

INTRODUCCION

Debido al creciente nivel de desempleo que tiene el país, la población se ve en la necesidad de auto emplearse y crear sus propias empresas que les permita tener mejores ingresos económicos pero estos no cuentan con un estudio que les oriente al establecimiento de una pequeña empresa.

Una de las alternativas que el gobierno utiliza para disminuir la tasa de desempleo es darles capacitaciones laborales, a través del proceso de enseñanza – aprendizaje de un oficio a personas de escasos recursos económicos, reciben capacitaciones que son brindadas a través de instituciones como: DIDECO, INSAFORP, etc. Si bien este aspecto por si solo no constituye la base elemental para orientar la personalidad del ser humano, si constituye al aspecto primordial para incorporarse a la vida social en forma digna y productiva.

Por lo anterior es que las ADESCOS atendiendo a las necesidades de la población, aunque su función es de carácter comunitario o sea dedicados a realizar mejoras en el agua potable, mejoramiento de salud, mejoras educativas, sanitarias, salud mental, mejoramiento de caminos, pero toman como un mayor problema el desempleo entre sus miembros y deciden establecer una pequeña empresa en el municipio de Lolotique con los miembros de la ADESCOSAN.

Este trabajo esta orientado a servir a la comunidad del Barrio San Antonio para ayudar a los miembros de ADESCOSAN a resolver el problema de desempleo que tienen los asociados, ayudándoles realizando un estudio de Factibilidad Económica a nivel de perfil para establecer una pequeña empresa panificadora en la Asociación de desarrollo Comunal del Barrio San Antonio, Jurisdicción de Lolotique, Departamento de San Miguel.

Es así, que este trabajo tiene como objetivo fundamental, proporcionar una propuesta de un proyecto de Factibilidad Económico a nivel de perfil para una pequeña empresa panificadora en la Asociación de Desarrollo Comunal que ayude a solucionar en alguna forma el problema de cómo establecer legalmente una pequeña empresa y determinar si existe un mercado donde comercializar el producto que se elaborará en dicha empresa.

En razón de lo anterior, en el primer capítulo se presenta el Marco Metodológico que contiene el planteamiento del problema donde se determina como las ADESCOS han ido evolucionando en el transcurrir del tiempo tratando de resolver los problemas de la comunidad y los de los miembros que conforman la organización , y tratando de ser una comunidad independiente y también poder contar con proyectos que generen ingresos económicos , estudio que se llevo a cabo en el Barrio San Antonio del Municipio de San Miguel para un periodo de tres años teniendo una vida útil de cinco años, las razones por la cual se realiza el trabajo de investigación de campo fue por la necesidad que los miembros de la organización tenían de tener un conocimiento de cómo implantar una pequeña empresa panificadora y cuanto de efectivo requerían y que necesitarían para la implantación de ello, los objetivos que se pretenden alcanzar es establecer si existe un mercado donde se pueda distribuir este producto a elaborar , así como establecer las hipótesis que se desea

alcanzar, el tipo de investigación que se usará, la metodología a seguir en el proceso, las técnicas de investigación, las unidades de análisis y los instrumentos utilizados en el estudio de campo.

Con la finalidad de profundizar en la investigación y poder sustentar que el presente trabajo tiene bases para realizarse, en el capítulo II, se hace una reseña histórica de los antecedentes de las ADESCOS, su desarrollo en el municipio de Lolotique, los antecedentes de la pequeña empresa panificadora y su situación actual .

En el capítulo III, se incluye el Marco Teórico el cual ayudará a comprender de una manera el desarrollo del presente trabajo, la clasificación y las partes que conforman la administración de una empresa, la importancia y los principios básicos a aplicar en un proyecto.

En el capítulo IV, se presenta la investigación de campo sobre la situación actual de consumo de pan de dulce, la aceptación de una pequeña empresa panificadora en el Barrio San Antonio, los precios, su ubicación geográfica, etc. Tarea que se desarrolló basado en el marco metodológico donde se establecen las técnicas utilizadas en la investigación y posteriormente realizar el análisis e interpretación de la información recabada.

Capítulo V en este se detalla las conclusiones y recomendaciones provenientes del análisis e interpretación de la investigación de campo.

En el capítulo VI se presenta finalmente la propuesta de solución a través del estudio de factibilidad económica a nivel de perfil para la creación de la pequeña empresa panificadora en el Barrio San Antonio del municipio de Lolotique Departamento de San Miguel, en este se presenta el estudio de mercado que se realiza con la finalidad de conocer la situación del sector comercio en especial el de las ventas de pan de dulce con respecto a la variedad de productos que se pretenden distribuir, el siguiente paso al estudio de mercado es la ejecución del estudio técnico de distribución de pan de dulce que se comercializará y determinar el tamaño óptimo, la localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la comercialización y la elaboración de pan de dulce.

El estudio financiero en el cual se hace un análisis financiero del proyecto considerando las inversiones, los ingresos a partir de las ventas proyectadas y los egresos que comprende la compra de los productos y los gastos de venta y de administración, la proyección financiera a través de los flujos de efectivo, los estados de resultados y balances generales para cinco años de vida estimada para el proyecto, los indicadores financieros, el análisis de sensibilidad, planes de financiamiento del proyecto .

El estudio Económico del proyecto que comprende la identificación de costos y beneficios económicos, el análisis de sensibilidad obtenido durante el estudio realizado.

CAPITULO UNO : MARCO METODOLOGICO.

1.1 INTRODUCCION.

El documento que a continuación se presenta, titulado **“Propuesta de un Estudio de Factibilidad Económica para Establecer una Pequeña Empresa Panificadora en la Asociación de Desarrollo Comunal del Barrio San Antonio, Jurisdicción de Lolotique, departamento de San Miguel”**, comprende los aspectos siguientes.

El Planteamiento del problema donde se establecen los antecedentes y situación actual de las ADESCOS especificando la unidad de estudio, llegando a concretar que el problema es el desempleo que tienen los miembros que pertenecen a la asociación y a la vez se propone la creación de una pequeña empresa panificadora.

La justificación, donde se expone las razones para llevar a cabo la investigación, los beneficios que traerá a la población y al fortalecimiento económico del país.

Los objetivos, donde se determina las pretensiones de la investigación, es decir, cuáles son sus objetivos que se pretenden alcanzar.

La información que se obtuvo al desarrollar una investigación permitió obtener un diagnóstico de los posibles problemas que atraviesan los miembros de la ADESCOSAN así como determinar los conocimientos que estos tienen para la implantación de una pequeña empresa panificadora y la necesidad que tienen de contar con una empresa que les brinde una fuente de empleo, por lo anterior es que se plantea el presente anteproyecto de graduación para determinar si es factible y si existe un mercado potencial para la distribución del producto.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

1.2.1 ANTECEDENTES.

El Salvador constituido como un país libre, abierto al progreso y desarrollo; a través de su gobernante Carlos Humberto Romero, en el año de 1977, quien atendiendo a las necesidades prácticas y sentidas de la comunidad en el ámbito nacional, dentro de las políticas del desarrollo económico y social del gobierno de la república, propuso a la Asamblea Legislativa de la República de El Salvador que se aprobara la creación de la dirección de desarrollo de la comunidad (DIDECO), fecha desde la cual ha estado adscrita al Ministerio del Interior, y su funcionamiento ha estado basado en el marco filosófico del "Desarrollo Comunal".¹

Desde su creación hasta el momento, el trabajo realizado por DIDECO en las comunidades ha sido y es de carácter social, en el sentido de que ha considerado a la persona como sujeto y objeto de todas las actividades realizadas, en atención a las disposiciones emanadas del reglamento Interno del Interior, en lo relacionado a impulsar la promoción social e integral de la comunidad por medio de la organización y participación de la población.

Es así, como ésta institución se le asignaron metas como fue: La promoción, organización y legalización de Asociaciones Comunales (ADESCOS), las cuales tienen su radio de acción en la misma comunidad. Dicha asignación fue con el objetivo de desarrollar proyectos productivos, de infraestructura y sociales.

En la actualidad estas asociaciones de desarrollo comunal son grupos de personas de determinada comunidad dedicados a actividades que contribuyan a mejorar en lo económico, educativo y social, a fin de elevar las condiciones de vida de los pobladores.

¹ Plan Semestral de Trabajo a Comunidades Acción en Apoyo al Plan Anual Operativo, DIDECO.

Dichas Asociaciones adquieren su personalidad jurídica a través del Código Municipal pero siguen obteniendo la colaboración de DIDECO, quién capacita a líderes comunales, miembros de Asociaciones de Desarrollo Comunal y a personal técnico.

Las ADESCOS funcionan en coordinación con las Alcaldías, quién les proporciona apoyo económico en un porcentaje de ciertos proyectos comunitarios, colaborando también a gestionar en la adquisición de ayuda económica y técnica a organizaciones tanto nacionales como extranjeras.

Para que cada ADESCO obtengan la ayuda que ellos solicitan, ya sea técnica, económica o financiera, parte de los requisitos que se les pide es que los miembros tengan una base sólida en organización, que sea necesario y satisfactorio para la comunidad el proyecto que soliciten, y que proporcionen un porcentaje económico o con mano de obra no calificada, dependiendo del tipo de propósito que soliciten, sobre todo de acuerdo a la resolución a que todos los miembros de la asociación determine.

Existen aproximadamente seis mil ADESCOS en todo el país de las cuales trescientos sesenta pertenecen al departamento de San Miguel y de estas quince pertenecen al municipio de Lolotique.²

Una de las ADESCOS que pertenecen al municipio de Lolotique es la Asociación de Desarrollo Comunal del Barrio San Antonio de la Jurisdicción de Lolotique, departamento de San Miguel (ADESCOSAN), la que adquiere su personería jurídica el 26 de Octubre de 1992. Esta Asociación de Desarrollo Comunal del barrio San Antonio, esta conformada por sesenta miembros con su respectiva directiva, sesionando una vez por semana la directiva y la asamblea general cada mes, en ella la directiva informa de las labores realizadas y someten a consideración de los asambleístas aquellas propuestas que tienen que ver con el desarrollo de proyectos por la ADESCOSAN y la importancia que tiene la participación de cada miembro para superar los problemas que aquejan a la comunidad.

²Información proporcionada por el Departamento de recurso humano de DIDECO, Lic. Genaro Benítez

La ADESCOSAN, tuvo su origen bajo la necesidad de agua potable en la comunidad, proyecto que fue elaborado por la Organización "CARE Internacional", y que a través del Club Rotario de San Miguel gestionan la ayuda económica para la realización del mismo. Ayuda que fue enviada desde Canadá por personas altruistas residentes en dicho país; poniendo como un requisito la colaboración voluntaria de la ADESCOSAN, quienes contribuyeron con mano de obra no calificada, el costo del proyecto fue de más o menos \$6.000.000.00 el cual se mantiene y está siendo administrado por representantes de la junta directiva de la ADESCOSAN y otras de las diferentes comunidades que fueron beneficiadas y cuenta la ADESCOSAN con el apoyo de instituciones cooperante como DIDECO, FEPADE, FUNDABED, CARE, USAID y algunas ONG'S. Actualmente se está desarrollando la segunda etapa del proyecto de electrificación y desarrollando algunas actividades financieras para la recaudación de fondos que les permita construir su propio local, ya que cuentan con un terreno, donado por la Alcaldía Municipal y FUSADES.

Entre otros proyectos realizados por dicha asociación están: el de Saneamiento ambiental el que fue ayudado por el ministerio de salud a través de la donación de materiales para la construcción de letrinas, arreglar y empedrar caminos vecinales y la creación de una empresa dedicada a la panificación, este último fue llevado a cabo en 1997 entre los colaboradores están: FEPADE quien financio el proyecto dando como requisito devolver el 3% del total de la inversión, siendo pagado por cuotas que salían de las ganancias de la empresa, también contó con donación de maquinaria y equipo por parte de DIDECO institución que asigno a un ingeniero para la administración de éste y que a su vez fue el representante jurídico de la institución. Proyecto que fracaso por mala administración y sobre todo por que fue dirigido por personas ajenas a la ADESCOSAN, quienes a su vez hurtaron todo el mobiliario y equipo destinado para el desarrollo de las actividades de la empresa, desaprovechando de esta manera las oportunidades que este proyecto tenía como son: personal capacitado en panadería, bajos costos del producto, no poseían competencia, ya que no hay ninguna empresa en el municipio dedicada a la ya mencionada actividad.

1.2.2 SITUACION PROBLEMATICA ACTUAL.

La mayoría de los miembros de la ADESCOSAN, se dedican a labores agrícolas, ya sea por vocación o por que no tienen otra actividad a que dedicarse en el caso de los hombres, las mujeres casi el 100% se dedican a los oficios domésticos y otros a la ganadería, pero estos últimos no llegan ni al 3%. En los últimos años la actividad agrícola resulta no ser rentable, dado que los precios de los insumos se han elevado, los factores climatológicos hecha a perder las cosechas y el uso de muchos insecticidas que debilitan los nutrientes de la tierra, que cada vez necesitan más abonos para rendir lo que antes cosechaban, lo que los ha llevado a abandonar ese tipo de actividad, por supuesto con ello la desocupación se agudiza y esto los lleva a que las personas emigren a las grandes ciudades aledañas a desarrollar actividades de servicios domésticos por la falta de ingresos de las familias que conforman la ADESCO.

Los miembros que conforman la ADESCO del Barrio San Antonio, la ven como fuente de empleo o que puede facilitar los ingresos económicos para sus familias en calidad de ayuda, sin embargo, ésta situación viola la naturaleza de la ADESCO, es decir que los fines de la asociación no están en concordancia con alguno de los miembros de ésta, ya que entre otros los fines de la asociación están:

- a) Promover el progreso de la comunidad del Barrio San Antonio, juntamente con los organismos públicos y privados que participen en los correspondientes programas.
- b) Fomentar el espíritu de servicio en las asociaciones, los vecinos, sus grupos y comunidades circunvecinas.

En este sentido la ADESCO considerando uno de sus fines para el caso el literal "i" que dice: "Realizar diversos proyectos que generen ingresos económicos y servicios sociales a la comunidad" es que pretende contribuir a la solución de los problemas mencionados anteriormente, creando una unidad productiva que contribuya en principio a solventar el problema y en segundo lugar a aprovecharla disponibilidad de recursos.

Por lo que la ADESCOSAN se ve en la necesidad de crear una unidad productora que ofrezca la oportunidad de un empleo a sus miembros ya que la mayoría han recibido capacitación en el área de trabajo de panificación y aprovechar al mismo tiempo la experiencia de algunos de ellos en esfuerzos realizados anteriormente en esta actividad. Si bien es cierto el problema del desempleo que existe en la comunidad no será eliminado totalmente pero se considera que con la unidad productora de panificación se estaría contribuyendo a que sus miembros tengan una oportunidad de poder generar ingresos y mitigar las condiciones de pobreza en que viven.

Un estudio que brinde los conocimientos necesarios para formar una Pequeña empresa es una solución que facilitaría los medios para poder cumplir con los objetivos por los que fue creada la ADESCOSAN, y es una generación de empleo que ayudaría a la superación económica y empresarial de cada uno de los miembros de dicha asociación.

1.2.3 FORMULACION DEL PROBLEMA.

Dada la situación problemática que se da en la ADESCO del Barrio San Antonio, cabe preguntarse, ¿Se podrá solventar el problema del desempleo que tienen los miembros que pertenecen a la asociación con la creación de una pequeña empresa panificadora?

1.3. JUSTIFICACION.

La creación de una unidad productora de panificación responde en un primer momento, a las necesidades que tiene la población y en segundo lugar a propiciar una actividad económica que contribuya al desarrollo local, ya que esta actividad requiere la contratación de mano de obra, compra de materia prima e insumos y por supuesto contar con la maquinaria y equipo necesarios.

El interés de la ADESCOSAN al pretender crear la unidad productiva de panificación, es de buscarle solución al problema del desempleo a las familias que están dentro y fuera de la asociación, brindando así oportunidades de obtener ingresos en dicha familias.

También la investigación se justifica por que en el Barrio San Antonio y en general en todo el municipio de Lolotique existe un déficit en la oferta de pan dulce y pan francés en lo que respecta a productores locales ya que la oferta actual de dicho producto la realiza vendedores provenientes de otros municipios.

A pesar que muchos de los miembros de la ADESCO han sido capacitados por DIDECO a través de INSAFORP no se les ha sido posible encontrar un empleo por falta de unidades productivas en la comunidad que se dedique a la fabricación de pan y que los puedan emplear. Recurso humano calificado pero que debido al desempleo se dedican a otras labores casi de carácter doméstico.

Entonces se puede concluir que la investigación se justifica por las siguientes razones:

- a) Se le ofrece una oportunidad a los miembros de la ADESCOSAN de desarrollar una actividad para lo cual fueron capacitados.
- b) Se lograría en alguna medida contrarrestar el déficit de oferta de la panificación en el municipio.
- c) La ADESCOSAN no sólo desarrollaría proyectos sociales sino también proyectos productivos que le dan mayor fortalecimiento y desarrollo.
- d) Se tendría una fuente más de ingresos para desarrollar todas las actividades que son de su competencia.
- e) Con la actividad productiva de la panificación se estará contribuyendo al desarrollo local.

1.4. OBJETIVOS DE INVESTIGACION.

1.4.1. OBJETIVO GENERAL.

Elaborar una Propuesta de factibilidad Económica de una Pequeña Empresa Panificadora en la Asociación de Desarrollo Comunal que le permita contribuir a la generación de empleo a la comunidad.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- Identificar los antecedentes y la posibilidad de contrarrestar el déficit de oferta de pan existente en el Barrio San Antonio.
- Convertir a la ADESCOSAN en una unidad productora que le posibilite generar los ingresos para realizar proyectos de beneficio comunitarios.
- Diseñar un proyecto de inversión económica y los pasos para legalizar una pequeña empresa panificadora en la ADESCOSAN.

1.5 DEFINICION DEL TIPO DE INVESTIGACION.

El método que se utiliza es el científico Deductivo – Inductivo para el proceso de desarrollo de la investigación ya que esta se utilizara observando los aspectos generales para establecer las particularidades del tema en estudio: la investigación estará basada en información proveniente de fuentes bibliografía y de campo.

El tipo de investigación es el que permitirá determinar el camino a seguir, fijar las etapas del conocimiento y permita realizar ordenadamente las semejanzas de la investigación, por lo tanto el método de investigación es sin lugar a duda el punto central para reconstituir el conocimiento y sistematizarlo para hacer la valoración respectiva del objeto de estudio.

Se utilizará el tipo de investigación descriptivo y explicativo, con ello se hará posible describir y explicar la temática que va más allá de la descripción del fenómeno que se pretende que comprenda la propuesta de un proyecto de factibilidad económica para establecer una pequeña empresa panificadora en la Asociación de Desarrollo Comunal del Barrio San Antonio, Jurisdicción de Lolotique Departamento de San Miguel.

Recopilada la información bibliográfica y de campo, se continuará con la descripción del estudio dándole un enfoque más específico del problema. Y el resultado del procedimiento de la información facilitará someter a prueba las hipótesis planteada, a través de la relación causa y efecto entre el problema y los resultados.

1.6 DEFINICION DE HIPOTESIS.

1.6.1 HIPOTESIS GENERAL.

La propuesta de un proyecto de factibilidad económica para una pequeña empresa panificadora contribuirá a resolver el problema de desempleo que tienen los miembros que pertenecen a la ADESCOSAN.

1.6.2 HIPOTESIS ESPECIFICAS.

- A más fuentes de empleo en el municipio de Lolotique, mayor serán los ingresos económicos de las familias.
- A mayores proyectos que generen ingresos económicos a las familias, mayor será el desarrollo comunal del municipio.

Cuadro No. 1

1.7 DELIMITACION TEMPORAL Y ESPACIAL.

1.7.1 TEMPORAL.

La investigación comprenderá el período 1999-2001, durante los cuales los miembros de la ADESCOSAN pretenden establecer una pequeña empresa panificadora en el municipio de Lolotique.

1.7.2 ESPACIAL.

La investigación tendrá como objeto de estudio la Asociación de Desarrollo Comunal del Barrio San Antonio, Jurisdicción de Lolotique, departamento de San Miguel ya que por ser una comunidad bien organizada y con la iniciativa de establecer una fuente de empleo y poder ser un ejemplo para otras organizaciones comunales aledañas al municipio.

1.8 METODOLOGIA.

1.8.1 METODO Y TIPOS DE ESTUDIO DE LA INVESTIGACION.

En toda investigación el método permite determinar el camino a seguir, fija las etapas del conocimiento y permite realizar ordenadamente las instancias de la investigación.³ Por lo tanto el método de investigación es sin lugar a duda un punto central para reconstituir y constituir el conocimiento y sistematizarlo para hacer la valorización respectiva del objeto de estudio.

Se utilizará el método científico Deductivo-Inductivo para el desarrollo de la investigación, ya que este se realizó observando los aspectos generales para establecer una pequeña empresa panificadora en el Barrio San Antonio del Municipio de Lolotique; dicha investigación esta basada en información proveniente de fuente bibliográfica y de

³ Aulestia G., Hernán; Guía metodológica

campo. Los tipos de estudios que se utilizan en el estudio de factibilidad de el proyecto son: la observación, deducción y análisis; los cuales facilitaron la obtención de la información necesaria para realizar un análisis preliminar y definir como funciona una pequeña empresa panificadora y los pasos a seguir para el establecimiento de la misma.

Una vez recopilada toda la información bibliográfica como de campo, se proceso para una descripción de un proyecto de factibilidad como un enfoque específico del problema y de los aspectos para la legalización de la pequeña empresa panificadora que determine los elementos de juicio para poder definirla.

Para la realización de la encuesta el instrumento que se utilizo para obtener la información fue el cuestionario (ver anexo 1), y para la entrevista y la observación directa, fue una guía estructurada.

1.8.2 TECNICAS DE INVESTIGACION.

Cuando se realiza una investigación, la técnica, debe coordinarse con el método, es decir existe una estrecha relación entre el método y la técnica, es por ello que para la presente indagación se utilizarán los siguientes instrumentos:

- La entrevista: a través de esta herramienta se recopilara información directa ya que se hará en forma dirigida a personas de DIDECO, ALCALDÍA, que tienen a su cargo la organización y legalización de las ADESCOS. Los instrumentos a utilizar será: una guía de preguntas que servirán de apoyo para la realización de la entrevista.
- La encuesta es una de las técnicas más utilizadas para la recolección de la información ya que se realiza a través de un cuestionario donde, las personas del Barrio San Antonio tendrán el tiempo necesario para poder leerlo, analizarlo y responder objetivamente las preguntas.

1.8.3 UNIVERSO Y TAMAÑO DE LA MUESTRA.

El Municipio de Lolotique cuenta con cuatro Barrios: Barrio Centro, San Isidro, El Calvario Y Barrio San Antonio, este último cuenta con 250 Familias⁴, por lo que nuestra población es finita y para efectos de estudio, se tomara una muestra, la cual estará determinada por la siguiente formula estadística:

$$n = \frac{\partial^2 Npq}{e^2(N-1) + \partial^2 pq}$$

En donde:

∂ = Valor crítico del nivel de confianza

N = Universo o Población

p = Probabilidad a favor

q = Probabilidad en contra

e = Error estimado

n = Número de elementos (tamaño de la muestra)⁵

Datos:

n = ?

e = Margen de error de estudio igual a 5%

∂ = Valor crítico del nivel de confianza de 95% igual al 1.96

p = Proporción de consumidores cuyo comportamiento es el de comprar pan producido en el municipio = 0.50

q = Proporción de consumidores cuyo comportamiento es el de comprar pan de lugares fuera del municipio = 0.50

N = 250 familias del Barrio San Antonio

⁴ Información proporcionada por la directiva de la ADESCOSAN

⁵ Bonilla, Gidalverto, Estadística II.

Sustituyendo:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)(250)}{(0.05)^2 (250-1) + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = 240.1 / 0.5225 + 0.9604$$

$$n = 240.1 / 1.4829 = 161.91 = 162 \text{ Familias}$$

n = 162 Tamaño de la muestra.

1.8.4 UNIDAD DE ANALISIS

Las unidades que se utilizan para el tema en estudio son:

Los encargados de legalizar y organizar las ADESCOS así como también aquellas

personas que conforman una asociación de desarrollo comunal y que tienen una relación directa con la asociación.

1.8.5 INSTRUMENTOS PARA LA INVESTIGACION DE CAMPO.

La evaluación efectuada a las ADESCOS del municipio de Lolotique para recolectar toda la información necesaria que servirá como base para el análisis de toda la información proporcionada por estos, se realizará a través del cuestionario.

Para lo cual se utilizo un cuestionario para el conocimiento que tienen las personas del Barrio San Antonio. A su vez una guía de entrevista General para el conocimiento del entorno interno y externo en el que operan las pequeñas empresas panificadoras; como también un cuestionario preliminar como una prueba piloto para establecer la claridad del cuestionario, y la técnica de observación directa para cada uno de los procedimientos que desarrolla el personal de las pequeñas empresas panificadoras existentes en función.

CAPITULO DOS: MARCO DE REFERENCIA O HISTORIA

ANTECEDENTES DE LAS ADESCOS Y LA PEQUEÑA EMPRESA EN EL MUNICIPIO DE LOLOTIQUE.

2.1 ANTECEDENTES DE LAS ADESCOS.

A iniciativa del presidente de la república por medio del ministerio del interior en el año de 1977, atendiendo este a las necesidades de las comunidades y el derecho que constitucionalmente tienen los habitantes, a gozar de un bienestar social y económico y a la participación activa en el desarrollo de las comunidades, propuso a la Asamblea Legislativa de la república de El Salvador que se aprobara la creación de la dirección de desarrollo de la comunidad (DIDECO) y su ley, la cual fue aprobada el 20 de Octubre de 1977, con el objetivo de contribuir al proceso de desarrollo integral y fortalecimiento de los municipios, mediante la promoción y la organización de las comunidades.

Las acciones de esta dirección van dirigidas a tres tipos de proyectos que son: Infraestructura, Sociales y Proyectos Productivos.

En los Proyectos Sociales va incluido la Organización de las Asociaciones de Desarrollo Comunales en barrios, colonias, lotificaciones, cantones y caseríos, etc. Que requieren de la promoción y capacitación respectiva.

Es así, como DIDECO inicia sus actividades en todos los barrios, cantones y caseríos, etc. A organizarlos como ADESCOS que se puede definir como un grupo de personas de determinada comunidad dedicadas a actividades que contribuyan a mejorar en lo económico, educativo y social a fin de elevar las condiciones de vida de los pobladores.

