

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación **“PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DEL SECTOR PANIFICADOR Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI, AÑO 2011”** así como los contenidos, ideas, análisis, recomendaciones y conclusiones son de exclusiva responsabilidad de la autora.

Gonzaga Sigcha Ana Lucia

050290610-0

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Directora de trabajo de investigación sobre el tema:

“PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DEL SECTOR PANIFICADOR Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI, AÑO 2011”de Gonzaga Sigcha Ana Lucia postulante de la carrera de Ingeniería Comercial, considero que dicho informe investigativo cumple con los requerimientos metodológicos científico, técnico e investigativo, suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Tesis que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

La Maná Diciembre del 2012

Directora.

Ing.Com. Albarrasín Reinoso Marilyn
DIRECTORA DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Carrera de Ciencias Administrativas y Humanísticas; por cuanto la postulante: **Gonzaga Sigcha Ana Lucia**, con el título de tesis: **“PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DEL SECTOR PANIFICADOR Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI, AÑO 2011”**, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

La Maná, 11 de Diciembre del 2012

.....
Lcd. Enry Medina
PRESIDENTE

.....
Ing. Ringo Lopez
MIEMBRO

.....
Lcd. Adolfo Bassante
OPOSITOR

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a Dios por ayudarme a terminar este proyecto, e iluminarme para salir adelante.

Agradezco a mis padres, por guiarme sobre el camino de la educación. a mi esposo e hijo por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional, mis hermanos. Mis abuelitos, y mi prima Katty.

También doy gracias a todos mis maestros educadores por guiarme con sus sabias enseñanzas, a mis compañeros por compartir momentos maravillosos, y a mi Directora de tesis como es la Ing. Marilyn Albarrasín quien nos ayudo en todo momento con dedicación y esmero.

DEDICATORIA

Mi Tesis le dedico con mucho cariño y amor, a Dios, quien me dio fe, fortaleza, salud y esperanza para terminar este trabajo.

Para mi adorado hijo, Wilson Alexander, a mi esposo, a quien le dedico esta Tesis. Por su paciencia, su comprensión, quien directamente ha sufrido las consecuencias de mi estudio realizado.

A mis padres y a mi familia.

Lucia

INDICE GENERAL

Nº	CONTENIDO	PÁGINA
	Portada	i
	Autoría	ii
	Aval	iii
	Aprobación del tribunal de grado	iv
	Agradecimiento.	v
	Dedicatoria	vi
	Índice de general	vii
	Índice de cuadros	xiii
	Índice de gráficos	xv
	Índice de figuras	xvi
	Índice de anexos	xvii
	Resumen	xviii
	Summary	xix
	Certificación	xx
	Introducción	1
	CAPITULO I	
	FUNDAMENTACION TEÓRICA	
1.1	Antecedentes	3
1.1.1	Proyecto 1	3
1.1.2	Proyecto 2	4
1.2	Categorías fundamentales	6
1.3	Marco teórico	6
1.3.1	Rentabilidad	6
1.3.1.2	Importancia de la rentabilidad	7
1.3.1.2	Tipos de rentabilidad	8
1.3.1.2.1	Rentabilidad fija	8
1.3.1.2.2	Rentabilidad variable	8
1.3.2	Producción	8
1.3.2.1	Tipos de producción por empresas	9
1.3.2.1.1	Empresas extractivas	9
1.3.2.1.2	Empresas transformadoras	9
1.3.2.2.1	Producción continua	10
1.3.3.2.2	Producción a pedido	10
1.3.2.2	Recursos utilizados en el proceso productivo	11
1.3.2.2.1	Materia prima	11
1.3.2.2.2	Insumos	11
1.3.2.2.3	Materiales	11
1.3.2.2.4	Mano de obra	11

