



ESCUELA POLITECNICA DEL EJÉRCITO

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

INGENIERIA COMERCIAL

**TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCION DEL
TITULO DE INGENIERA COMERCIAL**

**ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA PANADERÍA EN EL
CANTÓN PÍLLARO PROVINCIA DEL TUNGURAHUA.**

MARÍA GABRIELA REINOSO LARA

DIRECTOR: ING. RICHARD CHAMBA M.B.A

CODIRECTOR: ING. MARCO MOSQUERA M.B.A – M.D.U

SANGOLQUI, MARZO DEL 2008

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento y gratitud a los maestros y autoridades del Departamento de Ciencias Económicas Administrativas y de Comercio por la oportunidad brindada y facilidades prestadas para mi superación, y de igual manera para quienes acertadamente dirigieron este trabajo de investigación

DEDICATORIA

El presente trabajo dedico con mucho cariño a mis padres que con dulzura, paciencia comprensión y esfuerzo supieron ayudarme y estar siempre conmigo hasta este triunfo, que es triunfo de todos, y parte importante del éxito en mi vida.

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
DEPARTAMENTO DE CIENCIA ECONOMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO
INGENIERIA COMERCIAL

DECLARACION DE RESPONSABILIDAD

MARÍA GABRIELA REINOSO LARA

DECLARO QUE:

La tesis de grado titulada **ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA PANADERÍA EN EL CANTÓN PÍLLARO PROVINCIA DEL TUNGURAHUA** ha sido desarrollada con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico de esta tesis de grado.

Quito, 12 de marzo de 2008.

MARÍA GABRIELA REINOSO LARA

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORIZACION

Yo, MARÍA GABRIELA REINOSO LARA

Autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo **ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA PANADERÍA EN EL CANTÓN PÍLLARO PROVINCIA DEL TUNGURAHUA**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Quito, 12 de marzo de 2008.

MARÍA GABRIELA REINOSO LARA

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

INGENIERIA COMERCIAL

CERTIFICADO

Ing. Richard Chamba e Ing. Marco Mosquera

CERTIFICAN

Que la tesis titulada **ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA PANADERÍA EN EL CANTÓN PÍLLARO PROVINCIA DEL TUNGURAHUA**, realizada por la señorita **MARÍA GABRIELA REINOSO LARA**, ha sido dirigida y revisada periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército.

Debido a que puede ser utilizado como fuente de consulta para proyectos y estudios que sean relacionados con temas de micro-empresas se recomienda su publicación

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto, el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (PDF). Autorizan a nombre del autor, señorita **MARÍA GABRIELA REINOSO LARA** para que se entregue al señor Ing. Guido Crespo, Coordinador de la Carrera de Ingeniería Comercial

Quito, 12 de marzo de 2008.

Ing. Richard Chamba
DIRECTOR

Ing. Marco Mosquera
CODIRECTOR

ÍNDICE

Introducción	1
CAPITULO I: Estudio de Mercado	
1.1. Objetivo del estudio de mercado	2
1.2. Estructura del mercado	3
1.2.1. Análisis histórico del mercado	4
1.2.2. Análisis actual del mercado	5
1.3. Caracterización del producto	7
1.3.1. Características del producto	7
1.3.2. Clasificación por su uso	18
1.3.3. Productos sustitutos	20
1.4. Investigación del mercado	21
1.4.1. Segmentación del mercado	21
1.4.2. Definición del universo	23
1.4.3. Selección de la muestra	24
1.4.5. Diseño de los instrumentos	25
1.4.6. Investigación de campo	27
1.4.7. Procesamiento de la información	28
1.4.8. Análisis de los resultados	33
1.5. Análisis de la demanda	51
1.5.2. Factores que afectan la demanda	51
1.5.3. Comportamiento histórico de la demanda del producto	53
1.5.4. Comportamiento actual de la demanda del producto	55
1.5.5. Proyección de la demanda	56
1.6. Análisis de la oferta	58
1.6.2. Factores que afectan la oferta	58
1.6.3. Comportamiento histórico de la oferta	60
1.6.4. Comportamiento actual de la oferta	62
1.6.5. Proyección de la oferta	64
1.7. Determinación de la demanda insatisfecha	65
1.8. Análisis de precios	66
1.8.1. Factores que influyen en el comportamiento de los precios	67
1.8.2. Comportamiento histórico y tendencias de los precios	68
1.8.3. Estimación de precios	69

