Semana	4	8	120	3840	x
Sacar el choche a lo que este listo y dejar enfriar.	Semana	4	8	40	1280	X
Poner la crema a batir hasta que este lista.	Semana	4	8	17	544	X
Decorar el pastel con crema y fruta.	Semana	4	120	15	7200	X
tiempo real demandado					14080	14080
tiempo disponible					14400	14400
ICI					97.78	97.78
					98.00%	98.00%
					1 a 100%	1 a 100%

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

Tabla 37. Capacidad óptima de las galletas..

ACTIVIDAD	FRECUENCIA		# VECES	TIEMPO UNITARIO MINUTOS	TIEMPO AL DÍA	TIEMPO TOTAL AL MES (MINUTOS)	Pastelero
Pesar todos los ingredientes.	Semana	4	2	10	20	160	x
Colocar los ingredientes en la amasadora.	Semana	4	4	1	4	32	x
Encender la amasadora y dejar mezclar.	Semana	4	4	1	4	32	x
Encender el horno y dejar calentar.	Semana	4	2	10	20	160	x
Preparar las latas y las mangas pasteleras.	Semana	4	4	1	4	32	x
Apagar la amasadora y sacar la masa en diferentes mangas pasteleras.	Semana	4	4	15	60	480	x
Dar forma a la masa colocando en los moldes y los moldes en el coche.	Semana	4	4	5	20	160	x
Agregar chispas de chocolate o jalea para decorar.	Semana	4	4	15	60	480	x
Meter el coche al horno y dejar hornear a 190°	Semana	4	2	3	6	48	x
Sacar el coche del horno una vez que este listo.	Semana	4	2	10	20	160	x
tiempo real demandado					218	1744	1744
tiempo disponible					240	1920	1920
ICI						90.83	90.83
						91%	91.00%
						1 a 91%	1 a 91%

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

#### 4.04 Localización.

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo. (Baca Urbina, 2010)

##### 4.04.01 Macro localización.

La macro localización del proyecto es en la Parroquia de San Antonio de Pichincha.

Tabla 38. Macro localización

Macro localización	
<b>Pais</b>	Ecuador
<b>Provincia</b>	Pichincha
<b>Canton</b>	Quito
<b>Parroquia</b>	San Antonio de Pichincha
<b>Poblacion</b>	38,883
<b>Clima</b>	Calido Seco

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

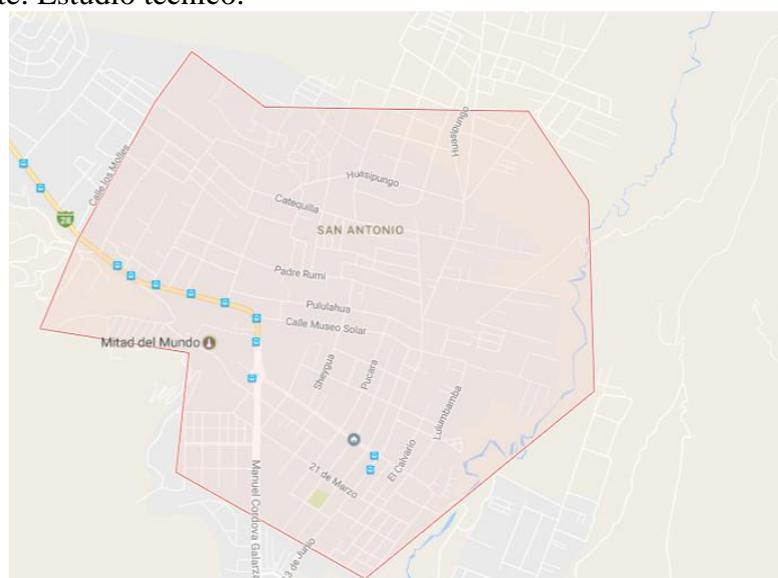


Figura 34. Macro localización.

#### 4.04.02 Micro localización.

Entra en detalles relacionados con la investigación y la comparación de los componentes del costo y otros factores de localización, incluye un estudio de costos para cada alternativa local. (Erosa, 2004)

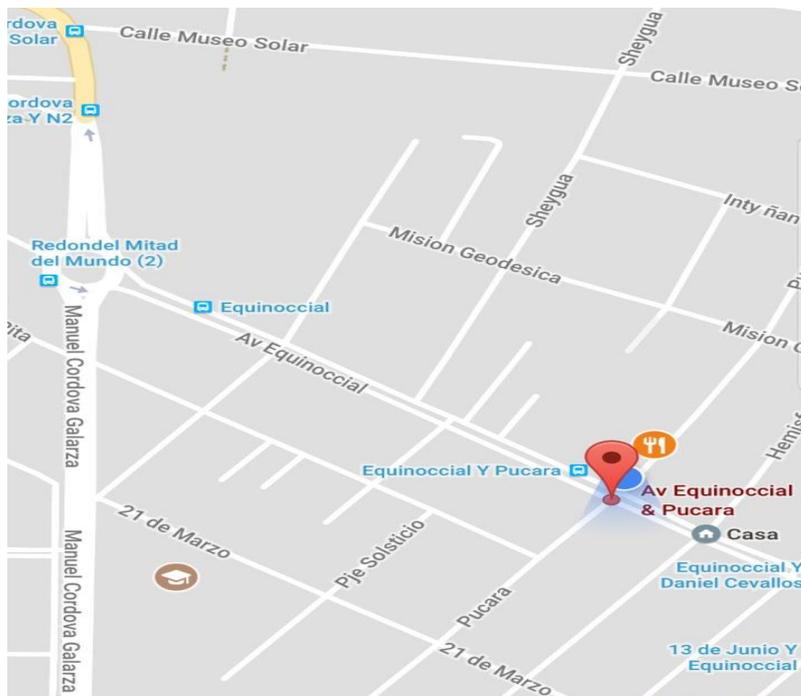


Figura 35. Micro localización.

#### 4.04.03 Localización óptima

Tabla 39. Localización óptima Factores.

Factores	PONDERACIÓN DEL FACTOR	Puntaje del factor para cada localización			
		A	B	C	D
Localización de materias primas e insumos	10%	5	5	4	3
Disponibilidad y costo de mano de obra	15%	4	3	3	3
Transporte	15%	5	4	4	4
Existencia de vías de comunicación	15%	4	4	4	4
Facilidad de infraestructura y servicios básicos	20%	5	4	4	3
Eliminación de desechos	5%	4	4	3	2
Ubicación de la población objetivo	20%	5	4	4	4
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>4,65</b>	<b>3,95</b>	<b>3,8</b>	<b>3,45</b>

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

Tabla 40. Ubicación de locales.

UBICACIÓN LOCALES	
A	San Antonio de Pichincha
B	Pomasqui
C	Carcelén
D	Carapungo

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

Tabla 41. Matriz de ponderación.

MEDIA PONDERADA			
MATRIZ DE PONDERACIÓN			
A	B	C	D
0,5	0,5	0,4	0,3
0,6	0,45	0,45	0,45
0,75	0,6	0,6	0,6
0,6	0,6	0,6	0,6
1	0,8	0,8	0,6
0,2	0,2	0,15	0,1
1	0,8	0,8	0,8
<b>4,65</b>	<b>3,95</b>	<b>3,8</b>	<b>3,45</b>

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

Tabla 42. Matriz de ponderación geométrica.

MEDIA GEOMÉTRICA				
MATRIZ DE PONDERACIÓN				
FACTOR	A	B	C	D
10,00%	0,93	0,93	0,91	0,89
15,00%	0,93	0,89	0,89	0,89
15,00%	0,96	0,93	0,93	0,93
15,00%	0,93	0,93	0,93	0,93
20,00%	1,00	0,96	0,96	0,90
5,00%	0,92	0,92	0,91	0,89
20,00%	1,00	0,96	0,96	0,96
<b>100,00%</b>	<b>6,67</b>	<b>6,51</b>	<b>6,47</b>	<b>6,38</b>

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

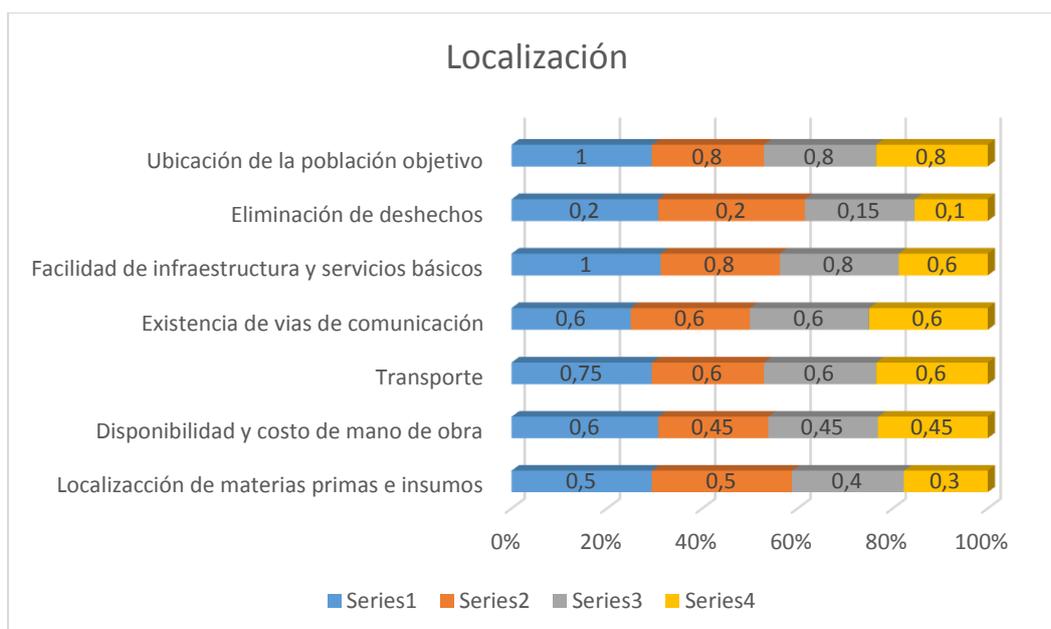


Figura 36. Gráfico de localización óptima.

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

#### 4.05 Ingeniería del proyecto.

El objetivo general del proyecto es resolver todo lo concerniente en la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proyecto, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organizaciones que habrá de tener la planta productiva.