1.3.2.2.5	Capital de inversión	11
1.3.2.2.6	Capital de operaciones	11
1.3.2.2.7	Capacidad empresarial	12
1.3.2.3	Capital de inversión	12
1.3.2.4	Costo de producción	13
1.3.2.5.	Tipos de producción por industrias	14
1.3.2.5.1	Producción artesanal	14
1.3.2.5.2	Características de la producción artesanal	15
1.3.2.5.3	Producción industrial	16
1.3.3	Comercialización	16
1.3.3.1	Importancia de la comercialización	17
1.3.3.2	Objetivos de la comercialización	18
1.3.3.3	Personas que ejecutan la comercialización	19
1.3.3.4	Canales de distribución	19
1.3.3.5	Tipos de canales de distribución	20
1.3.3.5.1	Canal directo	20
1.3.3.5.2	Canal indirecto	20
1.3.3.6	Análisis de la demanda	21
1.3.3.7	Tipos de demanda	21
1.3.3.7.1	Demanda efectiva	21
1.3.3.7.2	Demanda satisfecha	21
1.3.3.7.3	Demanda insatisfecha	22
1.3.3.7.4	Demanda aparente	22
1.3.3.7.5	Demanda aparente	22
1.3.3.8	Estrategias del marketing	23
1.3.3.8.1	El producto	23
1.3.3.8.2	El precio	24
1.3.3.8.3	Plaza o distribución	25
1.3.3.8.4	La promoción	26
1.3.4	Gestión empresarial	27
1.3.4.1	La gestión	28
1.3.4.2	Importancia de la gestión empresarial	28
1.3.4.3	Objetivos de la gestión empresarial	29
1.3.4.4	Funciones básicas de la gestión empresarial	30
1.3.4.4.1	Planeación	30
1.3.4.4.2	Organización	30
1.3.4.4.3	Dirección conducción y liderazgo	30
1.3.4.4.4	Control	30
1.3.4.5	Elementos de la gestión empresarial	31
1.3.4.5.1	Recurso humano	31
1.3.4.5.2	Recursos materiales	31
1.3.4.5.3	Recurso técnico	31

1.3.5	Economía	32
1.3.5.2	Importancia de la economía	32
1.3.5.3	Objetivos de la economía	33
1.3.5.4	Tipos de la economía	34
1.3.5.4.1	Microeconomía	34
1.3.5.4.2	Macroeconomía	35
1.3.5.5	Características de la economía	35
1.3.5.6	Análisis económico	36
1.3.5.7	Objetivos del análisis económico	37
1.3.5.8	Sistema económico	37
1.3.5.9	Elementos de un sistema económico	38
1.3.5.9.1	Necesidades básicas de los seres humanos	38
1.3.5.9.2	Problemas económicos	38
1.3.5.9.3	Actividades económicas	38
1.3.5.9.4	Factores de la producción	38
1.3.6	Panificadoras	39
1.3.6.1	Antecedentes de las panaderías	39
1.3.6.1.1	Panadería	40
1.3.6.1.2	Elementos utilizados en las panaderías	41
1.3.6.2	Panadero	42
1.3.6.2.1	Los panadeos ejercen en	42
1.3.6.2.1.1	Grandes fabricas	42
1.3.6.2.1.2	Pequeñas panaderías independientes	42
1.3.6.2.1.3	Cadenas de tienda	43
1.3.6.3	Mercado local en las panificadora	43
1.3.6.4	Estructura del sector panificador	44
1.3.6.4.1	Proveedores	44
1.3.6.4.2	Empresas panificadoras	44
1.3.6.4.3	Intermediarios	44
1.3.6.4.4	Clientes	44
1.3.6.5	Tecnología en la panificadora	45
CAPITULO II		
ANALISIS E INTERPRETACION		
DE RESULTADOS		
2.1	Objeto de estudio	46
2.2	Características por su tamaño de empresas	46
2.3	Operacionalizacion de variables	48
2.4	Análisis e interpretación de resultados	50
2.4.1	Metodología de la investigación	50
2.4.1.1	Tipos de investigación	50
2.4.1.2	Metodología	51
2.4.1.3	Unidad de estudio	51

