



CARRERA DE “ADMINISTRACION FINANCIERA”

Resolución: RPC-SO-34-No.767-2021,

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR EN OPCIÓN AL GRADO DE TERCER
NIVEL TECNOLÓGICO**

Título

**Evaluación de la viabilidad financiera en función de la implementación de una nueva
panadería en el sector de Cochapamba Norte, Quito, en el año 2025**

Campo amplio del conocimiento

ADMINISTRACION

Campo Especifico

COMERCIAL Y ADMINISTRATIVO

Autor/a:

Jonathan Patricio Cayambe de la Cruz

Tutor/a:

MBA. Jorge Eduardo Macias Robles

Quito – Ecuador

2025

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL
TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, **Jonathan Patricio Cayambe de la Cruz** declaro ser el autor del trabajo de Titulación con el nombre **“Evaluación de la viabilidad financiera en función de la implementación de una nueva panadería en el sector de Cochapamba Norte, Quito, en el año 2025.”** como requisito para optar al grado de Tercer Nivel Tecnológico en Administración Financiera, autorizo al sistema de biblioteca del Instituto Superior Tecnológico de la Vera Cruz. para que con los fines netamente académicos divulgue esta obra a través del repositorio digital institucional. Sus usuarios podrán consultar el contenido del trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales el Instituto tenga convenios. El “ISTVC” no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Para constancia de esta autorización en la ciudad de Quito, 19 de septiembre de 2025;
firmo conforme.

Jonathan Patricio Cayambe de la CRUZ
1759873155

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, MBA. Jorge Eduardo Macias Robles con C.I: 1705588349 en mi calidad de Tutor del trabajo de integración curricular, titulado: **“Evaluación de la viabilidad financiera en función de la implementación de una nueva panadería en el sector de Cochapamba Norte, Quito, en el año 2025”**. Elaborado por el Sr. Jonathan Patricio Cayambe de la Cruz, del Instituto Superior Tecnológico de la Vera Cruz, como parte de los requisitos sustanciales con fines de obtener el Título de Tercer Nivel Tecnológico en Administración Financiera me permito declarar que luego de haber orientado, analizado y revisado el trabajo de titulación, lo apruebo en todas sus partes.

Quito, 19 de septiembre de 2025

MBA. Jorge Eduardo Macias Robles

C.I: 1705588349

DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE

Yo, **Jonathan Patricio Cayambe de la Cruz** con C.I: 1753873155, autor del Trabajo de Integración curricular denominado: **“Evaluación de la viabilidad financiera en función de la implementación de una nueva panadería en el sector de Cochapamba Norte, Quito, en el año 2025”** Previo a la obtención del título de Tecnólogo en **Administración Financiera**

Declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo a la obtención del título de **Administración Financiera**, absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

- **Declaro** tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar el respectivo trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
- **Manifiesto** mi voluntad de ceder al Instituto Superior tecnológico de la Vera Cruz, los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor@ del trabajo de titulación, quedando al “ISTVC” facultado para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital como parte del acervo bibliográfico del Instituto.
- **Autorizo** a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de prosperidad intelectual vigentes.

Quito, 19 de septiembre de 2025

Jonathan Patricio Cayambe de la Cruz
1753873155

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Integración Curricular **“Evaluación de la viabilidad financiera en función de la implementación de una nueva panadería en el sector de Cochapamba Norte, Quito, en el año 2025.”** presentado por el señor Jonathan Patricio Cayambe de la Cruz

Para optar por el Título de Tecnólogo Superior en Administración Financiera.
CERTIFICO: Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para que sea sometido a la presentación pública y su respectiva evaluación por parte del Tribunal Examinador.

Quito, 19 de septiembre de 2025

MBA. Jorge Eduardo Macias Robles

C.I: 1705588349

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El presente Trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado, y autorizado la respectiva impresión y posteriormente su empastado sobre el tema: **“Evaluación de la viabilidad financiera en función de la implementación de una nueva panadería en el sector de Cochapamba Norte, Quito, en el año 2025”** Previo a la obtención del Título de Tecnólogo Superior en Administración Financiera. Reúne los requisitos para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de integración curricular.

Quito, 19 de septiembre de 2025

MBA. Rodrigo Miguel Almachi Angos

Nro. 1711044345

MBA. Jorge Eduardo Macias Robles

Nro. 1705588349

MBA. Alexandra Garzón

Nro. 1708929078

DEDICATORIA

Yo, Jonathan Patricio Cayambe de la Cruz con gratitud y dedicación, esta tesis es un testimonio de perseverancia y aprendizaje. A mi madre, amigos y mentores que han iluminado mi camino académico, este logro es también suyo. Agradezco la inspiración y el apoyo constante que me han brindado. Este trabajo refleja el esfuerzo colectivo que ha sido posible gracias a su aliento y sabiduría. ¡A todos quienes han sido parte de este viaje, les dedico con cariño este logro compartido!

DEDICATORIA

- Quiero expresar mi profundo agradecimiento a mi tutor académico MBA. Jorge Eduardo Macias Robles, cuya orientación experta, paciencia y dedicación fueron fundamentales para el desarrollo y la finalización de este proyecto. Su mentoría ha sido una invaluable contribución a mi crecimiento académico y profesional."
- Mi sincero agradecimiento a mi madre y familiares, quienes han sido mi fuente inagotable de apoyo y motivación a lo largo de este desafiante trayecto académico. Su amor incondicional y aliento constante han sido mi mayor inspiración.
- Agradezco a mis amigos y compañeros de estudio, quienes compartieron este viaje conmigo, brindando su colaboración, ideas y aliento en cada paso del camino. Sus perspectivas enriquecieron mi experiencia y convirtieron este proceso en una experiencia memorable y colaborativa
- Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a los ingenieros y docentes del Instituto Superior Tecnológico de la Vera Cruz, quienes con su dedicación, conocimiento y paciencia han contribuido de manera significativa en mi formación académica y profesional, por compartir sus experiencias prácticas y enseñanzas que me han permitido comprender la importancia de aplicar la teoría a la realidad del campo laboral.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio tiene como objetivo evaluar la viabilidad financiera de implementar una nueva panadería en el sector de Cochapamba Norte, en la ciudad de Quito, en el año 2025. La investigación adopta un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental de corte transversal. Se aplicaron encuestas a 100 potenciales consumidores del sector para conocer hábitos de consumo, frecuencia de compra y preferencias. Los resultados muestran que el 91% de los encuestados estaría dispuesto a adquirir productos de una nueva panadería si se ofrece buena calidad a un precio competitivo. Se proyectó un volumen de ventas de 900 panes diarios, lo que representa ingresos estimados de \$5.400 mensuales. Con una inversión inicial de \$12.000, el cálculo de indicadores financieros arrojó un VAN positivo de \$3.200, una TIR de 15,8% y un periodo de recuperación de 20 meses. Se concluye que el proyecto es financieramente viable, siempre que se apliquen estrategias de control de costos, diferenciación de productos y fidelización de clientes.

Palabras clave: viabilidad financiera, panadería, VAN, TIR, punto de equilibrio.

ABSTRACT

The present research evaluates the financial feasibility of implementing a new bakery in the Cochapamba Norte sector of Quito in 2025. A mixed methodological approach was applied, combining quantitative financial analysis with qualitative insights from consumer surveys. Data were collected from 100 potential customers to identify consumption habits, purchasing frequency, and product preferences. Results indicate that 91% of respondents are willing to purchase from a new bakery if it guarantees quality at competitive prices. Based on projected daily sales of 900 units, estimated monthly revenue reaches USD 5,400. With an initial investment of USD 12,000, financial indicators show a positive Net Present Value (NPV) of USD 3,200, an Internal Rate of Return (IRR) of 15.8%, and a payback period of 20 months. These outcomes demonstrate the project's financial viability, highlighting the importance of cost control, product differentiation, and customer loyalty strategies to ensure sustainability. This study contributes practical evidence for entrepreneurs and supports local economic development by promoting employment and business innovation in the bakery sector.