Donde dichas asociaciones adquirirían su personería jurídica a través de DIDECO quién los organizaba, dirigía y daba apoyo integral a todo tipo de requerimiento comunal especialmente a aquellas prioritarias y más sentidas.

En el año de 1986 el estado por decreto legislativo aprobó y entró en vigencia en el mismo año determinó que las asociaciones podrían obtener su personería jurídica por medio de las municipalidades y que las asociaciones ya existentes, con personalidad

jurídica otorgada por el ministerio del interior serán reconocidas por las municipalidades, cuando el Ministerio traslade a los respectivos municipios los expedientes correspondientes a la constitución y actuación de las asociaciones, así como lo establece el código municipal del año 2000 en el artículo 122. Pero siguen obteniendo la colaboración de DIDECO quién capacita a líderes comunales, miembros de asociaciones de desarrollo comunal y a personal técnico.

2.1.1 DEFINICION.

Las ADESCOS son asociaciones de desarrollo comunal, integradas por grupos de personas de determinada comunidad dedicadas a actividades con la idea de mejorar en lo económico, educativo y social a fin de elevar las condiciones de vida de los pobladores.(definición del grupo de trabajo)

2.1.2 IMPORTANCIA.

Es de gran importancia el funcionamiento de las ADESCOS en el país ya que constituye el desarrollo humano y educativo de las personas que participan en ella lo que a su vez repercute en el desarrollo económico y social en el país. La participación comunal, entendiéndola ésta: como el proceso por el cual los habitantes de una comunidad se responsabilizan de su propio bienestar y desarrollan potencialidades para que ellos mismos mejoren sus condiciones de vida.

2.1.3 DIVERSIDAD.

Existen aproximadamente seis mil ADESCOS en el país de las cuales trescientos setenta pertenecen al departamento de San Miguel de estas 15 pertenecen al municipio de Lolotique.

Todas fueron creadas con el mismo objetivo, de contribuir al proceso de desarrollo integral y al fortalecimiento de las comunidades ya sean estas urbanas o rurales.

2.1.4 VULNERABILIDAD.

En las ADESCOS la vulnerabilidad es la falta de información de su AUTONOMIA, entendiéndose como la potestad particular que poseen las ADESCOS dentro del Estado de funcionar con sus propias leyes, es decir que hasta ahora se han dado muchos casos sobre la participación de la política en ellas, ya que constantemente se ven dominadas por personas que pertenecen aun determinado partido político y tratan de dar prioridad a todos aquellos que simpatizan con sus tendencias ideológicas. También se ven afectadas por los cambios en los dirigentes políticos como son: alcaldes, concejales municipales. Obstaculizando de esta manera el buen funcionamiento de las ADESCOS, por lo tanto, la autonomía de estas, se ve fortalecida o respaldada por la ley donde se establece que el funcionario, empleado público, encargado de un servicio público que en el desempeño de su función realizare y permitiere que un tercero lo hiciere, cualquier acto ilegal, arbitrario, vejación, atropello contra las personas, daños en los bienes usare de apremios ilegítimos innecesarios para el desempeño del servicio, será sancionado con prisión de seis meses a tres años.¹⁸

2.1.5 LEGAL E INSTITUCIONAL.

De esta manera los dirigentes de cada una de estas asociaciones deben mandar de acuerdo a las disposiciones y estatutos establecidos en el momento de la Legalización de la ADESCOS y deja a un lado sus tendencias políticas.

¹⁸ INFORMACIÓN PROPORCIONADA POR LIC. GENARO BENITEZ DIRECTOR DE DIDECO

Estableciendo la libertad de gobernar con sus propias leyes, las que son establecidas y descritas en la ley de desarrollo de la comunidad y su reglamento.

La ley de asociaciones y fundación sin fines de lucro establece en el capítulo II, art. 11 en el concepto de asociaciones.

Artículo 11.

Son asociaciones todas las personas jurídicas de derecho privado, que se constituyen por la agrupación de personas para desarrollar de manera permanente cualquier actividad legal.

Art. 12

Las asociaciones se constituirán por escritura pública en la cual los miembros fundadores establezcan la nueva entidad, aprueben el texto de sus estatutos y elijan sus primeros administradores.

2.2 DESARROLLO DE LAS ADESCOS EN LOLOTIQUE.

La asociación de desarrollo comunal del barrio San Antonio, esta conformada por sesenta miembros con su respectiva directiva, sesionando una vez por semana la directiva y la asamblea general cada mes, en ella la directiva informa de las labores realizadas y someten a consideración de los asambleístas aquellas propuestas que tienen que ver con el desarrollo de proyectos por la ADESCOSAN y la importancia que tiene la participación de cada miembro para superar los problemas que aquejan a la comunidad.

La ADESCOSAN cuenta con el apoyo de instituciones cooperante como DIDECO, FEPADE, FUNDABED, CARE, USAID y algunas ONG'S. Actualmente se está desarrollando la segunda etapa del proyecto de electrificación y desarrollando algunas actividades financieras para la recaudación de fondos que les permite construir su propio local, ya que cuentan con un terreno, donado por la Alcaldía Municipal y FUSADES.

Los miembros que conforman la ADESCO del Barrio San Antonio, la ven como fuente de empleo o que puede facilitar los ingresos económicos para sus familias en calidad de ayuda, sin embargo, ésta situación viola la naturaleza de la ADESCO, es decir que los fines de la asociación no están en concordancia con alguno de los miembros de ésta, ya que entre otros los fines de la asociación están:

- c) Promover el progreso de la comunidad del Barrio San Antonio, juntamente con los organismos públicos y privados que participen en los correspondientes programas.
- d) Fomenta el espíritu de servicio en las asociaciones, los vecinos, sus grupos y comunidades circunvecinas.

2.2.1 OBJETIVOS.

Entre los objetivos primordiales que fueron necesarios para la creación de la ADESCOSAN se puede mencionar el desarrollo humano, la obra productiva y física que proyecte. Para que lo anterior se haga realidad se realizará:

- ◆ Iniciar el progreso de la comunidad del Barrio San Antonio con la ayuda de organismos públicos y privados que participen en los correspondientes programas de apoyo en la comunidad.
- ◆ Promueve el espíritu de servicio en los socios, vecinos y otras comunidades.
- ◆ Brinda la ayuda necesaria a otras comunidades organizadas.
- ◆ Colabora en los planes de desarrollo local, regional y nacional en cuanto a la determinación de recursos comunales, gubernamentales, etc.
- ◆ Estimula y participa en los programas de capacitación y promoción social a fin de ayudar al mejoramiento de la organización de la comunidad, la administración de proyectos sociales, económicos y la elevación de los niveles educativos.
- ◆ Formar en el establecimiento de los servicios de la comunidad con las herramientas y medios indispensables para solucionar los diferentes problemas que se encuentran en la comunidad

- ◆ Aumentar las actividades en el ámbito comunal a fin de obtener recursos propios que sirvan para impulsar el mejoramiento de la comunidad.
- ◆ Fomentar las organizaciones juveniles de ambos sexos, logrando que participen responsablemente en el desarrollo local.
- ◆ Fomenta la incorporación de la mujer al progreso de integración de la comunidad.
- ◆ Crear diversos proyectos o actividades que generen ingresos económicos y servicios sociales a la comunidad.

2.2.2 POLITICAS.

- ◆ Estimula la participación de los miembros de la comunidad, mediante el apoyo de instituciones y priorización de las necesidades.
- ◆ Genera la implementación y capacitación de programas y promociones sociales
- ◆ Desarrolla las asociaciones bajo el marco de ordenamiento local.

2.2.3 PARTICIPACION DEL DESARROLLO LOCAL.

La participación ciudadana es de suma importancia para el desarrollo de las asociaciones, ya que muchos de los pobladores trabajan gratuitamente para el mejoramiento de las calles y que estas permitan una mayor accesibilidad a las comunidades del municipio de Lolotique.

2.2.4 IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS EN EL DESARROLLO LOCAL SOSTENIBLE.

Entre las estrategias que se implantan tenemos:

- ◆ Integra todas las asociaciones del municipio, a fines al desarrollo social.
- ◆ Despierta el interés hacia la participación de todas las comunidades a fin de que busquen por medio de autogestión la solución de los problemas y las necesidades.
- ◆ Estudiar y poner en marcha los mecanismos de apoyo implementados por DIDECO.

2.2.5 LOGROS O AVANCES EN EL DESARROLLO LOCAL.

Los logros obtenidos por la comunidad, con apoyo de instituciones cooperantes se van desarrollando, diferentes proyectos tales como: agua potable, electrificación, saneamiento ambiental y otros proyectos que generen ingresos económicos y servicio social a la comunidad.

2.3 GENERALIDADES HISTORICAS DE LA PEQUEÑA EMPRESA.

En la década de 1860 durante la primera Revolución Industrial surge el desarrollo del sistema fabril, donde los artesanos y sus pequeños talleres desaparecieron y dieron lugar a los obreros, fabricas e industrias basadas en la división del trabajo. La migración de masas humanas de las áreas agrícolas hacia las proximidades de las fábricas provoca el crecimiento de las poblaciones urbanas y en este periodo surgieron muchos inventores que revolucionaron el desarrollo económico, social, tecnológico e industrial debido a lo anterior se definía más un considerable control capitalista sobre casi todas las ramas de actividad económica.

Pero fue a partir de la segunda fase de la Revolución Industrial que surge como principal característica el desarrollo de nuevas formas de organización capitalista. Las empresas de socios solidarios, formas típicas de organización comercial, cuyo capital proviene de las ganancias obtenidas (Capitalismo Industrial) y que toma parte activa en la dirección de los negocios, dieron lugar al llamado capitalismo financiero.

De la tranquila producción artesanal, en que todos los trabajadores estaban organizados en corporaciones de oficios regidos por estatutos, donde todos se conocían en la que el aprendiz, para ser un artesano o maestro, tenia que producir una obra perfectamente delante de los jurados y de los síndicos.

Los propietarios de talleres, que no contaban con el recurso económico necesario para modernizarse, fueron obligados a trabajar por la fuerza para otros propietarios de talleres, rápido e intenso, provocando una serie de fusiones de pequeños talleres que pasaron a integrar otros mayores y que poco a poco, fueron transformándose en fábricas.

En esa época el crecimiento de las fabricas se acelero gracias a la disminución de los costos de producción que propicio precios competitivos y una mayor cobertura del mercado consumidor de la época. La mecanización del trabajo condujo a la división del trabajo y a la simplificación de las operaciones. La unidad domestica de producción, es decir, el taller o el artesano en familia, desapareció con la súbita y violenta competencia, entonces surgió una pluralidad de obreros y de maquinas en las fabricas.

Con la concentración de industrias y la función de los pequeños talleres alimentados por la competencia, grandes contingentes de trabajadores laboraban juntos durante las jornadas diarias de trabajo, que se extendían de 12 a 13 horas, en condiciones ambientales peligrosas e insalubres, que provocaban accidentes y enfermedades en gran cantidad. Las transacciones se multiplican y la demanda de los mismos aumentó sustancialmente.

Una de las consecuencias económicas y sociales que se ocasionaron desde la Revolución Industrial es el crecimiento del desempleo y la miseria de los trabajadores, ello se debió, parte de la explotación , al exceso de mano de obra y al nuevo fenómeno de la sobre producción de ese entonces, pero continuaron los empresarios luchando y venciendo muchos obstáculos hasta colocarse en una muy buena posición para la producción de un producto y la generación de empleo.

Desde hace mucho tiempo, la empresa ocupa una posición relevante por el papel que desempeña en la economía como factor de trabajo, producción y comercio, con el trascurso del tiempo esa importancia ha ido acrecentándose, especialmente por la creación de grandes empresas que han surgido y desarrollado en todos los campos de la actividad económica.

El Salvador históricamente juega un papel relevante para el desarrollo económica y social. Durante la década de los ochenta la importancia de las empresas aumentó considerablemente debido al cierre masivo de las empresas provocado por el conflicto y la crisis que experimento el país. De esta manera las empresas se convirtieron en los bastiones principales que evitaron que la economía colapsara y en el principal generador de empleo de la economía.

Durante la década de los 90, la importancia de la empresa se consolida ya que existe un 70% de las empresas comerciales e industriales son pequeñas empresas, actualmente se está en el proceso de modernización de la pequeña empresa panificadora, para que conjuntamente con la gran empresa y el gobierno, se entre de lleno a la transformación de las estructuras productivas y de servicios de nuestro país, elevando los niveles de competitividad. Con el objetivo de crear pequeñas y modernas empresas competitivas, rentables, capitalizables, con capacidad para crear riqueza y empleos que estén articulados dentro del sistema económico del país, y en el marco del desarrollo nacional.

2.4 ANTECEDENTES DE LA PEQUEÑA EMPRESA PANIFICADORA.

En el transcurrir del tiempo los cereales han sido esenciales para la vida humana y como producto de ello el pan ha sido objeto de culto de muchas culturas, con el fin de obtener una visión del desarrollo que ha tenido este tipo de producto en la actividad económica se hace necesario un análisis histórico de la panificación, donde se hace necesario un análisis histórico de la panificación donde se conocerá como este tipo de manufactura artesanal a progresado.

La mayoría de las empresas han tenido su origen en el seno familiar y con carácter artesanal, con el tiempo se rompe la tradición de grupos familiares, naciendo de esta manera empresas legalmente constituidas, con maquinas modernas, mayor ocupación de personal y dando origen a fuentes de empleo.

El crecimiento alcanzado por el sector de la pequeña empresa panificadora ha sido producto del trabajo intenso durante largos años por parte de los empresarios, los cuales han vencido muchos obstáculos hasta colocarse en una muy buena posición para la producción del producto y la generación de empleo.

En Inglaterra las panaderías eran controladas por los Ediles y el grano era almacenado en graneros públicos y se distribuía entre los panaderos. Pero en la edad media los panaderos se empezaban a agruparse formando sociedades, como compañía de panaderos blancos y la compañía de panaderos cafés, fundadas en Londres.

El pan era un alimento básico en la dieta de los europeos quienes desde mucho tiempo atrás lo fabricaban y contaban con muchas panaderías, se dice que el pan se conoció en América desde la llegada de los españoles, ellos trajeron el trigo y lo sembraron en varias regiones de centro América y sur América.

Desde la conquista y durante la colonización de América, muchos Europeos emigraron de sus países y se radicaron en tierra salvadoreña, estos emigrantes eran personas de clases populares y su principal capital era el oficio que conocían entre ellas la panadería. Los pocos panaderos que habían fueron traídos especialmente para elaborar pan que comían los sacerdotes y autoridades españolas que en esa época dirigía la colonización. Cuando los nativos y mestizos se dieron cuenta que el panadero había obtenido un mejor nivel de vida en relación con ellos, se interesaron en aprender el oficio de la panificación, y así gradualmente fueron surgiendo más panaderos y los que sobresalían eran enviados a diferentes lugares de América para elaborar el pan de los gobernadores.

En el siglo pasado no tuvo ningún adelanto significativo, fue hasta el presente siglo (1900) que comenzó a conocerse poco a poco en diferentes lugares de El Salvador. Al inicio las personas no comían pan porque era alimento nuevo y preferían productos elaborados con maíz.

La panificación en El Salvador fue originalmente artesanal y algunas materias primas eran traídas de otros países, especialmente la harina que era importada desde Canadá.

Fue hasta el 7 de Junio de 1934 que se produjo el primer quintal de harina en El Salvador, por Fábrica Molinera Salvadoreña, S.A. (FAMOSA), Después de muchos años el número de panaderías aumentó y hubo necesidad de que una nueva empresa molinera naciera y comenzó sus operaciones con el nombre de Molinos de El Salvador S.A. (MOLSA). Además de la ya existente Fábrica Molinera Salvadoreña, S.A. (FAMOSA).

Estas dos empresas han sido las pioneras del desarrollo de la industria panificadora en El Salvador, ya que desde su nacimiento se dieron a la tarea de promover la creación de más panaderías.

Las empresas panificadoras que actualmente se pueden considerar como pequeña empresa, ya que en su mayoría han tenido su origen en el seno familiar y con carácter artesanal siendo de esta manera que en el año de 1944 el Sr. Raúl Molina Cañas abre las puertas de una nueva panadería al mercado Salvadoreño, denominada "LIDO", siendo una pequeña empresa que posteriormente con la introducción de tecnología se convirtió en una empresa grande.¹⁹

En 1952, surgen en El Salvador la primera empresa panificadora con el nombre de "La Estrella" formada por el grupo familiar y aprovechando la poca existencia de ellas, posteriormente, la inquietud de otra familia hace nacer una nueva empresa denominada "Pan Migueleño" con iguales características que la antes mencionada, pero creada por iniciativa de una persona de origen Italiano, y que a diferencia de los ya existentes desea elaborar un producto preparado basándose en fórmulas similares a la del país de origen; luego durante los años 1960 a 1972, surgen otras cuatro empresas denominadas: Pan y Galletas Florida, Pan Rey, América y Pan Lourdes y nuevamente 1974 abre sus puertas al mercado otros negocios con otras características, con el nombre de Panes, S.A ya que esta rompe las tradiciones de grupos familiares, debido a que sus fundadores eran ejecutivos y profesionales que tenía la inquietud de probar suerte con este tipo de producto naciendo como empresa legalmente constituida, con maquinaria moderna, mayor ocupación de personal y sin parentesco alguno entre los socios fundadores es así como se han ido expandiendo.

En San Miguel existen aproximadamente 122 panaderías y dentro de las cuales las más importantes surgieron en la década de los 80' las de mayor prestigio y que continúan dominando el mercado, se puede mencionar las siguientes": La INDIA, El NILO, MIGUELEÑA, EL CISNE, EL ALBA, LA FRANCESA, LA LORENA etc."; aunque algunas eran reconocidas únicamente por el apellido tales como: Panadería de "LOS HERNANDEZ", "LOS GARCILAZOS", "LA FAMILIA BARRAZA"²⁰

¹⁹ LIC. ALFREDO ESCOTO, JEFE DE RECURSOS HUMANOS DE LIDO.

²⁰ COLECCION DE SEMINARIO VIDA NUEVA 1952.

El comportamiento de los consumidores salvadoreños con respecto al producto es de una cultura particular. De hecho es costumbre el consumo de pan dulce como parte de la alimentación y son utilizadas tradicionalmente en distintos acontecimientos como festejos, velorios, reuniones familiares etc.

Los consumidores salvadoreños de hoy son menos leales a las marcas de los productos que antes, y compran lo que satisface mejor sus necesidades.²¹

2.5 PARTICIPACION EN LA GENERACION DE EMPLEO PPRODUCCION E INGRESOS EN LAS FAMILIAS.

La importancia que reviste la pequeña empresa en el municipio de Lolotique es que en su mayoría absorbería la mano de obra especializada y la poca tecnificada que existe en el municipio, mano de obra de personas de escasos recursos económicos, de menores de edad previa autorización de la sección correspondiente del Ministerio de Trabajo y Previsión Social y el aval de su Representante Legal, con lo que está colaborando con los hogares de bajos recursos para que obtengan ingresos complementarios y puedan obtener un producto de buena calidad a un menor costo, y también poder hacer frente a sus gastos familiares y por ende mejorar la situación económica de los mismos, además la empresa panificadora es generadora de empleo, ya que su producto satisface las necesidades básicas de la población de Lolotique, también está al alcance de las personas de menores ingresos económicos.

2.6 SITUACION ACTUAL DE LA PEQUEÑA EMPRESA PANIFICADORA EN EL MUNICIPIO DE LOLOTIQUE.

La pequeña empresa panificadora en el municipio de Lolotique tubo su origen a mediados de los años 90' debido a la iniciativa de la directiva de la ADESCOSAN con el deseo de encaminarse a la sostenibilidad económica del municipio y poder tener una fuente creadora de empleo para la juventud capacitada en el campo de la panificación que pertenecen al municipio. Debido a estas aspiraciones es que hicieron

²¹ SALAVERRIA, JUAN FEDERICO, LA PRENSA GRAFICA 3 DE NOVIEMBRE

dos intentos de sobre vivir como una pequeña empresa dedicada a la elaboración de pan, pero dirigidos por personas ajenas a la comunidad por lo que la pequeña empresa fracasó.

En la actualidad el municipio de Lolotique tiene la oportunidad de establecer una pequeña empresa que se dedique a la elaboración de pan ya que no cuentan con ninguna legalmente constituida. Por ende este municipio es abastecido por empresas de otros lugares como se puede mencionar: San Miguel, Jucuapa y Chinameca. Otras de las oportunidades con que cuenta es que tienen el recurso humano capacitado, no existe competencia local y entre las fortalezas que existen en dicho lugar tenemos: Se satisfacería la demanda de todo el municipio y sus alrededores con producto de buena calidad y a un precio más bajo, cuenta con el apoyo de la directiva de la ADESCOSAN, tienen el Local propio y con una buena localización accesible para todas las personas del municipio y sobre todo cuentan con el apoyo de la población.

CAPITULO TRES : MARCO TEORICO

3.1 CONCEPTO DE PROYECTO

Es una inversión planeada de una actividad, con el objeto de crear, ampliar una empresa para producir bienes o servicios. También puede definirse como un conjunto de acciones que son necesarios para realizar, y alcanzar un objetivo previamente establecido, limitado por parámetros temporales, tecnológicos, políticos, institucionales, económicos y ambientales.¹⁰

Por lo general se define como una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver entre muchas una necesidad humana.¹¹

Esto significa que la relación de un proyecto nos lleva a la creación de un documento en forma detallada que nos ayude a lograr un objetivo o idea establecida, estudio que cada vez adquiere mayor relevancia a las exigencias de los inversionistas, existen diferentes tipos de proyectos como lo son: Agropecuarios, Agro-Industriales, Infraestructura social, Infraestructura económica y de servicio, etc.

3.2 GENERALIDADES DE UN PROYECTO

¹⁰ CAÑAS MARTINES, BALBINO SEBASTIÁN, MANUAL PARA FORMULACIÓN, EVALUACIÓN, Y EJECUCIÓN DE PROYECTOS.

¹¹ CAÑAS MARTINES, BALBINO SEBASTIÁN, MANUAL PARA FORMULACIÓN, EVALUACIÓN, Y EJECUCIÓN DE PROYECTOS.

Para la realización de un proyecto por lo general proporciona soluciones a un problema de una necesidad humana, pero siempre realizando diferentes estudios que proporcionen la solución de estos. El conocimiento de un estudio de factibilidad económico y social de un proyecto de inversión permitirá hacer una valorización sobre la aceptación o no y así contar con alternativas de solución y poder tener las bases para determinar si un proyecto puede ejecutarse ya que para ello se realiza una serie de análisis, que representa un estudio de factibilidad económica.

En términos generales son diversos los estudios que se realizan para un estudio de factibilidad económica de un proyecto ya que este deberá contener diferentes aspectos que son:

- **RESUMEN DEL PROYECTO.**

Que servirá para tener un conocimiento general del proyecto en estudio y sirve de base para que cualquier persona natural o jurídica pueda llegar a tomar una decisión sobre del mismo.

- **ESTUDIO DE MERCADO.**

Mercado se entiende por el área en que concluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.¹²

Los objetivos de este son:

- Determinar la cantidad de personas que consumen pan de dulce y cuanto es factible vender.
- Quienes serán los consumidores.
- Conocer la competencia actual existente y el precio de adquisición del pan de dulce
- Los medios que utilizan para distribuir el producto y hacerlo llegar a los consumidores.

Esta es una de las primeras partes del estudio de investigación ya que con ella se verifica la posibilidad de tener una aceptabilidad del producto que se entiende como un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos.²² Y este tenga la posibilidad de ser comercializado, pueda también tener una penetración aceptable en el municipio de Lolotique y poder tener un precio que es una variable que influye mucho en la demanda del producto en estudio ya que a mejor precio habrá mayor margen de ganancia, el precio se define como la cantidad monetaria a que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar, un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.

También hay que examinar las estrategias de precio. Un punto que debe considerarse es que si se usarán precios altos o bajos en relación con la competencia o simplemente se igualaran los precios de ella

¹² URBINA BACA, GABRIEL, EVALUACIÓN DE PROYECTOS.

²² FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA/ WILLIAN J. STANTON.

y si la ventaja competitiva descansa exclusivamente sobre el servicio o los atributos superiores del producto.

- **TAMAÑO DEL PROYECTO**

El tamaño del proyecto es considerado como uno de los aspectos básicos en el estudio técnico de un proyecto y se puede definir como la capacidad instalada, y se expresa en unidades por año.¹⁴

- **LOCALIZACION DEL PROYECTO**

Sobre el aspecto de localización es el de identificar el sitio en que los beneficios generados por el proyecto a su efectividad sean mayores, en comparación con las diversas alternativas mutuamente excluyentes.¹⁵

La localización del proyecto también debe considerar los factores geográficos, institucionales, económicos y sociales.¹⁶ y estas determinaciones nos lleva a determinar el sitio óptimo que contribuya en mejor medida de lo posible a lograr la mayor rentabilidad u obtener el costo unitario mínimo del proyecto en estudio.

¹⁴ URBINA BACA, GABRIEL, EVALUACIÓN DE PROYECTOS.

¹⁵ SAPAG CHAIN, NASSIER/ FUNDAMENTOS DE PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS. EDITORIAL MC GRAW HILL.

¹⁶ URBINA BACA, GABRIEL, EVALUACIÓN DE PROYECTOS.

- **ANÁLISIS ECONÓMICO.**

La importancia del estudio de factibilidad económica, radica en que un proyecto puede resultar técnicamente aceptable, pero en cuanto económicamente no lo sea. Por lo tanto es importante realizar el estudio de factibilidad económica, con el cual se pretende determinar cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto o sea los costos de inversión inicial que comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa.¹⁷

Activos tangibles son todos los bienes propiedad de la empresa , como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículo de transporte, herramientas, y otros.¹⁸

Activos intangibles es el conjunto de bienes propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento.¹⁹

3.3 GENERALIDADES DE LA PEQUEÑA EMPRESA

En la década de los años 60' se firma el tratado general de integración económica que estableció el libre comercio como regla general.

Para establecer una definición que permita identificar la pequeña empresa en general, se toman diferentes puntos de vista entre los cuales tenemos que el Código de Comercio en el artículo 6 establece lo siguiente: "solamente puede ejercer el pequeño comercio y la pequeña industria salvadoreña por nacimiento y los centroamericanos naturales quienes tendrán derecho a la protección y asistencia técnica del estado en las condiciones que establezca una ley especial.