##### 4.05.01 Definición del ByS.

Un producto no necesariamente es algo físico y tangible, con que proporcione la satisfacción a los deseos de los clientes es suficiente. Puede tratarse por tanto de un servicio, una idea o incluso un lugar. (Perez & Gordey, 2009)

La Panadería La Espiga Real ofrece a su clientela panes y productos de repostería y galletería de alta calidad y a precios competitivos.

#### 4.05.02 Distribución de planta.

Tabla 43. Distribución de la planta.

Áreas	Medidas de cada área	Total medidas
<b>Área de administración</b>	3 m. x 2 m.	6 m <sup>2</sup>
<b>Área de productiva</b>	7 m. x 5 m.	35 m <sup>2</sup>
<b>Área de bodega</b>	4 m. x 3 m.	12 m <sup>2</sup>
<b>Área de comercialización</b>	5 m. x 4 m.	20 m <sup>2</sup>
<b>Baño 1</b>	1.5 m. x 1.5 m.	3 m <sup>2</sup>
<b>Baño 2</b>	1.5 m. x 1.5 m.	3 m <sup>2</sup>
<b>Vestidores</b>	3 m. x 2 m.	6 m <sup>2</sup>
<b>Total</b>		<b>85 m<sup>2</sup></b>

Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Estudio técnico.

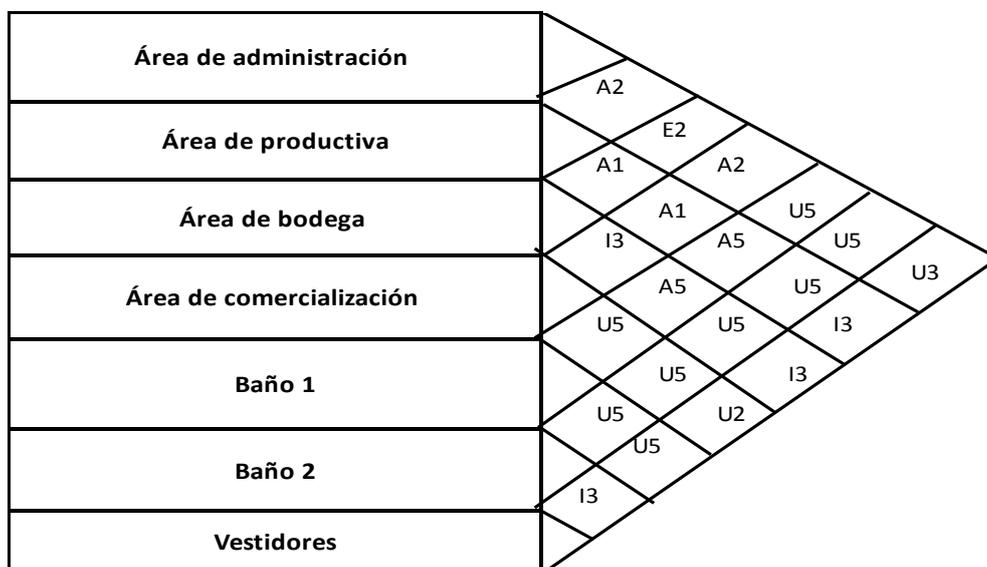


Figura 37. Distribución de la planta.  
Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Estudio técnico.

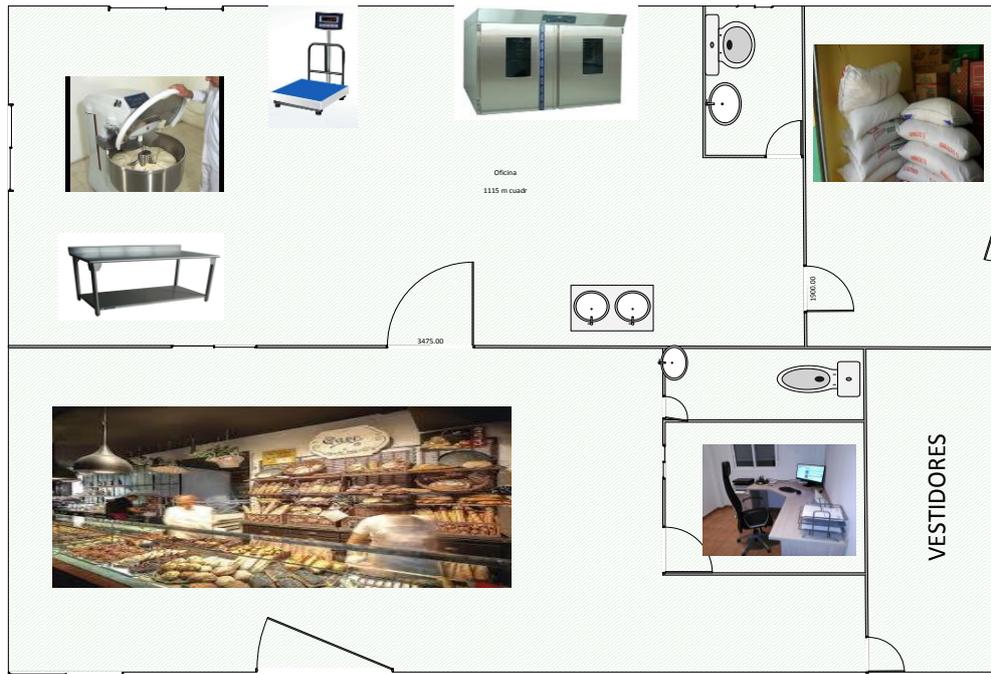


Figura 38. Diseño de planta.  
Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Estudio técnico.

### Código de cercanía:

Tabla 44. Código de cercanía.

CÓDIGO DE CERCANÍA	
Código	Descripción
A	Absolutamente necesario que esté cerca
E	Especialmente necesario que esté cerca
I	Importante que esté cerca
O	Cercanía ordinaria
U	Cercanía sin importancia
X	Cercanía indeseable

Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Estudio Técnico.

### Razones de la cercanía:

APORTAR AL SECTOR PRODUCTIVO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DE PANADERÍA Y SUS DERIVADOS, EN EL SECTOR DE LA MITAD DEL MUNDO, DURANTE EL AÑO 2017.

Tabla 45. Razones de cercanía.

CÓDIGO DE CERCANÍA	
Código	Descripción
1	Por proceso
2	Por gestión administrativa
3	Necesidad
4	Ruido
5	Higiene
6	Seguridad

Elaborado por: Denys Morales.  
Fuente: Estudio Técnico.

#### 4.06 Procesos productivos.

El proceso productivo es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de los insumos y se identifica como la transformación de una serie de insumos y convertirlos en productos terminados.

(Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2010).

### Diagrama de Flujo proceso productivo de pan.

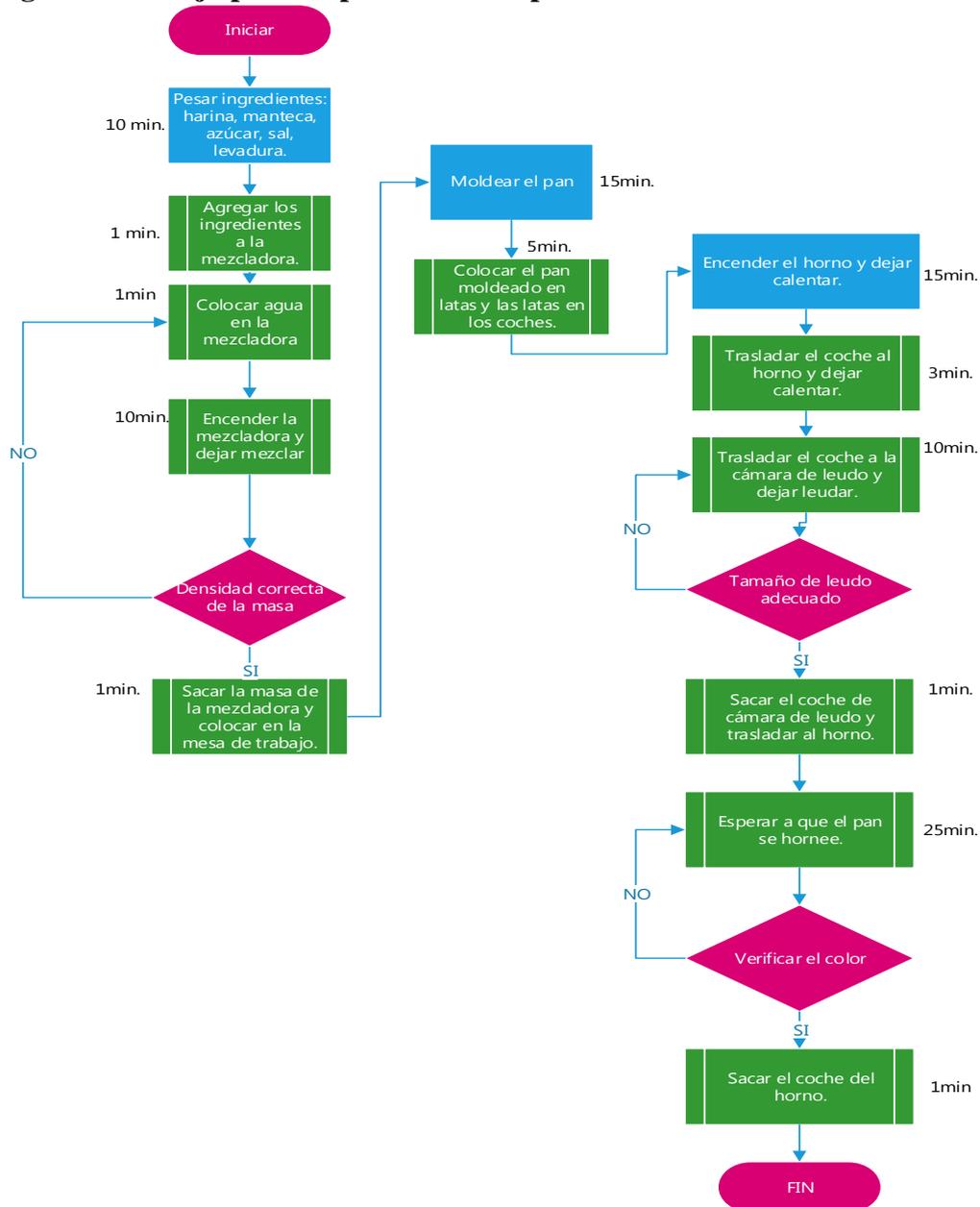


Figura 39. Diagrama de flujo.  
Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Estudio técnico.