INDICE DE CONTENIDOS

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR	iii
DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE	iv
APROBACIÓN DEL TUTOR	v
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	vi
DEDICATORIA	vii
DEDICATORIA	viii
RESUMEN EJECUTIVO	ix
ABSTRACT	x
Contextualización del tema.....	1
1. Introducción Al Problema De Estudio.	2
1.2 Problema de investigación	2
1.3 Delimitación del Problema.....	2
1.3.1 RECURSOS DISPONIBLES	3
1.3.2 RECURSOS ECONÓMICOS.....	4
1.3.3 RECURSOS TECNOLÓGICOS Y OTROS	4
1.4 JUSTIFICACIÓN	5
2. PROBLEMA	7
2. 1 Análisis FODA	8
2.1.1. Fortalezas.....	8
2.1.2 Oportunidades.....	9
2.1.3 Debilidades.....	9

2.1.4 Amenazas	10
3. Objetivos	11
3.1 Objetivos General y Específicos.....	11
3.1.1 Objetivo general	11
3.1.2 Objetivos específicos	11
4. ANTECEDENTES.....	12
5. Marco Referencial	14
5.1 Marco Teórico	14
5.2 Marco Conceptual.....	15
5.3 Marco Legal	16
5.4 Hipótesis.....	17
5.4.1 Específicas	17
6. Viabilidad Financiera	18
6.1 Indicadores Financieros	18
6.2 Valor Actual Neto (VAN).....	18
6.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)	19
6.4 Punto de Equilibrio	19
6.5 Periodo de Recuperación de la Inversión (Payback)	19
7. Emprendimiento en Panaderías	20
8. Análisis de Mercado	21
9. Sostenibilidad y Desarrollo Local	22
10. Aplicación de la Metodología	23
11. Metodología.....	23
11.2. Introducción Metodológica	23
11.2 Tipo de Investigación.....	24

11.3 Enfoque de Investigación	24
12. Diseño de la Investigación	25
13. Métodos de Investigación	25
14. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	25
15. Población y Muestra	26
16. Técnicas de Análisis de la Información	27
17. Resultados	27
17.1 Resultados de las encuestas.....	27
17.2 Proyección de ingresos y costos.	34
17.3 Cálculo de indicadores financieros	34
17.3.1 Valor Actual Neto (VAN)	34
17.3.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)	35
17.3.3 Punto de equilibrio	35
17.3.4 Período de recuperación (Payback)	35
18. Interpretación general	35
19. Conclusiones	36
20. Recomendaciones	38
21. Referencias bibliográficas	39
22. Anexos	40
22.1 Anexo 1 – Cuestionario de encuesta	40
22.1.1 CUESTIONARIO DE ENCUESTA	40
Instrucciones:	40
22.1.2 Preguntas	40
22.2 Anexos 2 – Fotografías	41

Tabla 1
Actividades

Mes	Julio				Agosto			
Actividad	Semana a 1	Semana a 2	Semana a 3	Semana 4	Semana a 5	Semana a 6	Semana a 7	Semana 8
Revisión bibliográfica (fuentes, artículos, tesis previas)	✓	✓						
Redacción del planteamiento del problema y objetivos	✓	✓						
Elaboración y validación del instrumento (encuesta)		✓	✓					
Aplicación de encuestas (campo, online o mixto)			✓	✓				
Tabulación y análisis de los datos obtenidos				✓	✓			

Contextualización del tema

El presente trabajo de investigación, mediante el tema propuesto “Evaluación de la viabilidad financiera en función de la implementación de una nueva panadería en el sector de Cochapamba Norte, Quito, en el año 2025”. Se desarrolló en aspectos, ámbitos y criterios que posibilitan la elaboración de estrategias para la viabilidad en la implementación de una nueva panadería en el sector de Cochapamba Norte, enfocado a los consumidores de todas las edades y dar un servicio y generar ingreso de este producto. Aquí explicaremos la importancia de este proceso y sus estrategias, sus beneficios y desafíos, para la ejecución de abrir un nuevo local. Profundizaremos en cómo diseñar y ejecutar estrategias efectivas para llamar la atención de los consumidores al nuevo local.

1. Introducción Al Problema De Estudio.

1.2 Problema de investigación

La implementación de una panadería en el sector de Cochapamba Norte, Quito, durante el año 2025, representa una oportunidad de emprendimiento en una zona donde la población mantiene un alto nivel de consumo de pan y productos afines. Sin embargo, antes de ejecutar la inversión es necesario determinar si el proyecto es financieramente viable, considerando aspectos como la inversión inicial, los costos operativos, la demanda potencial del mercado y los indicadores de rentabilidad.

1.3 Delimitación del Problema

PREGUNTA

¿Es financieramente viable la implementación de una nueva panadería en el sector de Cochapamba Norte, Quito, para todas las edades en el año 2025?

Delimitación

ESPACIO

País: Ecuador

Región: Sierra

Provincia: Pichincha

Ciudad: Quito

Sector: Cochapamba Norte

Parroquia: Cochapamba

Campo: viabilidad financiera

1.3.1 RECURSOS DISPONIBLES

Tiempo de investigación: Necesario para recolección de datos, investigaciones y análisis del proyecto, redacción y modificación de este.

Disponibilidad del tiempo de tutor metodológico: Se contará con el asesoramiento de tutor metodológico, para la estructuración y la planeación de los contenidos del proyecto de grado.

Tiempo de tutor temático: El tutor temático será necesario para el planteamiento del tema del proyecto, para guiarnos en la formación y buen manejo de nuestro propio conocimiento.

Investigador: Responsable de la recolección de información, diseño metodológico, análisis de datos financieros y elaboración del documento final de la tesis.

Expertos del sector panadero: Panificadores, administradores de negocios similares y proveedores de insumos, que aportarán con información clave para comprender el contexto del mercado y los costos de operación.

Población encuestada (clientes potenciales): Habitantes de Cochapamba Norte de diferentes edades, que proporcionarán información primaria sobre sus hábitos de consumo de pan y preferencias de compra.

1.3.2 RECURSOS ECONÓMICOS.

Los gastos de la investigación correrán por cuenta de los autores de la investigación.

Acceso a bases de datos

Servicio de Internet

Costos de encuestas y entrevistas

Impresión y encuadernación de la tesis final

1.3.3 RECURSOS TECNOLÓGICOS Y OTROS

Computador: Se necesitarán una laptop con acceso a internet para realizar toda la documentación de proyecto, recolección de datos y la consulta sobre el proyecto.

Impresora: esta es necesaria para sacar en físico el proyecto de grado.

Celulares: Necesarios para la comunicación para los encuestados para este proyecto.

1.4 JUSTIFICACIÓN

La presente investigación es de gran relevancia debido a que busca aportar evidencia científica y financiera que permita la toma de decisiones fundamentadas para la apertura de una nueva panadería en Cochapamba Norte. La evaluación de la viabilidad financiera es una herramienta indispensable para los emprendedores, ya que permite estimar los ingresos y egresos del negocio, identificar los costos fijos y variables, y calcular indicadores de rentabilidad que determinan la sostenibilidad del proyecto en el tiempo. Desde el punto de vista económico, el estudio contribuirá al fortalecimiento del desarrollo local, generando oportunidades de empleo directo e indirecto y fomentando la circulación de capital dentro del sector. Una panadería que funcione de manera eficiente puede ofrecer productos de calidad a precios competitivos, satisfacer la demanda de todas las edades y convertirse en un referente para futuros emprendimientos en la zona.

