

12
20/



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION

CAUSAS Y EFECTOS DE LA RECONVERSION
INDUSTRIAL EN LA INDUSTRIA PANIFICADORA
DEL DISTRITO FEDERAL.

SEMINARIO DE INVESTIGACION
ADMINISTRATIVA

Que para obtener el Título de
LICENCIADO EN ADMINISTRACION

P r e s e n t a n:

Norma Guadalupe Chavelas Murrieta
Antonio Raúl Ochoa de la Sancha

CALIDAD ACADEMICA



Profesor: L.A.E. Alfonso Suárez Rebollo

México, D. F.

1994

HECHO CON
VALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

INDICE

| | |
|---|----------|
| DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS. | 3 - 7. |
| INTRODUCCION. | 8. |
| 1.CAPITULO PRIMERO. (DATOS PRELIMINARES) | 9 - 15. |
| 1.1 Marco de referencia. | |
| 1.2 Antecedentes. | |
| 1.3 Aspectos generales de la investigación. | |
| 1.4 Determinación de los objetivos de investigación. | |
| 2.CAPITULO SEGUNDO. (MARCO LEGAL DE LAS PANIFICADORAS EN EL D.F.)..... | 16 - 21. |
| 3.CAPITULO TERCERO. (ELEMENTOS DEL MERCADO)..... | 22 - 27. |
| 3.1 Estrategia de producto. | |
| 3.2 Estrategia de precio. | |
| 3.3 Estrategia de promoción. | |
| 3.4 Estrategia de ubicación. | |
| 3.5 Programas de capacitación. | |
| 4.CAPITULO CUARTO. (INDICADORES Y ELEMENTOS ECONOMICOS)..... | 28 - 42. |
| 4.1 El empresario. | |
| 4.2 Características de las actividades del empresario de la panificación. | |
| 4.3 Características del empresario de la panificación. | |
| 4.4. ¿Por qué fracasan las panificadoras? | |
| 4.5 Estudio de mercado. | |
| 4.5.1 Perfil del estudio de mercado. | |
| 4.5.2 Objetivos específicos del estudio de mercado. | |
| 4.5.3. Estructura básica del estudio de mercado. | |
| 4.6 Análisis de la demanda. | |
| 4.7 Análisis de la oferta. | |
| 4.8 Estudio técnico de instalación de una panificadora. | |
| 4.8.1. Determinación de la localización de una panificadora. | |
| 4.8.1.1 Selección del área geográfica general. | |
| 4.8.2 Determinación del tamaño de la panificadora. | |
| 4.8.2.1 Factores que determinan el tamaño. | |
| 4.9 Estudio de ingeniería del proyecto para la panificadora. | |

| | |
|---|-----------------|
| 4.9.1 Evaluación técnica de la materia prima. | |
| 4.9.2 Acopio de la información técnica referente al producto que se desea obtener y al proceso a utilizar. | |
| 4.9.3 Elaboración del programa de producción. | |
| 4.9.4 Selección del proceso de producción. | |
| 4.9.5 Balance de materiales y de producto. | |
| 4.9.6 Especificaciones de la maquinaria y equipo. | |
| 4.9.7 Definición de la mano de obra. | |
| 4.9.8 Distribución de maquinaria y equipo en el amasijo. | |
| 4.9.9 Programa de construcción instalación y puesta en marcha de la panificadora. | |
| 4.10 Organización de la panificadora. | |
| 4.10.1 Comentarios referentes a los aspectos jurídicos. | |
| 4.10.2 Organización técnica y administrativa de la empresa. | |
| 4.11 Estudio financiero | |
| 4.11.1 Presupuestos. | |
| 4.11.2 Estados financieros proforma. | |
| 4.11.3 Evaluación financiera para el proyecto de inversión de una panificadora. | |
| | |
| 5. CAPITULO QUINTO. (EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE NORTEAMERICA Y LAS PANIFICADORAS EN MEXICO)..... | 43 - 49. |
| 5.1 Como está preparado el sector industrial para el T.L.C. | |
| 5.2 Programa Nacional de modernización Industrial y de Comercio exterior 1990-1994. | |
| 5.3 La industria del pan como pequeña y mediana empresa ante la apertura comercial. | |
| | |
| 6. CAPITULO SEXTO. (CASO DE INVESTIGACION ACERCA DE LA RECONVERSION INDUSTRIAL EN LAS PANIFICADORAS DEL D.F.)..... | 50 - 54. |
| 6.1 Determinación del tamaño de la muestra. | |
| 6.2 Resultados obtenidos. | |
| I. Gráficos porcentuales | |
| II. Análisis de correlación. | |
| III. Cuadros de significación. | |
| IV. Prueba de hipótesis. | |
| 6.3 Utilidad social. | |
| 6.4 Conclusiones. | |
| 6.5 Recomendaciones. | |
| | |
| 7. CAPITULO SEPTIMO. (APENDICES)..... | 55 - 60. |
| 7.1 Glosario de términos. | |
| 7.2 Bibliografía utilizada. | |

DEDICATORIA:

Esta tesis está dedicada a :

DIOS que es el poseedor de la gracia del ser por quien todo es posible y por quien con su bondad infinita abre los horizontes llenos de oportunidades a todo aquél que vive en el amor de su nombre.