### Diagrama de flujo proceso productivo de pasteles.

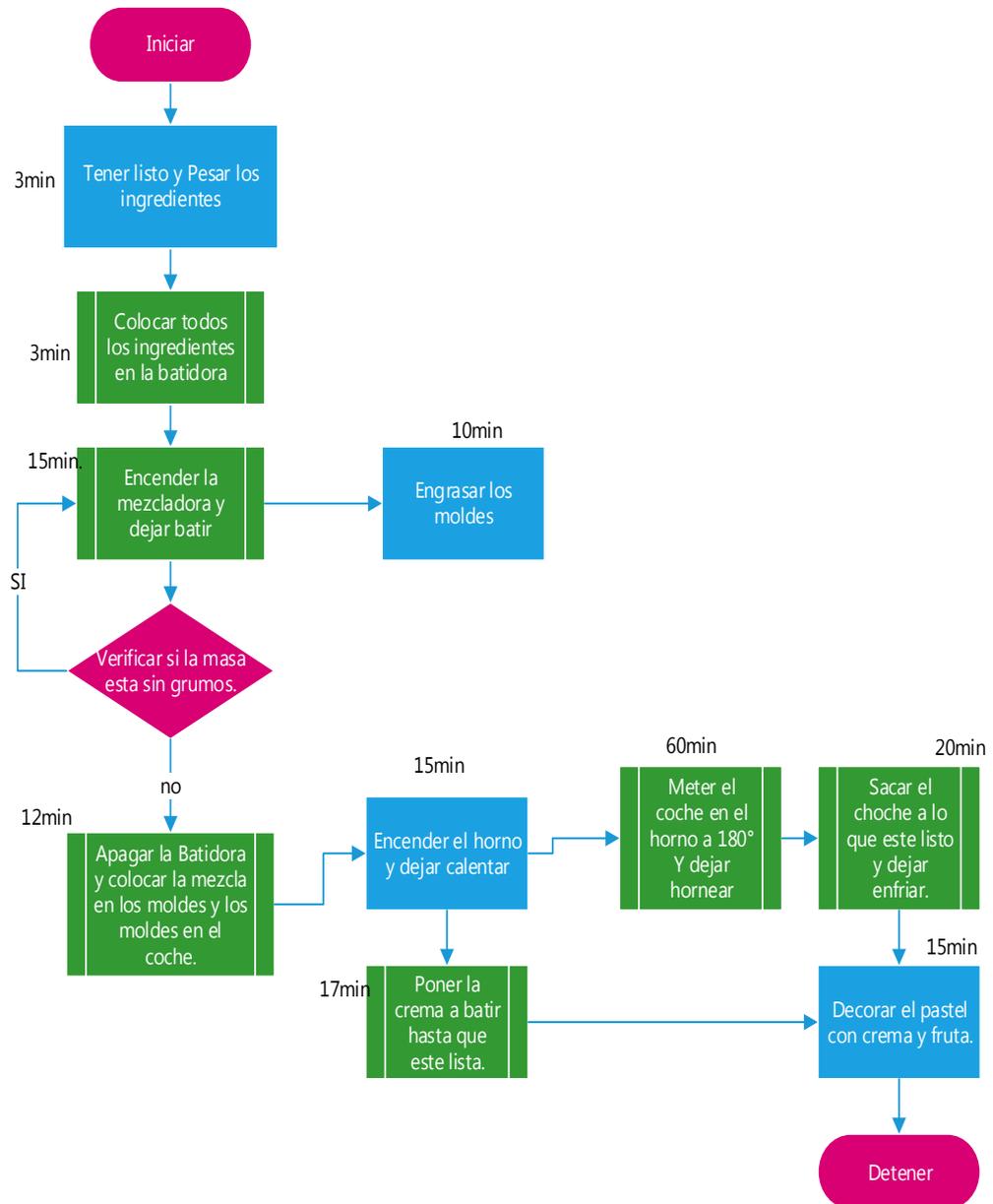


Figura 40. Diagrama de flujo pasteles.  
Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Estudio técnico.

### Diagrama de flujo de galletas.

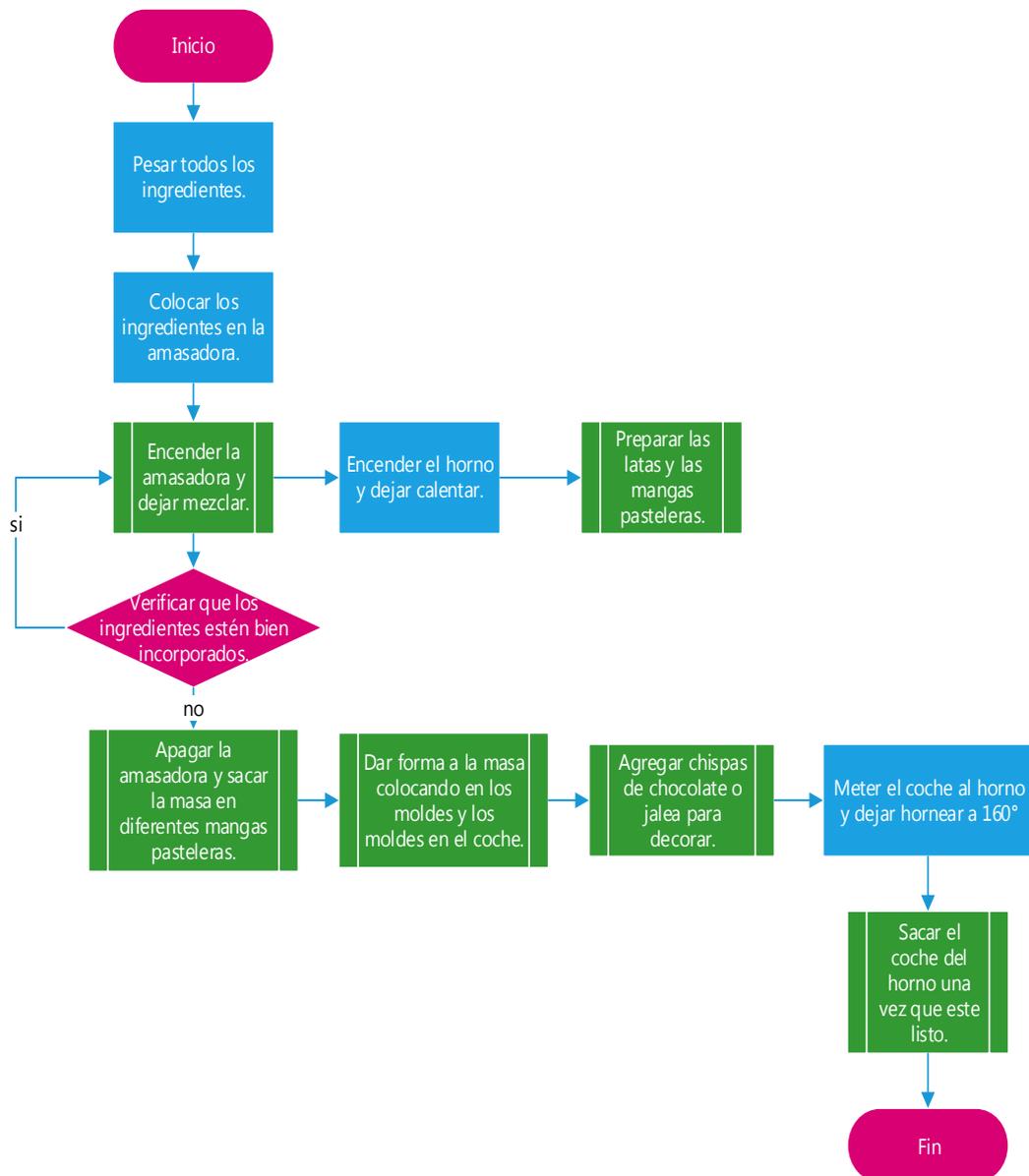


Figura 41. Diagrama de flujo galletas.  
Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Estudio técnico.

#### 4.06.01 Proceso de elaboración.

Tabla 46. Procesos de elaboración de pan.

PROCESO DE ELABORACIÓN PAN	
Pesar ingredientes:	Harina, manteca, azúcar, sal y levadura.
Agregar los ingredientes a la mezcladora	Agregar la harina, manteca, azúcar, sal y levadura en la mezcladora.
Colocar agua en la mezcladora	Medir la cantidad de agua requerida y colocar en la mezcladora junto con todos los otros ingredientes.
Encender la mezcladora y dejar que se mezcle	Dejar mezclar todos los ingredientes por 10 minutos.
Sacar la masa de la mezcladora y colocar en la mesa de trabajo	Colocar la masa en la mesa de trabajo.
Moldear el pan	Dar forma a la masa.
Colocar el pan moldeado en las latas y las latas en los coches	Colocar la masa moldeada en las latas.
Encender el horno y dejar calentar	Encender el horno a 165° por 15 minutos.
Trasladar el coche al horno y calentar.	Meter el coche a calentar la masa por 3 minutos y luego sacarlo.
Trasladar el coche a la cámara de leudo y dejar leudar	Meter el coche a la cámara de leudo y dejar leudar por 10 minutos.
Sacar el coche de la cámara de leudo y trasladar al horno	Trasladar el coche de la cámara de leudo al horno.
Esperar a que el pan se hornee	Tiempo de esperar para que el pan esté listo 25 minutos.
Sacar el coche del horno	Apagar el horno y sacar el coche de pan para que se enfríe.

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

Tabla 47. Procesos de Elaboración de Pasteles.

<b>PROCESO DE ELABORACIÓN PASTELES</b>	
Tener listos y Pesar los ingredientes	Pesar los ingredientes como la manteca, y las pre mezclas. Tener listo los huevos y el azúcar.
Colocar todos los ingredientes en la batidora	Poner todos los ingredientes en la batidora .
Encender la mezcladora y dejar batir	Dejar batir los ingredientes por 15 minutos hasta tener una mezcla sin grumos.
Engrasar los moldes	Colocar desmoldante liquido en los moldes.
Apagar la Batidora y colocar la mezcla en los moldes y los moldes en el coche.	Sacar la mezcla de la batidora y colocar en los moldes de acuerdo a la medida de cada molde.
Encender el horno y dejar calentar	Se enciende el horno a 180° durante 15 minutos.
Meter el coche en el horno Y dejar hornear	Colocar el coche con los moldes en el horno por un tiempo de 50 a 60 minutos.
Sacar el choche a lo que esté listo y dejar enfriar.	Apagar el horno, abrir la puerta sacar el coche y dejar enfriar.
Poner la crema a batir hasta que esté lista.	Colocar las cremas liquidas en la batidora, encender la batidora por 15 minutos y luego apagar.
Decorar el pastel con crema y fruta.	Rellenar el pastel con mermelada o manjar, colocar crema para forrar y luego decorar con jaleas y frutas.