2.4.1.3.1	Población universo	51
2.4.1.3.2	Tamaño de la muestra	52
2.3.1.3.3	Criterios de la selección de la muestra	53
2.4.2	Métodos y técnicas a ser empleadas	53
2.4.2.1	Métodos	53
2.4.2.2	Técnicas	53
2.5	Encuestas realizadas a los productores de las panificadoras de La Maná	54
2.5.1	Encuestas realizadas a los consumidores	65
2.5.2	Conclusiones y recomendaciones	74
2.6	Verificación de las preguntas científicas	75
2.6.1	Pregunta científica # 1	75
2.6.2	Pregunta científica # 2	75
2.6.3	Pregunta científica # 3	76
2.7	Diseño de la propuesta	76
2.7.1	Datos informativos	76
2.8	Panaderías de las parroquias urbanas	77
2.9	Justificación	78
2.10	Objetivos	79
2.10.1	Objetivo general	79
2.10.2	Objetivo específico	79
2.11	Descripción de la propuesta	80
	CAPITULO III	
	VALIDACION DE LA PROPUESTA	
3.1	Verificación de la propuesta	82
3.1.1	Antecedentes de la panificadora Carmakey's	82
3.1.1.1	Análisis foda	82
3.1.2	Antecedentes de la panificadora D' Fanny's Pan	84
3.1.2.1	Análisis foda	84
3.1.3	Antecedentes de la panificadora San Marcos	85
3.1.3.1	Análisis foda	86
3.2	Flujo del proceso contable	87
3.3	Determinación de los estados financieros	88
3.3.1	Estado de situación inicial Pand. Carmakey's	88
3.3.2	Estado de pérdidas y ganancias Pand. Carmakey's	89
3.3.3	Balance general Pand. Carmakey's	90
3.3.4	Flujo de caja Pand. Carmakey's	91
3.3.5	Costo de producción Pand. Carmakey's	92
3.3.6	Indicadores de rentabilidad	95
3.3.6.1	Van	95
3.3.6.2	Tir	95
3.3.6.2.1	Calculo de los indicadores de rentabilidad	95

3.3.6.3	Análisis de los índices financieros	96
3.3.6.3.1	Interpretación de los índices financieros	96
3.3.6.4	Análisis vertical	98
3.3.6.4.1	Interpretación del análisis vertical	98
3.3.6.5	Análisis horizontal	99
3.3.6.5.1	Interpretación del análisis horizontal	100
3.3.7	Estado de situación inicial Pand. D' Fanny's Pan	101
3.3.7.1	Estado de pérdidas y ganancias Pand. D' Fanny's Pan	102
3.3.7.2	Balance general Pand. D' Fanny's Pan	103
3.3.7.3	Flujo de caja Pand. D' Fanny's Pan	104
3.3.7.4	Costo de producción Pand. D' Fanny's Pan	105
3.3.7.5	Indicadores de rentabilidad	108
	Van	108
	Tir	108
3.3.7.5.1	Calculo de los indicadores de rentabilidad	108
3.3.7.6	Análisis de los índices financieros	108
3.3.7.6.1	Interpretación de los índices financieros	109
3.3.7.7	Análisis vertical	110
3.3.7.7.1	Interpretación del análisis vertical	110
3.3.7.8	Análisis horizontal	111
3.3.7.8.1	Interpretación del análisis horizontal	112
3.3.8	Estado de situación inicial Pand. San Marcos	113
3.3.8.1	Estado de pérdidas y ganancias Pand. San Marcos	114
3.3.8.2	Balance general Pand. San Marcos	115
3.3.8.3	Flujo de caja Pand. San Marcos	116
3.3.8.4	Costo de producción Pand. San Marcos	117
3.3.8.5	Indicadores de rentabilidad	120
	Van	120
	Tir	120
3.3.8.5.1	Calculo de los indicadores de rentabilidad	120
3.3.8.6	Análisis de los índices financieros	120
3.3.8.6.1	Interpretación de los índices financieros	121
3.3.8.7	Análisis vertical	122
3.3.8.7.1	Interpretación del análisis vertical	122
3.3.8.8	Análisis horizontal	123
3.3.8.8.1	Interpretación del análisis horizontal	124
3.4	Flujos de producción	124
3.4.1	Símbolos del flujo de producción	124
3.4.2	Descripción del flujo producción Carmakey's	126
3.4.2.1	Flujos de producción Pand. Grande Carmake's	127
3.4.3	Descripción del flujo producción D'Fanny's	128
3.4.3.1	Flujos de producción Pand Mediana. D' Fanny's	129