1.8.4.	Tendencia de precios	69
1.9.	Mercadeo y comercialización	71
1.9.1.	Estrategias de producto	71
1.9.2.	Estrategias de precios	72
1.9.3.	Estrategias de plaza	73
1.9.5.	Estrategia de promoción- comunicación	74
CAPITULO II: Estudio Técnico		
		75
2.1.	Tamaño del proyecto	75
2.1.1.	Factores determinantes del proyecto	76
2.1.1.1.	Condicionantes de el mercado	76
2.1.1.2.	Disponibilidad de recursos financieros	78
2.1.1.3.	Disponibilidad de mano de obra	80
2.1.1.4.	Disponibilidad de insumos y materia prima	84
2.1.1.5.	Disponibilidad de tecnología	86
2.1.1.6.	Economías de escala	93
2.1.2.	Capacidad de producción	94
2.1.2.1.	Tamaño óptimo	95
2.2.	Localización del proyecto	95
2.2.1.	Macro localización	96
2.2.1.1.	Justificación	96
2.2.1.2.	Mapa de la macro localización	98
2.2.2.	Micro localización	99
2.2.2.1.	Criterio de selección de alternativas	100
2.2.2.2.	Matriz de localización	102
2.2.2.3.	Plano de micro localización	103
2.3.	Ingeniería del proyecto	105
2.3.1.	Proceso de producción	105
2.3.2.	Diagrama de flujo y procesos	111
2.3.3.	Programa de Producción	116
2.3.4.	Distribución en planta de la maquinaria y equipo	117
2.3.5.	Estudio de insumos , materiales y materia prima	121
2.3.5.2.	Cantidad necesaria de materia prima	123
2.3.5.3.	Cantidad anual y pronósticos	127
2.3.5.4.	Condiciones de abastecimiento	128
2.3.8.	Calendario de ejecución del proyecto.	130
CAPITULO III: La Empresa y su Organización		
		131
3.1.	Base legal	131

3.1.1.	Nombre o razón social	132
3.1.2.	Titularidad de propiedad de la empresa	133
3.1.3.	Tipo de empresa	136
3.2.	Filosofía empresarial	136
3.2.1.	Misión	137
3.2.2.	Visión	137
3.2.3.	Objetivos Estratégicos	138
3.2.4.	Estrategia Empresarial	138
	3.2.4.1. Estrategias de ventaja competitiva	139
	3.2.4.2. Estrategias de marketing	140
	3.2.4.3. Estrategias de precios	141
3.2.5.	Principios	141
3.2.6.	Valores	142
3.3.	Organización administrativa	144
3.3.1.	Estructura orgánica	145
3.3.2.	Organigrama	147
CAPITULO IV: Estudio Financiero		150
4.1.	Presupuestos	150
4.1.1.	Presupuestos de inversión	150
4.1.1.1.	Activos fijos	150
4.1.1.2.	Activos intangibles	151
4.1.1.3.	Amortización de activos diferidos	153
4.1.1.4.	Capital de trabajo	154
4.1.2.	Cronograma de inversión	155
4.1.3.	Presupuesto de operación	156
4.1.3.1.	Presupuestos de ingresos	156
4.1.3.2.	Presupuestos de egresos	159
4.1.3.3.	Estados de origen y aplicación de recursos	161
4.1.3.4.	Estructura de financiamiento	163
4.1.4.	Punto de equilibrio	165
4.2.	Estados financieros Pro forma	172
4.2.1.	Estado de resultados	172
4.2.2.	Flujos netos de fondos	174
4.2.2.1.	Proyecto sin financiamiento	174
4.2.2.2.	Proyecto con financiamiento	176
4.3.	Evaluación Financiera	178
4.3.1.	Determinación del costo de oportunidad	178

4.3.2.	Criterios de evaluación	179
4.3.2.1.	Valor actual neto	179
4.3.2.2.	Tasa interna de retorno	181
4.3.2.3.	Periodo de recuperación de la inversión	183
4.3.2.4.	Relación Beneficio / Costo	184
4.3.2.5.	Análisis de sensibilidad	186
CAPITULO V: Conclusiones y Recomendaciones		192
5.1.	Conclusiones	192
5.2.	Recomendaciones	194
BIBLIOGRAFÍA		195
ANEXOS		196