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

Tabla 48. Proceso de Elaboración de Galletas.

PROCESO DE ELABORACIÓN GALLETAS	
Pesar todos los ingredientes.	Pesar los ingredientes como harina, mantequilla, azúcar, huevos y esencias.
Colocar los ingredientes en la amasadora.	Poner todos los ingredientes en la mezcladora.
Encender la amasadora y dejar mezclar.	Encender la mezcladora y dejar mezclar durante 15 minutos.
Encender el horno y dejar calentar.	Encender el horno a una temperatura de 160° por 12 minutos.
Preparar las latas y las mangas pasteleras.	Colocar a las mangas la boquilla correcta para el diseño y limpiar las latas.
Apagar la amasadora y sacar la masa en diferentes mangas pasteleras.	Sacar la masa de la mezcladora y colocar en las diferentes mangas.
Dar forma a la masa colocando en los moldes y los moldes en el coche.	Con las mangas dar forma a las galletas e ir colocando en las latas.
Agregar chispas de chocolate o jalea para decorar.	Adicionar la decoración de las galletas como puede ser chocolate o jalea.
Meter el coche al horno y dejar hornear a 160°	Colocar el coche en el horno y dejar hornear por 35 minutos.
Sacar el coche del horno una vez que esté listo.	Apagar el horno y sacar el coche, y dejar enfriar.

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

#### 4.07 Maquinaria.



Figura 42. Horno

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.



Figura 43. Amazadora.  
Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Estudio técnico.



Figura 44. Mezcladora.  
Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Estudio técnico.

#### 4.08 Equipos.



Figura 45.Mesa

Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Estudio técnico.



Figura 46.Guantes.

Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Estudio técnico.



Figura 47.Moldes.

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.



Figura 48. Bolillo.  
Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Estudio técnico.



Figura 49. Coches  
Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Estudio técnico.



Figura 50. Latas.  
Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Estudio técnico.



Figura 51. Brochas.  
Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Estudio técnico.



Figura 52. Recipientes.  
Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Estudio técnico.



Figura 53. Balanza.  
Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Estudio técnico.



Figura 54. Paneras  
Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Estudio técnico.

## CAPÍTULO V

### 5 Estudio Financiero.

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción. (Anzil, 2012).

#### 5.01 Ingresos Operacionales y no Operacionales.

Tabla 49. Ingresos Operacionales del pan.

INGRESOS OPERACIONALES (pan)		
Concepto	pan	Costo de ventas
Costo Unitario	0.09	180000
Utilidad del 35%	0.03	
Precio de Venta sin IVA.	-	
IVA	-	
P.V.P.	0.12	
Venta Mensual	180000	
Ingresos Mensuales	\$ 21,870.00	
Ingresos Anuales	\$ 262,440.00	
	Costo Mensual	\$ 16,200.00
	Costo Anual	\$ 194,400.00

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

Tabla 50. Ingresos Operacionales Pasteles.

INGRESOS OPERACIONALES (pasteles)		
Concepto	pastel	Costo de ventas
Costo Unitario	7.55	480
Utilidad del 45 %	3.40	
Precio de Venta sin IVA.	-	
IVA	-	
P.V.P.	10.95	
Venta Mensual	480	
Ingresos Mensuales	\$ 5,254.80	
Ingresos Anuales	\$ 63,057.60	
	Costo Mensual	\$ 3,624.00
	Costo Anual	\$ 43,488.00

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

Tabla 51. Ingresos Operacionales Galletas.

<b>INGRESOS OPERACIONALES (galletas)</b>		
<b>Concepto</b>	<b>galletas</b>	<b>Costo de ventas</b>
Costo de Ventas Unitario	0.08	4000
Utilidad del 40%	0.03	
Precio de Venta sin IVA.	-	
IVA	-	
P.V.P.	0.11	
Venta Mensual	4000	
Ingresos Mensuales	\$ 434.47	
Ingresos Anuales	\$ 5,213.61	
	Costo Mensual	\$ 334.21
	Costo Anual	\$ 4,010.47

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

## 5.02 Costos

### 5.02.01 Costos directos.

Tabla 52. Costos directos del Pan.

<b>COSTOS DIRECTOS (PAN)</b>		
<b>Concepto</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Materia Prima Directa	\$ 10,461.00	\$ 125,532.00
Mano Obra Directa	\$ 2,525.64	\$ 30,307.68
<b>Total</b>	<b>\$ 12,986.64</b>	<b>\$ 155,839.68</b>

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

Tabla 53. Costos directos de los pasteles y las galletas.

<b>COSTOS DIRECTOS (pasteles y galletas)</b>		
<b>Concepto</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Materia Prima Directa	\$ 2,854.96	\$ 34,259.52
Mano Obra Directa	\$ 673.50	\$ 8,082.05
<b>Total</b>	<b>\$ 3,528.46</b>	<b>\$ 42,341.57</b>

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

Tabla 54. Presentación del producto.

<b>Presentación</b>	<b>Total unidades producidas diarias</b>	<b>Mensual (30 días al mes)</b>	<b>Anual</b>
pan	6000	180000	2160000
galletas	500	4000	48000
pasteles	30	480	5760
<b>TOTAL</b>	<b>6000</b>	<b>180000</b>	<b>2160000</b>

Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Estudio técnico.

Tabla 55. Costo de mano de obra.

COSTO MANO DE OBRA		REMUNERACIÓN		
CARGO	Nº DE PUESTOS	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO MENSUAL (\$)	COSTO ANUAL (\$)
Panaderos	3	600	1800	21600
Pastelero	1	480	480	5760
<b>DECIMO TERCERO</b>				
Panaderos	3	600	150.00	1800
Pastelero	1	480	40.00	480
<b>DECIMO CUARTO</b>				
Panaderos	3	600	150.00	1800
Pastelero	1	480	40.00	480
<b>VACACIONES</b>				
Panaderos	3	300	75.00	900.00
Pastelero	1	240	20.00	240.00
<b>IESS</b>				
Panaderos	3	66.9	200.70	2408.40
Pastelero	1	53.52	53.52	642.24
<b>FONDOS DE RESERVA</b>				
Panaderos	3	49.98	149.94	1799.28
Pastelero	1	39.98	39.98	479.81
<b>COSTOS DE MANO DE OBRA</b>			<b>\$ 3,009.22</b>	<b>\$ 36,110.64</b>

Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Estudio técnico.

Tabla 56. Costo de la Materia Prima del Pan

COSTO M.P.D. PAN			6000 unid día	180000 mes	2160000 unid año	
MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DIA		COSTO MES	AÑO
			COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)	COSTO TOTAL (\$)	COSTO TOTAL (\$)
HARINA	libras	600	0.40	240	7200	86400
SAL	libras	15	0.38	5.7	171	2052
AZUCAR	libras	66	0.55	36.3	1089	13068
MANTECA	libras	10	1.00	10	300	3600
LEVADURA	libras	15	2.5	37.5	1125	13500
HUEVOS	unidad	120	0.12	14.4	432	5184
AGUA	m3	10	0.48	4.8	144	1728
<b>COSTO TOTAL MATERIA PRIMA Y MATERIALES</b>				<b>\$ 348.70</b>	<b>\$ 10,461.00</b>	<b>\$ 125,532.00</b>

Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Estudio técnico.

Tabla 57. Costo de Materia Prima de los pasteles.

COSTO M.P.D. PASTELES 30 unid. Día 120 Unid. Mes 1440 unid. Año						
MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DIA		COSTO MES	AÑO
			COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)	COSTO TOTAL (\$)	COSTO TOTAL (\$)
PREMEZCLA	libras	22	1.40	30.8	492.8	5913.6
AZUCAR	libras	8	0.6	4.8	76.8	921.6
HUEVOS	unidades	150	0.13	19.5	312	3744
MANTEQUILLA	libras	15	1.10	16.5	264	3168
DESMOLDANTE	litros	1	1.2	1.2	19.2	230.4
JALEAS	litros	10	3.45	34.5	552	6624
CREMA	litros	12	3.6	43.2	691.2	8294.4
FRUTA	libras	15	1.1	16.5	264	3168
<b>COSTO TOTAL MATERIA PRIMA Y MATERIALES</b>				<b>\$ 167.00</b>	<b>\$ 2,672.00</b>	<b>\$ 32,064.00</b>

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

Tabla 58. Costo de la Materia Prima de las galletas

COSTO M.P.D. GALLETAS. 500 unid. Día 4000 Unid. M 48000 unid. Año						
MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO DIA		COSTO MES	AÑO
			COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)	COSTO TOTAL (\$)	COSTO TOTAL (\$)
HARINA	libras	20	0.60	12	96	1152
AZUCAR	libras	4	0.55	2.2	17.6	211.2
HUEVOS	unidades	25	0.13	3.25	26	312
MANTEQUILLA	libras	4	1.00	4	32	384
ESENCIA	litros	0.1	0.2	0.02	0.16	1.92
CHISPAS DE CHOCOLATE	libras	2	0.7	1.4	11.2	134.4
<b>COSTO TOTAL MATERIA PRIMA Y MATERIALES</b>				<b>\$ 22.87</b>	<b>\$ 182.96</b>	<b>\$ 2,195.52</b>

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

### 5.02.02 Costos indirectos.

Tabla 59. Costos Indirectos.

COSTOS INDIRECTOS					
MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL mes	COSTO TOTAL (\$) año
Agua Potable	m3	160	0.48	76.80	921.60
Energía Eléctrica	KWh	2000	0.10	200.00	2400.00
Diesel	galones	4	1.05	126	1512.00
<b>COSTO TOTAL INSUMOS</b>				<b>\$ 402.80</b>	<b>\$ 4,833.60</b>

Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Estudio técnico.

### 5.02.03 Proyección Costos directos e indirectos.

Tabla 60. Proyección Costos directos e indirectos del pan.

PROYECCION COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS (pan)									
Producto	Venta Anual	Costo	Año Actual (2017)	Inflación anual 2017 ( 1,093% )	2018	2019	2020	2021	2022
PAN	2160000	0.09	194400	1.093%	196524.79	198672.81	200844.30	203039.53	205258.75
<b>TOTAL</b>			<b>194400.00</b>	<b>0.01</b>	<b>196524.79</b>	<b>198672.81</b>	<b>200844.30</b>	<b>203039.53</b>	<b>205258.75</b>

Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Estudio técnico.