3.4.4	Descripción del flujo producción San marcos	130
3.4.4.1	Flujos de producción Pand. Pequeña San Marcos	131
3.4.5	Distribución de la empresa Pand. Carmakey's	132
3.4.6	Distribución de la empresa Pand. D' Fanny's Pan	133
3.4.7	Distribución de la empresa Pand. San Marcos	134
3.5	Canales de comercialización	135
3.6	Tipos de comercialización	136
3.7	Flujo de comercialización Pand. Carmake's	137
3.8	Flujo de comercialización Pand. D' Fanny's Pan	137
3.9	Flujo de comercialización Pand. San Marcos	138
3.10	El impacto con la economía en el Cantón La Maná	139
	Conclusiones y Recomendaciones	140
	Referencias Bibliográficas	141
	Anexos	148

ÍNDICE DE CUADROS

N°	CONTENIDO	PÁGINA
1	Operacionalización de variables	48
2	Población por estrato	51
3	Proyectos de producción, comercialización y rentabilidad	54
4	Negocios de mayor rentabilidad	55
5	Lugar de nacimiento	56
6	Cargo del lugar de trabajo	57
7	Mejor acogida del precio del pan en el consumidor	58
8	Tipo de capacitación a los empleados	59
9	Panes de preferencia en los consumidores	60
10	Personas que consumen en gran cantidad de pan	61
11	Tiempo de los ingresos que contabiliza	62
12	Capital de las panificadoras para su actividad	63
13	Servicio publicitario para la venta del producto	64
14	Importancia del pan en la alimentación diaria	65
15	Precio del pan en el Cantón La Maná	66
16	Consumo de los productos de primera necesidad	67
17	Precio del consumo del pan	68
18	Gasto de consumo del pan en la semana	69
19	Conveniencia del producto	70
20	Promociones que otorguen las panaderías	71
21	Promociones recibidas	72
22	El pan es calificado	73
23	Flujo del proceso contable	87
24	Costo unitario de producción de la empresa grande	93
25	Costo de producción empresa grande	93
26	Costo de comercialización empresa grande	94
27	Análisis de índices financieros empresa grande	96
28	Análisis vertical de la empresa grande	98
29	Análisis horizontal de empresa grande	99
30	Costo unitario de producción empresa mediana	106
31	Costo de producción empresa mediana	106
32	Costo de comercialización empresa mediana	107
33	Análisis de índices financieros empresa mediana	108

34	Análisis vertical de la empresa mediana	110
35	Análisis horizontal de empresa mediana	111
36	Costo unitario de producción empresa pequeña	118
37	Costo de producción empresa pequeña	118
38	Costo de comercialización empresa pequeña	119
39	Análisis de índices financieros empresa pequeña	120
40	Análisis vertical de la empresa pequeña	122
41	Análisis horizontal de empresa pequeña	123
42	Flujo de producción empresa grande	127
43	Flujo de producción empresa mediana	129
44	Flujo de producción empresa pequeña	131

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Nº	CONTENIDO	PÁGINA
1	Proyectos de producción, comercialización y rentabilidad	54
2	Negocios de mayor rentabilidad	55
3	Lugar de actividades	56
4	Cargo del lugar de trabajo	57
5	Mejor acogida del precio del pan en el consumidor	58
6	Tipo de capacitación a los empleados	59
7	Panes de preferencia en los consumidores	60
8	Personas que consumen en gran cantidad de pan	61
9	Tiempo de los ingresos que contabilizan	62
10	Capital de las panificadoras para su actividad	63
11	Servicio publicitario para la venta del producto	64
12	Importancia del pan en la alimentación diaria	65
13	Precio del pan en el Cantón La Maná	66
14	Consumo de los productos de primera necesidad	67
15	Precio del consumo del pan	68
16	Gasto de consumo del pan en la semana	69
17	Conveniencia del producto	70
18	Promociones que otorguen las panaderías	71
19	Promociones resididas	72
20	El pan es calificado	73
21	Distribución de la empresa grande	132
22	Distribución de la empresa mediana	133
23	Distribución de empresa pequeña	134
24	Comercialización de la empresa grande	137
25	Comercialización de la empresa mediana	137
26	Comercialización de la empresa pequeña	138