Los que contravengan lo dispuesto en el inciso anterior quedaran sujetos a las sanciones que la ley especial indiquen y en su caso, sus establecimientos serán cerrados siguiendo el procedimiento establecido en la misma.

La ley especial fijará el límite por bajo el cual se considera a una empresa con pequeño comercio o pequeña industria"

¹⁷ URBINA BACA, GABRIEL, EVALUACIÓN DE PROYECTOS

¹⁸ URBINA BACA, GABRIEL, EVALUACIÓN DE PROYECTOS

Según el Fondo de Crédito para Inversiones, atendiendo el número de empleados, define como pequeña empresa a todas aquellas unidades productoras cuyo número de trabajadores oscila entre 5 y 19. Dependiendo del monto de sus activos, el Banco Central de Reserva de El Salvador dentro del Fondo de Crédito para Inversiones, establece como tales, las empresas con activos de un valor entre los ¢100,000.01 hasta ¢750,000.00.

La Comisión Nacional para la Micro y Pequeña empresa en El Salvador (CONAMYPE), utiliza los criterios en una dimensión laboral (número máximo de trabajadores) y que la pequeña empresa emplea hasta cincuenta personas, en lo económico (valor de ventas brutas mensuales) ésta con ventas mensuales entre ¢50,001 y ¢500,000.

En este sector se puede observar una segmentación que responde a la diversidad interna determinada por las diferentes actividades económicas, productividad técnica, de producción, ubicación especial y geográfica, número de trabajadores etc.²³

Se entenderá por empresa la unidad económica de carácter público o privado, de naturaleza mercantil o industrial que integrada por elementos, físicos y financieros desarrolla en forma coordinada, diferentes actividades con la finalidad de obtener un beneficio.

¹⁹ URBINA BACA, GABRIEL, EVALUACIÓN DE PROYECTOS

²³ NUP//CONAMYPE.ORG./MO_SEC_MYPE.PNPS

La pequeña empresa se caracteriza por:

- ◆ Uso intensivo de la mano de obra.
- ◆ Afrontar serios problemas para retener mano de obra especializada.
- ◆ Producción no planificada por desconocer su proyección en el mercado potencial.
- ◆ La dirección, supervisión y operación de las empresas por lo general es ejercidas por los mismos propietarios.
- ◆ No existe especialista para la función básica de la empresa.
- ◆ Adquiere administrativamente mayor importancia, la organización informal.
- ◆ Ubicación geográfica no programada, por lo general inicia sus operaciones en casa de habitación del propietario.
- ◆ Ocupación entre 5 y 19 personas.¹²

Atendiendo a las características anteriores es que el número de pequeñas empresas para el año de 1998 ascendió a un promedio que en términos relativos representa más del 99% y el 65% de estas unidades están dirigidas por mujeres; el 77% de las actividades económicas de la empresa están concentradas en el área urbana y la mayoría son cuenta propia.¹³

3.3.1 FUNCIONES DE LA EMPRESA.

Se entiende por el conjunto de actividades interdependientes que tienden a incrementar la capacidad de venta de un producto.

- **PRODUCCION :** Relación de recursos humanos, materiales y financieros, con el propósito de obtener un producto o servicio.
- **PERSONAL:** Constituye la fuerza de trabajo de una empresa y se considera que la mejor manera de dirigir a este personal es aprendiendo de su comportamiento.
- **FINANCIERA:** Se encarga de administrar eficientemente los rubros que intervienen tanto en la obtención como en el desembolso de los fondos para la empresa logre sus objetivos.

3.3.2 RECURSOS DE LA PANADERIA.

¹² FOLLETO DE EMPRESA, PROPORCIONADO POR DOCENTE DE LA MATERIA TEORIA ADMINISTRATIVA I.

¹³ NUP//CONAMYPE.ORG./MO_SEC_MYPE.PNPS

- **ELEMENTO HUMANO:** Propietarios, jefes, Panificadores, Fuerza de venta, Personal de servicio, otros.

- **INSTALACIONES:** Terrenos, Centro de producción, Oficinas, Bodegas, Salas de venta, otros.

- **MAQUINARIA, EQUIPO Y HERRAMIENTAS**

Hornos, Amasadoras, Formadoras, Laminadoras, Básculas, Mobiliario, Computadoras, Vehículos, otros.

- **RECURSOS TECNICOS**

Información de la que se dispone, software, Recetas, Manuales, Experiencia, Capacidad y Habilidad del Personal.

- **RECURSOS ECONOMICOS**

- Efectivo
- Capital Social
- Inversiones

3.3.3 ADMINISTRACION.

- **DEFINICION :** Se entenderá como el proceso de diseñar y mantener un ambiente en el que las personas, trabajando en grupos, alcancen con eficiencia metas seleccionadas.

- **EL PROCESO ADMINISTRATIVO**

Desde finales del siglo XIX se acostumbra definir la administración en términos de cuatro funciones específicas de los gerentes:

- **Planeación**
- **Panadería**
- **Dirección**
- **Control**
- **Evaluación**

Por tanto, cabe decir que la administración es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de los miembros de la panadería y el empleo de todos los demás recursos organizacionales, con el propósito de alcanzar los objetivos y las metas establecidas para la panadería.

Un proceso es una forma sistemática de hacer las cosas. Se habla de la Administración como un proceso para subrayar el hecho de que todos los gerentes, sean cual fueren sus actitudes o habilidades personales, desempeñan ciertas actividades interrelacionadas con el propósito de alcanzar los objetivos y las metas que deseen.

3.3.4 PLANEACION.

Planificar implica que los administradores piensen con antelación en sus objetivos, metas y acciones, que se basan sus actos en algún método, plan o lógica y no en corazonadas. Los planes presentan los objetivos de la panadería y establecen los procedimientos idóneos para alcanzarlos. Además, los planes son la guía para que:

- **La panadería obtenga y comprometa los recursos que se requieren para alcanzar sus objetivos.**

- Los miembros de la panadería desempeñan actividades congruentes con los objetivos y los procedimientos elegidos.
- El avance hacia los objetivos puede ser controlado y medido de tal manera que cuando no sea satisfactorio, se pueda tomar medidas correctivas.

El primer paso para planificar consiste en elegir los objetivos y las metas de la panadería. A continuación, se establecen objetivos y metas para cada una de las subunidades de la panadería; es decir, sus divisiones, departamentos, etc. Definidas éstas, se establecen programas para alcanzar los objetivos y las metas de manera sistemática. Sobra decir que, el elegir objetivos y las metas, preparar programas, el gerente de mayor jerarquía analiza su viabilidad, así como las posibilidades de que otros gerentes y empleados de la panadería los acepten.

Las relaciones y el tiempo son fundamentales para las actividades de la planificación. La planificación produce una imagen de las circunstancias futuras deseables, dados los recursos actualmente disponibles, las experiencias pasadas, etc. Los planes de partes concretas de la panadería abarcan plazos muchos más cortos. Por ejemplo, estos planes pueden referirse al trabajo del día siguiente o para una junta de dos horas, que tendrá lugar la semana entrante.

3.3.5 ORGANIZACION.

Organizar es el proceso para ordenar y distribuir el trabajo, la autoridad y los recursos entre los miembros de una panadería, de tal manera que estos puedan alcanzar los objetivos y las metas de la panadería.

Las relaciones y el tiempo son fundamentales para las actividades de la panadería. La organización produce la estructura de las relaciones de una panadería, estas relaciones estructuradas servirán para realizar los planes futuros. La estructura organizacional se refiere a la forma en que se dividen agrupan y coordina las actividades de la panadería en cuanto a las relaciones entre los gerentes y los empleados, entre gerentes y gerentes y , entre empleados y empleados.

Para que las panaderías funcionen adecuadamente, necesitan ser organizadas, esto es, estructuradas para que sean eficientes y eficaces.

La eficiencia esta relacionada con los fines, es decir, con los métodos y maneras de hacer las cosas. La eficiencia implica hacer las cosas correctamente, de la mejor manera posible.

La eficiencia esta relacionada con los fines, es decir, con los objetivos propuestos, implica hacer lo que fuere necesario o correcto para alcanzar los objetivos o resultados.

Diferentes metas requieren diferentes estructuras. Por tanto, los gerentes deben adaptar la estructura de la panadería a sus objetivos, metas y recursos, proceso conocido como diseño organizacional.

El diseño organizacional es un proceso en el cual los gerentes toman decisiones para elegir la estructura organizacional adecuada para la estructura organizacional adecuada para la estrategia de la panadería y el entorno en el cual los miembros de la panadería pone en practica dicha estrategia. Por tanto, el diseño organizacional hacen que los gerentes dirijan la vista en dos sentidos, al mismo tiempo: hacia el interior de su panadería y hacia el exterior de su panadería.

3.3.6 DIRECCION.

Dirigir implica mandar, influir y motivar a los empleados para que realice tareas esenciales. Las relaciones y el tiempo son fundamentales para las actividades de la dirección. De hecho, la dirección llega al fondo de las relaciones de los gerentes con cada una de las personas que trabajan con ellos. Los gerentes dirigen tratando de convencer a los demás de que se les unan para lograr el futuro que surge de los pasos de la planificación y la organización. Al establecer el ambiente adecuado, ayuda a sus empleados a hacer su mejor esfuerzo.

La dirección se relaciona directamente con la manera por la cual se alcanzan el objetivo de la empresa con base en la orientación de las actividades que deben realizarse. Estableciendo los objetivos de la empresa, definida la plantación, organizados los trabajos, correspondientes a la dirección hacer que estos sean ejecutados de la mejor manera posible, así, no basta planificar y organizar si no hay una dirección competente para que las cosas sean bien hechas.

La dirección implica transmitir a las personas que lo que ellas deben hacer y conseguir, lo hagan de la mejor manera posible, si las personas no conocen los objetivos que se quieren alcanzar, sus esfuerzos serán en vano. La dirección se basa en el trabajo conjunto de las personas e intenta orientarlos e integrarlos en dirección a los objetivos deseados.

Sin embargo, la dirección no involucra sólo activar, comunicar, servir de guía y coordinar, sino fundamentalmente tomar decisiones que apunten hacia los objetivos que se pretenden. Para muchos, la esencia de la dirección está en la toma de decisiones.

Dirigir significa escoger, optar, siempre que exista varias opciones al frente. Cuando se escoge una opción, se dejan de lado las demás. Para que la decisión se tome con seguridad, se debe tener una idea de todos los despliegues de las diversas opciones disponibles, a fin de que se escoja aquella que producirá los mejores resultados con los menores costos.

3.3.7 CONTROL.

Por ultimo, el servirá para estar seguro de los actos de los miembros de la panadería que, de echo, la conducen hacia los objetivos y las metas establecidas.

La función de control de la administración, entraña los siguientes elementos básicos:

- Establecer estándares de desempeño.
- Medir los resultados presentes.
- Comparar estos resultados con las normas establecidas.
- Tomar medidas correctivas cuando se detectan desviaciones.

3.3.8 COSTOS.

Medición en términos monetarios de la cantidad de recursos utilizados para algún propósito u objetivo.

- **COSTEO DIRECTO**

El costeo directo se fundamenta en la separación entre costos fijos o del periodo y los variables o directos. Los costos directos se aplican a los productos fabricados, mientras los costos fijos se relacionan con los gastos del periodo contabilidad.

- **COSTOS FIJOS**

Los costos fijos permanecen constantes cuando varía el volumen de producción, varían en términos unitarios; tienden a permanecer iguales para ciertos periodos.

- **CARACTERISTICAS**

- Son costos que están en el negocio
- Pueden variar solo escalonadamente

- **EJEMPLO**

- Alquiler
- Empleados administrativos
- Depreciaciones
- Servicios

La pequeña empresa panificadora está considerada como empresa manufacturera son “Establecimientos cuyas actividades se relacionan con el proceso de transformación, cuyos resultados son bienes elaborados, semielaborados y subproductos, y que cuentan con más de 10 empleados. En nuestro país, la pequeña empresa panificadora está pasando por un gran cambio. Después de estar por muchos años rezagada de los demás sectores industriales, está convirtiéndose en un sector de importancia en la economía nacional, debido a su actividad se traduce en beneficios para el país, tales como la generación de empleo y el aporte al producto interno bruto.

- **COSTOS VARIABLES**

Se comportan proporcionalmente al volumen de producción permaneciendo constantes en términos unitarios.

- **EJEMPLO**

- Materia prima
- Mano de obra directa
- Comisiones sobre ventas, otros.

La diferencia que existe entre los ingresos totales y los costos variables se conoce como margen de contribución o contribución marginal. Este margen de contribución de uno o más productos elaborados en una panadería permite pagar primeramente los costos fijos, el excedente constituye las utilidades antes de impuestos.

CAPITULO CUATRO : INVESTIGACION DE CAMPO

4.1 RESULTADOS DE LA INVESTIGACION DE CAMPO.

Las ADESCOS son de carácter comunitario dedicadas a realizar mejoras a las comunidades, también tener un desarrollo humano que promueva el progreso de la comunidad, constituyendo un desarrollo económico consistente en el proceso de liderar, con el propósito de ampliar la base económica local y que en comunidades organizadas no se dan. Esta es la razón que motiva el estudio con el propósito de encontrar una explicación objetiva, científica de este fenómeno.

En la evaluación realizada a los miembros que conforman las ADESCOS así como también a todas las personas que han sido capacitadas en la elaboración de pan de dulce y la necesidad de contar con un empleo y poder elaborar un producto que pueda ser competitivo y aceptado por los consumidores del municipio de Lolotique, se fundamenta en la investigación de Campo y Bibliográfica, que permitió obtener y analizar la información necesaria sus necesidades y dificultades para la implantación y aceptación de una pequeña empresa panificadora en el municipio de Lolotique.

A través de esta evolución se obtuvo un diagnostico de los conocimientos que los miembros de la ADESCOSAN tienen para la implantación de la pequeña empresa panificadora y del número de personas que apoyan esta iniciativa en el municipio.

4.2 ANALISIS E INTERPRETACION DE LA INFORMACION

4.2.1 RECOLECCION

La investigación se desarrollo en el Barrio San Antonio del Municipio de Lolotique de San Miguel, realizándola casa por casa ya que se entrevistaron a madres, padres o a la persona que es la encargada o encargados de realizar los gastos de la casa, el resultado del procedimiento de la información facilito someter a prueba las hipótesis planteadas, a través de

la relación causa y efecto entre los problemas y los resultados que se presenten; con el objeto de que la pequeña empresa panificadora sea implantada sobre una base sólida de un estudio de factibilidad que pueda dar a conocer que existe un mercado para el producto que se pretende vender en el municipio de Lolotique.

4.2.2 PROCESAMIENTO

La información que se recopiló y se obtuvo mediante los métodos de la entrevista y el cuestionario realizado

4.3 OBJETIVO DE LA INVESTIGACION

Identificar la aceptación de una pequeña empresa panificadora en el Barrio San Antonio del Municipio de Lolotique Departamento de San Miguel.

4.4 RECOLECCION DE DATOS

La investigación se realizó en el Barrio San Antonio, Jurisdicción de Lolotique, departamento de San miguel, ya que la muestra representativa esta ubicada en dicho lugar siendo esta los siguientes segmentos de la población: los miembros de la ADESCOSAN, ya que la mayoría han recibido capacitaciones en el área de panificación, las amas de casa, siendo ellas las encargadas de la alimentación familiar. Por su puesto previo a la decisión de realizar el estudio de investigación sé tubo una visión somera en cuanto a los problemas en cuestión, como lo es la búsqueda de la solución al planteamiento del problema de desempleo que existe en la comunidad de Lolotique, es así que en la parte de la recolección de la información se realizó una breve investigación y se pasó una prueba piloto a fin de valorar la efectividad del instrumento, es decir si con él se obtendría la información que permitiera recopilar sobre la base de los objetivos del estudio.

En la fase de la recopilación de la información posterior a la investigación realizada se tiene que determinar para ello el tamaño de la muestra, mediante la aplicación del método estadístico, utilizando una formula para población finita.

4.5 PROCESA MIENTO DE DATOS

Pregunta No. 1

¿Cuántas panaderías caseras conoce usted?

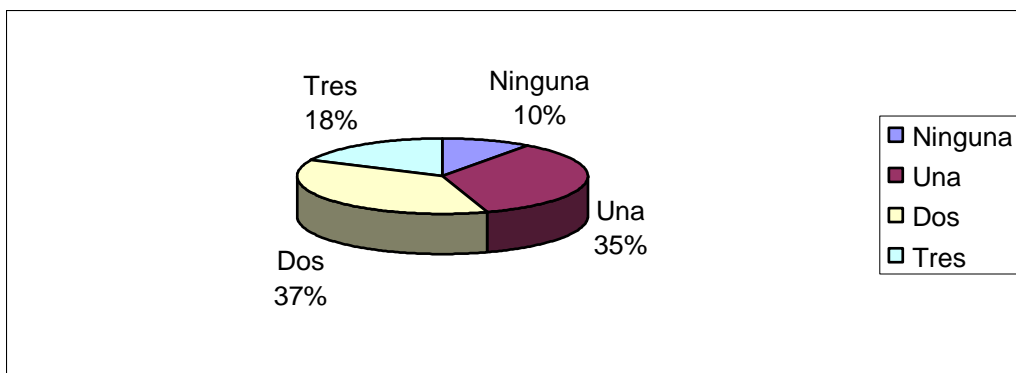
Objetivo:

- Cuantificar el número de panaderías que fabrican el pan de dulce en el Barrio San Antonio Jurisdicción de Lolotique. Y de esta manera determinar la competencia que existe en la zona.

Cuadro No. 2

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Ninguna	15	10
Una	54	35
Dos	56	37
Tres	27	18
Total	152	100%

Grafico No 1



Comentario:

Se puede observar que de acuerdo a las respuestas proporcionadas por los encuestados el 37% de estos conocen dos panaderías caseras, el 35% conoce por lo menos una. Por lo que la demanda no tiene suficientes opciones para satisfacer su necesidad biológica de consumir pan de dulce. Por lo tanto se determino que no existe una panadería que labore todos los días sino las caseras que existe trabajan un día si y otros no.

Pregunta No 2

¿Tiene preferencia por alguna panadería casera que conoce?

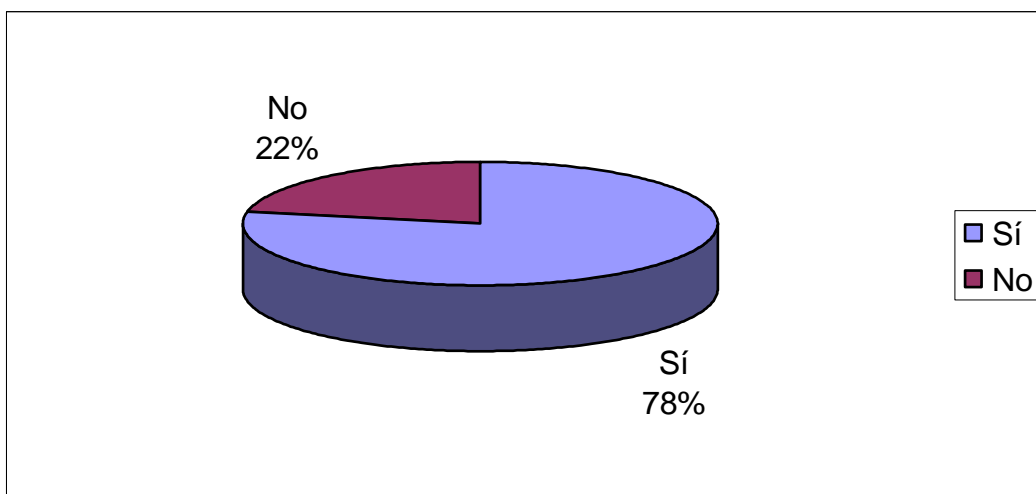
Objetivo:

- Conocer el número de familias que prefieren el pan de dulce que se elabora en las panaderías caseras del municipio de Lolotique

Cuadro No.3

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	119	78
No	33	22
Total	152	100%

Grafica No 2



Comentario:

Se llegó a la decisión de que el 78% de las familias prefieren el pan que se elabora en las panaderías caseras del municipio de Lolotique, contra un 22% que prefiere el pan de dulce producido en lugares fuera del municipio ya que este pan siempre llega a las tiendas y hay que comprarlo frío de un día anterior por que llega tarde, por eso es que cuando elaboran pan de dulce las panaderías caseras prefieren comprar en ellas porque lo compran en la tarde y caliente.

Pregunta No. 3

¿Cuántas personas conforman su núcleo familiar?

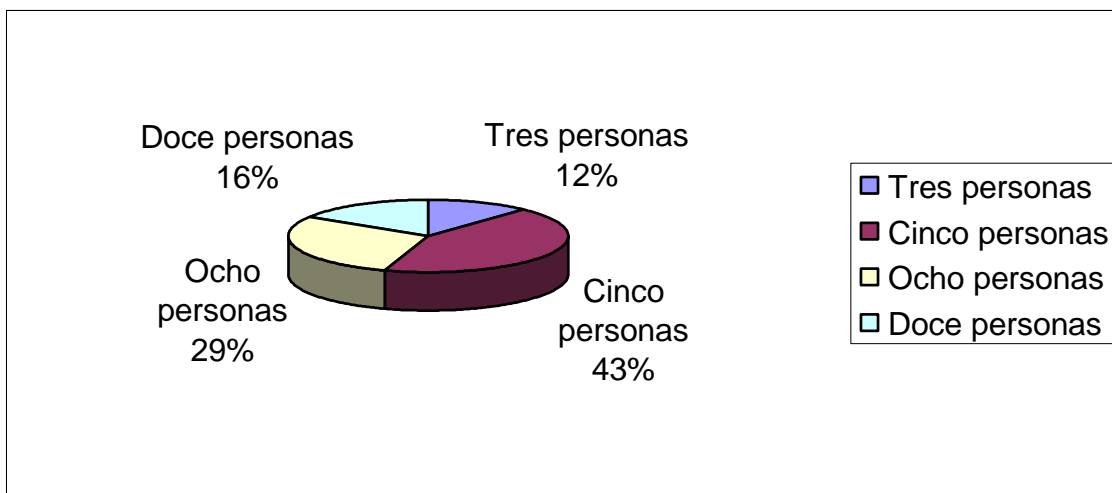
Objetivo

- Conocer la población total de la zona en estudio, para establecer la demanda del producto que se pretende producir y vender.

Cuadro No 4

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Tres personas	18	12
Cinco personas	65	43
Ocho personas	44	29
Doce personas	25	16
Total	152	100%

Grafico No 3



Comentario:

En cuanto a la población la mayor parte de las familias están formadas por más de 5 personas, esto significa que existe población considerable para determinar el consumo de pan de dulce en la zona ya que entre mayor número de personas mayor será el consumo de pan de dulce por cada familia.

Pregunta No. 4

¿Que consume su familia en el desayuno?

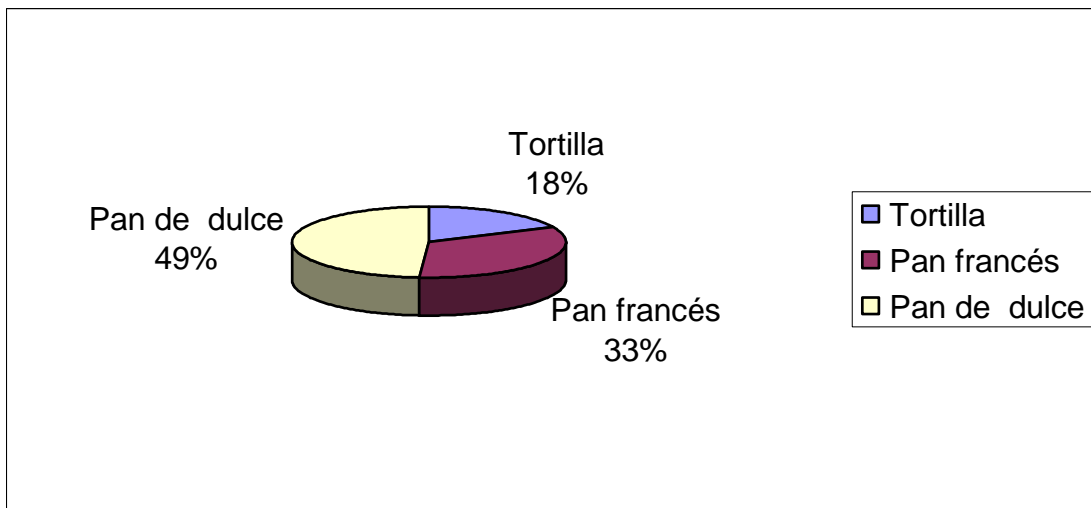
Objetivo:

- Determinar el número de familias que consumen pan de dulce en el desayuno.

Cuadro No 5

<i>Respuesta</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Tortilla	27	18
Pan francés	50	33
Pan de dulce	75	49
Total	152	100%

Grafica No 4



Comentario:

Según la información el 49% de las familias prefieren consumir pan de dulce en el desayuno, mientras que un 33% prefieren pan francés y la minoría prefiere tortilla.

Pregunta No. 5

¿A que otra hora prefiere consumir el pan de dulce?

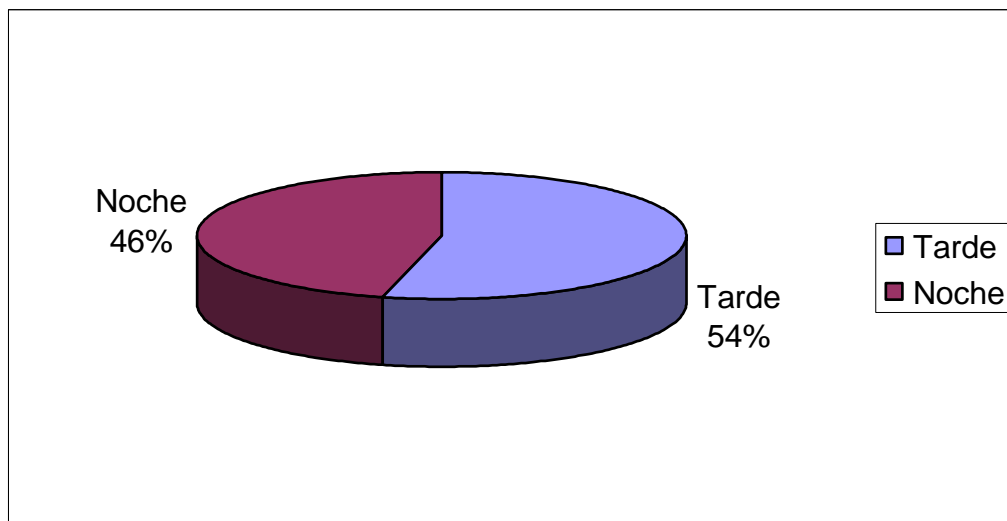
Objetivo:

- Determinar las diferentes preferencias en cuanto al horario de consumir pan de dulce que tiene la población del Barrio San Antonio. Y además visualizar la demanda total de dicho producto en la zona.