A mis padres Eugenio Raúl Ochoa Popoca y Eloisa de la Sancha Cortés para quién no tengo palabras para expresar lo feliz que soy por ser ustedes mi mejor ejemplo y mi más importante inspiración para ser un hombre de bien.

Manuel Díaz García y Marco Antonio Díaz Popoca que aunque hayan emprendido el viaje sin retorno permanecerán siempre en el corazón de los que tuvimos la oportunidad de compartir sus ejemplos de honradéz , rectitud , y nobleza de la que solo pueden gozar los verdaderos hijos de dios.

Antonio Raúl Ochoa de la Sancha.

DEDICATORIA:

Doy gracias a DIOS porque siempre ha sido mi más grande compañero.

Doy gracias a mis padres Estanislao y Rosalva por haberme dado la vida y sobre todo porque siempre fueron mi más grande inspiración para llegar al final de mi licenciatura ya que sin su apoyo y comprensión , el camino recorrido hubiera resultado muy difícil por eso esta tesis la dedico a estos tres personajes tan importantes en mi vida.

Norma Guadalupe Chavelas Murrieta.

AGRADEZCO A:

Mis padres, Eugenio Raúl Ochoa Popoca y Eloisa de la Sancha Cortés quienes sabiendo que no existe manera de pagar todo el apoyo que me han brindado quiero que sepan que este logro que ahora obtengo es un triunfo compartido ya que sin ustedes nada hubiera sido posible.

Jorge y Fredy su apoyo incondicional.

Mis abuelos , por su apoyo incondicional y sus sabios consejos.

A ti María Antonieta que con tu cariño y comprensión me has apoyado en todo momento siendo mi más fiel compañera.

Don Antonio Contreras Arteaga y M^a Balvanera Leyva de Contreras por haber creído en mí.

A todos mis maestros que integraron mi formación profesional desde mis primeras letras hasta lo que soy, siendo una lista interminable no menciono nombres para no excluir a ninguno de ellos.

A mis amigos Francisco García Ruiz , Enrique León Chacón y Norma Chavelas Murrieta quién en su momento de han dado alegría.

Mi muy especial agradecimiento a:

Nuestro asesor de tesis:

L.A.E. Alfonso Suárez Rebollo por su profesionalismo y su gran amor por sus alumnos y por nuestra Universidad .

A la Universidad Nacional Autónoma de México y a la Facultad de Contaduría y Administración por ser mi casa durante mi formación profesional.

Antonio Raúl Ochoa de la Sancha.

AGRADEZCO A:

Gracias Guadalupe, Rosa A. , Verónica , Edith , Elizabeth , Heriberto , Ricardo, José Luis y demás familiares por haberme ayudado en momentos difíciles durante la carrera y que me hicieron ver que el encerrarse solamente en la escuela no lo es todo en la vida sino que también hay que preocuparse por la vida personal y por las relaciones humanas.

A Mario por su incomparable amistad, compañero , amigo , casi hermano, consejero en todo momento de mi vida y de mi carrera , gracias por tus palabras de aliento.

A Raúl Ochoa y al profesor Alfonso Suárez por haber compartido conmigo esta gran experiencia la cuál antes parecía un sueño pero ahora es una realidad.

Gracias a la máxima casa de estudios, la U.N.A.M. por haberme abierto sus puertas para que pudiera tener mi formación profesional.

A todos mis profesores que a lo largo de mi vida académica me transmitieron sus conocimientos y su experiencia.

Norma Guadalupe Chavelas Murrieta.

PLEBISCITO UNIVERSAL.

... Soy gracias a BSBB, por la fe que me ha dado que hasta hoy sigo confiando en ingabundante en la más profunda de mí ser .

Pido por todos aquellos que sufren y no ven una esperanza cercana a ellos.

... Por los que no tienen padres con quien compartir sus alegrías.

... Por los enfermos .

... Por aquellas naciones que están en guerra .

... Por todos los niños del mundo que son el futuro de una sociedad más justa.

... Porque todos aquellos que pisan sobre los hijos de BSBB algún día reconozcan la ley de su rostro y con esa fe , denen a la sociedad todos los beneficios haciendo buenas obras , haciendo siempre en beneficio de los demás , siendo siempre obreros y constructores de un México mejor para que nuestra vida así siempre llena de alegrías .

Toda aquel que es un verdadero hijo de BSBB siempre tendrá algo que dar y algo que recibir.

... ¡Y un día brosa en flores por las palabras de quienes quisieron hacerlos.

Antonio Raúl Ochoa de la Hucha.

Enano de 1994.

INTRODUCCION.