ÍNDICE DE FIGURAS

N°	CONTENIDO	PÁGINA
1	La gestión	28
2	Panaderías de las parroquias urbanas	77
3	Canales de comercialización	135

ÍNDICE DE ANEXOS

N°	CONTENIDO	PÁGINA
1	Instrumento utilizados para el levantamiento de datos (Productores Panificadores)	148
2	Instrumento utilizado para el levantamiento de datos (Consumidores)	150
3	Panificadora Carmakey's	170
4	Panificadora D' Fanny's Pan	171
5	Panificadora San Marcos	171

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI



UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

La Maná – Ecuador

“PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DEL SECTOR PANIFICADOR Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI, AÑO 2011”

RESUMEN

El presente trabajo se realizó en el Cantón La Maná Provincia de Cotopaxi, cuya investigación va dirigida a todas las panificadoras del Cantón con el objetivo es determinar la viabilidad de la producción, comercialización y rentabilidad, para buscar mejoras en la economía del Cantón, esta investigación toma como punto de partida de los problemas identificados en las panificadoras. Se realizó un estudio exploratorio a las panificadoras dedicadas a la producción, tomando en cuenta las empresas pequeña, mediana y grande, las encuestas se realizaron mediante cuestionarios a ocho productores. En este análisis se aplicó el método inductivo, por cuanto las encuestas aplicadas al sector panificador, y los resultados obtenidos serán generalizadas para la población, la síntesis que procede de las causas a los efectos del problema y así poder dar recomendaciones al estudio efectuado, y además se utilizó el método estadístico para el procesamiento de la información. Las técnicas aplicadas son; encuesta, y observación. Con los resultados obtenidos en la Evaluación Financiera, Económica, en la investigación realizada; se logró conocer la rentabilidad de la producción del pan en las panificadoras como, también se conocen los gustos y preferencias de los consumidores.

Palabras Claves: Empresa, Producción, Comercialización, Rentabilidad, Resultados.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI



UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

La Maná – Ecuador

SUMMARY

This study was conducted in the Canton Province of Cotopaxi La Maná, whose research is aimed at all the bakeries in Canton with the objective is to determine the feasibility of the production, marketing and profitability, to seek improvements in the economy of Canton, this research takes as its starting point the problems identified in the bakery. We performed an exploratory study to bakeries dedicated to the production, taking into account the small companies, medium and large, the survey was conducted through questionnaires to eight producers.

This analysis applied the inductive method, since the survey baker sector, and the results will be generalized to the population, the synthesis that proceeds from causes to effects of the problem so we can make recommendations to the study carried out; also used the statistical method for processing information. The techniques used are: survey, and observation. With the results obtained in the Financial Evaluation, Economic, on research, was achieved know the profitability of production of bread in the bakery and also know the tastes and preferences of consumers.

Keywords: Company, Production, Marketing, Performance, Results.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS
La Maná - Ecuador



CERTIFICACIÓN

En calidad de docente de la carrera de inglés de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal CERTIFICO que: la traducción del resumen de tesis al idioma inglés presentado por la señorita egresada: Gonzaga Sigcha Ana Lucia cuyo título versa “Producción, Comercialización y Rentabilidad del Sector Panificador y su Relación con la Economía del Cantón La Maná Provincia de Cotopaxi, Año 2011”

Lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimare conveniente.

La Maná Julio 19, 2012

Atentamente:

Lic. Fernando Toaquiza
C.I 050222967-7