Cuadro No 6

<i>Hora</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Tarde	82	54
Noche	70	46
Total	152	100%

Grafica No 5



Comentario:

Según los resultados se puede determinar que además de consumir pan de dulce en el desayuno, también lo consumen la mayoría de familias por las tardes.

Pregunta No. 6

¿Cuánto gasta en comprar pan de dulce diario?

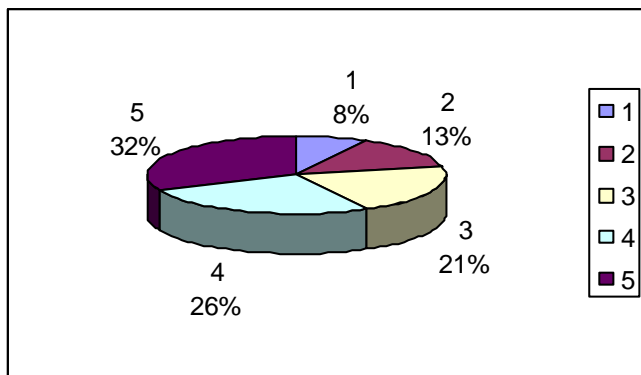
Objetivo:

- Determinar el gasto total de consumo en pan de dulce por familia

Cuadro No. 7

<i>Respuestas</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
¢3.00	19	13
¢5.00	21	14
¢8.00	75	49
¢10.00	20	13
¢12.00	17	11
Total	152	100%

Grafica No. 6



Comentario:

Según los resultados el 49% de las familias tienen un consumo de por lo menos ¢8.00 diario, el 14% tienen un consumo de ¢5.00, el 13% tiene un consumo de ¢10.00 diario. Siendo estos los porcentajes más altos en el consumo diario de pan de dulce de la zona en promedio el consumo de pan de dulce diario en el barrio es de ¢7.60 .

Pregunta No. 7

¿Si su familia consume pan de dulce de cual prefiere?

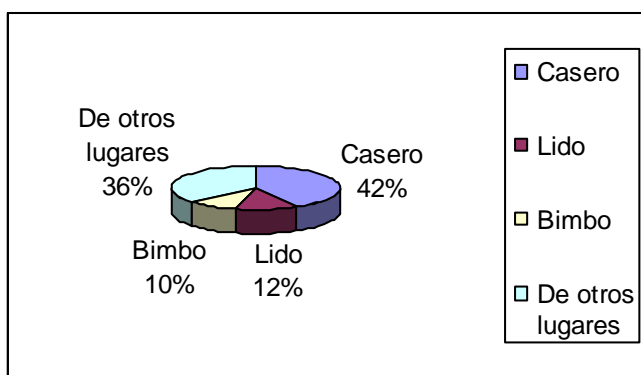
Objetivo:

- Conocer los competidores que cubren la necesidad de consumir pan de dulce en el Barrio San Antonio.

Cuadro No. 8

<i>Respuestas</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Casero	65	42
Lido	18	12
Bimbo	15	10
De otros lugares	54	36
Total	152	100%

Grafica No 7



Comentario:

Según los resultados el 42% de las familias prefieren comprar el pan de dulce que se elaboran en las panaderías caseras que existen en la zona; mientras que el 36% prefieren el pan de lugares aledaños, el resto consumen el pan de empresas grandes como lo son Lido y Bimbo, siendo estos últimos la minoría.

Pregunta No. 8

¿En que lugar compra el pan de dulce que usted consume?

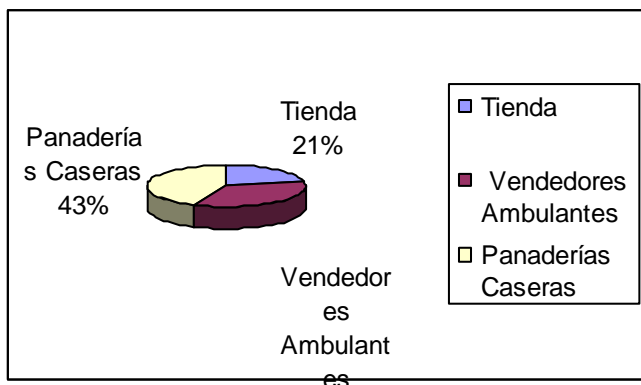
Objetivo:

- Conocer el lugar donde más frecuentemente compra el pan de dulce que consume la población del Barrio San Antonio.

Cuadro No. 9

<i>Respuestas</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Tienda	32	21
Vendedores Ambulantes	54	36
Panaderías Caseras	66	43
Totales	152	100%

Grafica No. 8



Comentario:

Se puede observar que el 43% de las personas encuestadas prefieren comprar el pan de dulce fabricado en las panaderías caseras. Mientras que el 36 y 21% prefieren comprarlo en tiendas y ha vendedores ambulantes. Por lo que la mayor competencia la tienen las fabricas de pan de dulce caseras. Siendo la primera como el parámetro principal para tomar en cuenta al establecer los canales de distribución que se pretenden establecer en el presente proyecto.

Pregunta No. 9

¿Sabe de donde proviene el pan que no se produce en Lolotique?

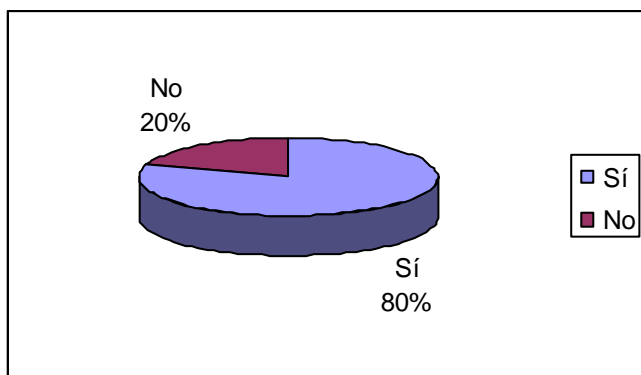
Objetivo:

- Determinar de que lugar provienen los vendedores que cubren la demanda de pan en la zona. Estableciéndose el competidor más fuerte o el que mayor oferta tiene en la zona

Cuadro No. 10

<i>Respuestas</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje(%)</i>
Sí	122	80
No	30	20
Total	152	100%

Grafica No. 9



Comentario:

El 80% de las personas encuestadas sabe de donde proviene el pan de dulce que consume. Mientras que el 20% no sabe la procedencia del pan que consumen. Por lo que es importante la identificación de la población con el proveedor, estableciendo de esta manera los lazos de fidelidad para el ofertante.

Pregunta No. 10

¿A que precio obtiene cada pan de dulce que consume?

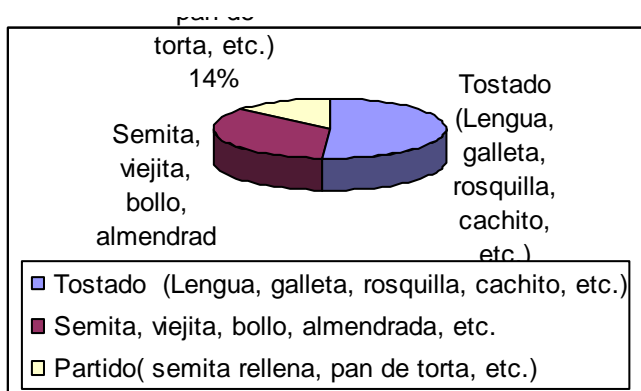
Objetivo:

- Conocer a que precio obtiene el pan de dulce y los de mayor demanda en la zona, para brindar el parámetro de producción.

Cuadro No. 11

<i>Variedad</i>	<i>Precio</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Tostado (Lengua, galleta, rosquilla, cachito, etc.)	¢ 0.25	78	51
Semita, viejita, bollo, almendrada, etc.	¢ 0.33	53	35
Partido(semita rellena, pan de torta, etc.)	¢ 1.25	21	14
Totales		152	100%

Grafico No 10



Comentario:

Según los resultados el 51% de las familias compran pan de dulce a ¢0.25 centavos cada uno, conocido este como pan tostado, seguido del pan semita, viejita, almendrada de ¢0.33 centavos los resultados reflejan que el 35% de los encuestados lo prefieren así como también el pan el pan partido conocido como semita rellena, pan de torta y otros que se elaboran con la misma preparación, ya que estos últimos obtienen una menor demanda.

Pregunta No. 11

¿Cuántas personas de su familia trabajan?

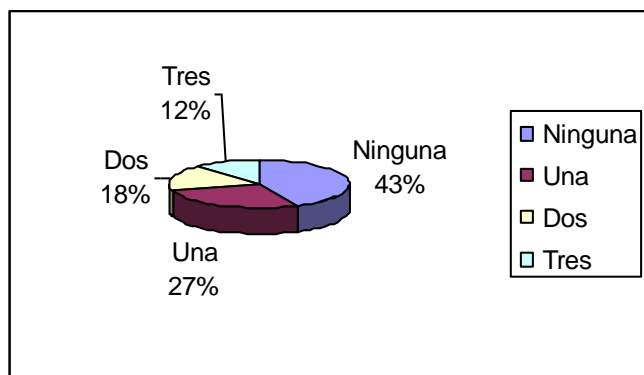
Objetivo:

- Cuantificar el número de personas que trabajan en cada grupo familiar y de esta manera establecer un ingreso promedio por familia.

Cuadro No. 12

<i>Respuestas</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Ninguna	65	43
Una	41	27
Dos	27	18
Tres	19	12
Totales	152	100%

Gráfico No. 11



Comentario:

Se determina que de acuerdo a los resultados la mayoría de la población o sea el 43% de ellos no cuentan con un empleo asalariado con el que puedan sostenerse económicamente pero si cuentan con lo poco que trabajan de la agricultura y de las remesas que sus familias les mandan de los Estados Unidos, también de las familias que trabajan una (27%), dos(18%) o tres (12%) personas cuentan con remesas de familiares que viven en el exterior del país por lo tanto cuentan con una posición económica aceptable para la compra del pan de dulce.

Pregunta No. 12

¿De los miembros de su familia que trabajan, que tipo de trabajo desempeñan?

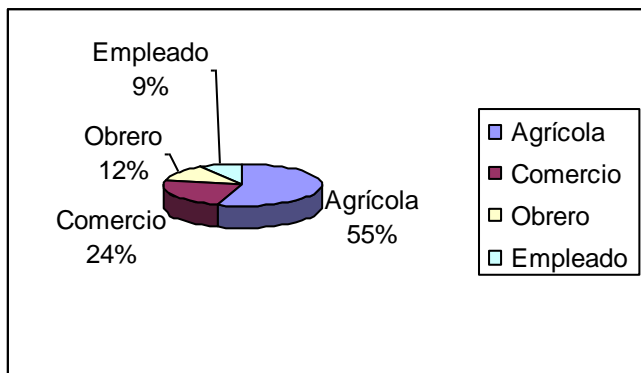
Objetivo:

- Conocer y cuantificar cuales son las actividades laborales a que se dedican los miembros de las comunidades para determinar como obtienen los ingresos que les permiten sobrevivir

Cuadro No. 13

<i>Respuestas</i>	<i>Frecuencias</i>	<i>Porcentaje (%)</i>
Agrícola	84	55
Comercio	36	24
Obrero	18	12
Empleado	14	9
Totales	152	100%

Gráfico No. 12



Comentario:

El 55% de la población encuestada se dedica a realizar labores agrícolas ya que con estos resultados se refuerzan el concepto de que El Salvador es un país meramente agrícola. Mientras que el 24% se dedica al comercio. El 12 y 9% se dedican a labores de obrero y empleado. Siendo esto una muestra del desempleo que se vive en la zona.

Pregunta No. 13

¿En que promedio mensual se ubica su ingreso familiar?

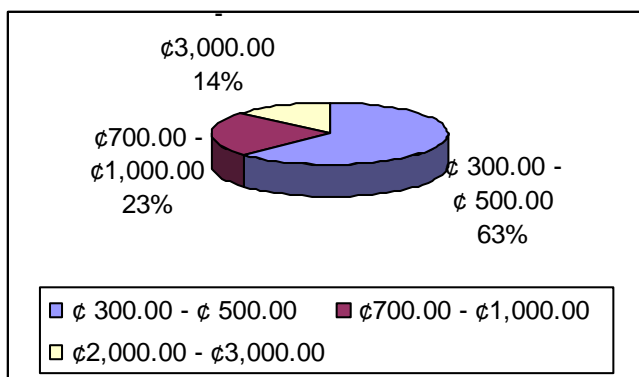
Objetivo:

- Conocer el ingreso que percibe el grupo familiar con relación a las personas que trabajan, para conocer la calidad de vida que tiene y si les permite, cubrir sus necesidades básicas.

Cuadro No 14

<i>Respuestas Ingresos familiares (¢)</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentajes (%)</i>
¢ 300.00 - ¢ 500.00	95	63
¢700.00 - ¢1,000.00	35	23
¢2,000.00 - ¢3,000.00	22	14
Totales	152	100%

Gráfico No 13



Comentario:

Se establece que el 63% de la población tienen ingresos entre ¢300 y ¢500 mensuales el 23% y el 14% están ubicados entre \$700 y ¢3000, siendo estos últimos la minoría. Siendo esto un ejemplo más del desempleo que existe en la zona.

Pregunta No. 14

¿Considera necesario contar con una pequeña panadería en el Barrio San Antonio?

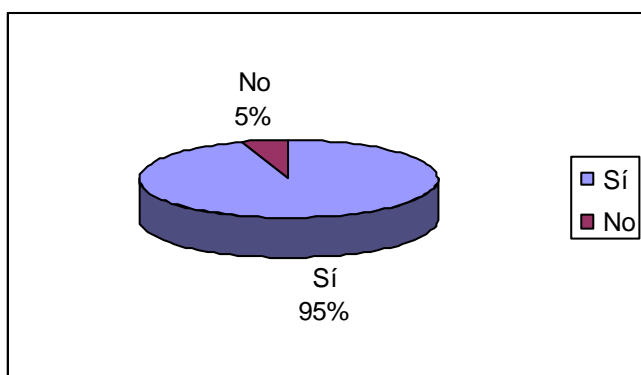
Objetivo:

- Conocer el grado de aceptación que una pequeña empresa pueda tener en el Barrio San Antonio.

Cuadro No. 15

<i>Respuestas</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje (%)</i>
Sí	144	95
No	8	5
Totales	152	100%

Gráfico No. 14



Comentario:

El 95% de la población considera necesario contar con una pequeña panadería en el municipio, ya que se estaría beneficiando tanto la población desempleada como la que demanda dicho producto, mientras que solo el 5% no está de acuerdo en aceptar la creación de una pequeña empresa panificadora en la zona.

Pregunta No. 15

Cree usted que una pequeña empresa panificadora en el Barrio San Antonio contribuirá a brindar oportunidad de empleo a los habitantes del municipio.

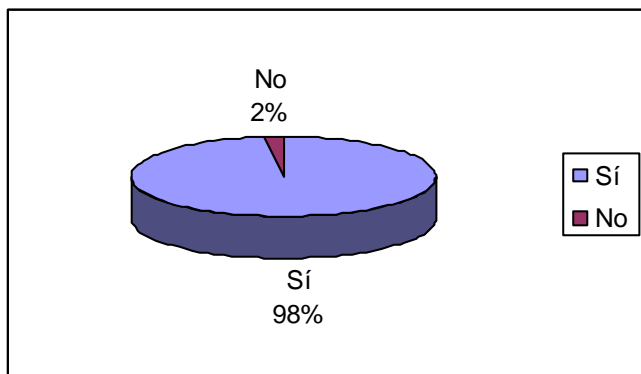
Objetivo:

- Determinar si la población del municipio de Lolotique considera que el establecimiento de una empresa panificadora generaría empleo para los habitantes del lugar.

Cuadro No. 16

<i>Respuestas</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje (%)</i>
Sí	149	98
No	3	2
Total	152	100%

Gráfico No 15



Comentario:

Se determina que el 98% considera de gran importancia el establecimiento de una empresa ya que sí se le dará oportunidad de contar con un empleo digno.

Pregunta No. 16

¿La creación de una pequeña empresa panificadora en el municipio de Lolotique contribuiría al desarrollo comunal?

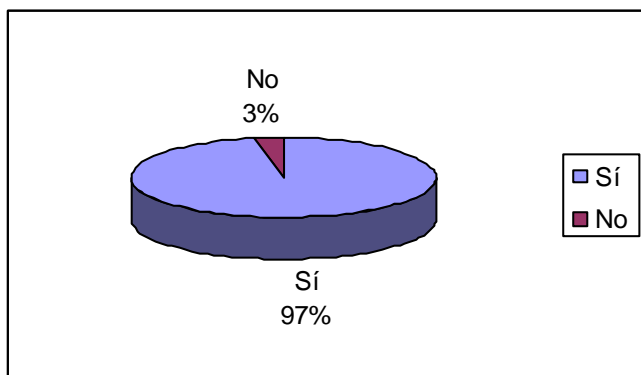
Objetivo:

- Determinar si la pequeña empresa panificadora podía ser considerada como parte del desarrollo comunal del municipio.

Cuadro No.17

<i>Respuestas</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje (%)</i>
Sí	147	97
No	5	3
Total	152	100%

Gráfico No. 16



Comentario:

Según los resultados, el 97% de la población considera que una empresa en el municipio contribuirá al desarrollo comunal de Lolotique

Pregunta No. 17

¿Algún miembro de su familia a recibido alguna capacitación en la elaboración de pan de dulce?

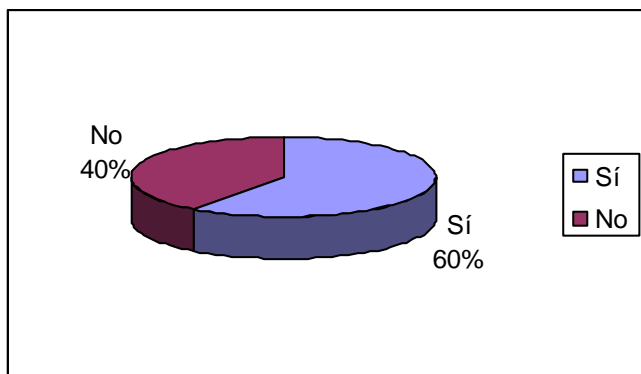
Objetivo:

- Determinar la mano de obra calificada existente en el municipio.

Cuadro No. 18

<i>Respuestas</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje (%)</i>
Sí	91	60
No	61	40
Total	152	100%

Gráfico No. 17



Comentario:

Se determinó que existe un 60% de la población que ha sido capacitada para la elaboración de pan de dulce. Mientras que se cuenta con un 40% que no está capacitado.

Pregunta No. 18

¿Algún miembro de su familia estaría dispuesto a trabajar en una empresa panificadora en Lolotique?

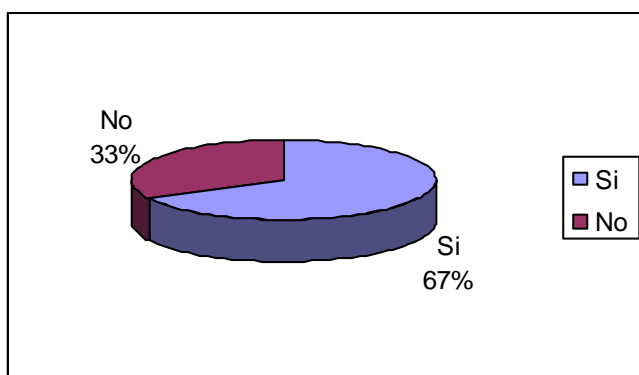
Objetivo:

- Conocer si existe mano de obra dispuesta a trabajar en el área de panificación

Cuadro No 19

<i>Respuestas</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje (%)</i>
Si	102	67
No	50	33
Total	152	100%

Gráfica No.18



Comentario:

Se determinó que el 67% de la población está dispuesto a trabajar ya que tienen los conocimientos necesarios para poder elaborar pan de dulce. Mientras que el resto no está dispuesto a trabajar en esta área, siendo estos últimos la minoría.

Pregunta No 19

Si contesto que esta dispuestos a trabajar en el área de panificación, ¿En que horario le gustaría trabajar?.

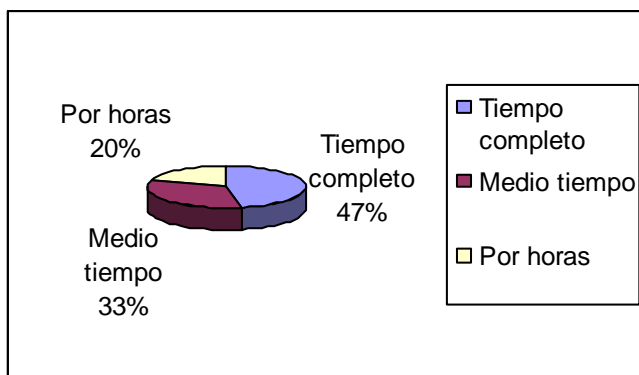
Objetivo:

Determinar el horario en que estarían dispuestos a trabajar.

Cuadro No 20

<i>Respuestas</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje (%)</i>
Tiempo completo	71	47
Medio tiempo	50	33
Por horas	31	20
Total	152	100%

Gráfica No. 19



Comentario:

Se determinó que el 47% de la población está de acuerdo en laborar a tiempo completo, 33% a medio tiempo mientras que la minoría ha optado por horas. Por lo tanto se concluye que la mayor parte de la población esta dispuesta a trabajar a tiempo completo.

Pregunta No. 20

En que lugar del municipio le quedaría más accesible la ubicación de la panadería

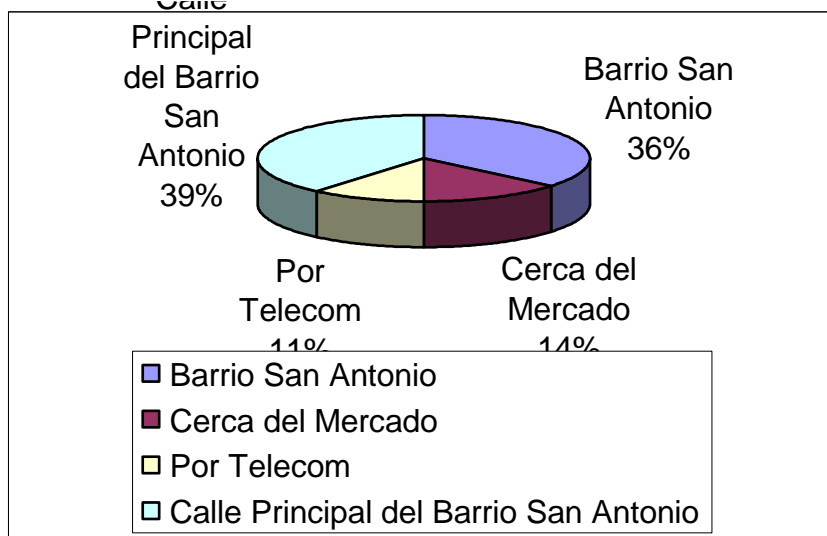
Objetivo:

- Determinar la ubicación donde se podía establecer la pequeña empresa panificadora.

Cuadro No. 21

<i>Respuestas</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje (%)</i>
Barrio San Antonio	55	36
Cerca del Mercado	21	14
Por Telecom	17	11
Calle Principal del Barrio San Antonio	59	39
Total	152	100%

Gráfica No.20



Comentario:

Se determino que el 39% de la población esta de acuerdo en establecer la pequeña empresa panificadora en el Barrio el centro del municipio de Lolotique mientras que un 36% la prefiere en el barrio San Antonio.

Pregunta No 21

Estaría de acuerdo en ganar el sueldo minino (¢1,250.00)

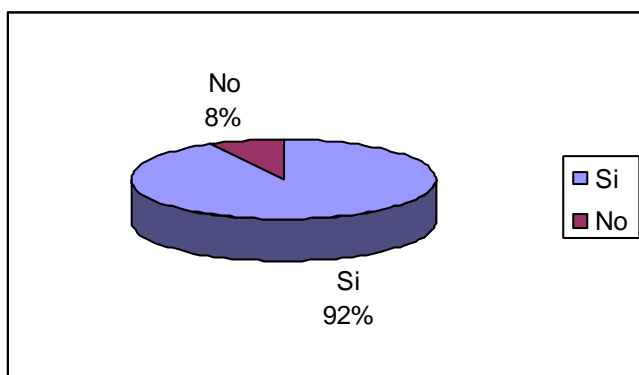
Objetivo:

Establecer el sueldo base mensual para cada uno de los trabajadores

Cuadro No. 22

<i>Respuestas</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje (%)</i>
Si	140	92
No	12	8
Total	152	100%

Gráfico No 21



Comentario:

Se determino que el 92% de la población encuestada esta de acuerdo en ganar el sueldo mínimo establecido y el 8% no esta de acuerdo.

Según los resultados obtenidos mediante el cuestionario y la observación muestran que hay tres panaderías caseras, por lo que la demanda no tiene suficientes opciones para satisfacer sus necesidades biológicas de consumir pan de dulce, esto dificulta a que los miembros del Barrio San Antonio puedan obtener o consumir todos los días el producto caliente. Según la investigación el núcleo familiar es de cinco personas y esto indica que existe una población considerable para consumir el pan de dulce y más que todo en el desayuno y por las tardes. Se observó que las familias por lo general consumen ¢ 7.60 diarios de pan de dulce, por que lo prefieren más que otro tipo de pan, en la información que se recopiló se muestra que las personas prefieren el pan elaborado por panaderías caseras que el que se encuentra en las tiendas. En cuanto al lugar de donde proviene el pan de dulce que ellos consumen, la mayoría conoce su procedencia.