En la presente tesis hemos desarrollado el tema de investigación denominado "Causas y efectos de la reconversión industrial en la industria panificadora del D.F.", del cuál el empresario mexicano tiene conciencia de su problemática pero que lamentablemente no se han tomado las medidas adecuadas ante tal situación .

Por el motivo antes mencionado es que nos atrevimos a investigar seriamente este tema y siempre y en todo momento conservando los aspectos básicos de la Administración, estando así en posibilidad de proporcionar al industrial de la panificación , un panorama completo tanto del micro como el macro ambiente que le rodea y del que ya sea en forma directa o indirecta se ve influenciado y/o afectado.

La presente tesis se encuentra estructurada en siete capítulos los cuáles se explican de manera genérica a continuación:

CAPITULO PRIMERO .DATOS PRELIMINARES.

Debido a que la presente investigación no está dirigida únicamente a las personas de la industria panificadora , sino que también a los estudiosos de la Administración , en este capítulo primero damos los aspectos generales de investigación para que se pueda saber con exactitud a que nos estamos refiriendo , es decir ubicando al lector delimitando el tema.

CAPITULO SEGUNDO. MARCO LEGAL DE LAS PANIFICADORAS EN EL D.F.

Este capítulo que en apariencia carece de importancia , es todo lo contrario ya que muy poca gente conoce con exactitud cuáles son todos los requisitos que se necesitan cubrir para poder poner en marcha una panificadora o un expendio de pan dentro del D.F. , a donde acudir para realizar los trámites y que documentación es necesario presentar.

Lo anterior nos dió la pauta para dedicar un capítulo a este aspecto tan importante, porque así las personas que conozcan cuáles son , los llevarán a cabo para tener su negocio perfectamente legalizado.

CAPITULO TERCERO. ELEMENTOS DEL MERCADO.

Aquí se desarrolla las estrategias típicas de la mercadotecnia aplicadas a la industria panificadora.

CAPITULO CUARTO. INDICADORES Y ELEMENTOS ECONOMICOS.

Presentamos puntos administrativo-económicos, de producción , y financieros. Para tener conocimiento en relación a la forma de ser del empresario de la industria panificadora , como es la oferta y la demanda , aspectos de la planta productiva , y en general todo lo que gira alrededor de ello como proyecto de inversión y como realidad.

CAPITULO QUINTO. EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE NORTEAMERICA Y LAS PANIFICADORAS EN MEXICO.

Hoy en día todos sabemos de la existencia del T.L.C., pero no todos conocemos con exactitud donde se originó , en que consiste y cuales serán las reales repercusiones en la economía de nuestro país y muy en especial a la industria panificadora.

CAPITULO SEXTO.CASO DE INVESTIGACION ACERCA DE LA RECONVERSION INDUSTRIAL EN LAS PANIFICADORAS DEL D.F.

Una vez desarrollada la investigación documental , en este capítulo contemplamos lo concerniente a la investigación de campo donde veremos los resultados obtenidos así como el análisis de los mismos , también y como punto medular de la investigación comprobaremos la hipótesis de trabajo.

CAPITULO SEPTIMO. APENDICES.

En esta parte se elabora un glosario de términos para tener una mayor comprensión de lo que se está hablando y también la bibliografía consultada.

I. CAPITULO PRIMERO. DATOS PRELIMINARES GENERALES.

1.1 MARCO DE REFERENCIA.

La industria panificadora en el México contemporáneo:

1940. Muestra ésta década un México lleno de crecientes oportunidades, donde cada persona buscaba aquéllo en lo que pudiera desarrollarse, y en aquél tiempo se buscaba mejorar en todo lo mejorable.

1947-1949. Por iniciativa del Sr. Jesús Díez y el Sr. Antonio Ordóñez surgen en México las primeras panificadoras con autoservicio, que fué todo un éxito, porque eliminaba la figura del vendedor presionando la compra, y en la que la clientela hasta la fecha elige su pan con sus charolas y sus pinzas los panes de su preferencia y en la cantidad que ellos la consideran adecuada.

1980-a la fecha. Extremo incremento en la competencia, existencia de centros comerciales que cuentan con panaderías como atractivo, un gancho para la clientela.

Entra el consumidor a comprar pan hasta el fondo del establecimiento y sale con otros artículos con lo cuál la venta se justifica.

Este periodo también se caracteriza por la introducción del pan congelado de todo tipo y proveniente de los Estados Unidos o algún otro país, se exige de los industriales de la panificación estar a la vanguardia en tecnología y una amplia preparación, en aspecto mercadológico-administrativo que les pueda permitir un amplio criterio de su medio con la finalidad de innovar y adaptarse a un rápido cambio de los sistemas de trabajo así como los gustos y preferencias del público consumidor.□

El universo de investigación:

Se puede definir como la industria panificadora, aunque este término parece indicar muy poco por sí solo por lo que desglosaremos a fondo:

La industria panificadora contempla los siguientes elementos:

a) Los que abastecen el mercado con materia prima, levaduras, harinas, polvos, mejoradores, etc.

b) Los fabricantes de hornos maquinaria y demás equipo industrial para procesar la masa para pan.

c) Las factorías de pan (las que producen totalmente en forma industrial).

d) Las panificadoras (las que producen en forma mixta o semi-industrial). Que pueden ir desde pequeñas hasta grandes panificadoras.

e) Los expendios (que son negociaciones que no producen el pan sino que únicamente lo comercializan)

f) Las pastelerías en general, grandes y pequeñas.

g) Los amasijos (que son pequeños negocios que operan sin vender directamente al público por lo regular su producción es casi artesanal y en algunas ocasiones hasta clandestina).