Tabla 61. Proyección Costos directos e indirectos de las galletas.

PROYECCION COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS (galletas)									
Producto	Venta Anual	Costo	Año Actual (2017)	Inflación anual 2017 ( 1,093% )	2018	2019	2020	2021	2022
GALLETAS	48000	0.08	4010.467733	1.093%	4054.30	4098.62	4143.41	4188.70	4234.48
<b>TOTAL</b>			<b>4010.47</b>	<b>0.01</b>	<b>4054.30</b>	<b>4098.62</b>	<b>4143.41</b>	<b>4188.70</b>	<b>4234.48</b>

Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Estudio técnico.

Tabla 62. Proyección de Costos directos e indirectos de pasteles.

PROYECCION COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS (pasteles)									
Producto	Venta Anual	Costo	Año Actual (2017)	Inflación anual 2017 ( 1,093% )	2018	2019	2020	2021	2022
PASTELES	5760	7.55	43488	1.093%	43963.32	44443.84	44929.61	45420.69	45917.14
<b>TOTAL</b>			<b>43488.00</b>	<b>0.01</b>	<b>43963.32</b>	<b>44443.84</b>	<b>44929.61</b>	<b>45420.69</b>	<b>45917.14</b>

Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Estudio técnico.

### 5.02.04 Gastos Administrativos.

Tabla 63. Gastos Administrativos.

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Gastos de Personal	1543.45	18521.36
Materiales de limpieza	10.90	130.85
Suministros de oficina	11.10	133.15
Servicios básicos	94.00	1128.00
<b>TOTAL</b>	<b>1659.45</b>	<b>19913.36</b>

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

Tabla 64. Gasto del personal administrativo.

<b>GASTOS DE PERSONAL</b>								
<b>Concepto</b>	<b>Sueldo Mensual</b>	<b>Décimo Tercero</b>	<b>Décimo Cuarto</b>	<b>IESS</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Fondos de reserva</b>	<b>Total Mensual</b>	<b>Total Anual</b>
Administrador	600.00	50.00	50.00	66.90	25.00	49.98	841.88	10102.56
Contador	500.00	41.67	41.67	55.75	20.83	41.65	701.57	8418.80
<b>Total</b>							<b>1543.45</b>	<b>18521.36</b>

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

Tabla 65. Material de limpieza.

<b>MATERIAL DE LIMPIEZA</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad Anual</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Anual</b>
Escoba	6	\$ 2.30	\$ 13.80
Trapeador	5	\$ 2.25	\$ 11.25
Recogedor	5	\$ 1.00	\$ 5.00
Desinfectante	24	\$ 2.20	\$ 52.80
Manteles	12	\$ 1.00	\$ 12.00
Cloro	20	\$ 1.80	\$ 36.00
<b>TOTAL</b>	<b>72</b>	<b>\$ 10.55</b>	<b>\$ 130.85</b>

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

Tabla 66. Suministros de oficina.

<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad Anual</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Anual</b>
Resma de Papel	4	3.90	15.60
Bolígrafos	30	0.35	10.50
Lápices	20	0.30	6.00
Grapas	5	0.85	4.25
Clips	4	1.20	4.80
Tinta impresora	6	12.00	72.00
Archivadores	5	4.00	20.00
<b>TOTAL</b>	<b>74</b>	<b>22.6</b>	<b>133.15</b>

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

Tabla 67. Otros gastos administrativos.

<b>OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>				
Servicios básicos				
<b>MATERIAL</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO (\$)</b>	<b>COSTO TOTAL (\$)</b>
Agua Potable	m3	75	0.48	36.00
Energía Eléctrica	KWh	400	0.10	40.00
Teléfono	minutos	180	0.10	18.00
<b>COSTO TOTAL</b>				<b>\$ 94.00</b>

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

Tabla 68. Proyección gastos administrativos.

<b>PROYECCIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>							
<b>Descripción</b>	<b>Año Actual (2017)</b>	<b>Tasa de inflación 1.093%</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Gastos de Personal	18521.36	1.093%	18,723.80	18,928.45	19,135.34	19,344.49	19,555.92
Materiales de limpieza	130.85	1.093%	132.28	133.73	135.19	136.67	138.16
Suministros de oficina	133.15	1.093%	134.61	136.08	137.56	139.07	140.59
Servicios básicos	1128.00	1.093%	1,140.33	1,152.79	1,165.39	1,178.13	1,191.01
<b>TOTAL</b>	<b>19913.36</b>	<b>-</b>	<b>20131.01</b>	<b>20351.04</b>	<b>20573.48</b>	<b>20798.35</b>	<b>21025.68</b>

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

### 5.02.05 Gasto de Ventas.

Tabla 69. Gasto ventas.

<b>GASTOS DE VENTAS</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad Anual</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Gastos ventas	12200	6.00	600.00	7200.00
Personal	2	5.14	1233.94	14807.25
Servicios básicos			175.20	2102.40
<b>TOTAL</b>			2009.14	24109.65

Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Estudio técnico.

Tabla 70. Proyección gasto en ventas.

<b>PROYECCIÓN GASTO DE VENTAS</b>							
<b>Descripción</b>	<b>Año Actual (2017)</b>	<b>Tasa de inflación 1,093%</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Gastos de Ventas	24109.65	1.093%	24373.17	24639.57	24908.88	25181.13	25456.36
<b>TOTAL</b>			24373.17	24639.57	24908.88	25181.13	25456.36

Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Estudio técnico.

Tabla 71. Gasto del personal de ventas.

<b>GASTOS DE PERSONAL</b>								
<b>Concepto</b>	<b>Sueldo Mensual</b>	<b>Décimo Tercero</b>	<b>Décimo Cuarto</b>	<b>IESS</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Fondos de reserva</b>	<b>Total Mensual</b>	<b>Total Anual</b>
3 Atención al cliente	1125.00	93.75	93.75	125.44	46.88	9371.25	1233.94	14807.25
<b>Total</b>							1233.94	14807.25

Elaborado por: Denys Morales  
Fuente: Estudio técnico.

Tabla 72. Gasto servicios básicos ventas.

<b>Servicios básicos Ventas</b>				
MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)
Agua Potable	m3	90	0.48	43.20
Energía Eléctrica	KWh	1200	0.10	120.00
Teléfono	minutos	120	0.10	12.00
<b>COSTO TOTAL</b>				<b>\$ 175.20</b>

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

Tabla 73. Gasto en equipos para el área de ventas.

<b>EQUIPOS VENTAS</b>						10 años
MÁQUINAS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)	VIDA ÚTIL (AÑOS)	DEPRECIACIÓN (\$)	DEPRECIACIÓN ACUMULADA (\$)
Paneras	2	1000	2000	8	250.00	2500.00
canastos	30	5	150	5	30.00	300.00
frios	3	2000	6000	10	600.00	6000.00
estanterias	2	150	300	10	30.00	300.00
<b>INVERSIÓN INICIAL EN MÁQUINAS</b>			<b>\$ 8,450.00</b>		<b>\$ 910.00</b>	<b>\$ 9,100.00</b>

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

### 5.02.06 Costos Financieros.

Tabla 74. Costos financieros.

RECURSO FINANCIERO	
Concepto	Uso de Fondo
<b>Activos Fijos</b>	
Maquinaria y Equipo	29873,80
Muebles y Enseres	270,00
Equipo de Computación	740,00
Equipo de Oficina	160,00
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>31043,80</b>
<b>Activos Diferidos</b>	
Gasto de constitución	900,00
<b>Total Activos Diferidos</b>	<b>900,00</b>
<b>Capital de Trabajo</b>	
Costo de producción	20158,21
Gasto Administrativo	1659,45
Gasto de Ventas	2009,14
<b>Total Capital de Trabajo</b>	<b>23826,79</b>
<b>Total de Inversión</b>	<b>55770,59</b>

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

### 5.02.07 Costos Fijos y Variables.

Tabla 75. Proyección costos anuales.

PROYECCIÓN DE COSTOS ANUALES							
Concepto	Tasa de inflación 1,093%	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
<b>Costos Fijos</b>							
Depreciación	1,093	3393,47	3393,47	3393,47	3393,47	3146,80	3146,80
Amortización de la inversión diferida	1,093	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00
Gastos Administrativos	1,093	19913,36	20131,01	20351,04	20573,48	20798,35	21025,68
<b>Total Costo Fijos</b>		<b>23486,83</b>	<b>23704,48</b>	<b>23924,51</b>	<b>24146,95</b>	<b>24125,15</b>	<b>24352,48</b>
<b>Costo Variables</b>							
Costo producción	1,093	241898,4677	244542,42	247215,27	249917,33	252648,93	255410,38
Gastos de Ventas	1,093	24109,65	24373,17	24639,57	24908,88	25181,13	25456,36
<b>Total Costos Variables</b>		<b>266008,1177</b>	<b>268915,59</b>	<b>271854,83</b>	<b>274826,21</b>	<b>277830,06</b>	<b>280866,74</b>
<b>Total Costos Anuales</b>		<b>\$ 289.494,94</b>	<b>\$ 292.620,07</b>	<b>\$ 295.779,35</b>	<b>\$ 298.973,16</b>	<b>\$ 301.955,21</b>	<b>\$ 305.219,22</b>

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

## 5.03 Inversiones.

### 5.03.01 Inversión fija.

Tabla 76. Cuadro de inversiones.

<b>CUADRO DE INVERSIONES</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Uso de Fondo</b>	<b>Recurso Propio</b>	<b>Recurso Financiero</b>
<b>Activos Fijos</b>			
Maquinaria y Equipo	29873,80	5000,80	24873,00
Muebles y Enseres	270,00	87,00	183,00
Equipo de Computación	740,00	680,00	60,00
Equipo de Oficina	160,00	104,00	56,00
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>31043,80</b>	<b>5871,80</b>	<b>25172,00</b>
<b>Activos Diferidos</b>			
Gasto de constitución	900,00	500,00	400,00
			0,00
<b>Total Activos Diferidos</b>	<b>900,00</b>	<b>500,00</b>	<b>400,00</b>
<b>Capital de Trabajo</b>			
Costo de producción	20158,21	3125,21	17033,00
Gasto Administrativo	1659,45	100,70	1558,75
Gasto de Ventas	2009,14	400,62	1608,52
<b>Total Capital de Trabajo</b>	<b>23826,79</b>	<b>3626,53</b>	<b>20200,26</b>
<b>Total de Inversión</b>	<b>55770,59</b>	<b>9998,33</b>	<b>45772,26</b>
<b>Participación</b>	<b>100%</b>	<b>18%</b>	<b>82%</b>

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

### 5.03.02 Activos fijos.

Tabla 77. Activos fijos.