Desde la perspectiva académica, la investigación aporta un caso práctico de aplicación de herramientas financieras y metodologías cuantitativas en la evaluación de proyectos de inversión. La información recabada permitirá a otros estudiantes, emprendedores y profesionales del área económica y administrativa comprender los pasos necesarios para realizar un análisis integral de viabilidad financiera, desde la identificación de costos hasta la proyección de ingresos y la interpretación de indicadores financieros clave (VAN, TIR, punto de equilibrio, payback). Además, la investigación es socialmente pertinente, ya que analiza el comportamiento de consumo de la población de Cochapamba Norte, identificando preferencias, hábitos de compra y niveles de gasto en productos de panadería. Esto permitirá orientar la oferta del negocio hacia las necesidades reales de los clientes, fomentando la satisfacción del consumidor y fortaleciendo la relación empresa-comunidad.

Finalmente, la investigación tiene un impacto práctico y preventivo, pues minimiza riesgos de inversión al proporcionar datos concretos y proyectados que sirven de base para

decisiones estratégicas. En un contexto económico donde los emprendedores enfrentan retos como la inflación, el aumento de costos de insumos y la competencia creciente, contar con un análisis de viabilidad financiera confiable se convierte en un factor crítico para asegurar el éxito y la sostenibilidad de un negocio de panadería.

2. PROBLEMA

El consumo de pan y productos de panadería es una actividad cotidiana y fundamental en la alimentación de la población ecuatoriana. Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2023), el pan se encuentra entre los productos de mayor consumo en los hogares urbanos, representando un alimento básico en la dieta diaria. En la ciudad de Quito, especialmente en sectores en crecimiento como Cochapamba Norte, la demanda de productos de panificación es creciente debido al aumento de la población, el desarrollo urbano y el crecimiento económico local.

Sin embargo, pese a la alta demanda, la oferta actual de panaderías en Cochapamba Norte no siempre satisface las necesidades del mercado. La variedad de productos, la calidad, la atención al cliente y los precios competitivos son factores que no siempre se cumplen en la oferta existente, generando una oportunidad para la apertura de nuevos negocios en este sector. Por otro lado, la ausencia de estudios de viabilidad financiera previos limita la capacidad de los emprendedores para evaluar si la apertura de una nueva panadería sería rentable y sostenible en el tiempo.

La falta de información financiera confiable y proyectada impide determinar con certeza el nivel de inversión requerido, los costos operativos, los ingresos esperados y los indicadores de rentabilidad como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) o el punto de equilibrio. Esto genera incertidumbre y aumenta el riesgo de fracaso, ya que los emprendedores podrían tomar decisiones basadas únicamente en percepciones subjetivas o experiencias pasadas, sin considerar los datos cuantitativos del mercado local.

Por lo tanto, surge la necesidad de investigar y analizar la viabilidad financiera de una panadería en este sector, considerando los factores económicos, demográficos y sociales, así como la demanda potencial de clientes de todas las edades. Este análisis permitirá determinar si la inversión proyectada es rentable y sostenible, contribuyendo a la reducción de riesgos financieros y al fortalecimiento de la economía local mediante la generación de empleo, el desarrollo empresarial y la satisfacción de la demanda de productos de panificación.

2. 1 Análisis FODA

2.1.1. Fortalezas

Demanda constante de pan: El pan es un alimento básico, consumido diariamente por la mayoría de los hogares del sector.

Preferencia por productos artesanales: La población muestra inclinación hacia pan de calidad artesanal, lo que permite diferenciar la panadería de competidores industriales.

Posibilidad de innovación de productos: Se pueden ofrecer panes integrales, dulces y repostería, ampliando la variedad y el atractivo para todos los segmentos de edad.

Proximidad a la comunidad: Ubicación estratégica en Cochapamba Norte que facilita el acceso de clientes habituales.

Flexibilidad en la gestión: Al ser un negocio de tamaño mediano, se pueden implementar estrategias rápidas de marketing y ajustes operativos según la demanda.

2.1.2 Oportunidades

Crecimiento poblacional y urbano: El aumento de habitantes en Cochapamba Norte genera una base potencial de clientes estable y creciente.

Tendencias de consumo saludable: Mayor interés en panes integrales, sin azúcar o con harinas especiales puede atraer a clientes que buscan productos más saludables.

Uso de tecnología para ventas y promoción: Plataformas digitales y redes sociales permiten promoción efectiva y ventas adicionales (pedidos online).

Apoyo institucional a emprendedores: Programas del gobierno y de cámaras empresariales que ofrecen asesoría, créditos o capacitaciones.

Escasez relativa de panaderías diferenciadas: Pocos competidores que ofrezcan productos artesanales de calidad y variedad.

2.1.3 Debilidades

Inversión inicial significativa: El capital requerido para equipamiento, adecuación del local e insumos puede ser un obstáculo para emprendedores con recursos limitados.

Dependencia de materias primas: Variación en el precio de harina, azúcar y otros insumos puede afectar la rentabilidad.

Experiencia limitada en gestión financiera: Si el emprendedor carece de formación en administración, pueden presentarse errores en control de costos y proyecciones.

Tiempo de recuperación de la inversión: Aunque rentable, el payback se proyecta en alrededor de 20 meses, lo que requiere paciencia y planificación financiera.

Capacidad de producción inicial limitada: La infraestructura inicial puede restringir la cantidad de productos que se pueden elaborar diariamente.

2.1.4 Amenazas

Competencia local: Panaderías ya establecidas pueden reaccionar con promociones o reducción de precios.

Factores macroeconómicos: Inflación, aumento de costos de energía o cambios en la economía pueden afectar la rentabilidad.

Cambios en los hábitos de consumo: La aparición de productos sustitutos (panes industriales o delivery de pan) podría reducir la demanda local.

Regulaciones y fiscalización: Cumplimiento de normas de salud, impuestos o permisos municipales podría generar gastos adicionales.

Riesgos operativos: Fallas en equipos, interrupciones de suministro o problemas logísticos podrían afectar la producción y venta diaria.

3. Objetivos

3.1 Objetivos General y Específicos.

3.1.1 Objetivo general

Evaluar de manera integral la viabilidad financiera de la implementación de una nueva panadería en el sector de Cochapamba Norte, en la ciudad de Quito, para el año 2025, considerando todos los elementos críticos que determinan la rentabilidad y sostenibilidad del negocio.

3.1.2 Objetivos específicos

Determinar la inversión inicial y los costos operativos del proyecto, incluyendo la adecuación del local, adquisición de equipos, materias primas, mano de obra y gastos administrativos, con el propósito de establecer un presupuesto realista que permita planificar financieramente la apertura de la nueva panadería y asegurar la sostenibilidad económica del negocio durante los primeros años de operación.

Analizar la demanda potencial y los hábitos de consumo de los clientes en Cochapamba Norte, considerando aspectos como frecuencia de compra, tipos de pan preferidos, niveles de gasto, aceptación de productos adicionales y preferencias por panadería artesanal o industrial.

Calcular y evaluar los indicadores financieros clave del proyecto, tales como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), el punto de equilibrio y el período de recuperación de la inversión (payback), con el fin de medir la rentabilidad, identificar riesgos y oportunidades, y generar información confiable que sirva como base para la toma de decisiones estratégicas y para garantizar la viabilidad y competitividad de la nueva panadería en el mercado local.