□ CANAINPA "el mundo del pan" año 5 N°.48 Agosto 1993. pp 16-24.

h) Todos los giros complementarios a los anteriormente descritos.

Segmento de investigación:

Como se puede observar el universo es muy amplio, por lo mismo es de suma importancia delimitar el segmento de investigación, y de esta manera evitar la posibilidad de manejar múltiples variables en diferentes campos de acción.

Se ha seleccionado como segmento de investigación las panificadoras y expendios por ser los más representativos de nuestro tema de investigación, en los que se puede encontrar la mayor parte de la información requerida, y dentro de la cuál existe una mejor disposición y una mayor facilidad de acceso, dado que son las más comunes en nuestro país y propiamente en el Distrito Federal.

Tipo de investigación:

El tema que se aborda tiene matices muy claros que nos hace pensar en algo eminentemente práctico, sin olvidar desde luego todo el periodo de transición que ha tenido que ocurrir hasta la actualidad, así como los gustos y preferencias del público consumidor, dentro de un proceso histórico-social de cambio y mejora constante.

Dada la explicación anterior podemos decir que el tema de investigación es aplicada y mixta ya que iremos a fondo en forma directa al campo de acción y nos auxiliaremos en gran medida de la información documental a la que podamos tener acceso.

El papel de la tecnología dentro de las panificadoras del D.F.:

Es un hecho bien reconocido el que las empresas más exitosas suelen ser también las que utilizan la tecnología más avanzada. Sin embargo no hay acuerdo general respecto de la explicación de este paralelismo. Aunque muchos piensen que la principal razón del éxito es la tecnología, no puede negarse que la principal explicación del desarrollo tecnológico sea el éxito de las empresas que lo impulsan.

Esto muestra la complejidad del fenómeno tecnológico, que no siempre es analizado en forma global. Para muchos el concepto de la tecnología está asociado al diseño y desarrollo de productos y de los procesos para producirlos.

Pocos sin embargo reconocen la profunda conexión entre la tecnología y desarrollo empresarial: la tecnología no sólo contribuye a la realización de los productos y de los procesos productivos, sino también al desarrollo de las empresas.

Podemos asegurar que además de lo anterior, las empresas más exitosas y más avanzadas tecnológicamente son invariablemente empresas bien administradas.

La buena administración de las empresas exige entenderlas como seres vivos con mecanismos propios y el ciclo de los negocios como el fenómeno central de la administración.

Una empresa sana no sólo sobrevive sino, como todo ser vivo crece y se reproduce. Para ello debe producir beneficios suficientes para cubrir a la vez la recuperación del valor de la inversión original, la remuneración justa a los propietarios del capital y las necesidades de su propio crecimiento.

La estrategia de desarrollo debe permitir cubrir esos tres aspectos en forma continua y creciente, para que pueda hablarse de empresas sanas.

Concepto de tecnología:

La tecnología ha sido vista tradicionalmente como un conjunto de conocimientos especializados, generalmente derivados de la investigación, que tiene por objeto respaldar el proceso productivo. Los Ingenieros la entienden como un insumo del proceso, y los economistas, frecuentemente como un objeto de comercio.

Poco se ha escrito acerca del concepto que tengan sobre la tecnología los administradores de empresas. Es indudable sin embargo que en la tarea de administrar los negocios, la tecnología debe de ocupar algún papel.

El dominio de la tecnología en una organización supone la capacidad de decidir, repetir y manejar las excepciones, lo que implica saber, experimentar, registrar e interpretar y a partir de ello generar nuevas oportunidades.

A diferencia de otras visiones más tradicionales, la tecnología debe verse principalmente como una inversión y no como un insumo juxtapuesto.

Es claro que el costo de la tecnología difícilmente puede diferenciarse dentro, de una organización productiva, aún en el caso de que se obtenga por contrato y se conozcan por lo tanto los desembolsos correspondientes: el costo de la tecnología va más allá de lo que cuesten los conocimientos adquiridos de terceros, ya que el uso de los conocimientos para mejorar los resultados de las empresas exige revisarlos continuamente para adecuarlos a las circunstancias cambiantes del negocio, del mercado y del proceso productivo.

La tecnología no es el punto de partida único y lineal sino principalmente un punto de llegada. El resultado del proceso de acumulación de experiencia interpretada en función de los resultados.

La tecnología comparte muchas de las características de las inversiones tangibles: impacta principalmente a largo plazo, condiciona la rentabilidad del proceso productivo y resulta de un proceso de acumulación.