El precio es otro factor muy importante porque entre más barato, es mayor la demanda. Se determinó que de acuerdo a los resultados la mayor parte de la población no cuenta con un empleo asalariado con el que puedan sostenerse económicamente, pero si cuentan con lo poco que trabajan en la agricultura y de las remesas que sus familiares les envían de los Estados Unidos, un grupo muy alto de los encuestados se dedica a realizar labores agrícolas. Se investigó el promedio mensual que ingresa a las familias para el sostenimiento de éstas, se observó que la mayoría de la población considera necesario contar con una pequeña panadería en el Barrio San Antonio, así como también vendría la oportunidad de un empleo digno a los miembros del barrio. Se encontró que es necesaria la creación de la pequeña empresa porque contribuiría al desarrollo comunal.

Se llegó a la conclusión que la población está dispuesta a trabajar, ya que cuentan con suficiente mano de obra calificada para la elaboración de pan de dulce, otro aspecto importante es que las personas que están dispuestas a laborar en la panadería a tiempo completo. Además se observó que el lugar más accesible para la ubicación de la pequeña panadería es la Calle principal del Barrio San Antonio, así como también se determinó que la mayor parte de los entrevistados estarían de acuerdo a ganar el sueldo mínimo establecido por la ley. Con base a lo mencionado anteriormente se puede afirmar que la creación de una pequeña Empresa Panificadora en el Barrio San Antonio dirigido por los miembros de la ADESCO, contribuiría al Desarrollo Comunal.

CAPITULO CINCO : CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

Con base a los elementos considerados en la investigación de campo, a través de la observación, entrevista dirigida y encuestadas a las familias de la comunidad del Barrio San Antonio del Municipio de Lolotique de San Miguel se plantean las siguientes conclusiones y recomendaciones:

5.1 CONCLUSIONES

- ***En el municipio de Lolotique no existe ninguna pequeña empresa panificadora que le haga competencia a la de la ADESCOSAN.***
- La ADESCOSAN sería un ejemplo para las otras ADESCOS del municipio de Lolotique para que puedan formar una pequeña empresa dedicada a la panadería o que se dedican a otra actividad.
- En el municipio de Lolotique existe una demanda insatisfecha creciente de pan de dulce.
- El desconocimiento de cómo implantar y legalizar una pequeña empresa dificulta a los miembros de las ADESCOS a hacerlo.
- En todas las zonas del municipio de Lolotique existe personal capacitado en la elaboración de pan de dulce; por lo que se recomienda continuar con la idea de crear una pequeña empresa que se dedique a la elaboración de pan, contribuyendo esta a la generación de empleo para los pobladores del Barrio San Antonio del Municipio de Lolotique.
- No cuentan con una guía que les permita tener los conocimientos necesarios para legalizar una pequeña empresa.
- La mayoría de los entrevistados están de acuerdo en implantar una pequeña empresa panificadora en el Barrio y seguir consumiendo pan de dulce mientras no se incremente el precio del pan de dulce y tenga un buen sabor.
- Los canales de comercialización se prestan para mejorar el precio en el mercado ya que entre más directo llega el producto al consumidor final menor será el costo y mayores serán las ventas.

- Si se disminuyen los precios habrá mayor oportunidad de competir en el mercado y permanecer por más tiempo operando.
- La inversión para poner en marcha el proyecto es económicamente rentable puesto que el VPN fue positivo con un valor de ¢ 670,568.90 y la TIR fue de 45.98 %.

5.2 RECOMENDACIONES

- Crear una sociedad jurídica de capital variable donde todos los miembros de la Asociación tengan el control de la pequeña empresa panificadora y no tenga problemas en el manejo de fondos y de sus activos fijos para que no intercedan terceras personas ajenas a la empresa.
- Para lograr la implementación de la pequeña empresa es con ayuda de un equipo de trabajo a tiempo completo por los miembros de la comunidad.
- Tener un mayor número de socios y que la cuota mensual sea considerable y puedan cubrir con todos las obligaciones iniciales de la empresa panificadora.
- Según los resultados se recomienda que el sitio más adecuado para situar la pequeña empresa panificadora sería en la calle principal del centro del municipio de Lolotique en primer lugar y en segunda instancia sería la calle principal del primer pasaje del Barrio San Antonio.
- Se les recomienda que cuando estén trabajando organizadamente deberían de ampliar al mercado, así como también, la variedad de los productos que elaboran para poder aumentar las ventas.
- Establecer estrategias de promoción definidas y constantes.
- Que soliciten capacitaciones acerca del manejo de una pequeña empresa a las instituciones que se dedican dar estos conocimientos como por ejemplo MOLSA S.A.
- Tener un centro de capacitación, como uno de los factores importantes para la pequeña empresa panificadora.
- Que la empresa siempre maneje precios menores que la competencia.
- Que la empresa trate de mantener el mayor número de clientes posibles, manteniendo un pan de dulce de buen sabor y mediante la mejor atención al cliente del mercado.
- Que la empresa busque siempre el mejor proveedor para poder disminuir costos y tener precios competitivos.

**CAPITULO SEIS: PROPUESTA DE UN PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD
ECONOMICA PARA UNA PEQUEÑA EMPRESA PANIFICADORA EN LA
ASOCIACION DE DESARROLLO COMUNAL.**

6. PROYECTO DE FACTIBILIDAD ECONOMICA

6.1 IDENTIFICACION DE LA IDEA DEL PROYECTO

- a. Nombre del Proyecto: “Propuesta de un estudio de Factibilidad Económica para establecer una pequeña empresa panificadora en la Asociación de desarrollo comunal del barrio San Antonio, Jurisdicción de Lolotique, departamento de San Miguel.”

- b. Sector : Comercio

- c. Subsector : Panificación

- d. Ubicación Geográfica : Barrio San Antonio, Municipio de Lolotique, San Miguel.

- e. Institución dueña del proyecto : “ ADESCOSAN ”

- f. Institución Ejecutora del proyecto : “ ADESCOSAN ”

El sector comercio es parte fundamental en el desarrollo económico de todo el país, es por ello que la apertura de una pequeña empresa que se dedique a la venta de pan de dulce vendría a dar mayor desarrollo económico para el municipio de Lolotique, ya que así se abrirían mayores fuentes de empleo, se daría mayor abasto y mejor atención a los clientes reales y potenciales que para este caso serían las familias que conforman los cantones, caseríos y barrios con lo que los miembros de la ADESCOSAN expendería el producto lo que contribuiría al crecimiento del desarrollo del país.

El proyecto surge de la necesidad del sub-sector tan importante del comercio de ser atendidos de manera más constante y eficiente ya que actualmente los distribuidores llegan desde San Miguel, Chinameca, Jucuapa, tres veces por semana; es por ello que la Asociación de Desarrollo Comunal del Barrio San Antonio (ADESCOSAN) analizan la situación que afrontan de contar con personal capacitado en la panificación y el alto índice de desempleo entre sus miembros, así como también la comercialización de este tipo de producto, se visualiza la oportunidad de realizar un proyecto de esta índole.

6.2 ESTUDIO DE MERCADO.

Con el estudio se determino la existencia de una demanda insatisfecha en el mercado del municipio de Lolotique y las posibilidades de prestar un servicio de mejor calidad, ofreciendo un producto de mejor sabor y con la aceptación que tiene el pan de dulce en el municipio.

6.2.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO.

En este caso de estudio el proyecto pretende inicialmente demostrar la viabilidad de que el pan de dulce a elaborar es aceptable por la población del Barrio San Antonio, pero existen diferentes tipos por la variedad de la preparación como por su contenido de diferentes ingredientes. El estudio de mercado determina que el pan a elaborar será de dos tipos que son:

Pan de harina fuerte y suave.

Por las condiciones económicas de nuestro país, él pan de dulce es considerado dentro de la dieta alimenticia de ser humano, se entiende por pan de dulce al producto obtenido del cocimiento de harina adecuada para la elaboración de este producto. La harina a utilizar debe ser suave y fuerte de buena calidad y con la adición de otros ingredientes necesarios y opcionales, envasados en recipientes herméticamente cerrados y procesados térmicamente

para asegurar su conservación en buen estado por el tiempo de vencimiento que es determinado por la fábrica que labora tanto la materia prima como la adicional.

El pan de dulce puede ser de tipo uno si contiene harina suave y fuerte con levadura o de tipo dos si contiene solo harina suave y fuerte, cualquiera que sea el tipo, la harina empleada debe ser de buena calidad y que no este vencida así como también los demás ingredientes adicionales a ella.

Con respecto a los ingredientes adicionales, estos se pueden clasificar en conservadores y aditivos para mejorar el sabor, las características o el aspecto del pan de dulce. El conservador más utilizado en el pan es el royal, en una cantidad que no exceda al 1% de las 12 libras de harina a elaborar, cuya función de este conservador es para dar mejor sabor y duración, es decir, es el conservador que le permite mantener el pan de dulce con un carácter semisólido y se utiliza en una porción de hasta 2 onzas sobre las 12 libras de harina. De los aditivos que mejoran las características del pan de dulce se encuentran el agua cuya función principal es permitir mezclar todos los ingredientes uniformemente en una cantidad de 10 a 12 tazas como máximo. El azúcar y la sal se usa para darle un sabor salúbrico al pan que no se sienta ni dulce ni salado y se usa en una porción de 4 libras de azúcar y un cuarto de onza de sal para las doce libras de harina. Entre otros aditivos útiles se encuentra, la levadura cuya función es darle volumen al pan y este crezca a un tamaño considerado en una cantidad de 6 onzas, como también se le agrega colorantes para que tenga una mejor apariencia cuando ya esta determinada la forma que tendrá el pan , otro aditivo es la manteca que es utilizado para engrasar las latas donde se coloca la masa ya en forma de un pan, para ser horneado o sea en proceso de cocimiento y que este listo para su consumo.

6.2.2 ANALISIS DE LA DEMANDA.

Esta se encuentra constituida de acuerdo al estudio realizado en el Municipio de Lolotique departamento de San Miguel, donde se verificó la posibilidad de penetrar el producto en un mercado determinado y poder prever una política adecuada de precios y como se mejora la forma de comercializar el producto ya que existe un mercado para el producto que se pretende elaborar. El principal propósito que se persiguió en el estudio fue determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto al pan de dulce que pretende elaborar y comercializar. La demanda se determinó de acuerdo a la población existente del municipio de Lolotique, ya que este análisis de la demanda tiene por objetivo; demostrar y cuantificar la existencia la ubicación geográficamente definida individuos o entidades organizadas que son consumidoras o usuarias del bien que se precisa ofrecer.

Existe la posibilidad de participar con el producto del proyecto en satisfacción de la demanda de pan de dulce existente en el Barrio San Antonio y en todo los cantones del municipio de Lolotique, ya que esta demanda esta en función de una serie de factores que se condicionan en el Municipio como son la necesidad que se tiene de pan de dulce su precio, el nivel de ingreso que tiene la población.

6.2.3 DISTRIBUCIÓN DEMOGRÁFICA

Para determinar si los consumidores reales o potenciales pueden segmentarse o agruparse con forme semejanzas comunes y determinar el perfil de clientes se utilizara la siguiente demografía.

- a. Sexo: en esta categoría a menudo se dan notables diferencias entre los hábitos de compra y de uso entre hombres y mujeres. Muchas veces este factor se emplea con otros descriptor demográfico para definir el mercado meta. Pero en nuestro caso de estudio las mujeres con familias son los principales clientes ya que son las encargadas de realizar las compras alimenticias.

- b. Edad : los mercados meta pueden dividirse por edades ya que se determino que la edad determina las necesidades y deseos de determinada marca de cualquier producto. Los estudios han determinado que los consumidores finales de pan de dulce se encuentran entre edades de un años en adelante y los minoristas distribuidores de pan de dulce se encuentran en tiendas con edades de veinticinco años hasta sesenta años.
- c. Ingreso: El ingreso es el que permite predecir, en términos generales, cual será el estilo de vida de una familia. Estos se combinan con la información geográfica y determinan aun más la ubicación de algunos consumidores.
- d. Educación: En este caso cuanto más alta sea la escolaridad del individuo, mayor serán sus ingresos. Por esta razón es que se analizo la educación y el ingreso al mismo tiempo.
- e. Ocupación: Aquí también el ingreso depende de la ocupación, por esta razón la diferencia que existe entre los hábitos de compra de los obreros y los empleados han ido disminuyendo a causa de los ingresos notables, todavía subsisten importantes patrones de compra ligados al tipo de trabajo.
- f. Tamaño de familia y del núcleo familiar: El tamaño de las familias depende muchas veces de las cantidades de objeto que se vende; las familias más grandes adquieren volúmenes más altos de mercancías . El tamaño determina que a mayores cantidades de pan de dulce se emplee dentro de una familia con niños de corta edad habrá un consumo más grande que el de un individuo que vive solo.
- g. Región / geografía: Los productos no se venden uniformemente a lo largo del país por las capacidades de distribución de las empresas o por los gustos, los estilos de vida y las necesidades del consumidor que son especiales o distintas. Por esta razón la distribución geográfica de los consumidores potenciales de nuestro caso de estudio son los cantones, caseríos y barrios del municipio de Lolotique y

también por su estilo de vida y las necesidad de consumir un pan de dulce a un bajo costo y de buen sabor.

6.2.4 ANÁLISIS DE LA ELASTICIDAD DE LA DEMANDA

El coeficiente de la elasticidad de la demanda de pan de dulce que existe en el Barrio San Antonio del Municipio de Lolotique con respecto al precio designado, será determinada esta elasticidad de la demanda existente, utilizando la fórmula siguiente:

$$e = - \frac{\frac{\Delta Q}{Q}}{\Delta P / P}$$

DONDE:

- e = Coeficiente de elasticidad
- ΔQ = Variación de cantidad demandada
- Q = Cantidad demanda
- ΔP = Variación en el precio
- P = Precio

Se establece su elasticidad si tiene el comportamiento siguiente:

- $e > 1$; entonces es elástica
- $e < 1$; entonces es inelástica
- $e = 1$; es unitariamente elástica.³⁶

Dadas las proyecciones de pan de dulce en el mercado se determina de la siguiente manera:

³⁶ Micro Economía, Teoría y problema; Dominick Salvatore

Cuadro No. 23

Pan tostado (lengua, rosquilla, cachitos, etc.)

Alternativa	P(x) ¢	Q(x)	ΔPx	ΔQx
A	0.25	16	-	-
B	0.20	20	0.05	4

Fuente:³⁷

$$e = \frac{\Delta Q / Q}{\Delta P / P}$$

$$e = \frac{4/16}{0.05/0.25}$$

$$e = 0.25/.02$$

$$e = 1.25$$

Según los resultados la elasticidad de este producto es unitaria elástica ya que la variación porcentual del precio es menor, o sea de ¢ 0.05 centavos y la variación porcentual en la cantidad es de 4 panes más, es decir, que si los precios bajan en menor cantidad existe un incremento por familia en la cantidad demandada de pan de dulce, considerando un promedio de compra de ¢4.00 colones por familia y teniendo estos un ingreso familiar constante, por tanto se considera que se puede competir utilizando esta estrategia de precio.

³⁷ Cuadro elaborado en base a la investigación de campo.

Cuadro No 24

Pan semita, viejita, bollo, almendra etc.

Alternativa	P(x) ¢	Q(x)	$\Delta P x$	$\Delta Q x$
A	0.33	12	-	-
B	0.25	16	0.08	4

Fuente:³⁸

$$e = \frac{\Delta Q / Q}{\Delta P / P}$$

$$e = \frac{4/12}{0.08/0.33}$$

$$e = 0.333333/0.24$$

$$e = 1.38$$

Según este resultado la elasticidad de este producto es unitaria elástica ya que la variación porcentual en el precio es mínima o sea de ¢ 0.08 centavos por pan y la variación porcentual en la cantidad se incrementa en cuatro unidades más por familia considerando un promedio de compra de cuatro colones por familia y un ingreso constante, por tanto se considera que se puede competir utilizando esta estrategia de precio.

³⁸ Cuadro elaborado en base a la investigación de campo.

Cuadro No. 25

Pan partido (Semita rellena, Pan de torta, etc.)

Alternativa	P(x) ¢	Q(x)	$\Delta P x$	$\Delta Q x$
A	1.25	4	-	-
B	1.00	5	.025	1

Fuente:³⁹

$$e = \frac{\Delta Q / Q}{\Delta P / P}$$

$$e = \frac{1/4}{\text{¢}0.25/\text{¢}1.25}$$

$$e = 0.25/0.2$$

$$e = 1.25$$

Según los resultados la elasticidad de este producto es unitaria elástica ya que la variación porcentual del precio es menor, o sea de ¢ 0.25 centavos y la variación porcentual en la cantidad es de 1 pan más, es decir, que si los precios bajan en menor cantidad existe un incremento por familia en la cantidad demandada de pan de dulce, considerando un promedio de compra de ¢4.00 colones por familia y teniendo estos un ingreso familiar constante, por tanto se considera que se puede competir utilizando esta estrategia de precio.

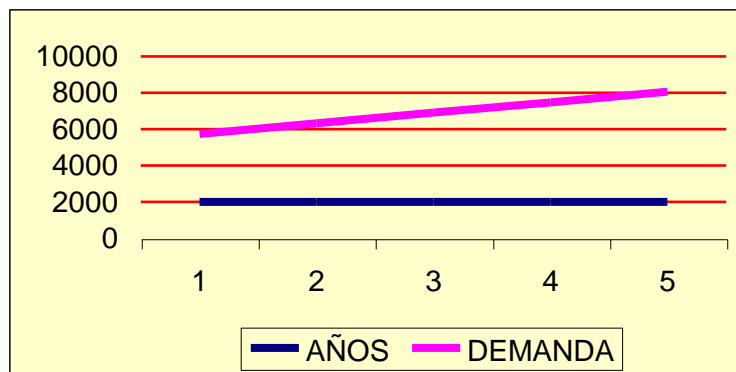
6.2.5 PROYECCION DE LA DEMANDA.

Esta se determina por medio de una ecuación de tendencia exponencial o semi logarítmica de la siguiente condición.

Cuadro No. 26

AÑOS	2002	2003	2004	2005	2006
DEMANDA	5,749	6,324	6,899	7,474	8,049

Gráfico No. 22



$$Y = ab^x$$

$$\sum \log Y = n \log a + \log b \sum x$$

$$\sum x * \log Y = \log a \sum x + \log b \sum x^2$$

Cuadro No. 27

Año	Demanda	X	Log. y	Log Y	X²
2002	5,749	0	3.759592309	0	0
2003	6,324	1	3.800991861	3.800991861	1
2004	6,899	2	3.838786145	7.67757229	4
2005	7,474	3	3.873553094	11.62065928	9
2006	8,049	4	3.905741927	15.62296771	16

³⁹ Cuadro elaborado en base a la investigación de campo.

	34,495	10	19.17866534	38.72219114	30
--	--------	----	-------------	-------------	----

Sustituyendo:

$$19.17866534 = 5 \log a + 10 \log b$$

$$38.72219114 = 10 \log a + 30 \log b$$

$$(-10) - 19.17866534 = -50 \log a - 100 \log b$$

$$(5) \quad \frac{193.6109557}{1.82430323} = 50 \log a + 150 \log b$$

$$1.82430323 = \quad + 50 \log a b$$

$$1.82430323/50 = \log b$$

$$0.036486046 = \log b$$

$$1.09 = b$$

Sustituyendo en la primera ecuación

$$19.17866534 = 5 \log a + 10 (0.036486046)$$

$$19.17866534 - 0.36486046 = 5 \log a$$

$$18.81380488/5 = \log a$$

$$3.762760976 = \log a$$

$$5,791.10 = a$$

Ecuación general

$$Y = ab^x$$

$$Y = 5,791.10 (1.09)^x$$

La proyección de la demanda para el año 2007

$$Y = 5,791.10 (1.09)^5$$

$$Y = 5,791.10 (1.538623955)$$

$$Y = 8,910 \text{ personas diarias}$$

6.2.6 ANALISIS DE LA OFERTA.

Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado⁴⁰

En el Municipio de Lolotique existe un mercado libre ya que cualquier productor se encuentre en una libre competencia, que esta determinada por la calidad el precio o el servicio que se ofrece al consumidor, y en esta zona ningún productor de pan de dulce domina el mercado.

De acuerdo a las investigaciones realizadas en el Barrio San Antonio, existen dos panaderías caseras, así como también es visitado por vendedores de otros lugares que provienen de los Municipios de Chinameca, Jucuapa y San Miguel.

La población que existe en el Municipio es de 5,749 personas que conforman 852 familias en total, pero de estas en el Barrio San Antonio existen 250 familias formada por un promedio de 8 personas por familia, que por sus condiciones económicas o por costumbre consumen pan de dulce en el desayuno y en cualquier otro momento del día, debido a esta sobre población que existe es que los distribuidores de pan de otros municipios como el mismo no satisface la demanda potencial.

6.2.7 PROYECCION DE LA OFERTA.

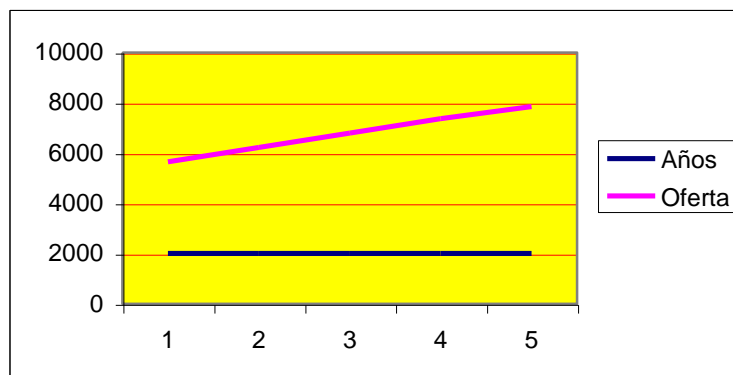
También se determino por medio de una ecuación de tendencia exponencial o semilogarítmica.

Cuadro No. 28

⁴⁰ Opt. Cipt. Gabriel Baca Urbina.

Años	2002	2003	2004	2005	2006
Oferta	5649	6224	6799	7374	7849

Gráfica No. 23



$$Y = ab^x$$

$$\sum \log Y = n \log a + \log b \sum x$$

$$\sum x * \log Y = \log a \sum x + \log b \sum x^2$$

Cuadro No. 29

Año	Oferta	X	Log. y	Xlog Y	X ²
2002	5,649	0	3.751971575	0	0
2003	6,224	1	3.794069584	3.794069584	1
2004	6,799	2	3.832445041	7.664890082	4
2005	7,374	3	3.867703133	11.6031094	9
2006	7,849	4	3.894814329	15.57925732	16
Total	33,895	10	19.14100366	38.64132638	30

Sustituyendo

$$19.14100366 = 5 \log a + 10 \log b$$

$$38.64132638 = 10 \log a + 30 \log b$$

$$(-10) \cdot 19.14100366 = -50 \log a - 100 \log b$$

$$(5) \cdot \frac{38.64132638}{1.7965953} = \frac{50 \log a + 150 \log b}{1.7965953} = 0 + 50 \log b$$

$$\frac{1.7965953}{50} = \log b$$

$$0.035931906 = \log b$$

$$1.09 = b$$

Sustituyendo en la primera ecuación tenemos

$$19.14100366 = 5 \log a + 10 \log b$$

$$19.14100366 = 5 \log a + 10 (0.035931906)$$

$$19.14100366 - 0.35931906 = 5 \log a$$

$$\frac{18.7816846}{5} = \log a$$

$$3.75633692 = \log a$$

$$5706.07 = a$$

Ecuación General $Y = a b^x$

$$Y = 5706.07 (1.09)^x$$

$$Y = 5706.07 (1.09)^5$$

$$Y = 5706.07 (1.538623955)$$

$$Y = 8,779.50$$

$$Y = 8,780 \text{ productos}$$

6.2.8 ANALISIS DE LOS PRECIOS

Para la determinación del precio del producto se considero los materiales que se utilizan y el costo de la mano de obra así como también los precios que tienen los posibles competidores que visitan el Barrio San Antonio del Municipio de Lololotique,

6.2.8.1 ESTRATEGIAS DE PRECIOS.

También hay que examinar las estrategias de precios. Un punto que debe considerarse es que si se usarán precios altos o bajos en relación con la competencia o simplemente la determinación del precio de venta del pan de dulce va a depender del equilibrio entre la oferta y la demanda, así como también del establecimiento del costo de producción más un porcentaje de la demanda.

Esto se detalla de la siguiente manera:

Estado de costo de producción de pan con levadura para 450 diferentes tipos de pan

Costo de los materiales	¢ 52.12
+ Costo de mano de obra	<u>¢ 6.00</u>
= Costo de producción	¢ 58.12

+ Gastos de operación

Gasto de venta ¢ 5.00

Gastos de administración ¢ 20.00 ¢ 25.00

Costo Total_ ¢ 83.12

+ 20% de Utilidad ¢ 16.62

= Costo total de venta ¢ 98.75

Estado de costo de producción de pan sin levadura para 504 diferentes tipos de pan pequeño

Costo de los materiales ¢ 43.60

+ Costo de mano de obra ¢ 6.00

= Costo de producción ¢ 49.60.

+ Gastos de operación

Gasto de venta ¢ 5.00

Gastos de administración ¢ 20.00 ¢ 25.00

+ 20% de Utilidad ¢ 20.16

= Costo de venta ¢ 94.76

6.2.9 CANALES DE COMERCIALIZACION.

Teniendo conocimiento de los conceptos que definen los canales de distribución como los caminos que debe seguir la pequeña empresa para distribuir el producto a través de una forma directa y por medio de una red de intermediarios (mayoristas, detallistas, minoristas) que permiten facilitar el intercambio de bienes del producto hasta el consumidor final.

La función de los canales de distribución dan a los productores los beneficios del lugar que se refiere al echo de llevar un producto cerca del consumidor para que este no tenga que recorrer grandes distancias

para obtenerlo y satisfacer así una necesidad ya que este beneficio se puede ver desde dos puntos de vista, uno de ellos es que consideran los productos cuya compra se favorece cuando esta muy cerca del consumidor, el cual no está dispuesto a realizar un gran esfuerzo por obtenerlo, el otro punto de vista es que considera los productos exclusivos, los cuales deben encontrarse solo en ciertos lugares para no perder su carácter de exclusividad; en este caso el consumidor está dispuesto a realizar algún esfuerzo, en mayor o menor grado, para obtenerlo. Y los beneficios del tiempo al consumidor consisten en llevar el producto al consumidor en el momento más adecuado se conocen diferentes vías de comunicación utilizadas en todo el mundo para la distribución de productos o transporte de personas como las siguientes:

- a. Vehículos automotores
- b. Bicicletas
- c. Vendedoras en canastos
- d. Etc.