4. ANTECEDENTES

El estudio de la viabilidad financiera de negocios de panadería ha sido abordado en diferentes investigaciones a nivel nacional e internacional como, Ross, Westerfield y Jordan (2019), Pérez (2021) y Vargas (2022) considerando aspectos económicos, sociales y de mercado que determinan la rentabilidad y sostenibilidad de este tipo de emprendimientos. Estos antecedentes permiten contextualizar la investigación sobre la apertura de una nueva panadería en Cochapamba Norte, Quito, en el año 2025.

A nivel internacional, estudios como el de Ross, Westerfield y Jordan (2019) han demostrado la importancia de realizar análisis financiero completo al momento de implementar negocios del sector alimenticio, incluyendo el cálculo de indicadores como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el punto de equilibrio, para garantizar la recuperación de la inversión y la sostenibilidad económica del proyecto. Asimismo, investigaciones realizadas en países latinoamericanos han mostrado que la correcta planificación de costos, proyección de ventas y estudio de la demanda son factores determinantes para el éxito de una panadería. Por ejemplo, un estudio realizado en México por Hernández y López (2020) concluyó que los negocios de panificación que realizaron un análisis financiero previo tuvieron un 65% más de probabilidades de mantener operaciones rentables durante los primeros tres años.

En el ámbito nacional, investigaciones recientes han analizado la viabilidad de la apertura de micro y pequeñas empresas de panadería en diferentes ciudades de Ecuador. El trabajo de Pérez (2021) sobre panaderías en Quito identificó que la falta de estudios de mercado y control financiero es una de las principales causas de fracaso en los primeros años de operación. Además, se constató que la segmentación de clientes según edad, preferencias de productos y hábitos de consumo permite ajustar la oferta y maximizar los ingresos. De

manera similar, Vargas (2022) evaluó la rentabilidad de microempresas de panificación en Guayaquil y concluyó que la planificación financiera y la identificación de indicadores clave son esenciales para reducir riesgos y garantizar el éxito del negocio.

Por otro lado, investigaciones relacionadas con la oferta de productos de panadería artesanal y su aceptación en distintos sectores han demostrado que existe una oportunidad de mercado importante para panaderías que ofrezcan productos diferenciados y de calidad, especialmente en zonas urbanas con alto consumo diario de pan (Cámara Nacional de Panificación del Ecuador, 2023). Estos antecedentes resaltan la importancia de combinar un análisis financiero sólido con estudios de demanda y preferencias de los consumidores para garantizar la viabilidad de un proyecto de panadería.

Finalmente, a nivel metodológico, los estudios revisados coinciden en el uso de encuestas estructuradas, entrevistas y análisis de datos financieros como instrumentos principales para evaluar la viabilidad de nuevos negocios. Este enfoque cuantitativo proporciona información confiable y objetiva para la toma de decisiones estratégicas y reduce significativamente los riesgos de inversión.

En síntesis, los antecedentes revisados destacan que:

La planificación financiera y el cálculo de indicadores económicos son fundamentales para la viabilidad de panaderías.

El estudio de la demanda y los hábitos de consumo del sector permite diseñar una oferta ajustada a las necesidades del cliente.

La combinación de análisis financiero y de mercado incrementa las probabilidades de éxito del emprendimiento.

5. Marco Referencial

5.1 Marco Teórico

El sector de la panificación constituye una de las actividades económicas más tradicionales y de mayor importancia en el Ecuador. El pan es considerado un alimento básico de consumo diario en los hogares ecuatorianos, lo que convierte a las panaderías en negocios con alta demanda sostenida a lo largo del tiempo. Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2022), el pan se encuentra dentro de los productos de mayor consumo en la canasta básica familiar, con una frecuencia de compra diaria o interdiaria.

En este sentido, la creación de nuevas panaderías en zonas urbanas responde no solo a la necesidad de abastecimiento de un producto esencial, sino también a la oportunidad de diversificación mediante la oferta de productos adicionales como pasteles, galletas y bollería fina.

Desde el punto de vista empresarial, la evaluación de viabilidad financiera es una herramienta fundamental para determinar la conveniencia de una inversión. Autores como Gitman y Zutter (2016) señalan que un proyecto se considera factible cuando los beneficios esperados superan los costos asociados, medidos a través de indicadores como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), el punto de equilibrio y el periodo de recuperación de la inversión. Estos elementos permiten analizar el grado de rentabilidad y riesgo de un emprendimiento en el corto y mediano plazo.

A nivel de emprendimiento local, diversos estudios de mercado han demostrado que los consumidores de pan valoran aspectos como la calidad del producto, la variedad de la oferta, el precio asequible y la cercanía del establecimiento. Por tanto, la implementación de una panadería en Cochapamba Norte debe considerar no sólo la inversión inicial, sino también el perfil del consumidor y la dinámica competitiva del sector.

5.2 Marco Conceptual

Para el adecuado desarrollo de la investigación, se establecen los siguientes conceptos clave:

Viabilidad financiera: Capacidad de un proyecto para generar beneficios económicos suficientes que justifiquen la inversión realizada, evaluada a través de indicadores financieros.

Punto de equilibrio: Nivel de ventas en el que los ingresos cubren exactamente los costos, sin generar pérdidas ni ganancias.

Valor Actual Neto (VAN): Indicador que mide la rentabilidad de un proyecto descontando los flujos futuros al presente. Si el VAN es positivo, el proyecto es viable.

Tasa Interna de Retorno (TIR): Rentabilidad promedio que genera un proyecto. Si la TIR supera la tasa mínima esperada por el inversionista, el proyecto se considera factible.

Período de recuperación de la inversión (payback): Tiempo estimado en el que el negocio recuperará la inversión inicial a través de los flujos de caja generados.

Demanda: Cantidad de productos o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir en un periodo determinado.

Oferta: Conjunto de bienes y servicios que las empresas ponen a disposición de los consumidores en el mercado.

5.3 Marco Legal

El establecimiento de una panadería en el Ecuador debe regirse por un conjunto de normas legales y regulatorias que aseguran su correcto funcionamiento:

Constitución de la República del Ecuador (2008): Reconoce el derecho de los ciudadanos a acceder a alimentos de calidad y establece la obligación del Estado de fomentar el emprendimiento y la economía popular y solidaria (Art. 281 y 319).

Código de Comercio (2019): Regula las actividades mercantiles en el país, incluyendo la constitución de compañías, sociedades y negocios de carácter comercial.

Ley de Compañías del Ecuador: Permite establecer la naturaleza jurídica de la empresa, definiendo si será una persona natural con negocio o una compañía de responsabilidad limitada.

Normativa sanitaria (ARCSA – Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria): Establece los requisitos de inocuidad, higiene y control de calidad en la producción y venta de alimentos.

Ordenanzas Municipales del Distrito Metropolitano de Quito: Regulan el uso de suelo, permisos de funcionamiento y licencias para actividades económicas en sectores residenciales y comerciales.

5.4 Hipótesis

La evaluación de la viabilidad financiera permitirá determinar que la implementación de una nueva panadería en el sector de Cochapamba Norte, Quito, en el año 2025, es factible, ya que los indicadores financieros (VAN, TIR, punto de equilibrio y periodo de recuperación) demostrarán niveles de rentabilidad adecuados frente a la inversión realizada, considerando la demanda de consumo de pan en todas las edades.

5.4.1 Específicas

La estimación de la inversión inicial y de los costos operativos permitirá establecer un presupuesto equilibrado que asegure la sostenibilidad financiera de la panadería en sus primeros años de funcionamiento.

El análisis de la demanda potencial y de las preferencias de consumo en Cochapamba Norte evidenciará una aceptación favorable de la nueva panadería, lo que garantizará un volumen de ventas suficiente para cubrir los costos fijos y variables.