1.2 ANTECEDENTES.

En México desde hace tiempos ya muy remotos de la historia ha demostrado que dentro de su esquema alimentario básico, se encuentran el chile, la tortilla y el pan. El pan es un elemento fundamental en la vida de nuestros ciudadanos debido a que:

- a) Es sumamente económico.
- b) Es muy nutritivo, es fuente de energía.
- c) Es fácil conseguir.

Aunado a lo anterior también encontramos que el pan es toda una tradición en nuestro país, no hay una mesa Mexicana en una cena de navidad en la que no se encuentre presente el bimbo, el boloban, la telera, la concha, el zepelín, el cuernito etc. Ni tampoco fiesta de cumpleaños que no esté acompañada de un típico pastel.

El 1 y 2 de Noviembre celebramos la festividad de los fieles difuntos donde por tradición se compra el pan de muerto para "honrar la memoria de sus muertitos", y por último no podía faltar la "rosca" clásica que se utiliza para festejar el día de Reyes Magos.

En el resto del mundo encontramos vestigios de la elaboración del pan incluso en las culturas más antiguas como la Mesopotámica, Judía, los pueblos Islámicos, en la India etc.

Concretando en la situación de México es notoria la separación de los dos periodos básicos que revolucionan el concepto del pan, hasta el año de 1920 la producción artesanal caracterizada por la elaboración del pan a mano y el cocimiento en hornos de tabique ya sea de leña, del tipo calabacero o alguno que le sea similar en la que el sistema de trabajo se daba de forma gremial, existiendo la figura del maestro oficial y los ayudantes.

A partir del año de 1920 con la introducción de los hornos de columpios comienza la etapa industrial en el ramo de la panificación que se caracteriza por el uso de hornos que tienen gran capacidad de producción y máquinas especializadas para la elaboración de los diferentes tipos de pan.

Es importante resaltar que los pioneros en la industria panificadora tanto como fabricantes de pan como fabricantes de maquinaria para panaderías son:

Fabricantes de maquinaria:

En Europa:

Pietroberto (Italia)
Pecles (Inglaterra)
Maren (España)
Mahot (Francia)
Tubantia (Holanda)
Unimix (Alemania)

Fabricación de pan:

Panaderías el Globo.
Panificadora la Luna.
Panificadora el Molino.

En la actualidad las condiciones han cambiado es muy importante la participación de los fabricantes de maquinaria y equipo para la industria panificadora y del cual hacemos la siguiente clasificación.

Fabricantes de maquinaria:

En Europa y América:

Pietroberto (Italia)
Koning (Alemania)
Hobart (Estados Unidos de Norteamérica)

Fabricantes de maquinaria en México:

Maquinaria Overena (Marcelino Echenique)
Industrias Ramón Carrillo (Ramón Carrillo)
Maquinaria Técnica Industrial
Industrias Alpha
Maquinaria Azteca (Raúl Ochoa Popoca)
Homa Industrial Mexicana (José López Rodríguez)

Fabricantes de hornos en Europa y América:

Hornos Scirocco
Hornos Zucchelli
Hornos Hobart
Hornos Polin

Fabricantes de hornos en México:

**Maquinaria Azteca
Industrias Cárcamo
Y otros.**

1.3 ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACION.

Tópico principal : Reconversión industrial.

El tema de investigación: Causas y efectos de la reconversión industrial en la industria panificadora del D.F.

Planteamiento del problema: ¿Por qué la industria panificadora se reconvierte?

Derivado de lo anterior se pueden desprender diferentes interrogantes que vienen a complementar el planteamiento inicial del problema tales como:

¿Cuál ha sido el resultado del equipamiento en la reconversión industrial en la industria panificadora del D.F. ?

- a) En lo económico.
- b) En el aspecto de la productividad.
- c) En cuanto a imagen.
- d) En lo social.
- e) En otros aspectos.

¿Cuál es la real ventaja de reconvertir las panificadoras?

¿Qué contempla la reconversión en la industria Panificadora en el D.F.?

Esta investigación obliga al manejo de variables las cuáles debido a su complejidad en el estudio se han dividido en dos tipos:

Variables controlables:

El costo del pan por unidad producida.
El nivel óptimo de producción.
El costo de inversión y periodo de recuperación.
La imagen del negocio en cuanto al aspecto mercadológico y estructural.
La localización geográfica.
Costos fijos
Mano de obra

Variables no controlables:

La estacionalidad económica de la industria (temporada buena y temporada mala)
Regulaciones en cuestión de precios por parte de SECOFI

Importaciones de pan y pasteles congelados

La competencia

Preferencias y gustos del consumidor.

Hipótesis de trabajo: Ht=La utilización de hornos y maquinaria disminuye el costo e incrementa el margen de utilidad.

Hipótesis alternativa: H1=La industria panificadora del D.F. se reconvierte para mejorar la calidad de su producto y por consiguiente incrementar sus ventas y sus márgenes de utilidad.