De los medios de transporte antes mencionado se tomara en cuenta los vehículos automotores y las bicicletas ya que son medios de transportes necesarios y se consideran como elementos muy importante en la distribución del producto, para poder trasladar el pan de dulce del municipio a los diferentes cantones de Lolotique.

La distribución o comercialización de los productos propuestos será en forma directa e indirecta. Directa porque será de productor a consumidor y indirecta porque se utilizara como intermediario para llegar al consumidor final a las tiendas que existen tanto en el Barrio San Antonio como también expandiéndose a los caseríos y cantones del municipio de Lolotique, para llegar a ellos se realizaran visitas a los clientes para dar a conocer el producto que se venderá, utilizando Vehículos automotores para transportarlo de donde se fabricara el pan de dulce hasta donde lo necesitan las personas de bajos recursos económicos y pueda estar en el lugar y tiempo apropiado.

La venta se enfatizará en las ventajas competitivas que la pequeña empresa panificadora adquiriría al producir pan de dulce de buen sabor y calidad que satisfaga a los consumidores, así como también del precio establecido.

Se realizará el mayor esfuerzo en aquellas personas de bajos recursos económicos que necesitan satisfacer sus necesidades con producto de buena calidad y que sea accesible a su posición económica.

6.2.10 ESTRATEGIAS DE PROMOCION.

La promoción que utilizara la pequeña empresa panificadora para que pueda realizar el proceso de comunicación por medio de los cuales pueda informar, persuadir y recordar el producto que este ofrece. Lo podrá llevar a cabo de una forma directa o indirecta, con el objeto de generar intercambios al influir en el consumidor es decir, que permita dar a conocer los productos que exponen al mercado haciendo notar el uso y beneficio del producto y estos lo adquieran. Se utilizaran pancartas en las entradas de los Cantones, Barrios, Caseríos así como también hojas volantes que nos permitirá dar a conocer el tipo de pan que se distribuirá, también se acudirá a un carro sonoros para informar la ubicación de la panadería.

6.3 ESTUDIO TECNICO

6.3.1 FACTORES QUE DETERMINAN EL TAMAÑO DE LA PLANTA

El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año.

6.3.1.1 TAMAÑO DEL MERCADO.

La evaluación del mercado es el paso más importante cuando se prepara una evaluación del negocio. La segmentación nos permite agruparlos con forme a las características comunes de demografía, uso del producto y compra. Ya que cada planta establece procesos que pueden producir con eficiencia el volumen que demanda el mercado.

La importancia fundamental de la implantación de una pequeña empresa panificadora en el municipio de Lolotique específicamente en el Barrio San Antonio, reside en su papel clave, efectivo y potencial para poder reducir el nivel de desempleo y satisfacer las necesidades de consumo de pan de dulce de buena calidad y de bajo costo y ser proveedor de pan de dulce en el municipio. Haciendo un análisis histórico y la demanda potencial a nivel del municipio de Lolotique. El periodo histórico presentó un déficit de crecimiento del 25% anual, datos que indican que la necesidad del producto no fue satisfecha, en tanto que para el periodo pronosticado el balance resulta igualmente deficitario, con una razón de 15%. Es en una parte de este déficit es que se pretenderá penetrar.

6.3.1.2 DISPONIBILIDAD DE LA MATERIA PRIMA.

Los suministros e insumos que se utilizan en la elaboración de pan de dulce son los que se emplean directamente en el proceso productivo y otros auxiliares que se necesitan para la elaboración del pan, todos estos materiales fácilmente son encontradas en San Miguel o San Salvador.

6.3.1.3 DISPONIBILIDAD DEL CAPITAL.

Cuando una empresa hace una inversión de capital, incurre en un gasto actual de efectivo para beneficios que se obtendrán en el futuro. Ya que para cubrir con las erogaciones por concepto de inversión fija total, la disponibilidad del capital es

aproximadamente de cien mil (¢ 100,000.00) colones distribuidos en (¢ 70,000.00) setenta mil colones que cuesta el terreno donde pretenden establecer la pequeña empresa panificadora y con treinta mil (¢ 30,000.00) colones de las colaboraciones que dan los miembros de la Asociación mensualmente, así como también con colaboraciones de las instituciones que se encargan de ayudar en proyectos encargados a satisfacer las necesidades de la población en general.

En lo referente a la disponibilidad de recurso para capital de trabajo, se prevé que no cubren en su totalidad por lo que se requerirá de un crédito por rehabilitación para concluir con el inicio de las operaciones normales de la pequeña empresa panificadora.

6.3.1.4 PROGRAMA DE PRODUCCION.

Como es conocido en toda empresa privada se invierte para obtener una ganancia, por tanto, es de suma importancia analizar el tipo de manufactura que deberá emplearse para elaborar el pan de dulce. Se entiende por manufactura a la cantidad de tomar insumos, como las materias primas, mano de obra, energía etc. y convertirla en producto. Esta se clasifica en cinco tipos genéricos de proceso de manufactura que se detalla a continuación:

- a. Proceso de manufactura por proyecto, se refiere al echo de construir algún producto por única ocasión, o en dos o tres ocasiones.
- b. Proceso de manufactura por ordenes de producción en este proceso se elabora determinada cantidad de productos con ciertas características, para lo cual se requiere de personal con habilidades especiales, con experiencia, que utilizan equipo productivo especializado y para la elaboración del producto se fija un tiempo limite.
- c. Proceso de manufactura por lotes este se presenta cuando sé fábrica un producto similar en grandes cantidades sobre la base de operación respectiva. Analizando el proceso de manufactura antes mencionado se determino que para nuestro caso de

estudio se utilizara el proceso de manufactura por lotes, por ser el tipo de manufactura que más se utiliza en los productos de consumo popular.

- d. Proceso de manufactura por línea se utiliza cuando la empresa que elabora una gama de productos, este fábrica uno con mayor demanda, por lo anterior es que en este caso se hace una línea exclusiva de un producto.
- e. Proceso de manufactura de procedimiento continuo, en este proceso se puede mencionar una materia prima que pasa a través de varios procesos y con ello se elaboran diversos productos sin interrupción, este tipo de procedimiento es largo, ya que puede durar meses o años.

Conociendo la tecnología que se usa para la elaboración de pan de dulce, siendo esto indispensable para determinar y optimizar la capacidad de una planta, se adentra a un proceso interactivo donde intervienen los siguientes factores.

- a. La cantidad que se desea producir, esto depende de la demanda potencial que se calculo en el estudio de mercado y de la disponibilidad de dinero que tienen los miembros de la ADESCOSAN.
- b. La intensidad en el uso de la mano de obra que se quiere adoptar es decir un proceso automatizado semi automatizado o con abundante mano de obra en las operaciones de la elaboración de pan de dulce.
- c. La cantidad de turnos de trabajo esta se divide de la siguiente manera: un turno de trabajo con duración de diez horas, dos turnos con una duración de nueve horas, tres turnos diarios de ocho horas, o el que la asociación estime conveniente.
- d. La optimización física de la distribución dentro de la planta, en este apartado debe considerarse la distancia que recorrerá la materia prima, los productos en proceso o

los productos terminados, esto debe tomarse en cuenta para que no disminuya la productividad.

- e. La capacidad individual de cada máquina que interviene en el proceso productivo, es decir que debe aprovecharse al 100% la capacidad del equipo de mayor inversión para que no tenga disminución en la optimización del proceso y tampoco refleje una rentabilidad económica bajo y no cuente con equipo muy costoso y ocioso.
- f. La optimización de la mano de obra aquí se debe hacer un calculo adecuado de la mano de obra requerida y no cuente con personal ocioso.

Todo proceso productivo está compuesto por una serie de operaciones individuales. El fragmento con que se describe el proceso en forma general que se detalla a continuación se empieza con :

- a. Recepción y almacenamiento de la harina, jalea, azúcar y materia prima en general.
- b. De aquí pasara a la meza tipo batea para mezclar la harina, royal, sal, manteca, azúcar, agua durante 15 minutos hasta homogenizarla perfectamente y obtener una masa uniforme.
- c. A continuación se engrasan las latas a utilizar con manteca.
- d. Posteriormente se moldea la masa estirándola para darle diferentes formas en figuras de animales o flores que son colocadas en las latas engrasadas.
- e. Luego se calienta el horno a 250° grados durante 10 minutos
- f. Se colocan las latas en el horno para su cocimiento durante 15 minutos.

- g. Por ultimo las latas con el pan ya elaborado se acomoda en los clavijeros para su enfriamiento para que posteriormente este listo para su venta.

Para la producción de 800 panes en una forma manual se necesita una arroba de harina y utilizando un horno de leña sin utilizar maquinaria especializada, trabajando una sola persona durante 6 horas por día, se pretende que este procedimiento con el transcurrir del tiempo se automaticen las operaciones esto significa que se efectué con maquina y no por medios manuales. En este estudio se pretende que todo se pueda automatizar para que pueda facilitar el proceso de producción y estos puedan cumplir con la demanda del barrio San Antonio y todo el municipio de Lolotique.

Las operaciones que se hacen manualmente y que se puede utilizar maquinaria son: amasar en una amasadora, cuyo proceso, como su nombre lo indica se trata de una máquina que servirá para amasar la harina que sea de una capacidad de 100 kilos de harina. También será necesario una batidora más o menos grande y que pueda utilizarse para diferentes funciones que posea varios peroles de diferentes tamaños y cada uno contenga un gancho para amasar y mezclar, una pala para mezclar, amasar o batir y un batidor para batir en forma general y que posea tres velocidades una lenta, media lenta y rápida.

Técnicamente una vez concluido el período de implantación de la pequeña empresa panificadora en el barrio San Antonio y transcurridas las pruebas del equipo, la forma de fabricar el pan de dulce y las medidas de salud para productos alimenticios, así como puesta en marcha y normalizadas las operaciones productivas, la pequeña empresa panificadora estaría en condiciones de operar al máximo de su capacidad de producción, es decir no existe ningún impedimento que restrinja aparentemente, para poder aprovechar desde el principio toda la capacidad de la panificadora.

En la practica el aprovechamiento de la capacidad de producir pan de dulce se incrementará paulatinamente, y se espera que este aprovechamiento ocurra en la medida que el personal encargado de la operación y administración de los procesos productivos y

comerciales, adquieran la suficiente experiencia en la elaboración de pan y puedan cada día mejorar el logro de los objetivos.

6.3.2 CONCLUSION DEL TAMAÑO DE LA PLANTA.

En conclusión para determinar el tamaño de la unidad de producción se determino que existen relaciones entre el tamaño, la demanda, la disponibilidad de las materias primas, los equipos y el financiamiento ya que todos estos factores contribuyen a simplificar el proceso y las alternativas del tamaño, las cuales las analizamos detalladamente a continuación.

- a. El tamaño del proyecto y la demanda en este caso viene hacer uso de los factores más importantes para poder acondicionar el tamaño del proyecto, en nuestro caso de estudio el tamaño propuesto se considera aceptable porque la demanda que existe en el barrio San Antonio y en el municipio en general es sumamente alta y existe un 15% del mercado libre donde se puede penetrar.
- b. El tamaño del proyecto y los suministros e insumos , con respecto al abastecimiento de suministros e insumos existen suficientes proveedores que abastezcan en suficiente cantidad de materias primas y de buena calidad y pueda desarrollarse el proyecto y no se vieran frenadas por falta de insumos ya que existen proveedores como MOLSA, S.A.
- c. El tamaño del proyecto y las herramientas , este aspecto tiende a limitar el tamaño del proyecto al mínimo de producción, por que, existe cierto proceso de producción que exige una escala mínima para ser aplicable y los costos serian tan elevados que no se justificaría la implantación de la planta por esta razón es que se pretende iniciar el proyecto en una forma manual, aunque el equipo que se pretende utilizar posteriormente contribuirá a disminuir el costo de producción aumentar las utilidades y la rentabilidad del proyecto.

- d. El tamaño del proyecto y el financiamiento en caso que los recursos sean insuficientes para atender la necesidad de inversión se establece que la realización del proyecto es imposible. Pero en nuestro caso de estudio los recursos económicos propios y ajenos permiten escoger entre varios tamaños para la producción ya que se puede empezar en una forma manual, este puede financiarse con mayor comodidad y seguridad ofreciendo menores costos y alto rendimiento pero no cubriría la demanda existente, pero se ha considerado que la implantación con equipo especializado pueda ser por etapas.
- e. El tamaño del proyecto y la organización, este aspecto no es tan importante para limitar el proyecto ya que según los estudios realizados por medio de la encuesta que se realizó, determino que existe personal capacitado por diferentes instituciones como DIDECO a través de INSAFORP que capacita a personas que se quieran dedicar a un oficio, entre esas capacitaciones esta la elaboración de pan de dulce tanto en forma manual como en una forma mecanizada.

En cuanto al personal que se utilizara en la planta durante los primeros años será de 13 personas como son: el representante legal, una secretaria-contador, un hornero, 4 panificadoras, 5 vendedores, un motorista que posteriormente de acuerdo a la capacidad de producción de la pequeña empresa panificadora, el número de empleados que serán utilizados y que ira incrementando paulatinamente, en función del actual y futuro mercado que satisfacer lo cual califica a la planta como una pequeña empresa. La planta tendrá una capacidad relativamente aceptable de acuerdo a su actividad, es por ello que el desarrollo de la empresa será sumamente satisfactorio para poder cubrir el consumo de pan de dulce y por ende incrementar el personal en el futuro.

6.3.3 LOCALIZACION DEL PROYECTO.

Para la localización de un proyecto se toman en cuenta dos métodos que son: El método cualitativo que consiste en asignar factores cuantitativos a una serie de factores que se consideran relevantes para la localización y el método cuantitativo de Vogel cuyo método

apunta el análisis de los costos del transporte, tanto de materia prima como de productos terminados.⁴¹

Entre los factores que se consideran para realizar la evaluación, se tomaron en cuenta los siguientes:

- a. Factores geográficos, este factor se relaciona con las condiciones naturales, el clima, los niveles de contaminación y las comunicaciones.
- b. Factores institucionales estos son los que se relacionan con los planes de desarrollo y las estrategias de mercado para la distribución del proyecto.
- c. Factores sociales, estos se relacionan con la adaptación del proyecto ya que el municipio cuenta con un buen ambiente natural y con todos los servicios sociales como escuelas, hospitales, centros recreativos, etc.
- d. Factores económicos, este se refiere a los costos de los suministros e insumos que existen en la comunidad ya que se cuenta con mano de obra calificada, agua potable, energía eléctrica, el terreno, cercanía al mercado y las materias primas.

Considerando todos los factores anteriores que inciden en la comercialización de pan de dulce y de acuerdo a los estudios realizados y los resultados obtenidos que el proyecto tiene una localización óptima ya que dicho lugar esta ubicado a 200mts al norte de la calle que conduce al centro del municipio de Lolotique y es uno de los municipios que se encuentra geográficamente en el departamento de San Miguel

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye a mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (capital privado) de obtener el costo unitario mínimo (criterio social.)

⁴¹ Evaluación de proyectos, Gabriel Baca Urbina, 4ª edición

Para la localización de la pequeña empresa panificadora se considera aquellos factores que inciden en la elaboración y comercialización del producto. Como lo es el mercado que satisfacen, la accesibilidad de comunicación, la disponibilidad de transporte, que exista disponibilidad de agua potable, etc.

También para la factibilidad en cuanto a la localización de la panificadora en el Barrio San Antonio del municipio de Lolotique Departamento de San Miguel se resume de la siguiente manera:

1. Estabilidad social
2. Mano de obra disponible y capacitada
3. Desempleo poblacional.

De acuerdo a los estudios, los resultados obtenidos reflejan que el lugar donde se establecerá la pequeña empresa panificadora es óptimo en el Barrio San Antonio. Dicho lugar esta ubicado en la calle principal del primer pasaje a 200 metros al norte de la carretera que conduce al centro del municipio de Lolotique.

6.3.4 INGENIERIA DEL PROYECTO.

El estudio de la ingeniería del proyecto tiene como objetivo resolver lo que se relaciona con construcciones, distribuciones, descripción del proceso productivo, las instalaciones y el funcionamiento de la pequeña empresa panificadora, la adquisición del equipo y maquinaria, determinación de la distribución de la panadería hasta definir la estructura de organización que habrá de tener la pequeña empresa productiva.

6.3.4.1 ANALISIS DEL PROCESO DE COMERCIALIZACION.

Con el siguiente análisis se busca básicamente que cumpla dos objetivos primordiales que son: Facilitar la distribución de la pequeña empresa panificadora, aprovechando el espacio disponible en forma óptima, lo cual a su vez, esta optimizara las operaciones de la pequeña empresa mejorando los tiempos y movimientos de los hombres, es un proceso que se toma en cuenta para que la empresa pueda ofrecer sus productos y servicios al consumidor de una manera que facilite la adquisición y la ubicación del pan de dulce para los clientes, para ello se hizo necesario tomar en consideración los lugares donde se distribuirá el producto ya que cada lugar juega un papel muy importante en este proceso, para el caso se distribuirá inicialmente en todo el barrio San Antonio, posteriormente en todos los cantones, caseríos y demás barrios del municipio de Lolotique, a un costado del local por la entrada principal se colocara una estante que será necesario para ubicar canastos con pan de dulce para atender mejor a los clientes que lleguen a comprar a la panadería.

Este proceso se hizo tomando en consideración un patrón de cultura muy importante como es la costumbre, ya que por lo general las personas que viven en lugares lejanos prefieren que el producto llegué hasta sus casas y dentro de una empresa comercial el recorrido lo hacen de derecha a izquierda. Además otro factor que se toma en cuenta es proporcionar el espacio necesario en la planta de manera que puedan circular libremente los clientes y los trabajadores de dicha planta, y que sea más eficiente el proceso de comercialización.

6.3.4.2 DESCRIPCION DEL PROCESO DE PRODUCCION.

La descripción será detallado paso por paso y en una forma general hasta llegar a obtener el producto final listo para su venta de la siguiente manera.

a. Recepción de la materia prima

La materia prima a utilizar será transportada en sacos medidas por quintales y otras en cajas pesadas por libras para efectos de control de inventario y se efectúa una inspección visual observando la fecha de vencimiento para determinar la calidad e inmediatamente se pasa a la bodega de la panadería respectivamente.

b. Pesado y selección

En esta etapa se inicia propiamente el proceso de producción, ya que en este proceso se refiere al pesado de la harina y demás ingredientes adicionales para la elaboración de pan de dulce. Sin olvidar que hay que tomar en cuenta las normas propias del proceso de producción al pasar la cantidad inicial de materia prima para el pan. La selección de la materia prima se realizara en forma visual.

c. Mezclado

Todos los componentes que se utilizan para la elaboración de cualquier tipo de pan se tienen que mezclar ya sea en batidora o manualmente por cinco minutos mecánicamente y 15 minutos manualmente hasta que la mezcla sea totalmente homogénea. De aquí pasa a otra mesa donde se le da la forma de un bollo, semita, almendrada, rosquilla, etc.

e. Engrasado

Todas las latas que se utilizan para hornear el pan son engrasadas para luego colocarles el pan, que se cocerá en el horno por un periodo de 10 a 12 minutos dependiendo del tipo de pan a hornear.

e. Reposo

Una vez que se coloca el pan en las latas se traslada a los clavijeros donde se deja en reposo por un periodo de una hora para que este crezca o alcance el tamaño necesario para que se pueda hornear.

f. Horneado

De los clavijeros es trasladado el pan al horno. El objeto de este proceso es que se concentre el compuesto hasta obtener un producto de un contenido sólido durante un periodo de 10 a 12 minutos a una temperatura de 350° gados.

g. Enfriado

Una vez que el pan se ha cosido se puede sacar del horno al bajar la presión, se traslada a los clavijeros que es un sitio de reposo, donde se enfría, durante 10 minutos para después trasladarlos a los canastos donde esta listo para la venta.

6.3.5 ADQUISICION DEL EQUIPO, MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS.

Para una empresa no es fácil tomar la decisión de compra de maquinaria, equipo y herramientas, esto se determina considerando los siguientes aspectos, como la capacidad de producción de la maquinaria, los días hábiles de trabajo, las horas efectivas de trabajo, las necesidades del producto. Una vez determinada analíticamente la maquinaria, equipo y herramienta a necesitar, de acuerdo a todos los requerimientos de producción se presenta

un resumen con las características se la maquinaria, equipo y herramientas a utilizar en la panadería para el proceso de producción y venta de pan de dulce.

Cuadro No. 30

Cuadro resumen de Maquinaria, Equipo y Herramientas

Nombre	Cantidad	Características
Horno	2	Metálico de 1 metro de ancho por 2 metros de largo
Sistema de gas	2	Cilindró de 35 libras
Batidora	2	De metal inoxidable con 3 ganchos para amasar, batir y mezclar.
Clavijeros	4	De hierro de 2 metros de alto por 45 de ancho
Mesas	5	De madera de 2 metros de largo x 1 ½ de ancho
Latas	100	Lata de 22 x 45 de largo
Espátulas	12	De metal de 8 centímetros de ancho por 6 de largo
Rodillos	12	De madera rollizos de 20 centímetros de largo
Guantes	4	De tela y algodón en forma de mano
Canastos	15	Grandes de mimbre
Bicicletas de carga	6	De hierro color negras
Vehículo	1	Pickup cama larga 4x4
Estantes	3	De metal de 3 metros de largo por 2 mtros de ancho
Escritorios	1	De metal con un tamaño de 1 metro
Sillas	3	Metálicas
Archivero	1	De metal de 4 gavetas

Fuente:⁴²

⁴² Cuadro elaborado en base a la investigación de campo.

6.3.6 DISTRIBUCION DE LA PLANTA.

Al analizar la propuesta de distribución de la pequeña empresa panificadora, se trazó como objetivo realizar una distribución que conlleve a los miembros de la ADESCOSAN a que dicha empresa obtenga los mejores resultados en el proceso de producción , comercialización y venta del producto ya que con ello se obtienen muchas ventajas como las siguientes:

- a. Disminuir el tiempo de fabricación del pan de dulce, y que tenga el mejor proceso de producción.
- b. Que tenga una buena organización de las maquinas, herramientas y materia prima evitando todos los accidentes posibles.
- c. Se tenga un taller ordenado con buenas condiciones ambientales y facilidades para realizar la limpieza.
- d. Tener un buen control de la materia prima, los productos que están en proceso y los productos terminados ya que se les puede asignar lugares especiales y seguros.
- e. Facilitar la supervisión de la producción.

6.3.6.1 DESCRIPCION DEL DIAGRAMA DE RECORRIDO PROPUESTO.

Cuadro No. 31

CURSOGRAMA ANALITICO PROPUESTO

DIAGRAMA													
Objeto: Materia prima	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Actividad</th> <th>Propuesto</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Operación ○</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Transporte ⇨</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Espera D</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Inspección □</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Almacén ▼</td> <td>1</td> </tr> </tbody> </table>	Actividad	Propuesto	Operación ○	1	Transporte ⇨	2	Espera D	1	Inspección □	1	Almacén ▼	1
Actividad	Propuesto												
Operación ○	1												
Transporte ⇨	2												
Espera D	1												
Inspección □	1												
Almacén ▼	1												
Actividad: Recibir, comprobar, inspeccionar, transportar y almacenar cada material.													

DESCRIPCIÓN	Distancia (M)	Tiemp o (min.)	○	⇨	D	□	▼	OBSERVACIÓN
Sacado del camión	2.5	1		●				2 cargador
Espera e inspección factura / productos	-	2				●		Encargado de la empresa
Bajado de producto	1.5	0.22		●				2 cargador
Transportado hacia bodega	-	0.07	●					
Almacenado en bodega	-	0.22					●	
Total	4 m	3.51 min.						

CUADRO No. 32 CURSOGRAMA ANALÍTICO PROPUESTO

El diagrama anterior además de representar los recorridos y tiempo en que tardan los operarios en desplazarse dentro de la planta de producción, nos indica la secuencia lógica de cada una de las diferentes operaciones a realizar; para el proceso de producción de pan de dulce de la pequeña empresa panificadora.

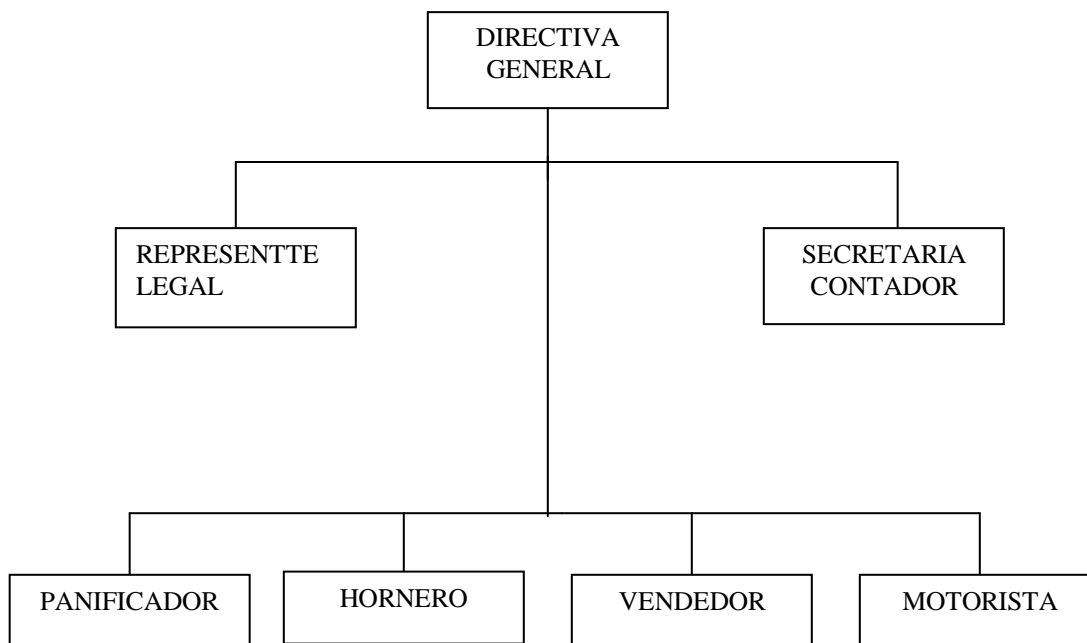
6.3.7 ORGANIZACION DE LA EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES.

La estructura organizacional de la empresa se refiere a la forma de cómo las actividades de la organización se dividen, organizan y coordina, para obtener una buena estructura organizacional y tomarla en cuenta para nuestro caso de estudio se tomaron en cuenta cinco pasos que se mencionan a continuación.