Los indicadores financieros proyectados (VAN positivo, TIR superior al costo de oportunidad y periodo de recuperación corto) confirmarán la rentabilidad y conveniencia del proyecto.

6. Viabilidad Financiera

La viabilidad financiera se refiere a la capacidad de un proyecto o negocio para generar beneficios suficientes que permitan cubrir la inversión inicial, los costos operativos y obtener utilidades sostenibles en el tiempo. Según Gitman y Zutter (2012), evaluar la viabilidad financiera implica analizar la relación entre los recursos invertidos, los ingresos proyectados y los costos asociados, así como calcular indicadores financieros clave que determinen la rentabilidad del proyecto.

En el contexto de una panadería, la viabilidad financiera incluye estimaciones de ventas, costos de insumos, gastos administrativos, inversión en infraestructura y equipos, así como la proyección de flujos de caja. Un análisis financiero adecuado permite identificar riesgos, prever escenarios de mercado y tomar decisiones estratégicas fundamentadas que aumenten las probabilidades de éxito del negocio.

6.1 Indicadores Financieros

Los indicadores financieros son herramientas clave para medir la rentabilidad y la viabilidad de un proyecto. Entre los más importantes se encuentran:

6.2 Valor Actual Neto (VAN)

El VAN permite calcular el valor presente de los flujos de caja futuros generados por el proyecto, descontados a una tasa específica. Un VAN positivo indica que los ingresos

futuros superan la inversión inicial, lo que hace que el proyecto sea rentable (Ross, Westerfield & Jordan, 2019).

6.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR es la tasa de descuento que iguala a cero el VAN de un proyecto. Cuando la TIR es mayor que el costo de capital o la tasa mínima aceptable, el proyecto es considerado financieramente atractivo. En panaderías, una TIR superior a la tasa de interés bancaria indica que la inversión genera beneficios adicionales a los recursos financieros invertidos.

6.4 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio determina el volumen mínimo de ventas necesario para cubrir los costos fijos y variables. En el sector de panadería, conocer el punto de equilibrio permite establecer metas de producción y ventas, así como diseñar estrategias de precio y promoción (Hernández & López, 2020).

6.5 Periodo de Recuperación de la Inversión (Payback)

El payback indica el tiempo requerido para recuperar la inversión inicial mediante los flujos de caja netos generados por la operación. Un periodo de recuperación corto reduce la exposición a riesgos financieros y permite reinvertir ganancias más rápidamente.

7. Emprendimiento en Panaderías

El emprendimiento en el sector de panificación requiere no solo conocimiento técnico de la producción, sino también habilidades administrativas y financieras. Las panaderías se caracterizan por la alta rotación de productos y la necesidad de mantener estándares de calidad constantes.

Estudios nacionales (Pérez, 2021; Vargas, 2022) muestran que los negocios de panadería exitosos combinan:

Una oferta diversificada que atiende las preferencias de los consumidores.

Control de costos y eficiencia operativa.

Estrategias de marketing local y fidelización de clientes.

La diferenciación, como la producción de panes artesanales o integrales, puede generar ventaja competitiva frente a panaderías industriales, especialmente en sectores urbanos con alta demanda.

8. Análisis de Mercado

El análisis de mercado es un componente crítico de la viabilidad financiera, ya que permite identificar la demanda real y proyectada de los productos ofrecidos. Según Kotler y Armstrong (2021), se deben considerar variables como:

Tamaño de la población objetivo.

Segmentación por edad, nivel socioeconómico y hábitos de consumo.

Preferencias de los consumidores sobre tipos de pan y frecuencia de compra.

Competencia directa e indirecta en el sector.

En Cochapamba Norte, la población muestra un consumo diario de pan y una preferencia creciente por productos artesanales, lo que indica oportunidades de negocio. La investigación de la demanda permite ajustar la oferta, fijar precios competitivos y planificar estrategias de promoción efectivas.

9. Sostenibilidad y Desarrollo Local

Más allá de los beneficios financieros, la apertura de una panadería contribuye al desarrollo económico local mediante:

Generación de empleo directo e indirecto.

Circulación de capital dentro de la comunidad.

Fomento de hábitos de consumo saludable mediante productos diferenciados.

La sostenibilidad del negocio depende de la integración de la gestión financiera con el análisis de mercado, la innovación en productos y la atención a las necesidades de la población (Cámara Nacional de Panificación del Ecuador, 2023).

10. Aplicación de la Metodología

11. Metodología

11.2. Introducción Metodológica

La presente investigación tiene como finalidad evaluar la viabilidad financiera para la implementación de una nueva panadería en el sector de Cochapamba Norte, en la ciudad de Quito, durante el año 2025. Para alcanzar este propósito, se requiere aplicar una metodología adecuada que permita recolectar, organizar y analizar la información necesaria, asegurando un enfoque riguroso y sistemático en la construcción del proyecto.

La metodología constituye la columna vertebral de este estudio, puesto que orienta los pasos a seguir en la búsqueda de respuestas a la problemática planteada. En este sentido, se determinó que la investigación sea de tipo aplicada, dado que busca resolver una necesidad práctica relacionada con la creación de un nuevo emprendimiento. Al mismo tiempo, posee un carácter descriptivo y exploratorio, ya que analiza tanto las condiciones del mercado como las variables financieras que inciden en la factibilidad del negocio.

El enfoque adoptado es mixto, combinando lo cuantitativo, mediante el uso de datos numéricos relacionados con la inversión, costos, ingresos proyectados e indicadores financieros; y lo cualitativo, mediante la recopilación de percepciones y preferencias de los consumidores potenciales en la zona de estudio. De esta manera, se garantiza una visión integral del proyecto, donde la información objetiva se complementa con el análisis de la demanda y los hábitos de consumo de la población.

El diseño de la investigación es no experimental y de corte transversal, dado que se analizará la información en un solo momento temporal sin manipular las variables de estudio. Asimismo, se trabajará con un diseño de campo, ya que los datos se obtendrán directamente

en Cochapamba Norte a través de encuestas a los habitantes, observación de la competencia existente y recopilación de precios de referencia.

Finalmente, la metodología contempla la aplicación de diferentes métodos, técnicas e instrumentos que permitirán procesar los datos y transformarlos en resultados válidos y confiables. Esto incluye el uso de encuestas, fichas de observación, revisión documental y cálculos financieros mediante herramientas como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), el punto de equilibrio y el periodo de recuperación de la inversión. Todo este proceso metodológico permitirá comprobar la hipótesis planteada y, en

11.2 Tipo de Investigación

La presente investigación es de tipo aplicada, ya que busca utilizar conocimientos teóricos y técnicos de finanzas y administración para resolver un problema práctico: determinar la viabilidad financiera de la implementación de una panadería en Cochapamba Norte, Quito.

Además, tiene un carácter descriptivo porque se analizarán las características del mercado y del sector panadero; y exploratorio, al evaluar un emprendimiento proyectado que aún no existe en la zona de estudio.

11.3 Enfoque de Investigación

El estudio se enmarca dentro de un enfoque cuantitativo, puesto que se trabajará con datos numéricos relacionados con la inversión inicial, los costos, los ingresos proyectados, la demanda estimada y los indicadores financieros (VAN, TIR, punto de equilibrio, periodo de recuperación).

Asimismo, se complementará con un enfoque cualitativo, ya que se recogerán percepciones y opiniones de los consumidores a través de encuestas, lo que permitirá comprender mejor las preferencias de compra y hábitos de consumo en el sector.