<b>Activos Fijos</b>	<b>Valor Total</b>
Maquinaria y Equipo	29873.80
Muebles y Enseres	270.00
Equipo de Computación	740.00
Equipo de Oficina	160.00
<b>Total</b>	<b>\$ 31,043.80</b>

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

Tabla 78. Maquinaria y equipos área de producción.

<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Horno y cámara de leudo	1	15000	15000.00
Mezcladora	1	4000	4000.00
Balanza	1	150	150.00
Batidora	1	1000	1000.00
Latas	160	2.25	360.00
Coches	8	20	160.00
Brochas	2	1.40	2.80
Recipientes	2	0.50	1.00
Guantes (par)	2	10	20.00
Mesa	1	500	500.00
Moldes	40	4.5	180
Mangas pasteleras	5	10	50
<b>TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			<b>21423.80</b>

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

Tabla 79. Equipos para el área de venta.

<b>EQUIPOS</b>				
<b>MÁQUINAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO (\$)</b>	<b>COSTO TOTAL (\$)</b>	<b>VIDA ÚTIL (AÑOS)</b>
Paneras	2	1000	2000	8
canastos	30	5	150	5
fríos	3	2000	6000	10
estanterías	2	150	300	10
<b>INVERSIÓN INICIAL EN MÁQUINAS</b>			<b>\$ 8.450,00</b>	

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

Tabla 80. Muebles y enseres.

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Escritorio	1	150.00	150.00
Silla	3	40.00	120.00
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>			<b>270.00</b>

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

Tabla 81. Equipos de computación.

EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Computador portátil	1	600,00	600,00
Impresora	1	140,00	140,00
<b>TOTAL EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>			<b>740,00</b>

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

Tabla 82. Equipos de oficina.

EQUIPO DE OFICINA			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Teléfono	2	40.00	80.00
Ventilador	1	80.00	80.00
<b>TOTAL EQUIPO DE OFICINA</b>			<b>160.00</b>

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

### 5.03.03 Activos Nominales (diferidos).

Tabla 83. Activos diferidos.

ACTIVO DIFERIDO							
AMORTIZACIÓN DEL DIFERIDO							
Concepto	Valor	Vida Útil	2018	2019	2020	2021	2022
Gasto de constitución	900.00	5	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

### 5.03.04 Capital de trabajo.

Tabla 84. Capital de trabajo.

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Mes 1</b>	<b>Mes 2</b>	<b>Mes 3</b>	<b>Valor Total</b>
Gasto producción	20,158.21	20,158.21	20,158.21	60,474.62
Gasto Administrativo	1,659.45	1,659.45	1,659.45	4,978.34
Gasto de ventas	2,009.14	2,009.14	2,009.14	6,027.41
<b>Total</b>	<b>\$ 23,826.79</b>	<b>\$ 23,826.79</b>	<b>\$ 23,826.79</b>	<b>\$ 71,480.37</b>

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

### 5.03.05 Fuentes de financiamiento y uso de fondos.

Tabla 85. Fuentes de financiamiento.

<b>PRESTAMO</b>	<b>PERSONAL</b>	<b>CREDITO</b>
PORCENTAJE	21%	79%
VALOR DEL PRÉSTAMO	45772,26	44188,22
TASA BANCARIA	11,83%	
PLAZO	5	

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

### 5.03.04 Amortización de financiamiento (tabla de amortización)

Tabla 86. Tabla de amortización.

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>				
<b>PERÍODO</b>	<b>PAGO INTERES</b>	<b>PAGO CAPITAL</b>	<b>PAGO ANUAL</b>	<b>MENSUAL</b>
1	\$ 5.227,47	\$ 6.979,19	\$ 12.206,66	1017,22
2	\$ 4.401,83	\$ 7.804,83	\$ 12.206,66	1017,22
3	\$ 3.478,52	\$ 8.728,14	\$ 12.206,66	1017,22
4	\$ 2.445,98	\$ 9.760,68	\$ 12.206,66	1017,22
5	\$ 1.291,29	\$ 10.915,37	\$ 12.206,66	1017,22
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 16.845,08</b>	<b>\$ 44.188,22</b>	<b>\$ 61.033,30</b>	

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

### 5.03.05 Depreciaciones (tabla de depreciación)

Tabla 87. Tabla de depreciación.

Cuadro de Depreciones								
Descripción	Valor de Compra	Vida Útil	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Maquinaria y Equipo	29873.80	10	2987.38	2987.38	2987.38	2987.38	2987.38	2987.38
Muebles y Enseres	270.00	10	27.00	27.00	27.00	27.00	27.00	27.00
Equipo de Computación	740.00	3	246.67	246.67	246.67	0.00	0.00	0.00
Equipo de Oficina	160.00	10	16.00	16.00	16.00	16.00	16.00	16.00
<b>TOTAL</b>	<b>31043.80</b>	-	<b>3277.05</b>	<b>3277.05</b>	<b>3277.05</b>	<b>3030.38</b>	<b>3030.38</b>	<b>3030.38</b>

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

### 5.03.06 Estado de Situación Inicial.

Tabla 88. Estado de situación inicial.

<b>ESPIGA REAL</b>			
<b>BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL</b>			
<b>AL 31 DE DICIEMBRE 2017</b>			
<b>Activos</b>		<b>Pasivo</b>	
<b>Activos Corriente</b>		<b>Pasivo Corriente</b>	
Caja Bancos	\$ 23,826.79	Cuentas por pagar	\$ -
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>\$ 23,826.79</b>	<b>Total Pasivo Corriente</b>	
<b>Activos Fijos</b>		<b>Pasivo a Largo plazo</b>	
Maquinaria y Equipo	\$ 29,873.80	Préstamo bancario	\$ 45,772.26
Muebles y Enseres	\$ 270.00	<b>Total Pasivo a Largo plazo</b>	<b>\$ 45,772.26</b>
Equipo de Computación	\$ 740.00		
Equipo de Oficina	\$ 160.00	<b>Total Pasivos</b>	<b>\$ 45,772.26</b>
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>\$ 31,043.80</b>		
<b>Otros Activos</b>		<b>Patrimonio</b>	
Gasto de constitución	\$ 900.00	Capital	\$ 9,098.33
Estudio de Factibilidad		<b>Total Patrimonio</b>	<b>\$ 9,098.33</b>
<b>Total Otros Activos</b>	<b>\$ -</b>		
<b>Total Activos</b>	<b>\$ 54,870.59</b>	<b>Total Pasivo + Patrimonio</b>	<b>\$ 54,870.59</b>

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

### 5.03.07 Estado de Resultados proyectado (a 5 años)

Tabla 89. Estados de resultados proyectados

ESPIGA REAL						
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
DESCRIPCIÓN	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Ventas</b>						
Pan		\$ 266,114.16	\$ 269,839.76	\$ 273,617.51	\$ 277,448.16	\$ 281,332.43
Pasteles		\$ 63,940.41	\$ 64,835.57	\$ 65,743.27	\$ 66,663.68	\$ 67,596.97
Galletas		\$ 5,286.60	\$ 5,360.61	\$ 5,435.66	\$ 5,511.76	\$ 5,588.92
<b>Total Ventas</b>		<b>\$ 335,341.16</b>	<b>\$ 340,035.94</b>	<b>\$ 344,796.44</b>	<b>\$ 349,623.59</b>	<b>\$ 354,518.33</b>
(-) Costo de Produccion		\$ 244,542.42	\$ 247,215.27	\$ 249,917.33	\$ 252,648.93	\$ 255,410.38
<b>(=) Utilidad Bruta en Ventas</b>		<b>\$ 90,798.75</b>	<b>\$ 92,820.67</b>	<b>\$ 94,879.11</b>	<b>\$ 96,974.67</b>	<b>\$ 99,107.95</b>
(-) Gastos Administrativos		\$ 20,131.01	\$ 20,351.04	\$ 20,573.48	\$ 20,798.35	\$ 21,025.68
(-) Gasto de Ventas		\$ 24,373.17	\$ 24,639.57	\$ 24,908.88	\$ 25,181.13	\$ 25,456.36
(-) Depreciaciones		\$ 3,277.05	\$ 3,277.05	\$ 3,030.38	\$ 3,030.38	\$ 3,030.38
(-) Amortización del Diferido		\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00
<b>(=) Utilidad Bruta</b>		<b>\$ 42,837.52</b>	<b>\$ 44,373.02</b>	<b>\$ 46,186.38</b>	<b>\$ 47,784.81</b>	<b>\$ 49,415.53</b>
(+/-) Otros Ingresos o Gastos						
<b>(=) Utilidad Operacional</b>		<b>\$ 42,837.52</b>	<b>\$ 44,373.02</b>	<b>\$ 46,186.38</b>	<b>\$ 47,784.81</b>	<b>\$ 49,415.53</b>
(-) 15% Participación de Trabajadores		\$ 6,425.63	\$ 6,655.95	\$ 6,927.96	\$ 7,167.72	\$ 7,412.33
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>		<b>\$ 36,411.89</b>	<b>\$ 37,717.06</b>	<b>\$ 39,258.42</b>	<b>\$ 40,617.09</b>	<b>\$ 42,003.20</b>
(-) 22% Impuesto a la Renta		\$ 8,010.62	\$ 8,297.75	\$ 8,636.85	\$ 8,935.76	\$ 9,240.70
<b>(=) Utilidad Neta</b>		<b>\$ 28,401.27</b>	<b>\$ 29,419.31</b>	<b>\$ 30,621.57</b>	<b>\$ 31,681.33</b>	<b>\$ 32,762.50</b>
(+) Depreciaciones		3,277.05	3,277.05	3,030.38	3,030.38	3,030.38
(+) Amortización del Diferido		180.00	180.00	180.00	180.00	180.00
(-) Amortización de la Deuda						
(-) Inversión	- 55,770.59					
(-) Capital de Trabajo	- 23,826.79					
(+) Préstamo	45,772.26					
<b>(=) FLUJO DE CAJA DE PERIODO</b>	<b>-33825.12</b>	<b>\$ 31,858.32</b>	<b>\$ 32,876.36</b>	<b>\$ 33,831.95</b>	<b>\$ 34,891.71</b>	<b>\$ 35,972.88</b>

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

### 5.03.08 Flujo de caja.

Tabla 90. Flujo de caja.