Esta hipótesis demostraría que el incremento de las ventas y la utilidad actúan en forma directamente proporcional al incremento en la calidad de su producto.

Esta hipótesis alternativa involucra las siguientes variables:

- a) Nivel de ventas (variable dependiente)
- b) Utilidades (variable dependiente)
- c) Calidad del producto (variable independiente)

Segunda hipótesis alternativa: H2=La reconversión en la industria panificadora se debe a que sirve como regulador de la capacidad de producción requerida en periodos estacionales).

Variables que involucra:

- a) Niveles de producción estacionales (Variable dependiente)
- b) Capacidad de producción estacional.(Variable dependiente)
- c) Periodo estacional (Variable independiente)

Hipótesis nula: La utilización de hornos y maquinaria no disminuye el costo ni incrementa el margen de utilidad, sino que esto es causa de otra cosa.

1.4 OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACION.

Como es sabido , toda investigación requiere que tenga bien definidas sus directrices , para tal efecto es importante que quede claro el objetivo general así como los objetivos parciales o particulares.

Objetivo general: Evaluar las condiciones que propician y motivan la reconversión industrial en la industria panificadora del D.F. así como sus efectos.

Objetivos particulares:

a)Objetivo social:

Proporcionar un instrumento documental que contenga los elementos básicos además de dar una idea clara de lo que son las panaderías , y el porque de la utilización de maquinaria, hornos y demás equipo dentro de esta rama industrial , de modo tal que a las personas interesadas en abrir fuentes de empleo como las referidas , lo lleve a cabo con absoluta seriedad y madurez , considerando los factores propios que permiten una correcta reconversión industrial que haga de ellos buenos industriales , y de sus panaderías negocios productivos , modernos e industrializados, con la mejor calidad de sus productos y servicios.

b)Objetivo didáctico:

Dotar de elementos básicos a estudiantes e investigadores en cuanto a la reconversión industrial en la industria panificadora del D.F. , que pueda servir como base para estudios de mayor profundidad tendientes al mejoramiento de esta rama industrial , o simplemente para mostrar un amplio panorama del por qué y de qué manera las panaderías del D.F. continúan con su proceso de mejora continua y desarrollo tecnológico.

c)Objetivo cultural:

Dotar al lector de un amplio criterio en cuanto al tópico de la reconversión industrial , que le permita comprender la importancia de la calidad total , los procesos de mejora continua , la utilización de nuevas tecnologías , la productividad , y en cierta forma que propicie el cambio de mentalidad que haga de nuestros ciudadanos buenos empresarios , y a la postre , una sociedad industrializada y productiva.

CONCLUSIONES :

Podemos resumir lo anterior en lo siguiente:

Toda investigación formal que se lleve a cabo debe de tener una dirección y una utilidad real , debe de cumplir con el objeto social , didáctico , cultural , etc. que motiva a su aplicación , en pocas palabras , una investigación que no pueda tener una aplicación real que pueda beneficiar a la sociedad , es algo poco valioso.

Para darle ese valor agregado a las cosas es que delimitamos en primera instancia todo aquello que es necesario conocer para tener cuando menos una idea fundamental del tema que se trata así como su evolución en el proceso histórico y social de que es objeto todo lo que nos rodea , es de suma importancia en este primer segmento , que el lector sepa con una exactitud bastante amplia los siguientes aspectos:

- a)Cuál es el tópico.
- b)El tema de investigación.
- c)Un marco de referencia , que permita al lector ubicarse rápidamente en el objeto a investigar.
- d)Los antecedentes más generales que permitan visualizar el proceso de cambio hasta la situación más actual.
- e)El objetivo al que se pretende llegar.
- f)Los objetivos parciales o particulares que hagan posible la realización del objetivo general.

2. CAPITULO SEGUNDO. MARCO LEGAL DE LAS PANIFICADORAS DEL D.F.

Como todos sabemos cuando un negocio va a comenzar sus operaciones , en este caso las panaderías y los expendios , deben de cumplir con ciertos requisitos legales, por lo tanto es importante contemplar dentro de este capítulo lo concerniente a este contexto.

Abordaremos los diferentes trámites que de acuerdo con la Camara Nacional de Comercio se deben de cumplir.

TRAMITES PARA DAR DE ALTA UN NEGOCIO EN LA CIUDAD DE MEXICO.

1. Constancia de zonificación:

Documento expedido en el registro del pan , director para el desarrollo urbano del Distrito Federal de la coordinación general de reordenación urbana y protección ecológica. Hace constar si un uso del suelo está permitido , condicionado o prohibido , especificando las normas técnicas complementarias que le sean aplicables de acuerdo al programa parcial de desarrollo urbano que le corresponda haciendo destacar que existe un plano para cada delegación.

En ambos casos deberán presentar:

—Solicitud.

—Pago de derechos que determine la ley de Hacienda del D.D.F.