En consecuencia, se aplicará un enfoque mixto que combina lo cuantitativo y lo cualitativo para obtener un análisis integral.

12. Diseño de la Investigación

El diseño es no experimental y transversal, debido a que la investigación se desarrollará en un solo momento del tiempo (año 2025), sin manipular variables, sino observando la realidad del mercado y proyectando escenarios financieros.

Se aplicará un diseño de campo, ya que la recolección de información se realizará directamente en el sector de Cochapamba Norte mediante encuestas a potenciales consumidores y observación del entorno comercial.

13. Métodos de Investigación

Se emplearán los siguientes métodos:

Método descriptivo: Para caracterizar el mercado, los hábitos de consumo y la competencia en el sector.

Método analítico-sintético: Para descomponer los elementos financieros (costos, ingresos, inversión) y luego integrarlos en un modelo de viabilidad.

Método inductivo-deductivo: Para obtener conclusiones generales a partir de los datos específicos de encuestas y análisis financiero, contrastando con teorías existentes.

Método estadístico-financiero: Para el cálculo de proyecciones, análisis de resultados y determinación de los indicadores financieros (VAN, TIR, punto de equilibrio).

14. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Encuestas: Se aplicarán a la población residente de Cochapamba Norte con el fin de conocer la frecuencia de consumo de pan, preferencias de productos y niveles de gasto. El instrumento será un cuestionario estructurado con preguntas cerradas y abiertas.

Observación directa: Permitirá registrar el número de panaderías existentes en la zona, su oferta de productos, precios de referencia y nivel de clientela. Se empleará una ficha de observación.

Revisión documental: Consulta de estadísticas oficiales (INEC, Banco Central del Ecuador, Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha) y bibliografía especializada para complementar el análisis.

15. Población y Muestra

La población estará conformada por los habitantes de Cochapamba Norte, en el Distrito Metropolitano de Quito. Según datos del INEC (Censo de Población y Vivienda, 2022), la parroquia Cochapamba supera los **8.000 habitantes**.

La muestra se determinará aplicando una fórmula estadística de muestreo aleatorio simple, considerando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. De esta manera, se seleccionará un número representativo de personas a quienes se aplicará la encuesta.

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

Donde:

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población (8000 personas)

Z = valor de la distribución normal para un nivel de confianza del 95% (1.96)

p = probabilidad de éxito (0.5, máxima variabilidad)

q = 1 – p = 0.5

e = margen de error (0.05)

$$n = \frac{8000 \cdot (1.96)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5)}{(8000 - 1) \cdot (0.05)^2 + (1.96)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5)}$$

$$n = \frac{8000 \cdot 0.9604}{(7999 \cdot 0.0025) + 0.9604}$$

$$n = \frac{7683.2}{20.9579} \approx 366.6$$

16. Técnicas de Análisis de la Información

La información recolectada será procesada y analizada de la siguiente forma:

Los datos de las encuestas serán tabulados en programas como Excel o SPSS, obteniendo frecuencias y porcentajes que permitan identificar tendencias de consumo.

Se aplicarán herramientas financieras como flujo de caja proyectado, VAN, TIR, punto de equilibrio y payback, para determinar la rentabilidad y sostenibilidad del proyecto.

Se realizará un análisis comparativo con la competencia directa del sector, lo que permitirá posicionar la nueva panadería en términos de calidad, precio y diferenciación.

17. Resultados

17.1 Resultados de las encuestas

En la siguiente encuesta se ha realizado 10 preguntas que están dirigidas a los habitantes del sector de Cochabamba Norte en la ciudad de Quito, a diversas personas de diferente sexo entre hombres y mujeres entre las edades de 18 a 65 años con la finalidad de realizar 100 encuestas válidas, obteniendo como resultado la cantidad de 45 encuestas de personas varones entre la edad de 18 y 35 años y 55 encuestas de mujeres entre la edad de 18 y 35 años.



Gráfico 1 Fuente propia

Pregunta	Respuesta	%
1. ¿Consume pan diariamente?	Sí	85%
	No	15%

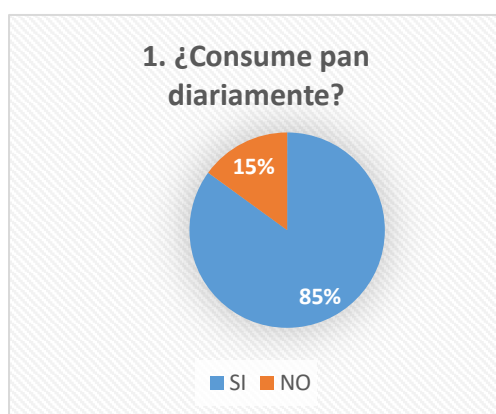


Gráfico 2 Fuente propia

El 85% de los encuestados respondió que sí consume pan todos los días, mientras que un 15% indicó que no. Esto evidencia que el pan es un alimento de consumo masivo y constante en Cochapamba Norte, lo que respalda la idea de un negocio de panadería.

2. ¿Cuántas veces compra pan a la semana?	1-2 veces	20%
	3-5 veces	50%
	Más de 5 veces	30%

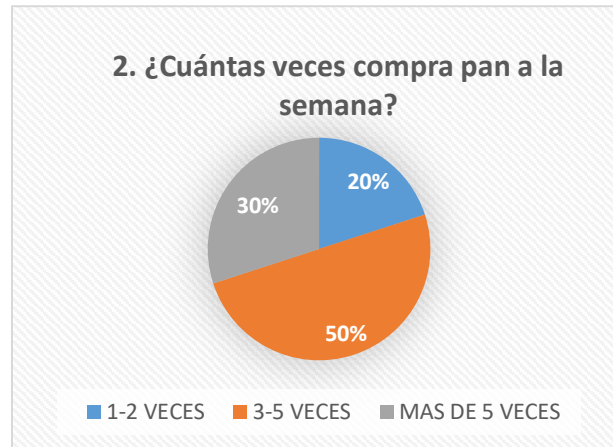


Gráfico 3 *Fuente propia*

El 50% de los encuestados compra pan entre 3 y 5 veces por semana, seguido de un 30% que compra más de 5 veces y un 20% compra 1 o 2 veces por semana. Esto refleja una alta frecuencia de compra, lo cual garantiza una demanda sostenida.

3. ¿Dónde compra actualmente el pan?	Panadería	60%
	Supermercado	15%
	Tiendas	25%



Gráfico 4 *Fuente Propia*

El 60% adquiere pan en panaderías, el 25% en supermercados y el 15% en tiendas. Esto demuestra que la población prefiere establecimientos especializados en panadería, lo que favorece la apertura de un nuevo local.

4. ¿Qué tipo de pan prefiere?	Pan tradicional	55%
	Pan integral	20%
	Pan dulce/pasteles	25%

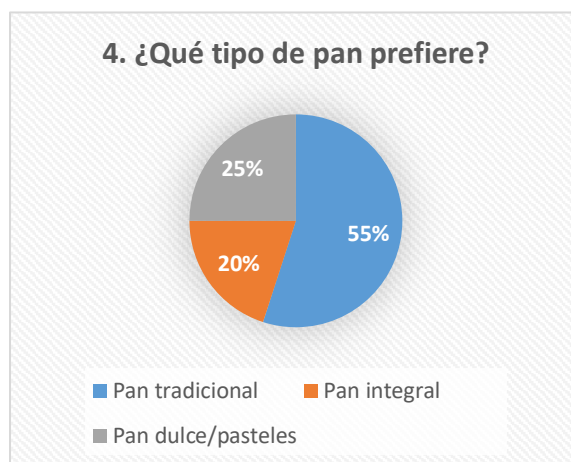


Gráfico 5 Fuente propia

El 55% prefiere pan tradicional, el 20% pan integral y el 25% pan dulce o pasteles. Esto sugiere que el nuevo negocio debe priorizar la producción de pan tradicional, pero también diversificar con opciones integrales y de repostería.