- a. Hacer un listado de trabajo que se necesita realizar para alcanzar los objetivos de la organización de la panificadora.
- b. Dividir todo el trabajo en actividades que se puedan desempeñar lógicamente y cómodamente para los individuos que laboren en la panadería.
- c. Combinar las actividades de manera lógica y eficiente.
- d. Establecer mecanismos para la integración de los esfuerzos individuales y de grupo para que facilite el logro de los objetivos y pueda haber una buena organización.
- e. Que la estructura organizacional pueda controlarse con efectividad y se ajuste a las necesidades.

Tomando en cuenta lo establecido anteriormente se establece la siguiente estructura organizacional propuesta para la pequeña empresa panificadora.

Organigrama propuesto para la pequeña empresa panificadora



DETERMINACION DE FUNCIONES:

Directiva general: Será el encargada de vigilar que las donaciones que realicen instituciones publicas o autónomas a la pequeña empresa sean legalmente registradas.

Representante legal: Será el encargado de los tramites legales de la pequeña empresa panificadora y realizar pagos a los empleados y todos los pagos que a la empresa le competen.

Secretaria-contador: Será el encargado de hacer notas, planillas de personal, llevar registro de personal, registro de libros contables, efectuando registros de ingresos y egresos.

Panificadora: Serán los encargados de la elaboración del pan de dulce a elaborar.

Hornero: Será el encargado del cocimiento del pan de dulce.

Vendedor: Serán los encargados de la distribución y comercialización del pan de dulce que se venderá tanto en la pequeña empresa como fuera de ella.

Motorista: Será el encargado del manejo del automotor que servirá para distribuir el producto en otros lugares fuera del Barrio San Antonio.

6.3.7.1 ASPECTOS LEGALES.

En todo el país existen normas para regular los deberes y derechos de las empresas y ciudadanos, encontrándose las empresas con un orden jurídico en el cual se desarrollan, en El Salvador algunos pasos que se toman en cuenta para poder fundar un negocio son los siguientes:

A través de la presentación de la secuencia formal que actualmente existe en nuestro país, para la constitución de una empresa, se pretende exponer una guía que pueda tener una aplicación práctica.

a. SELECCION DE NOMBRE:

Seleccionar el nombre de la sociedad e investigar en el Registro de Comercio si el nombre está disponible.

b. CERTIFICACION DE CHEQUE:

Ir a un banco local a certificar un cheque a nombre de la sociedad a fundar, como mínimo por el 25% de capital social .

c. TRAMITES EN ALCALDIA:

Ir a la Alcaldía Municipal del domicilio de cada socio a obtener la solvencia municipal de cada uno de ellos para constituir la sociedad (Antes de asegurarse de haber pagado el impuesto de vialidad y los impuestos municipales correspondientes, si no se lo cobran antes de entregarle la sociedad de solvencia).

d. ESCRITURA DE CONSTITUCION:

Por muy rentable que un proyecto sea, antes de ponerse en marcha debe incorporarse y acatar las disposiciones jurídicas vigentes, desde la primera actividad que es la constitución legal de la empresa establecida tipo de sociedad ya que según el código de comercio en el artículo 18 establece que las sociedades se dividen en sociedades de personas y sociedades de capital donde su capital puede ser variable y según el artículo 21 se constituye por medio de escritura pública que deberá contar con los datos siguientes tomando en cuenta el artículo 22 siempre del código de comercio.

Presentarse ante un notario previo acuerdo de honorarios y haber explicado el giro y tipo de sociedad, para hacer la escritura pública de constitución de sociedad. Debe entregar antes al notario:

- Solvencia municipal
- Copia de CIP y NIT de los socios
- Así como el cheque certificado
- Nombre, edad, ocupación, nacionalidad y domicilio jurídico que integrara la sociedad
- Domicilio de la sociedad que se constituye
- Naturaleza
- Finalidad
- Razón social o denominación, según el caso
- Duración o declaración expresa de constituirse por tiempo indeterminado
- Importe de capital social
- Expresión de lo que aporta cada socio en dinero o en otros bienes
- Régimen de administración de la sociedad
- Manera de hacer distribución de utilidades

- Modo de constituir reserva
- Bases para practicar la liquidación de la sociedad

Además de los requisitos antes mencionados, la escritura deberá tener los aspectos especiales que para cada clase de sociedad establece el código de comercio.

e. PRESENTACION DE ESCRITURA:

Presentar el testimonio de la escritura pública al Registro de Comercio pagando los derechos de registro. Estar pendientes de las observaciones que se hagan, espere su inscripción que teóricamente se demora días (Este último paso puede durar meses debido a la “ modernización del Registro ”).

f. RETIRO DE ESCRITURA

Retirar la escritura inscrita del Registro de Comercio.

g. TRAMITES EN EL MINISTERIO DE HACIENDA:

Ir al Ministerio de Hacienda a retirar formularios para inscripción de NIT, llenar los datos del formulario y esperar su número de inscripción. No trate de obtener simultáneamente el NIT y el IVA, ya que es burocráticamente indispensable obtener primero el NIT. Luego haga otro viaje y solicita el IVA.

Es de mucha importancia destacar porque representa una salida de efectivo y en consecuencia forma parte del flujo de salida, por otra parte el IVA tiene un objetivo fiscal que cumplir, ya que el IVA es impuesto que se traslada al contribuyente y por lo tanto, no forma parte de la inversión y por lo mismo tampoco, será considerado para determinar los cargos por depreciación, amortización de todos los activos sujetos a desgaste o amortización.

Quienes inician actividades estarán excluidas de la calidad de contribuyente, siempre que su activo total inicial sea inferior a veinte mil colones (¢ 20,000.00).

Elaboración de facturas.

Los contribuyentes del impuesto al valor agregado IVA, están obligados a emitir y otorgar a otros contribuyentes o a consumidores fiscales los documentos que correspondan según el caso y que se detalle a continuación .

- Comprobantes de crédito fiscal que según el artículo 107 del código tributario debe ser emitido a otros contribuyentes.
- Factura según el artículo 107 del código tributario por las operaciones que realicé a consumidores finales.
- Nota de remisión, artículo 109 del código tributario que ampara la circulación de un bien o mercadería por un período de tres días.
- Nota de debito y Crédito según el artículo 110 que se emite cuando existen ajustes, diferentes en los precios, descuentos etc.

h. FORMALIZACION CONTABLE.

Según el artículo 435 del código de comercio establece que todo comerciante está obligado a llevar la contabilidad debidamente organizada. El sistema contable a utilizar debe ser autorizado por los contadores públicos. Que la contabilidad se debe llevar en hojas separadas y que se hagan anotaciones resumidas en el diario y también podrá usar sistema eléctrico o de cualquier otro medio técnico idóneo para registrar las operaciones contables; los libros que deberán utilizar son: Libro de estados financieros Diario y Mayor y los demás que son necesarios por exigencias o por ley; los registros obligatorios son aprobados por quienes ejercen la función pública.

Necesitará pactar honorarios con un contador y auditor para que legalice los libros contables, prepare el catálogo de cuentas y su manual de aplicaciones el cual debe ser autorizado por la superintendencia de Empresas Mercantiles dependencia del Ministerio de Economía.

Para la legalización del sistema contable de la Sociedad debe presentar solicitud dirigida al Superintendente de sociedades y Empresas Mercantiles, autenticada por un notario, el sistema contable, el catálogo de cuentas y el manual de aplicación balance inicial, original y copia de la escritura de constitución, NIT de la sociedad, DUI de Representante Legal o Administrador único, Recibos de pagos de matrículas de la empresa y establecimiento y personal de comercio social.

i. OBTENCION DE SOLVENCIA:

Obtención de solvencia en la Dirección General de Estadística y Censos, anexar balance inicial, escritura de constitución de la sociedad, original y copia, NIT de la empresa y representante legal.

j. APERTURA DE CUENTA EN ALCALDIA:

Para abrir cuenta en Alcaldía Municipal del domicilio de la sociedad, presentar declaración jurada anexar copia de escritura de constitución de la sociedad balance inicial, NIT, de la sociedad, DUI de identidad personal del representante legal o administrador único.

e. REGISTRO DE LA SOCIEDAD.

Según el código de comercio en el artículo 411, existen obligaciones del comerciante individual y social, las cuales son sancionadas al no cumplirlas y es el de solicitar la Matricula de empresa y Establecimiento así como matrícula de comerciante individual, debiendo pagar impuestos dependiendo del activo de la empresa , anexar recibos de pagos de los derechos de matrículas correspondientes, luego esperar alrededor de dos meses, los carteles para mandar a publicarlos en un periódico de mayor circulación nacional y el Diario Oficial, luego debe llevar dichas publicaciones al registro y esperar unos dos meses adicionales para que entreguen la autorización de las matrículas de comercio de empresa y Establecimiento y personal de comerciante social .

Requisitos para solicitar Matricula de Comercio.

- Matricular la empresa mercantil y sus respectivos establecimientos cuando su activo sea de ¢ 100,000.00 colones en adelante.
- Inscribir el balance inicial de la empresa, así como también los balances anuales siguientes pero que estén debidamente certificados por un contador público autorizado en el país, además de los documentos relativos al giro de la empresa, que esté sujeta a dicha formalidad; y cumplir con los demás requisitos de publicidad mercantil que la ley establece.

La matricula de empresa y establecimiento que menciona el artículo 411 del código de comercio se renovara anualmente, como lo establece el artículo 420 del mismo código.

k. INSCRIPCION EN MINISTERIO DE TRABAJO.

Si va a contar con empleados, como es lógico pensar, deberá hacer los respectivos contratos de trabajo, inscribir a su empresa en el Ministerio de Trabajo, y enviar la nomina de sus empleados con copia de sus contratos a esta cartera de Estado.

d. LEGALIZACION DE LIBROS CONTABLES.

Los libros o registros del impuesto a la Tránsito de Bienes Muebles y Prestación de Servicios deben llevar los siguientes libros: de Compras, Ventas a consumidores y ventas a contribuyentes serán autorizados por un contador público autorizado por el consejo de vigilancia de la contaduría pública ya sea en forma manual o computarizada según el artículo 141 del código tributario y estos documentos y libros utilizados tanto para la contabilidad como para la Tránsito de Bienes Muebles y Prestación de Servicios deberán conservarse por un período de 5 años.

6.3.8 CALCULO DE LOS COSTOS TOTALES DE LA EMPRESA

Cuadro No. 33

DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	SUB TOTAL	COSTO TOTAL
Costo de infraestructura			
Terreno	¢ 30,000.00		
Edificio	¢ 60,000.00	¢ 90,000.00	¢ 90,000.00
Costo de Maquinaria, Equipo y Herramientas			¢202,610.32
Maquinaria		¢ 50,650.32	
-Horno	¢ 44,000.00		
-Sistema de gas	¢ 650.32		
-Batidora	¢ 6,000.00		
Equipo de transporte		¢ 134,000.00	
- Un vehículo	¢ 125,000.00		
- 6 Bicicletas de carga	¢ 9,000.00		
Equipo de oficina		¢ 3,500.00	
-escritorio	¢ 1,300.00		
-sillas	¢ 300.00		
-archivero	¢ 1,900.00		
Herramienta		¢ 14,460.00	
-Mesas tipo batea	¢ 4,400.00		
-100 latas	¢ 2,500.00		
-6 Espátulas	¢ 150.00		
-2 Clavijeros	¢ 1,200.00		
-6 Rodillos	¢ 150.00		
-12 manteles	¢ 600.00		
-6 canastos	¢ 900.00		
-6 guantes	¢ 60.00		
- 3 estantes Deexion de 3 cuerpos	¢ 4,500.00		
Costo de mano de obra			¢122,400.00
-Representante legal	¢ 3,000.00	¢ 36,000.00	
-Secretaria-Contador	¢ 2,000.00	¢ 24,000.00	
-5 panificadoras	¢ 1,300.00	¢ 15,600.00	
-2 horneros	¢ 900.00	¢ 10,800.00	
-6 repartidores	¢ 1,500.00	¢ 18,000.00	
-1 motorista	¢ 1,500.00	¢ 18,000.00	
Total Gastos			¢415,010.32
+ 10% de Imprevistos			¢ 41,501.03
TOTAL			¢456,511.35

Fuente⁴³

⁴³ Cuadro elaborado de acuerdo a la investigación de campo.

6.4 ESTUDIO FINANCIERO.

En esta parte se determino el monto de los recursos económicos necesarios para la realización de la pequeña empresa panificadora en el Barrio San Antonio en la cual se determina el costo total de las operaciones que abarcan las funciones de operación, administración y venta, así como también la inversión fija que servirá de base para el calculo de la depreciación anual que utilizara la pequeña empresa panificadora.

6.4.1 PRESUPUESTO DE INVERSIONES.

Las inversiones a realizar en la pequeña empresa panificadora se consideran como costos iniciales que corresponderá a la ejecución del proyecto. Estas inversiones se cuantificaran en valores monetarios para la empresa. Los costos de inversión para la pequeña empresa panificadora están referidos a los recursos destinados a la adquisición de terreno, edificio, mobiliario y equipo y costos de producción .

6.4.2 PRESUPUESTO DEL COSTO DE PRODUCCION.

El costo de producción estarán formados por todos aquellos procesos que intervienen directa o indirectamente en la producción .

6.4.2.1 COSTO DE MATERIA PRIMA.

Se tomo en cuenta todos los rubros que intervienen en lo que respecta a la producción es decir los insumos o materiales ya sea directa o indirecta.

Cuadro No. 34

COSTO DE MATERIA PRIMA PROPUESTO

Materia prima	Consumo diario	Costo	Consumo anual	Costo total anual
Harina suave	Un quintal	¢ 85.00	312 quintal	¢ 26,520.00
Harina fuerte	Un quintal	¢ 100.00	312 quintal	¢ 31,200.00
Azúcar	20 libras	¢ 50.00	6240 libras	¢ 15,600.00
Levadura	6 libras	¢ 138.00	1872 libras	¢ 43,056.00
Manteca	20 libras	¢ 80.00	6240 libras	¢ 24,960.00
Jalea	10 libras	¢ 27.00	3120 libras	¢ 8,424.00
Sal	6 libras	¢ 3.00	1872 libras	¢ 936.00
Vainilla	2 botellas	¢ 50.00	624 botellas	¢ 15,600.00
Royal	7 libras	¢ 35.00	2184 libras	¢ 10,920.00
Huevos	140 huevos	¢ 98.00	43680 huevos	¢ 30,576.00
Agua	2 litros	¢ 1.00	624 litros	¢ 312.00
Color	2 onzas	¢ 1.25	624 onzas	¢ 390.00
Bicarbonato	2 onzas	¢ 1.00	624 onzas	¢ 312.00
Aceite	5 botellas	¢ 30.00	1560 botellas	¢ 9,360.00
TOTAL		¢ 699.25		¢ 218,166.00

6.4.2.2 COSTO DE MANO DE OBRA.

En este rubro se toma en cuenta la mano de obra directa e indirecta, se entenderá por mano de obra directa aquella que esta relacionado con el trabajo o proceso de transformación de la materia prima y la mano de obra indirecta será todo aquel personal que no forma parte del proceso de transformación de la materia prima.

Cuadro No. 35

COSTO DE LA MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA

Plaza	# de Plazas	Turno	Sueldo		Sueldo Total Anual
			Mensual	Anual	
Representante legal	1	1	¢ 3,000.00	¢ 36,000.00	¢ 36,000.00
Secretaria-Contador	1	1	¢ 2,000.00	¢ 24,000.00	¢ 24,000.00
Panificadoras	4	1	¢ 1,260.00	¢ 15,120.00	¢ 60,480.00
Hornos	1	1	¢ 1,500.00	¢ 18,000.00	¢ 18,000.00
Repartidores	5	1	¢ 1,260.00	¢ 15,120.00	¢ 75,600.00
Motoristas	1	1	¢ 1,260.00	¢ 15,120.00	¢ 15,120.00
Total			¢ 10,280.00	¢ 123,360.00	¢ 229,200.00

Fuente:⁴⁴**6.4.2.3 COSTO DE MOBILIARIO Y EQUIPO.**

Los costos de mobiliario y equipo se referirá a la inversión de los recursos destinados a la maquinaria que se utilizará para la elaboración de pan de dulce. El mobiliario que se adquirirá va a depender de la dimensión del proyecto. Para el caso en estudio se presenta el siguiente cuadro que refleja el costo del mobiliario y equipo necesario para la pequeña empresa panificadora.

⁴⁴ Cuadro elaborado en base a la investigación de campo.

Cuadro No. 36

CUADRO RESUMEN PROPUESTO DEL COSTO DE MOBILIARIO Y EQUIPO

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
	Inversión de Equipo		
2	Horno	¢ 22,000.00	¢ 44,000.00
2	Sistema de Gas	¢ 325.16	¢ 650.32
2	Batidora	¢ 13,000.00	¢ 26,000.00
1	Vehículo	¢ 125,000.00	¢ 125,000.00
6	Bicicletas	¢ 1,500.00	¢ 9,000.00
	Subtotal	¢ 161,825.16	¢ 204,650.32
	Inversión de Mobiliario		
1	Escritorio	¢ 1,300.00	¢ 1,300.00
3	Sillas	¢ 100.00	¢ 300.00
1	Archivo	¢ 1,900.00	¢ 1,900.00
1	Estantes de dexión	¢ 1,500.00	¢ 4,500.00
	Subtotal	¢ 4,800.00	¢ 8,000.00
	+ 10 % de Imprevistos	¢ 16,662.52	¢ 21,265.03
	Inversión Total de Equipo y Mobiliario	¢ 183,287.68	¢ 233,915.35

Fuente:⁴⁵**6.4.2.4 CALCULO DE LA DEPRECIACION.**

Para el calculo de la depreciación se toma en cuenta las leyes vigentes del impuesto sobre la renta que consideran la depreciación de la maquinaria, mobiliario y equipo como un gasto durante su vida útil del activo fijo sujeta a desgaste, y para calcular la depreciación existen varios métodos utilizado el de línea recta que es el que se le aplicara al activo fijo de la pequeña empresa panificadora de la siguiente manera.

Cuadro No. 37

DEPRECIACIÓN DEL ACTIVO FIJO

⁴⁵ Cuadro elaborado en base a la investigación de campo.

6.4.2.5 PROYECCION GASTO DE VENTA Y ADMINISTRACION.

Los gastos de ventas son todos aquellos que sirven para impulsar las ventas de la empresa y los de administración serán los desembolsos o gastos para la administración de la pequeña empresa panificadora tendrá durante sus actividades comerciales.

Cuadro No. 38

GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTA

Personal	Sueldo Mensual	Sueldo Anual
De Administración		
Representante Legal	¢ 3,000.00	¢ 36,000.00
Secretaria – Contador	¢ 2,000.00	¢ 24,000.00
Subtotal		¢ 60,000.00
De Venta		
Repartidores	¢ 1,260.00	¢ 75,600.00
Motorista	¢ 1,260.00	¢ 15,120.00
Subtotal		¢ 90,720.00
+ 13 % de prestaciones		¢ 19,593.00
Total Gasto de Administración y Venta más Prestaciones		¢ 110,313.60

Fuente:⁴⁶

⁴⁶ Cuadro elaborado en base a la investigación de campo.

6.4.2.6 PRESUPUESTO DE COSTO DE PRODUCCION.

Resumiendo en una sola tabla todos los datos obtenidos anteriormente, se tiene el siguiente costo total de producción para la pequeña empresa panificadora.

Cuadro No. 39

COSTO TOTALES DE PRODUCCION

Concepto	Costo Total Anual
Materia Prima	¢ 218,166.00
Mano de Obra Directa y Indirecta	¢ 78,480.00
Depreciación	¢ 63,400.00
Total	¢ 360,046.00

Fuente:⁴⁷

6.4.2.7 COSTO TOTAL DE OPERACION.

En la siguiente tabla se muestra el costo total que tendrá la producción anual de los diferentes tipos de pan de dulce, desde el periodo cero, es decir, antes de realizar la inversión.

Cuadro No. 40

COSTO ANUAL DE OPERACION

Concepto	Costo Anual	Porcentaje
Costo de Producción	¢ 296,646.00	64 %
Costo de Administración	¢ 67,800.00	14 %
Costo de venta	¢ 102,513.60	22 %
Total	¢ 466,959.60	100 %

Fuente:⁴⁸

⁴⁷ Cuadro elaborado en base a la investigación de campo.

6.4.2.8 TERRENO Y OBRA CIVIL.

El terreno que se tiene para la construcción de la planta es de una superficie de 10 x 15 m = 150 m². La zona donde se localiza la empresa, el suelo tiene un costo de ¢ 200.00 por m², por lo que el costo del terreno es de ¢ 30,000.00

La superficie construida será la siguiente.

Área de venta = 9.88 m²

Oficina = 7.54 m²

Bodega = 14.54 m²

Área de carga y descarga = 15 m²

Planta y sanitario = 100 m²

El costo por m² = ¢ 2,500.00 m² de construcción

El costo total de la construcción es de ¢ 375,000.00

Cuadro No. 41

COSTO TOTAL DEL TERRENO Y OBRA CIVIL

Concepto	Costo ¢
Terreno	¢ 30,000.00
Construcción concreto y Lamina	¢ 375,000.00
Total	¢ 405,000.00

Fuente:⁴⁹

⁴⁸ Cuadro elaborado en base a la investigación de campo.

⁴⁹ Cuadro elaborado en base a la investigación de campo.

6.4.3 FIJACION DE PRECIOS.

El precio es un factor importante para la toma de decisiones del mercado. En la pequeña empresa panificadora considerar un precio muy alto desanima la compra de dicho producto, pero un precio que se considere demasiado bajo dificulta que se logren las metas de ganancia y ventas del pan de dulce.

En la parte de la evaluación del negocio dedicado a la fijación de precios ofrece los datos relativos a la competencia, a los cambios de la estructura de precios en el mercado y la fuerza de la demanda. Esta información proporcionara a guiar los objetivos de precios y estrategias en el subsecuente plan de mercado.

La evaluación del negocio proporcionara cuatro ideas fundamentales sobre los precios.

- a. El precio del producto y marca en relación con la competencia.
- b. La distribución de ventas por punto de precio en relación con la competencia.
- c. La elasticidad de precio del producto.
- d. La estructura de costo del producto.

La variación de la estructura de precios entre la competencia da lugar a estrategias reactivas de precios en el mercado. Una evidente comparación con los precios de la competencia es una tarea permanente de los departamentos del mercad, a fin de detectar los patrones históricos de la competencia que permiten calcular la oferta y la demanda del mercado y obtener criterios objetivos en los cuales basar sus decisiones de precios en el pan de dulce.

6.4.4 COSTO DE VENTAS.

La pequeña empresa panificadora deberá tener presente que vender no significa sólo hacer llegar el producto al intermediario o consumidor final, sino que significa una serie de actividades mucho más amplias. También el mercado puede abarcar, una serie de actividades, así como la investigación y el desarrollo de nuevos mercados o de diferentes tipos de pan de dulce adaptados a los gustos y necesidades de los consumidores, el estudio de la estratificación del mercado; la publicidad que realiza la empresa, el crecimiento de las ventas, etc. Un buen departamento de mercado puede contar no solo de un gerente, una secretaria, vendedor y motorista sino que también de un personal altamente capacitado y especializado cuya función no es esencialmente vender , el volumen del costo de ventas dependerá tanto del tamaño de la empresa , así como también del tipo de actividades que los promotores de la pequeña empresa panificadora quieran que desarrolle ese departamento.

6.4.5 FINANCIAMIENTO DE LA INVERSION

De los ¢ 565,000.00 se pretende solicitar un préstamo por ¢ 500,000.00 el cual se liquidara en cinco anualidades, pagando la primera anualidad al final del primer año, por el cual se cobrará un interés de 15% anual. Esta tasa de interés ya contiene la inflación pronosticada del 3% ⁵⁰. La anualidad que se pagará se calcula de la siguiente manera.

$$A = P [i(1 + i)^5 / (1 + I)^5 - 1]$$

$$A = \text{¢ } 500,000.00 \left[\frac{0.15 (1 + 0.15)^5}{(1 + 0.15)^5 - 1} \right]$$

$$A = \text{¢ } 500,000.00 \left[\frac{0.15 (1.15)^5}{(1.15)^5 - 1} \right]$$

⁵⁰ Información proporcionada por el BCR y publicada en el Diario de hoy del 2002

$$A = \text{¢ } 500,000.00 \left[\frac{0.301703578}{1.0113578} \right]$$

$$A = \text{¢ } 500,000.00 (0.298315552)$$

$$A = \text{¢ } 149,157.78$$

Cuadro No. 42

PAGO DE DEUDA

Años	Intereses	Anualidad	Pago a Capital	Deuda
0				¢500,000.00
1	¢ 75,000.00	¢149,157.78	¢74,157.78	¢425,842.22
2	¢ 63,876.33	¢149,157.78	¢85,281.45	¢340,560.77
3	¢ 51,084.11	¢149,157.78	¢98,073.67	¢242,487.10
4	¢ 36,373.07	¢149,157.78	¢ 112,784.71	¢129,702.39
5	¢ 19,455.39	¢149,157.78	¢129,702,39	-

6.4.6 ESTABLECIMIENTO DE FLUJOS DE EFECTIVO.

El flujo de fondos muestra la evaluación financiera que la pequeña empresa panificadora tendrá, hasta alcanzar su capacidad normal. Donde se producirán 5,749 tipos de pan de dulce diariamente con un incrementó del 10%, siendo la producción anual de 1,793,688 panes diferentes al año, el cual equivale a vender ¢ 759,844.80 anual, con un precio unitario distribuido de la siguiente manera:

- a. Pan Tostado (Lengua, Cachito, Rosquilla, etc.) con precio unitario de ¢0.20 centavos por pan y una producción diaria de 2432 panes.

- b. Pan Semita, Viejita, Almendra, etc. con un precio unitario de ¢ 0.25 centavos por pan y una producción diaria de 1824 panes.
- c. Pan Partido (Semita rellena, Pan de Torta, etc.) con precio unitario de ¢ 1.00 colón y una producción diaria de 1493 panes.

Con los datos anteriores se calculan los ingresos que se tendrían en caso de vender la cantidad programada en su totalidad. El cálculo de los ingresos se realizan con inflación.

Cuadro No. 43 Determinación del Flujo de Efectivo Proyectado

6.4.7 ESTADO DE RESULTADO.

Es un estado Financiero que muestra los ingresos obtenidos por un negocio, los gastos que se originan de la obtención de los ingresos o pérdida neta.