Índice de Tablas y Grafico

Tablas y gráficos	Concepto	Pág.
tabla y grafica # 1	consumo histórico del pan en el ecuador	4
tabla y grafica # 2	incremento de precios	5
tabla # 3	características del pan	11
tabla # 4	características del pan	12
tabla # 5	características del pan	13
tabla # 6	características del pan	14
tabla # 7	características del pan	15
tabla # 8	características del pan	16
tabla # 9	características del pan	17
tabla # 10	características del pan	18
tabla # 11	clasificación social	22
tabla # 12	procesamiento de información	28
tabla # 13	procesamiento de información	28
tabla # 14	procesamiento de información	29
tabla # 15	procesamiento de información	29
tabla # 16	procesamiento de información	30
tabla # 17	procesamiento de información	30
tabla # 18	procesamiento de información	31
tabla # 19	procesamiento de información	31
tabla # 20	procesamiento de información	32
tabla # 21	procesamiento de información	32
tabla y grafica # 22	análisis de resultados	33

tabla y grafica # 23	análisis de resultados	34
tabla y grafica # 24	análisis de resultados	35
tabla y grafica # 25	análisis de resultados	36
tabla y grafica # 26	análisis de resultados	37
tabla y grafica # 27	análisis de resultados	38
tabla y grafica # 28	análisis de resultados	40
tabla y grafica # 29	análisis de resultados	41
tabla y grafica # 30	análisis de resultados	42
tabla y grafica # 31	análisis de resultados	43
tabla y grafica # 32	análisis de resultados	44
tabla y grafica # 33	análisis de resultados	45
tabla y grafica # 34	análisis de resultados	46
tabla y grafica # 35	análisis de resultados	47
tabla y grafica # 36	análisis de resultados	48
tabla y grafica # 37	análisis de resultados	49
tabla y grafica # 38	análisis de resultados	50
tabla y grafica # 39	análisis de resultados	54
tabla y grafica # 40	análisis de resultados	55
tabla y grafica # 41	análisis de resultados	57
tabla y grafica # 42	análisis de resultados	61
tabla y grafica # 43	oferta actual del pan	63
tabla y grafica # 44	proyección de la oferta	64
tabla y grafica # 45	proyección de la demanda insatisfecha	66
tabla y grafica # 46	precios históricos del pan	68

tabla y grafica # 47	precio de la materia prima	69
tabla y grafica # 48	la proyección de precios	70
tabla y grafica # 49	tasa activa	78
tabla y grafica # 50	tasa pasiva	79
tabla y grafica # 51	población	81
tabla y grafica # 52	población	82
tabla y grafica # 53	población	82
tabla y grafica # 54	población	83
tabla y grafica # 55	tabla del personal	83
tabla # 56	proveedores	85
tabla # 57	Materia prima e insumos	86
tabla # 58	capacidad instalada de la maquinaria	94
tabla # 59	la ubicación de la panadería	102
tabla # 60	temperatura del horno	108
tabla # 61	tabla materia prima	124
tabla # 62	tabla materia prima	124
tabla # 63	tabla materia prima	125
tabla # 64	tabla materia prima	125
tabla # 65	tabla materia prima	126
tabla # 66	tabla materia prima	126
tabla # 67	selección de proveedores	128
grafica # 68	calendario de ejecución	129
grafica # 69	estrategias marketing	140
tabla # 70	activos fijos	151
tabla # 71	activos intangibles	152

tabla # 72	amortización de activos diferidos	153
tabla # 73	cronograma de inversión	155
tabla # 74	presupuesto de ingreso	157
tabla # 75	venta de activos	158
tabla # 76	egresos totales del proyecto	159
tabla # 77	egresos totales del inversionista	160
tabla # 78	estado de origen y aplicación de recursos	162
tabla # 79	financiamiento	163
tabla # 80	amortización de la deuda	164
tabla y grafica # 81	punto de equilibrio	166
tabla # 82	punto de equilibrio	167
tabla # 83	punto de equilibrio	168
tabla # 84	punto de equilibrio	169
tabla # 85	punto de equilibrio	170
tabla # 86	punto de equilibrio	171
tabla # 87	estado de resultados	173
tabla # 88	flujos de fondo del proyecto	175
tabla # 89	flujo neto de fondos con financiamiento	177
tabla # 90	costo de oportunidad	178
tabla # 91	van sin financiamiento	180
tabla # 92	van con financiamiento	180
tabla # 93	tir sin financiamiento	182
tabla # 94	tir con financiamiento	182
tabla # 95	periodo de recuperación	183
tabla # 96	periodo de recuperación	184
tabla # 97	relación beneficio costo	185

tabla # 98	relación beneficio costo	186
tabla # 99	sensibilidad	187
tabla # 100	sensibilidad	188
tabla # 101	sensibilidad	188
tabla # 102	sensibilidad	189
tabla # 103	sensibilidad	190
tabla # 104	sensibilidad	191