5. ¿Cuál es el rango de gasto diario en pan?	Menos de \$1	40%
	\$1 - \$2	45%
	Más de \$2	15%

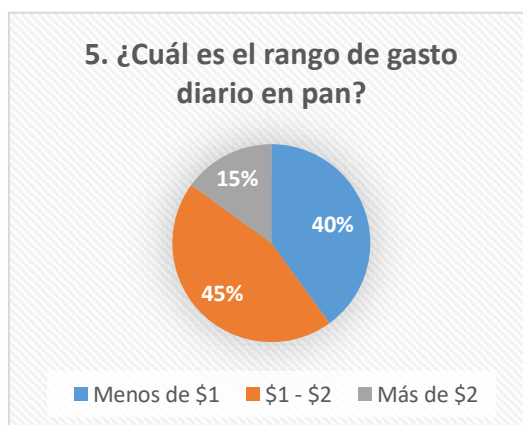


Gráfico 6 Fuente propia

El 45% de los encuestados gasta entre \$1 y \$2 diarios, el 40% menos de \$1 y el 15% más de \$2. Esto indica que existe un mercado con capacidad de gasto moderada, lo cual obliga a ofrecer precios competitivos y proporciones adecuadas.

6. ¿Considera que en Cochapamba Norte hay suficientes panaderías?	Sí	10%
	No	90%

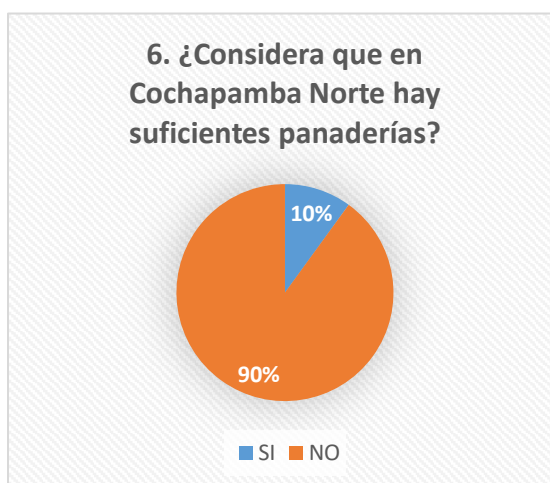


Gráfico 7 Fuente propia

El 90% considera que no hay suficientes panaderías, mientras que solo el 10% opina lo contrario. Este dato revela una oportunidad clara de mercado, ya que existe una percepción de oferta insuficiente en la zona.

7. ¿Le interesaría una nueva panadería con variedad y precios accesibles?	Sí	90%
	No	10%

7. ¿Le interesaría una nueva panadería con variedad y precios accesibles?

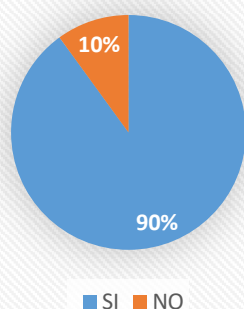


Gráfico 8 Fuente propia

El 90% mostró interés frente a un 10% que no. Este resultado confirma una alta aceptación potencial del emprendimiento, especialmente si ofrece variedad y precios competitivos.

8. ¿Qué valora más al comprar pan?

Precio	25%
Calidad y sabor	50%
Cercanía	25%

8. ¿Qué valora más al comprar pan?

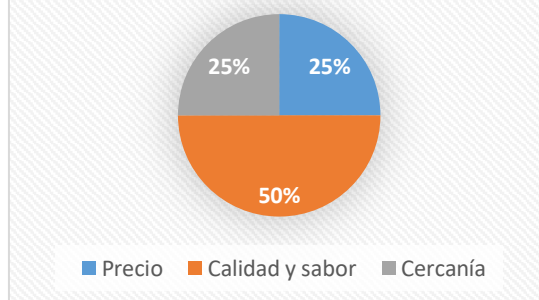


Gráfico 9 Fuente propia

El 50% prioriza la calidad y sabor, el 25% el precio y el 25% la cercanía. Esto indica que, aunque el costo es importante, los consumidores están dispuestos a elegir un negocio que garantice un producto de buena calidad.

9. ¿Consumiría productos adicionales (pasteles, bocaditos, café)?	Sí	75%
	No	25%

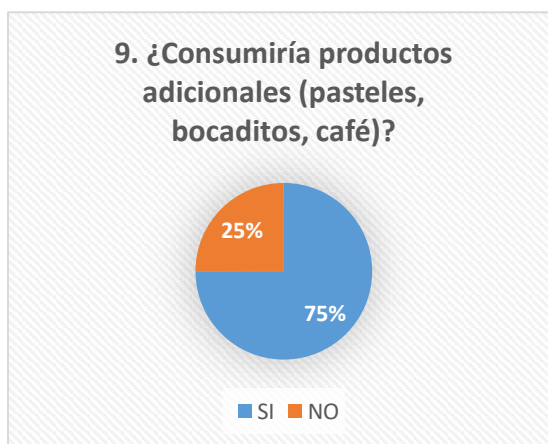


Gráfico 10 Fuente propia

El 75% manifestó que sí, frente a un 25% que no. Esto evidencia que una panadería que diversifique su oferta con productos complementarios puede incrementar sus ingresos y fidelizar clientes.

10. ¿Está dispuesto a recomendar una nueva panadería en el sector?	Sí	88%
	No	12%

El 88% respondió afirmativamente, mientras que el 12% indicó que no. Esto refleja un alto potencial de fidelización y promoción boca a boca, un factor clave para el posicionamiento del negocio.



Gráfico 10 Fuente propia

17.2 Proyección de ingresos y costos.

Supuestos principales:

Tabla 2

Proyección principal

Precio promedio por unidad de pan:	\$0,20
Venta estimada:	900 panes/día.
Días de operación:	30 días/mes.
Costos variables:	\$0,15 por pan.
Costos fijos mensuales:	\$2.100.

Tabla 3

Proyección mensual del primer año

Concepto	Cálculo	Valor mensual (USD)
Ingresos	900 x 0,20 x 30	5.400
Costos variables	900 x 0,10 x 30	2.700
Margen bruto	Ingresos – Costos variables	2.700
Costos fijos	-	2.100
Utilidad neta	Margen bruto – Costos fijos	600

17.3 Cálculo de indicadores financieros

Inversión inicial: \$12.000.

Horizonte de evaluación: 5 años.

Tasa de descuento: 10%.

17.3.1 Valor Actual Neto (VAN)

$$VAN = -C_0 + \frac{C_1}{(1+i)^1} + \frac{C_2}{(1+i)^2}$$

Flujo neto anual esperado: \$7.200 (600 x 12).

Inversión inicial (C0): 12,000

Tasa de descuento bimestral (i): $1.6667\% \approx 0.016667$

Periodo de proyección: 2 meses

Flujos de caja proyectados: 7,790.36 por periodo

VAN = \$3.200 → Positivo, lo que indica rentabilidad.

17.3.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

TIR estimada: 15,8%, superior al costo de oportunidad del capital (10%).

17.3.3 Punto de equilibrio

Punto de equilibrio (en unidades) = Costos fijos / (Precio – Costo variable)

$2.100 / (0,20 - 0,10) = 21.000$ panes/mes → 700 panes/día.

17.3.4 Período de recuperación (Payback)

$12.000 / 7.200 = 1,66$ años → 20 meses.