Los estados de resultados proyectados son la base para el calculo de los flujos netos de efectivo (FNE) con los cuales se realiza la evaluación económica.

La finalidad de este análisis en la pequeña empresa es de calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo. Para realizar el estado de la pequeña empresa panificadora y sea el adecuado deberá basarse en las leyes tributarias vigentes que se refiere a la determinación de ingresos y costos deducibles de impuestos tomados en cuenta.

ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS **DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2003**

Ingresos por ventas	¢ 759,844.80	
(-) Costo de producción	<u>¢ 296,646.00</u>	
Utilidad Bruta		¢ 463,198.80
(-) Gastos de Operación		
Gastos de Administración	¢ 67,800.00	
Gastos de Venta	¢ 102,513.60	
Gastos Financieros	<u>¢ 75,000.00</u>	
		<u>¢ 245,313.60</u>
Utilidad Antes de Reserva e Impuesto		¢ 217,885.20
(-) Reserva Legal		<u>¢ 15,251.96</u>
Utilidad Antes de Impuesto		¢ 202,633.24

Impuesto a Pagar	<u>¢ 50,658.31</u>
Utilidad Neta	<u>¢ 151,974.93</u>

ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2004

Ingresos por ventas	¢ 759,844.80	
(-) Costo de producción	<u>¢ 296,646.00</u>	
Utilidad Bruta		¢ 463,198.80
(-) Gastos de Operación		
Gastos de Administración	¢ 67,800.00	
Gastos de Venta	¢ 102,513.60	
Gastos Financieros	<u>¢ 63,876.33</u>	
		<u>¢ 234,189.93</u>
Utilidad Antes de Reserva e Impuesto		¢ 229,008.87
(-) Reserva Legal		<u>¢ 16,030.62</u>
Utilidad Antes de Impuesto		¢ 212,978.25
Impuesto a Pagar		<u>¢ 53,244.56</u>
Utilidad Neta		<u>¢ 159,733.69</u>

ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2005

Ingresos por ventas	¢ 759,844.80	
(-) Costo de producción	<u>¢ 296,646.00</u>	
Utilidad Bruta		¢ 463,198.80
(-) Gastos de Operación		
Gastos de Administración	¢ 67,800.00	
Gastos de Venta	¢ 102,513.60	
Gastos Financieros	<u>¢ 51,084.11</u>	
		<u>¢ 221,397.71</u>
Utilidad Antes de Reserva e Impuesto		¢ 241,801.09
(-) Reserva Legal		<u>¢ 16,926.08</u>
Utilidad Antes de Impuesto		¢ 224,875.01
Impuesto a Pagar		<u>¢ 56,218.75</u>
Utilidad Neta		<u>¢ 168,656.26</u>

ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2006

Ingresos por ventas	¢ 759,844.80	
(-) Costo de producción	<u>¢ 296,646.00</u>	
Utilidad Bruta		¢ 463,198.80
(-) Gastos de Operación		
Gastos de Administración	¢ 67,800.00	
Gastos de Venta	¢ 102,513.60	
Gastos Financieros	<u>¢ 36,373.07</u>	
		<u>¢ 206,686.67</u>
Utilidad Antes de Reserva e Impuesto		¢ 256,512.13
(-) Reserva Legal		<u>¢ 17,955.85</u>
Utilidad Antes de Impuesto		¢ 238,556.28
Impuesto a Pagar		<u>¢ 59,639.07</u>
Utilidad Neta		<u>¢ 178,917.21</u>

**ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS
DEL 01 DE NERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2007**

Ingresos por ventas	¢ 759,844.80	
(-) Costo de producción	<u>¢ 296,646.00</u>	
Utilidad Bruta		¢ 463,198.80
(-) Gastos de Operación		
Gastos de Administración	¢ 67,800.00	
Gastos de Venta	¢ 102,513.60	
Gastos Financieros	<u>¢ 19,455.39</u>	
		<u>¢ 189,857.99</u>
Utilidad Antes de Reserva e Impuesto		¢ 273,340.81
(-) Reserva Legal		<u>¢ 19,133.86</u>
Utilidad Antes de Impuesto		¢ 254,206.95
Impuesto a Pagar		<u>¢ 63,551.74</u>
Utilidad Neta		<u>¢ 190,655.21</u>

6.4.8 BALANCE GENERAL.

Es el estado financiero donde se muestra la estructura económica de la empresa en un momento dado, este se utiliza para mostrar la estructura económica estimada del proyecto en los futuros años.

El Balance General está compuesto por el activo, pasivo, capital propio.

El activo se divide en : circulante y fijo.

El pasivo está formado por Circulante y fijo.

Los pasivos circulantes son obligaciones a corto plazo, los pasivos fijos son obligaciones a largo plazo y ambos son obtenidos del cuadro de flujo de fondos.

Para proyectar el Balance General se procede de la siguiente forma.

- El activo se puede proyectar, considerando las políticas de depreciación anual de la empresa.
- Se proyectará el capital con que contará la empresa, tomando en cuenta posibles aumentos de acuerdo con necesidades de inversión.

BALANCE GENERAL PROYECTADO

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2003.

ACTIVO			
<u>Circulante</u>			
Efectivo		¢ 5,248.08	
Bancos		¢ 186,085.16	
Inventario		<u>¢ 18,000.00</u>	
Total Activo Circulante			¢ 209,333.24
<u>Fijo</u>			
Terreno		¢ 70,000.00	
Edificio	¢ 375,000.00		
Depreciación	<u>¢ 18,000.00</u>	¢ 356,000.00	
Equipo de Transporte	¢ 134,000.00		
Depreciación	<u>¢ 26,000.00</u>	¢ 107,200.00	
Equipo de Producción	¢ 70,000.00		
Depreciación	<u>¢ 14,000.00</u>	¢ 56,000.00	
Equipo de Oficina	¢ 7,700.00		
Depreciación	<u>¢ 3,850.00</u>	<u>¢ 3,850.00</u>	
Activo Fijo Total			<u>¢ 593,300.00</u>
TOTAL ACTIVO			<u>¢ 802,633.24</u>

PASIVO Y PATRIMONIOPasivoCirculante

Impuesto por pagar		¢ 50,658.31	
Préstamo a 5 años		<u>¢ 500,000.00</u>	¢
550,658.31			

Patrimonio

Capital social	¢ 100,000.00	
Utilidad del Ejercicio	<u>¢ 151,974.93</u>	
Total Patrimonio		<u>¢ 251,974.93</u>
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		<u>¢ 802,633.24</u>

BALANCE GENERAL PROYECTADO

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2004.

ACTIVOCirculante

Efectivo		¢ 5,248.08	
Bancos		¢ 193,869.06	
Inventario		<u>¢ 18,725.90</u>	
Total Activo Circulante			¢ 217,843.04

Fijo

Terreno		¢ 70,000.00	
Edificio	¢ 375,000.00		
Depreciación	<u>¢ 37,500.00</u>	¢ 337,500.00	
Equipo de Transporte	¢ 134,000.00		
Depreciación	<u>¢ 53,600.00</u>	¢ 80,400.00	
Equipo de Producción	¢ 70,000.00		
Depreciación	<u>¢ 28,000.00</u>	¢ 42,000.00	
Equipo de Oficina	¢ 7,700.00		
Depreciación	<u>¢ 3,850.00</u>	<u>¢ 0.00</u>	
Activo Fijo Total			<u>¢ 529,900.00</u>
TOTAL ACTIVO			<u>¢ 747,743.04</u>

PASIVO Y PATRIMONIOPasivoCirculante

Impuesto por pagar	¢ 53,244.56	
--------------------	-------------	--

Préstamo a 5 años	<u>¢ 425,842.22</u>	¢
479,086.78		

Patrimonio

Capital social	¢ 100,000.00	
----------------	--------------	--

Utilidad del Ejercicio	<u>¢ 168,656.26</u>	
------------------------	---------------------	--

Total Patrimonio		<u>¢ 268,656.26</u>
------------------	--	---------------------

TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		<u>¢ 747,743.04</u>
---------------------------	--	---------------------

BALANCE GENERAL PROYECTADO

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2005.

ACTIVOCirculante

Efectivo	¢ 5,248.08	
----------	------------	--

Bancos	¢ 170,150.02	
--------	--------------	--

Inventario	<u>¢ 19,287.68</u>	
------------	--------------------	--

Total Activo Circulante		¢ 194,685.78
-------------------------	--	--------------

Fijo

Terreno	¢ 70,000.00	
---------	-------------	--

Edificio	¢ 375,000.00	
----------	--------------	--

Depreciación	<u>¢ 56,250.00</u>	¢ 318,750.00
--------------	--------------------	--------------

Equipo de Transporte	¢ 134,000.00	
----------------------	--------------	--

Depreciación	<u>¢ 80,000.00</u>	¢ 54,000.00
--------------	--------------------	-------------

Equipo de Producción	¢ 70,000.00	
----------------------	-------------	--

Depreciación	<u>¢ 42,000.00</u>	<u>¢ 28,000.00</u>
--------------	--------------------	--------------------

Activo Fijo Total	¢ 470,750.00
TOTAL ACTIVO	¢ 665.435.78

PASIVO Y PATRIMONIO

Pasivo

Circulante

Impuesto por pagar	¢ 56,218.75	
Préstamo a 5 años	¢ 340,560.77	¢
396,779.52		

Patrimonio

Capital social	¢ 100,000.00	
Utilidad del Ejercicio	¢ 168,656.26	
Total Patrimonio		¢ 268,656.26
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		¢ 665,435.78

BALANCE GENERAL PROYECTADO

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2006.

ACTIVO

Circulante

Efectivo	¢ 5,248.08	
Bancos	¢ 145,128.99	
Inventario	¢ 19,866.31	
Total Activo Circulante		¢ 170,243.38

Fijo

Terreno	¢ 70,000.00	
Edificio	¢ 375,000.00	
Depreciación	¢ 75,000.00	¢ 300,000.00

Equipo de Transporte	¢ 134,000.00	
Depreciación	<u>¢ 107,200.00</u>	¢ 26,800.00
Equipo de Producción	¢ 70,000.00	
Depreciación	<u>¢ 56,000.00</u>	<u>¢ 14,000.00</u>
Activo Fijo Total		<u>¢ 410,800.00</u>
TOTAL ACTIVO		<u>¢ 581,043.38</u>

PASIVO Y PATRIMONIO

Pasivo

Circulante

Impuesto por pagar	¢ 59,639.07	
<i>Préstamo a 5 años</i>	<u>¢ 242,487.10</u>	¢
<i>302,126.17</i>		

Patrimonio

Capital social	¢ 100,000.00	
Utilidad del Ejercicio	<u>¢ 178,917.21</u>	
Total Patrimonio		<u>¢ 278,917.21</u>
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		<u>¢ 581,043.38</u>

BALANCE GENERAL PROYECTADO

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2007.

ACTIVOCirculante

Efectivo		¢ 5,248.08	
Bancos		¢ 106,948.96	
Inventario		<u>¢ 20,462.30</u>	
Total Activo Circulante			¢ 132,659.34

Fijo

Terreno		¢ 70,000.00	
Edificio	¢ 375,000.00		
Depreciación	<u>¢ 93,750.00</u>	¢ 281,250.00	
Equipo de Transporte	¢ 134,000.00		
Depreciación	<u>¢ 134,000.00</u>	¢ 0.00	
Equipo de Producción	¢ 70,000.00		
Depreciación	<u>¢ 70,000.00</u>	<u>¢ 00.00</u>	
Activo Fijo Total			¢ <u>351,250.00</u>
TOTAL ACTIVO			¢ <u>483,909.34</u>

PASIVO Y PATRIMONIOPasivoCirculante

Impuesto por pagar		¢ 63,551.74	
Préstamo a 5 años		<u>¢ 129,702.39</u>	¢
193,254.13			

Patrimonio

Capital social		¢ 100,000.00	
Utilidad del Ejercicio		<u>¢ 190,655.21</u>	

Total Patrimonio	<u>¢ 290,655.21</u>
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	<u>¢ 483,909.34</u>

6.5 ESTUDIO ECONOMICO.

En este aparte del estudio nos permite evaluar el valor del dinero a través del tiempo, como son la tasa interna de rendimiento y el valor presente neto. Es muy importante este estudio, ya que permite decir la implantación del proyecto.

6.5.1 CALCULO DEL VAN Y TIR

El valor presente neto de un proyecto se define como el valor obtenido actualizado separadamente para cada año, la diferencia entre todas las entradas y salidas de efectivo que se suceden durante la vida del proyecto a una tasa de interés fija predeterminada.

Para calcular o medir el rendimiento de un proyecto de inversión mediante este indicador, es necesario la determinación de un flujo de efectivo y de una tasa de descuento que para el caso se toma la tasa promedio de interés básica pasiva a 360 días que es del 12% que posee diferentes instituciones financieras del país.

El valor actual Neto (VAN) de un proyecto de inversión está dado por la diferencia del valor actual de las beneficios y el valor actual de la inversión, es decir;

$$VAN = VAB - VAP$$

Donde:

VAB = Valor Actual de los Beneficios

VAP = Valor Actual de la Inversión = 850,000.00

La TIR expresa la rentabilidad en términos porcentuales.

La TIR es la tasa de descuento que hace equivalente el valor actual de los costos de adquisición de la inversión con el valor actual del flujo de beneficio generado por dicha inversión.

Calculo del período de Recuperación.

En el siguiente aspecto a considerar son los indicadores financieros que permiten una decisión desde que permitan una decisión desde el punto de vista de la rentabilidad financiera.

Cuadro No. 44 Flujo Neto de Efectivo de Operaciones.

a. Periodo de recuperación de capital.

El período o plazo de recuperación de una inversión es el tiempo que se tarda en recuperar la inversión Inicial del proyecto.

Cuando los flujos netos esperados no son iguales, el período de recuperación se calcula acumulando los flujos de efectivo hasta que la suma sea igual al desembolso inicial

Inversión Inicial : ¢ 565,000.00

Cuadro No. 45

Años	Flujos de Efectivo	Flujos Acumulados
1	¢281,938.90	¢ 281,938.90
2	¢310,571.53	¢ 592,510.43
3	¢362,556.66	¢ 955,067.09
4	¢387,827.86	¢1,342,894.95
5	¢408,241.79	¢ 1,751,136.74

$$¢ 565,000.00 - ¢ 281,938.90 = 283,061.10 / 310,571.53 = 0.911$$

Cuadro No. 46**CALCULO DEL VPN**

Años	Entradas de efectivo (1)	Factor de Interés de Valor Presente FIVP 12 %, n años (2)	Valor Presente al 12 % [(1) X (2)] (3)
1	¢ 281,938.90	0.893	¢ 251,771.44
2	¢ 310,571.53	0.797	¢ 247,525.51
3	¢ 362,556.66	0.712	¢ 258,140.34
4	¢ 387,827.86	0.636	¢ 246,658.52
5	¢ 408,241.79	0.567	¢ 231,473.09
Valor Presente de Entradas de Efectivo			¢ 1,235,568.90
- Inversión Inicial			¢ 565,000.00
Valor Presente Neto (VPN)			¢ 670,568.90

Ver tabla A-3 para el año correspondiente y 12%

Cuadro No. 47

CALCULO DE LA TIR

Años	Entrada de Efectivo (1)	FIVP 45% (2)	Valor Presente neto en 45% [(1) X (2)] (3)	FIVP 50% (4)	Valor Presente Neto en 50% [(1) X (4)] (5)
1	¢ 281,938.90	0.690	¢ 194,537.84	0.667	¢ 188,053.24
2	¢ 310,571.53	0.476	¢ 147,832.05	0.444	¢ 137,893.75
3	¢ 362,556.66	0.328	¢ 118,918.58	0.296	¢ 107,316.77
4	¢ 387,827.86	0.226	¢ 87,649.10	0.198	¢ 72,789.77
5	¢ 408,241.79	0.156	¢ 63,685.72	0.132	¢ 53,887.92
Valor Presente de Entradas de Efectivo - Inventario Inicial			¢ 612,623.29		¢ 563,941.60
			¢ 565,000.00		¢ 565,000.00
Valor Presente Neto (VPN)			¢ 47,623.29		- ¢ 1,058.40

Puesto que el VPN de ¢ 47,623.29 en el caso es mayor que cero, la tasa de descuento deberá aumentarse subjetivamente es un punto a 50%.

Puesto que entre el 45% y 50% son las tasas de descuento consecutivas que dan como resultado tanto positivo como negativo del VPN, el proceso de tanteo (ensayo y error) pueden darse por terminado la TIR buscado es la tasa de descuento para la cual el VPN es más cerca de cero.

45% TIR 50%

$$\begin{array}{r} 45\% \text{ --- } 47,623.29 \\ | \\ 50\% \text{ --- } \underline{1,058.40} \\ 48,681.62 \end{array}$$

$$= 45\% + 47,623.29 / 48,681.69$$

$$= 45\% + 0.98$$

$$\text{TIR} = 45.98 \%$$

Según el método de evaluación de la tasa Interna de Rendimiento (TIR) el proyecto debe aceptarse ya que la TIR para el proyecto resulta de 45.98 % mayor que el costo de capital que es del 12 % .

6.5.2 RELACION BENEFICIO – COSTO

A Diferencia del VAN, cuyos resultados están expresados en términos absolutos, éste indicador financiero expresa la rentabilidad en términos relativos. La interpretación de tales resultados es en centavos por cada colon invertido. Sin embargo; los resultados no se interpretan en forma porcentual sino como centavos por colón invertido.

Formula de la Rotación Beneficio / Costo (B / C).

La relación B / C de un proyecto de inversión está dada por el coeficiente que hay entre el valor actual neto (VAN) y el valor actual de la inversión (VAN) es decir:

$$\text{Beneficio / Costo} = \text{VAN} / \text{VAP}$$

$$\text{Beneficio / Costo} = \text{¢ } 670,568.90 / \text{¢ } 565,000.00$$

$$\text{Beneficio / Costo} = \text{¢ } 1.19 \text{ Centavos}$$

El proyecto debe aceptarse ya que la relación beneficio / costo es positivo o mayor que cero, lo que nos indica que por cada colón invertido la empresa ganará ¢ 0.53 centavos.

6.5.3 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad se aplica en los estudios de proyectos para analizar el efecto en el resultado por la variación de uno o varios elementos.

Los proyectos se someten a prueba para analizar los efectos en la rentabilidad debido a los cambios en precios, costos, demora y otros factores.

Para caso de la pequeña empresa panificadora consideramos dos elementos el costo y el precio.

Este tipo de proyecto es sensible a los cambios en el costo ya que al incrementarse los costos las utilidades se reducirán considerablemente ya que al aumentar los costos los precios de venta del pan de dulce tendrán que ser aumentados y esto puede ocasionar que la demanda sea menos, de igual forma al aumentar el precio de compra la demanda podría ser disminuida.

BIBLIOGRAFIA

- Anzola Rojas, Sérvulo
"Administración de Pequeñas empresas"
Mc. Graw Hill

- Aulestia G., Hernán
"Elaboración de Plan de Tesis"

- Baca Urbina, Gabriel
"Evaluación de Proyectos"
Tercera Edición.

- Bonilla, Gidalberto

"Estadística II"
- Bonta, Patricio y Farber, Mauricio.
"Preguntas sobre Marketing y Publicidad"

- Cañas Martínez, Balbino Sebastián
"Manual para formulación, Evaluación y Ejecución de Proyectos".

- Cámara de Comercio e Industria de El Salvador.
"Carta Informativa"
Julio de 1997.

- Código Municipal, ISDEM., Abril 2000

- Dominick, Salvatore.
"Teoría y Problema de Macroeconomía"

- Galindo, Münch
"Fundamentos de Administración", Editorial Trillas.

- Gitman J. Lawrence
"Fundamentos de Administración" .

- Garza Treviño, Juan Gerardo
"Administración Contemporánea", Mc. Graw Hill 2ª edición.

- Giralt García, Sonia Nimia
"Tesis de Grado"

- Gallardo Cervantes, Juan
"Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión "

- Hernández Sampieri, Roberto
" Metodología de la investigación" Mc. Graw Hill 2ª edición

- Hanke, E, John / Arthur G. Reitsch
" Estadística para Negocios" .

- Iglesia Mejía, Salvador
"Guía para la elaboración de trabajos de investigación monográfico o tesis" 3ª edición

- "Ley de desarrollo comunal y su reglamento", publicación del ministerio del Interior 1985

- Lic. Mendoza Orantes, Ricardo.
Leyes de impuestos sobre la Renta, a la transferencia de bienes muebles y a la prestación de servicios y a la prestación de servicios. (IVA).
Editorial Jurídica Salvadoreña
Año 2002.
- Medrano Guevara, Fernando
"Estudio de Factibilidad para la creación de un albergue para madres adolescentes en situación de abandono en la zona metropolitana de San Salvador", Tesis.

- Mercado H., Salvador
" Administración Aplicada Teoría y Práctica" 1ª parte, Limusa, Grupo Noriega editores

- Neuner J. W., John
" Contabilidad de Costos, Principios y Practica "

- Salazar Leytte, Jorge
"Cómo iniciar una pequeña empresa"

Cecsa, 2ª edición

- Serrano Ramírez, Américo Alexis
"Administración I y II"

- Stanton, J. Willian
"Fundamentos de Mercadotecnia".

ANEXOS

CUADRO NO. 44

FLUJO NETO DE EFECTIVO DE OPERACIONES.

Años	Ingresos	Egresos	UADI	Depreciación	UNAI	Impuesto Sobre la Renta (25%)	UNDI	Flujo Neto de Operaciones
1	¢ 759,844.80	¢ 405,059.60	¢ 354,785.20	¢ 63,400.00	¢ 291,385.20	¢ 72,846.30	¢218,538.90	¢ 281,938.90
2	¢ 836,877.60	¢ 443,915.56	¢ 392,962.04	¢ 63,400.00	¢ 329,562.04	¢ 82,390.51	¢247,171.53	¢ 310,571.53
3	¢ 911,913.60	¢ 448,354.72	¢ 463,558.88	¢ 59,550.00	¢ 404,008.88	¢ 101,002.22	¢303,006.66	¢ 362,556.66
4	¢ 990,444.00	¢ 493,190.19	¢ 497,253.81	¢ 59,550.00	¢ 437,703.81	¢ 109,425.95	¢328,277.86	¢ 387,827.86
5	¢1,067,211.60	¢ 542,509.21	¢ 524,472.39	¢ 59,550.00	¢ 464,922.39	¢ 116,230.60	¢348,691.79	¢ 408,241.79

Fuente ²⁸²⁸ Cuadro elaborado en base a la investigación de campo.

Introducir pan al horno	2	3	•					Operario
Hornear el pan		10	•					Operario
Transportar pan de horno a clavijero	2	2		•				Operario
Transportar pan del clavijero a mesa de trabajo	3	2		•				Operario
Inspeccionar y clasificar pan para la venta		5				•		Operario
Total	31 m	93 min.						

Cuadro No. 43

DEPRECIACIÓN DEL ACTIVO FIJO

Cant.	Concepto	Valor total	AÑOS					
			% anual	1	2	3	4	5
2	Horno	¢44,000.00	20%	¢ 8,800.00	¢ 8,800.00	¢ 8,800.00	¢ 8,800.00	¢ 8,800.00
2	Batidora	¢26,000.00	20%	¢ 5,200.00	¢ 5,200.00	¢ 5,200.00	¢ 5,200.00	¢ 5,200.00
1	Vehículo	¢125,000.0	20%	¢25,000.00	¢25,000.00	¢25,000.00	¢25,000.00	¢25,000.00
6	Bicicleta	¢ 9,000.00	20%	¢ 1,800.00	¢ 1,800.00	¢ 1,800.00	¢ 1,800.00	¢ 1,800.00
1	Escritorio	¢ 1,300.00	50%	¢ 650.00	¢ 650.00	-	-	-
1	Archivero	¢ 1,900.00	50%	¢ 950.00	¢ 950.00	-	-	-
3	Estantes	¢ 1,500.00	50%	¢ 750.00	¢ 750.00	-	-	-
	Obra civil	¢375,000.0	5%	¢18,750.00	¢18,750.00	¢18,750.00	¢18,750.00	¢18,750.00
Total				¢63,400.00	¢63,400.00	¢59,550.00	¢59,550.00	¢59,550.00

Fuente: ²⁹²⁹ Cuadro elaborado en base a la investigación de campo.

CUADRO NO. 43

Determinación del Flujo de Efectivo Proyectado

AÑOS	0	1	2	3	4	5
Saldo Inicial	-	¢ 35,000.00	¢ 179,239.24	¢ 256,061.06	¢ 101,098.83	¢ 223,854.42
Ingresos:						
Préstamo	¢ 500,000.00	-	-	-	-	-
Fondos Propios	¢ 100,000.00	-	-	-	-	-
Ingresos por venta		¢ 759,844.80	¢ 836,877.60	¢ 911,913.60	¢ 990,444.00	¢1,067,211.60
Total		¢ 794,844.80	¢1,016,116.84	¢ 911,913.60	¢1,091,542.83	¢1,291,066.02
Egresos:						
Inversiones	¢ 565,000.00					
Compras		¢ 276,396.00	¢ 324,060.60	¢ 338,691.66	¢ 374,585.83	¢ 414,069.41
Gastos de Administración		¢ 59,950.00	¢ 66,730.00	¢ 82,038.00	¢ 90,241.80	¢ 99,265.98
Gastos de Ventas		¢ 68,713.60	¢ 78,964.00	¢ 90,241.46	¢ 93,262.70	¢ 106,738.97
Gastos Financieros		¢ 75,000.00	¢ 63,876.33	¢ 51,084.11	¢ 36,373.07	¢ 19,455.39
Pagos de Impuestos			¢ 68,095.81	¢ 75,149.12	¢ 82,652.50	¢ 87,327.92
Pagos de Salario		¢ 86,400.00	¢ 95,040.00	¢ 104,544.00	¢ 114,998.40	¢ 126,498.24
Otros Gastos (10%)		¢ 49,145.96	¢ 63,289.04	¢ 69,066.42	¢ 75,574.12	¢ 83,390.05
Total de Egresos		¢ 615,605.56	¢ 760,055.78	¢ 810,814.77	¢ 867,688.41	¢ 936,745.96
Flujo Neto de Efectivo	¢ 35,000.00	¢ 179,239.24	¢ 256,061.06	¢ 101,098.83	¢ 223,854.42	¢ 353,589.77

Fuente:²⁷²⁷ Cuadro elaborado en base a la investigación de campo.