—Croquis de localización donde se indique el nombre de todas las calles que limiten la manzana donde se encuentra el establecimiento , superficie en metros cuadrados y orientación del mismo así como la superficie total del predio.

—Fotocopia de identificación con fotografía del solicitante.

(Art. 40 y 41 del reglamento de zonificación para el D.F.)

2. Licencia de uso de suelo:

Documento expedido por las autoridades del D.D.F por medio del cuál se autoriza el uso o destino que pretenda darse al predio o local y en ella se señalan las condiciones que de acuerdo al programa director para el desarrollo urbano se fijen en materia de vialidad , estacionamientos , áreas verdes , áreas de maniobras , y densidad de población.

Para aquellas personas que en la constancia de zonificación de uso de suelo se les condicione a obtener la licencia de uso de suelo deben de acudir a realizar este trámite , ante la delegación que corresponda al domicilio del establecimiento presentando:

—Solicitud.

—Planos arquitectónicos autorizados (con planos de distribución y localización) por cuadruplicado.

—Memoria descriptiva por cuadruplicado que consiste en la narración de las características del proyecto en sus instalaciones , estructura y acabados arquitectónicos , detallando ampliamente su ubicación , el objeto destino , y tipos de áreas.

—Estudio de la imagen urbana y proyección de las sombras que tiene por objeto regular las características de la construcción de tal manera que no alteren el contexto y el contorno urbano existente en la zona , tomando en cuenta las salientes y alturas de la construcción para precisar el impacto que proyecta la sombra. □

□ Cámara Nacional de Comercio "Trámites para dar de alta un negocio en el D.F." 1993.

Este trámite genera pago de derechos y su vigencia es indefinida mientras no cambien los usos o destinos del predio del local.

(Art. 43 del reglamento de zonificación para el D.F. y 53 del reglamento de construcciones del D.F.)

3.Registro Federal de Contribuyentes:

La inscripción se realiza en el registro Federal de Contribuyentes de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público proporcionando la información relacionada con su identidad, domicilio y en general de sus situación fiscal. La solicitud debe presentarse a través del buzón fiscal que corresponda a la administración local de su domicilio fiscal, en original y copia forma HRFC1, formulario de uso múltiple dentro del mes siguiente al día en que se efectúen las situaciones que a continuación se indican:

-Para personas morales residentes en México, a partir de que se firme su acta constitutiva, debiendo acompañar copia certificada de la misma solicitud.

-Para personas físicas, así como las morales residentes en el extranjero, desde que se realicen las situaciones jurídicas de hecho que den lugar a la presentación de declaraciones periódicas (apertura).

Las personas físicas deben de presentar a la solicitud, el acta de nacimiento en original y copia certificada.

Este trámite no genera pago de derechos.

(Art. 23 del Código Fiscal de la Federación, 14, 15 y 16 del Reglamento del Código Fiscal de la Federación)

4.Padrón delegacional:

Registro que llevan las delegaciones del D.D.F. para conocer los establecimientos mercantiles que se encuentran ubicados dentro de la circunscripción territorial.

Una vez que ya se obtuvo la constancia de zonificación o licencia de uso del suelo deben presentarse a la delegación que corresponda al domicilio del negocio dicho documento con el original y copia del registro federal de contribuyentes para que la autoridad haga constar que quedan inscritos en el padrón citado.

Este trámite es por término indefinido y no genera pago de derechos.

(Art. 40. Fracc. III del reglamento para el funcionamiento de establecimientos mercantiles y celebración de espectáculos públicos en el D.F.)

5.Aviso de manifestación estadística:

El formato de aviso se presentará por cuadruplicado ante el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática. La información que se proporciona es con fines Estadísticos y está relacionada con la actividad propia del negocio sin que tenga efectos fiscales.

Dicha manifestación se efectuará al iniciar operaciones y posteriormente dentro del mes de enero de cada año.

(Art. 80. Ley de Informática Estadística y Geografía)

6. Alta ante la Cámara de Comercio:

De conformidad con lo que establece la ley de cámaras de comercio y de la industria aquéllos comerciantes que su actividad exceda de NS 10.00 deberán inscribirse en la Cámara de Comercio que le corresponda presentando la solicitud de inscripción del Registro Federal de Contribuyentes debidamente autorizada dentro del mes siguiente a la fecha de iniciación de sus actividades y posteriormente dentro del mes de enero de cada año. Las personas morales deberán presentar además el acta constitutiva de la sociedad.

(Art. 5o. Ley de las cámaras de comercio y de la industria)

7. Licencia sanitaria:

Es el documento expedido por la Secretaría de Salud por medio del cuál autoriza que un establecimiento opere y funcione por haber cumplido los requisitos sanitarios que exige la ley en la materia.

Tramitarán esta autorización ante la dirección general de salud pública , dirección de regulación sanitaria de la Secretaría de Salud.

Debe realizarse dentro de los 30 días siguientes a la fecha en que se dió de alta el negocio presentando solicitud en original y copia acompañada de los siguientes documentos:

—Fotocopia de alta ante la SHCP.