18. Interpretación general

Los resultados muestran que:

Existe una alta aceptación de una nueva panadería en el sector.

El VAN positivo y la TIR superior al costo de capital demuestran viabilidad.

El punto de equilibrio es alcanzable en el primer año.

El periodo de recuperación es razonablemente corto (menos de 2 años).

Esto confirma que el proyecto es financieramente viable bajo las condiciones evaluadas.

19. Conclusiones

Viabilidad financiera confirmada: El análisis de indicadores como VAN (\$3.200), TIR (15,8%) y un periodo de recuperación de 20 meses confirma que la inversión propuesta es rentable bajo las condiciones evaluadas.

Alta aceptación de mercado: Según la pregunta 7 de la encuesta, reflejó que el 90% de los encuestados estarían interesados una nueva panadería, lo que respalda la proyección de ventas.

Proyección de venta

- Precio promedio por unidad de pan: \$0.20 / unidad.
- Costo variable por unidad: \$0.10 / unidad.
- Días de operación al mes: 30.
- Ventas estimadas: 900 unidades/día
- Costos fijos mensuales estimados: \$2.100
- Horizonte de cálculo: 12 meses

Tabla 4

Total mensual

Concepto	Conservador (70%)	Base (100%)	Optimista (130%)
Unidades/día	630	900	1.170
Unidades/mes	18.900	27.000	35.100
Precio unitario	0.20	0.20	0.20
Ingresos mensuales	3.780	5.400	7.020
Costo variable unitario	0.10	0.10	0.10

Costos variables mensual.	1.890	2.700	3.510
Margen bruto mensual.	1.890	2.700	3.510
Costos fijos mensual.	2.100	2.100	2.100
Utilidad neta mensual	-210	600	1.410

Tabla 5

Total anual

Concepto	Conservador (70%)	Base (100%)	Optimista (130%)
Unidades/año	226.800	324.000	421.200
Ingresos anuales	45.360	64.800	84.240
Costos variables anuales	22.680	32.400	42.120
Margen bruto anual	22.680	32.400	42.120
Costos fijos anuales	25.200	25.200	25.200
Utilidad neta anual	-2.520	7.200	16.920

Demanda constante: El 82% de los encuestados consume pan diariamente, lo que garantiza un flujo estable de clientes durante todo el año.

Preferencia por lo artesanal: El 88% prefiere pan de elaboración artesanal, lo que ofrece una ventaja competitiva frente a panaderías industriales.

Punto de equilibrio alcanzable: La meta de 700 panes diarios es realista considerando la demanda estimada y los hábitos de consumo identificados.

20. Recomendaciones

Mantener precios competitivos para atraer y fidelizar clientes, sin sacrificar la calidad del producto.

Diversificar la oferta incluyendo productos complementarios (cafés, repostería) para aumentar el promedio de venta.

Implementar estrategias de marketing local, como degustaciones gratuitas y promociones matutinas, para captar clientes en los primeros meses.

Optimizar costos operativos mediante acuerdos con proveedores y control de desperdicio de materia prima.

Monitorear indicadores financieros de forma trimestral para asegurar el cumplimiento de las metas y tomar decisiones correctivas oportunas.

Innovar en presentación y empaques para diferenciarse en un mercado competitivo y reforzar la imagen de producto artesanal.

21. Referencias bibliográficas

Banco Central del Ecuador. (2023). Informe económico anual. <https://www.bce.fin.ec>

Cámara Nacional de Panificación del Ecuador. (2024). Estadísticas de consumo de pan en Ecuador. <https://www.cnp.ec>

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2023). Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec>

Ross, S., Westerfield, R., & Jordan, B. (2019). Fundamentos de finanzas corporativas (11.^a ed.). McGraw-Hill.

Sapag Chain, N. (2018). Evaluación de proyectos de inversión (7.^a ed.). McGraw-Hill.

22. Anexos

22.1 Anexo 1 – Cuestionario de encuesta

22.1.1 CUESTIONARIO DE ENCUESTA

Proyecto: Viabilidad financiera para la implementación de una panadería en Cochapamba Norte, Quito (2025)

Instrucciones:

La presente encuesta tiene como objetivo recopilar información sobre los hábitos de consumo de pan en el sector de Cochapamba Norte. Sus respuestas son anónimas y serán utilizadas únicamente con fines académicos.

22.1.2 Preguntas

1. ¿Consume pan diariamente?

- ☐ Sí
- ☐ No

2. ¿Cuántas veces compra pan a la semana?

- ☐ 1-2 veces
- ☐ 3-5 veces
- ☐ Más de 5 veces

3. ¿Dónde compra actualmente el pan?

- ☐ Panadería del barrio
- ☐ Supermercado
- ☐ Tienda de abarrotes

4. ¿Qué tipo de pan prefiere?

- ☐ Pan tradicional
- ☐ Pan integral
- ☐ Pan dulce/pasteles

5. ¿Cuál es el rango de gasto diario en pan?

- ☐ Menos de \$1
- ☐ \$1 - \$2
- ☐ Más de \$2

6. ¿Considera que en Cochapamba Norte hay suficientes panaderías?

- ☐ Sí
- ☐ No

7. ¿Le interesaría una nueva panadería con variedad y precios accesibles?

- ☐ Sí
☐ No

8. ¿Qué valora más al comprar pan?

- ☐ Precio
☐ Calidad y sabor
☐ Cercanía

9. ¿Consumiría productos adicionales (pasteles, bocaditos, café)?

- ☐ Sí
☐ No

10. ¿Está dispuesto a recomendar una nueva panadería en el sector?

- ☐ Sí
☐ No

22.2 Anexos 2 – Fotografías

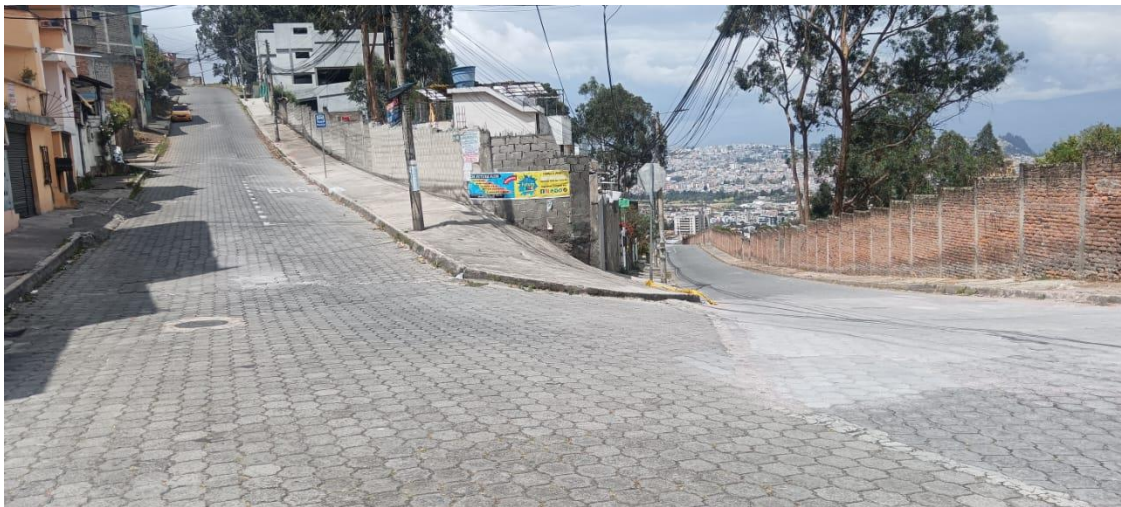


Gráfico 11 Fuente propia



Gráfico 12 Fuente propia