ESPIGA REAL		
FLUJO DE CAJA		
DESCRIPCIÓN	2017	2018
<b>Ventas</b>		
Pan		\$ 266,114.16
Pasteles		\$ 63,940.41
Galletas		\$ 5,286.60
<b>Total Ventas</b>		<b>\$ 335,341.16</b>
(-) Costo de Producción		\$ 244,542.42
<b>(=) Utilidad Bruta en Ventas</b>		<b>\$ 90,798.75</b>
(-) Gastos Administrativos		\$ 20,131.01
(-) Gasto de Ventas		\$ 24,373.17
(-) Depreciaciones		\$ 3,277.05
(-) Amortización del Diferido		\$ 180.00
<b>(=) Utilidad Bruta</b>		<b>\$ 42,837.52</b>
(+/-) Otros Ingresos o Gastos		
<b>(=) Utilidad Operacional</b>		<b>\$ 42,837.52</b>
(-) 15% Participación de Trabajadores		\$ 6,425.63
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>		<b>\$ 36,411.89</b>
(-) 22% Impuesto a la Renta		\$ 8,010.62
<b>(=) Utilidad Neta</b>		<b>\$ 28,401.27</b>
(+) Depreciaciones		3,277.05
(+) Amortización del Diferido		180.00
(-) Amortización de la Deuda		
(-) Inversión	- 55,770.59	
(-) Capital de Trabajo	- 23,826.79	
(+) Préstamo	45,772.26	
<b>(=) FLUJO DE CAJA DE PERIODO</b>	<b>-33825.12</b>	<b>\$ 31,858.32</b>

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

### 5.04 Evaluación.

#### 5.04.01 Tasa de descuento.

Tabla 91. Tasa de descuento.

TASA DE DESCUENTO (TMAR)		BANCO CENTRAL AGOSTO 2017
TASA PASIVA REFERENCIAL	4.96%	BANCO DEL PICHINCHA
TASA ACTIVA REFERENCIAL	11.83%	
TASA DE EVALUACIÓN	16.79%	
INFLACIÓN	1.039%	
<b>TMAR</b>	<b>18.00%</b>	

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

### 5.04.02 VAN.

Tabla 92.VAN.

Cálculo del VAN	
<b>TMAR</b>	<b>18.00%</b>
<b>Inversión</b>	\$ -55,770.59
Año 2018	\$ 31,858.32
Año 2019	\$ 32,876.36
Año 2020	\$ 33,831.95
Año 2021	\$ 34,891.71
Año 2022	\$ 35,972.88
<b>VAN</b>	<b>\$ 49,142.90</b>

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

### 5.04.03 TIR.

Tabla 93.TIR.

Cálculo del TIR	
<b>Inversión</b>	\$ -55,770.59
Año 2018	\$ 31,858.32
Año 2019	\$ 32,876.36
Año 2020	\$ 33,831.95
Año 2021	\$ 34,891.71
Año 2022	\$ 35,972.88
<b>TIR</b>	<b>52.03%</b>

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

### 5.04.04 PRI (Periodo de recuperación de la inversión)

Tabla 94.Período de recuperación de la inversión

PERÍODO DE RECUPERACIÓN			TMAR:18.00%
PERÍODO	FLUJOS DE EFECTIVOS	DESCUENTO	ACUMULADO
<b>0</b>	\$ <b>-55.770,59</b>	\$ -55.770,59	\$ -55.770,59
1	\$ <b>31.858,32</b>	\$ 26.998,58	\$ -28.772,01
2	\$ <b>32.876,36</b>	\$ 23.611,29	\$ -5.160,73
3	\$ <b>33.831,95</b>	\$ 20.591,17	\$ 15.430,44
4	\$ <b>34.891,71</b>	\$ 17.996,75	\$ 33.427,20
5	\$ <b>35.972,88</b>	\$ 15.724,08	\$ 49.151,27

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

Tabla 95.PAYBACK

PAYBACK=	AÑO ULTIMO FLUJO ACUMULADO NEGATIVO +	ULTIMO FLUJO ACUMULADO NEGATIVO
		FLUJO NO ACUMULADO DEL AÑO SIGUIENTE
PAYBACK=	2+	\$ 5,160.73
		\$ 20,591.17
PAYBACK=	2.250628096	2 AÑOS
	3	3 MESES

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

#### 5.04.05 RBC (Relación Beneficio Costo)

Tabla 96.Relación costo/beneficio.

Relacion Costo Beneficio				
Años	INVERSIÓN	INGRESOS	COSTOS	FNE
0	\$ -55,770.59	\$ -	\$ -	\$ -55,770.59
1		\$ 335,341.16	\$ 244,542.42	\$ 90,798.75
2		\$ 340,035.94	\$ 247,215.27	\$ 92,820.67
3		\$ 344,796.44	\$ 249,917.33	\$ 94,879.11
4		\$ 349,623.59	\$ 252,648.93	\$ 96,974.67
5		\$ 354,518.33	\$ 255,410.38	\$ 99,107.95

18.00%

Suma Ingreso	\$ 1,724,315.47
Suma Costos	\$ 1,249,734.32
suma costos + inversion	\$ 1,193,963.73
<b>RELACIÓN C/B</b>	<b>1.44</b>

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

### 5.04.06 Punto de Equilibrio.

Tabla 97. Punto de equilibrio del pan.

PAN	
Costos Fijos:	18718.60
Costo Unitario:	0.09
Precio:	0.12
<b>Fòrmula:</b>	
P.E=	$\frac{CF}{P-CVU}$
P.E=	$\frac{18718.60}{0.12 - 0.09}$
PE=	$\frac{18718.60}{0.03}$
PE=	<b>594241 unidades</b>
<b>Demostraciòn</b>	
Ventas	72200.31
(-) Costo Variable	53481.71
(=) Margen de Contribuciòn	18718.60
(-) Costo Fijo	-18718.60
( = ) Utilidad Operacional	0

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio tècnico.

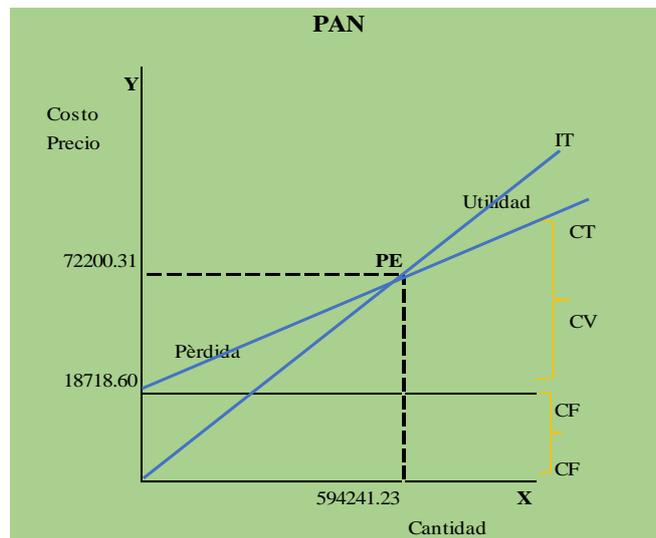


Figura 55. Gráfico punto de equilibrio del pan.

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio tècnico.

Tabla 98. Punto de equilibrio pasteles.

<b>PASTELES</b>			
Costos Fijos:	4497.60		
Costo Unitario:	7.55		
Precio:	10.95		
<b>Fòrmula:</b>			
P.E=		CF	
		P-CVU	
P.E=	10.95	4497.60	7.55
		-	
PE=		4497.60	
		3.40	
PE=	<b>1324</b>		<b>unidades</b>
<b>Demostraciòn</b>			
<b>Ventas</b>	14492.26		
(-) Costo Variable	9994.66		
(=) Margen de Contribuciòn	4497.60		
(-) Costo Fijo	-4497.60		
(=) Utilidad Operacional	0		

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

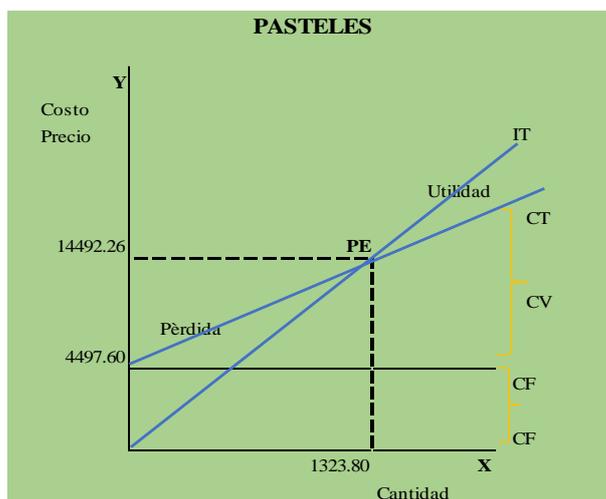


Figura 56. Gráfico punto de equilibrio pasteles.

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

Tabla 99. Punto de equilibrio galletas.

GALLETAS			
Costos Fijos:		371.86	
Costo Unitario:		0.08	
Precio:		0.11	
<b>Fòrmula:</b>			
P.E=		$\frac{CF}{P-CVU}$	
P.E=		$\frac{371.86}{0.11 - 0.08}$	
PE=		$\frac{371.86}{0.03}$	
PE=	<b>14836</b>	<b>unidades</b>	
<b>Demostraciòn</b>			
<b>Ventas</b>		1611.40	
(-) Costo Variable		1239.54	
(=) Margen de Contribuciòn		371.86	
(-) Costo Fijo		-371.86	
(=) Utilidad Operacional		0	

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

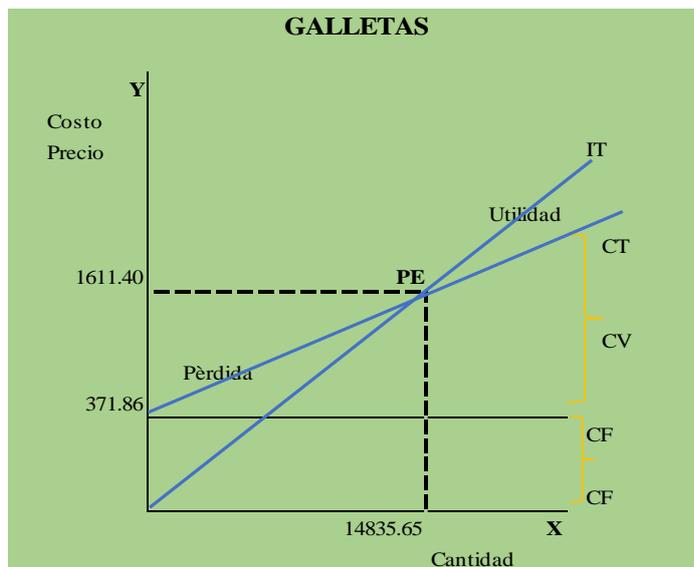


Figura 57. Gráfico punto de equilibrio galletas.

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

### 5.04.07 Análisis de índices financieros.

INDICES FINANCIEROS				
<b>Margen de Utilidad Neta =</b>		$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$	<b>ROE=</b>	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Contable}}$
<b>Margen de Utilidad Neta =</b>		$\frac{28401.27}{335341.16}$	<b>ROE=</b>	$\frac{28401.27}{9098.33}$
<b>Margen de Utilidad Neta =</b>		<b>0.08</b>	<b>ROE=</b>	<b>3.12</b>
<b>ROA=</b>		$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total de Activos}}$	<b>ROI=</b>	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversión}}$
<b>ROA=</b>		$\frac{28401.27}{31043.80}$	<b>ROI=</b>	$\frac{28401.27}{55770.59}$
<b>ROA=</b>		<b>0.91</b>	<b>ROI=</b>	<b>0.51</b>

Figura 58. Análisis de índices financieros.

Elaborado por: Denys Morales

Fuente: Estudio técnico.

## CAPÍTULO VI

### **6 Análisis de impactos.**

#### **6.01 Impacto Ambiental.**

El impacto ambiental en el proyecto es mínimo debido a que para el horneado del pan el equipo es impulsado mediante energía eléctrica y a diésel el cual arroja una pequeña cantidad de smog que no tiene un impacto ambiental muy considerable.

#### **6.02 Impacto Económico.**

El proyecto tiene un impacto económico importante enfocado a que es una microempresa el cual va ayudar brindando plazas de trabajo tanto en mano de obra e indirectamente por los proveedores con los que trabajaremos.

#### **6.03 Impacto Productivo.**

El proyecto tiene un impacto positivo ya que brinda productos de calidad y aptos para el consumo el cual mejorará la calidad de vida a sus consumidores, además de contribuir con la matriz productiva del Ecuador con las plazas de empleo que se generará.

#### **6.04 Impacto Social.**

Nuestro proyecto tiene un impacto social importante en ámbito de trabajo con plazas de empleo basado en el plan del buen vivir ofreciendo un trabajo digno y no muy considerable debido que el pan y sus derivados es un producto que se ha consumido por años el cual ha marcado una cultura de consumo en la sociedad.

## **CAPÍTULO VII CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.**

### **7.01 Conclusiones.**

- Los productos de panificación y sus derivados están dirigidos a toda la sociedad hacer un producto de primera necesidad y de consumo masivo, buscando con el proyecto satisfacer la necesidad de los clientes con la calidad de los productos.
- El estudio de mercado nos muestra que existe una demanda insatisfecha y creciente con los años el cual nosotros nos enfocaremos para cubrir esta insatisfacción del mercado.
- En el estudio técnico se estableció procesos y procedimientos para garantizar la seguridad del personal de trabajo y cumplir con la calidad del producto basado en las buenas prácticas de manufactura (BPM) aplicadas a nuestros productos y nuestras instalaciones y personal.
- En el estudio financiero se observa que el proyecto es factible basados en VAN siendo un valor positivo y mayor a cero, y con una TIR superior a la TMAR tasa de retorno además de recuperar nuestra inversión a los 2 años 3 meses.

### 7.01 Recomendaciones.

- Se recomienda ejecutar campañas publicitarias para impulsar nuestros productos y así tener mayor captación de clientes.
- Se recomienda capacitar constantemente a los trabajadores del área de producción y ventas para una correcta utilización de las buenas prácticas de manufactura.
- Se recomienda innovar nuestros productos para una mayor satisfacción de nuestros clientes, así como un adecuado mantenimiento de las instalaciones.

## Bibliografía

Anzil, F. (Enero de 2012). *Zonaeconomica.com*. Obtenido de Zonaeconomica.com:

<http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>

ARCSA. (s.f.). *Agencia Nacional de Regulación, control y Vigilancia Sanitaria*.

Obtenido de Agencia Nacional de Regulación, control y Vigilancia

Sanitaria.: <http://www.controlsanitario.gob.ec/arcsa-facilita-aun-mas-la-obtencion-de-los-registros-sanitarios-para-alimentos-procesados/>

Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. México: Interamericana Editores

S.A.,de C.V.

Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. México: Editores Interamericana

S.A. de C.V.

Banco Central del Ecuador. (s.f.). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Banco

Central del Ecuador.:

<https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/156-preguntas-frecuentes-banco-central-del-ecuador>

CreceNegocios. (2017). *Analisis del consumidor*. Obtenido de Analisis del

consumidor: <http://www.crecenegocios.com/definicion/analisis-del-consumidor/>

Definiciones ABC. (2017). *Definiciones Tu diccionario hecho facil ABC*. Obtenido de Definiciones Tu diccionario hecho facil ABC.:

<https://www.definicionabc.com/comunicacion/encuesta.php>

Diaz, A. B., & Rubio, R. S. (2006). *Direccion De Marketing Toeria y Practica*. Club Universitario.

Economia.com. (s.f.). *Economia.com*. Obtenido de Economia.com:

[http://www.economia.com.mx/producto\\_interno\\_bruto.htm](http://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm)

El Economista. (2016). *El Economista*. Obtenido de Diccionario de Economía:

<http://www.eleconomista.es/diccionario-de-economia/inflacion>

El telegrafo. (17 de julio de 2014). *El telegrafo*. Obtenido de El telegrafo:

<http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/quito/11/el-permiso-de-bomberos-para-los-negocios-se-obtiene-online>

Erosa, V. (2004). *Proyectos de inversion en Ingenieria*. México: Limusa.

INEC. (s.f.). *Gloasario de Conceptos y definiciones*. Obtenido de Gloasario de Conceptos y definiciones:

[http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com\\_content&view=article&id=278](http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com_content&view=article&id=278)

INEC. (s.f.). *Instituto Nacional de Estadisticas y Censos*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadisticas y Censos:

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/canasta/>

INEN. (2009). *Instituto Nacional Ecuatoriano de Normalización*. Obtenido de Instituto Nacional Ecuatoriano de Normalización:

<http://www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/07/Sistema-Internacional-de-Unidades-SI.pdf>

Intedya. (s.f.). *Intedya*. Obtenido de Intedya:

<http://www.intedya.com/internacional/103/consultoria-buenas-practicas-de-manufactura-bpm.html#submenuhome>

Juan Miranda, M. (2005). *Gestion de proyectos*. .: Ecoe Ediciones.

Juan Miranda, M. (2005). *Gestión de proyectos*. .: Ecoe Ediciones.

Laime, H. F. (2013). *Mercado demanda - oferta*.

Macedo, J. J. (2003). *Economía*. Obtenido de Economía:

[https://books.google.com.ec/books?id=0KksqC7ymJcC&pg=PA45&dq=oferta+definicion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj6laPds\\_RAhWKOiYKHTNiCwkQ6AEIMDAE#v=onepage&q=oferta%20definicion&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=0KksqC7ymJcC&pg=PA45&dq=oferta+definicion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj6laPds_RAhWKOiYKHTNiCwkQ6AEIMDAE#v=onepage&q=oferta%20definicion&f=false)

Miranda, J. J. (2005). *Gestion de Proyectos*.

Montilla, F. (19 de octubre de 2007). *Zona Económica*. Obtenido de Zona

Económica: <http://www.zonaeconomica.com/riesgo-pais>

Pérez Porto, J., & Merino, M. (2009). *Definiciones.com*. Obtenido de

Definiciones.com: <http://definicion.de/muestra/>

Pérez Porto, J., & Merino, M. (2012). *Definiciones.com*. Obtenido de

Definiciones.com: <http://definicion.de/poblacion/>

- Perez, J., & Gordey, A. (2009). (<http://definicion.de/producto/>). Obtenido de (<http://definicion.de/producto/>): <http://definicion.de/producto/>
- Porto, J. P., & Gardey, A. (2008). *Definiciones.com*. Obtenido de Definiciones.com: <http://definicion.de/planeacion-estrategica/>
- Rico, V. (2005). *Estudios de mercado y análisis de mercado*. Obtenido de Estudios de mercado y análisis de mercado.: [https://www.estudiosdemercado.org/que\\_es\\_un\\_estudio\\_de\\_mercado.html](https://www.estudiosdemercado.org/que_es_un_estudio_de_mercado.html)
- SRI. (s.f.). *SRI*. Obtenido de SRI: <http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>
- TAMAYO, A. (2010). *EL PARISIEN*. Obtenido de <http://www.elparisien.com/>
- Tovar, J. K. (2010). *Manual del Empresario Exitoso*.
- Towar, J. K. (2010). *Manual de Empresario Exitoso*.
- UNESCO. (s.f.). *Oficina de la UNESCO en Mexico*. Obtenido de Oficina de la UNESCO en Mexico: <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/>

# URKUND

## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** Tesis Final Denys Morales.pdf (D30273227)  
**Submitted:** 2017-08-28 22:18:00  
**Submitted By:** denysmorales1994@hotmail.com  
**Significance:** 7 %

### Sources included in the report:

Freddy Fabin Vsquez Giler.pdf (D11164286)  
Fernanda Guachi Tesis Final.docx (D12387389)  
ALEJAP CARLAT.pdf (D30014378)  
<http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/>  
<http://slideplayer.es/slide/7282432/>  
<http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>  
<http://www.controlsanitario.gob.ec/arcsa-facilita-aun-mas-la->  
<https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/156-preguntas->  
<http://www.crecenegocios.com/definicion/analisis-del->  
<https://www.definicionabc.com/comunicacion/encuesta.php>  
[http://www.economia.com.mx/producto\\_interno\\_bruto.htm](http://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm)  
<http://www.economista.es/diccionario-de-economia/inflacion>  
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/canasta/>  
<http://www.zonaeconomica.com/riesgo-pais>  
<http://definicion.de/muestra/>  
<http://definicion.de/poblacion/>  
<http://definicion.de/producto/>  
<http://definicion.de/planeacion-estrategica/>  
[https://www.estudiosdemercado.org/que\\_es\\_un\\_estudio\\_de\\_mercado.html](https://www.estudiosdemercado.org/que_es_un_estudio_de_mercado.html)  
<http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>

### Instances where selected sources appear:

27