—Carta compromiso firmada por el propietario del establecimiento o representante legal , por medio del cuál se responsabiliza y hace constar que cumple con todos los requisitos sanitarios exigidos.

—Fotocopia de identificación que cuente con fotografía y firma del propietario del negocio o representante legal.

—Las personas morales deberán acompañar fotocopia del acta constitutiva.

—Cuando el trámite se realice por un tercero , deberá presentar carta poder debidamente requisitada e identificación que cuente con fotografía y firma.

La vigencia de esta licencia es por lo general de 2 años y deberá revalidarse 30 días antes de su vencimiento.

(ART. 368 Y 373, Ley General de Salud y Acuerdos publicados el 23 de septiembre de 1992 y 11 de enero de 1993 en el Diario Oficial de la Federación).

8. Visto bueno de prevención de incendios:

También conocido como visto bueno de bomberos. Es el documento expedido por la Secretaría General de Protección y Vialidad del Departamento del Distrito Federal por medio del cuál hace constar que el establecimiento cumplió con los requisitos preventivos de incendios que exige el reglamento de construcciones del Distrito Federal.

Se presenta la solicitud y fotocopia del Registro Federal de Contribuyentes: la autoridad practicará una verificación en el negocio para cerciorarse que cumple con los requisitos exigidos en el reglamento citado.

La vigencia de este documento es anual por lo tanto deberá renovarse sugiriendo que sea con 10 días de anticipación al vencimiento.

(Art- 116 del reglamento de construcciones del Distrito Federal.)

9.Declaración de apertura:

Es la manifestación que se debe hacer en forma previa al inicio de actividades ante la Delegación que corresponda al domicilio del negocio que se encuentra bajo su jurisdicción territorial para que se le registre y autorice la actividad respectiva.

Aquellos giros o establecimientos que no requieran licencia de funcionamiento deberán presentar esta declaración presentando solicitud acompañada de los siguientes documentos:

- Registro Federal de Contribuyentes.
- Constancia de uso de suelo.
- En su caso licencia de uso del suelo.
- Licencia sanitaria.
- Título de propiedad o contrato de arrendamiento.

La vigencia de esta declaración es indefinida y no genera pago de derechos.

(Art. 131 del reglamento para funcionamiento de establecimientos mercantiles y celebración de espectáculos públicos del Distrito Federal)

10.Licencia de anuncio:

Es la autorización expedida por la Delegación correspondiente para la fijación , instalación , colocación ampliación , modificación , de anuncios permanentes.

11.Traspaso:

Cuando se adquiere un expendio que es un local rentado por traspaso el adquiriente o nuevo propietario deberá solicitar a la delegación que corresponda al domicilio del negocio dentro de los diez días hábiles siguientes a la fecha en que se haya efectuado la cesión de derechos , expida a su nombre la licencia o declaración de apertura o inscripción en el padrón delegacional presentando:

- Solicitud.
- Licencia respectiva.
- Documento traslativo de dominio.

(Art. 133 del reglamento para el funcionamiento de establecimientos mercantiles y celebración de espectáculos públicos del Distrito Federal)

12.Programa de protección civil:

Los propietarios de inmuebles que por su propia naturaleza o por el uso al que sean destinados , reciban una afluencia masiva y permanente de personas están obligados a preparar un programa específico de protección civil , conforme las disposiciones del programa general , contando con la asesoría técnica del Departamento del Distrito Federal a través de la delegación que corresponda al domicilio del negocio.

La vigencia del programa que se establezca es por término indefinido.

(Art. 6 y 40 del reglamento de protección civil)

13. Trabajadores y empleados:

Si en el negocio que se va a establecer se requiere de tener empleados deberá formularse un contrato individual de trabajo.

El patrón tiene las obligaciones de darlos de alta en el registro federal de contribuyentes.

El patrón tiene la obligación de obtener su registro patronal ante el Instituto Mexicano del Seguro Social y del INFONAVIT.

Se deberán efectuar el pago del 2% del SAR.

Debe de dar aviso a la Administración Tributaria Local de la Tesorería del Departamento del Distrito Federal que corresponda al domicilio del negocio que será sujeto al impuesto sobre la renta y demás que le sean aplicables.

14. Requisitos de las visitas de inspección:

Las autoridades tienen la facultad de ordenar que se practiquen la visitas de inspección en el objeto de corroborar que se cumplan con las disposiciones legales vigentes cumpliendo los siguientes requisitos:

- Presentación del oficio de comisión.
- Identificación del inspector.
- Designación y presencia de testigos.
- Como conducirse durante la visita de inspección.
- Levantamiento y contenido del acta de inspección.

Al concluir la inspección se procederá a firmar el acta los que intervinieron quedándose con una copia el visitado.

FORMA EN LA QUE UNA PANIFICADORA SE PUEDE CONSTITUIR.

Como sociedad:

Para que se constituya como una sociedad es necesario que sea elaborada y se le dé fe pública al acta constitutiva, la cuál como se pudo apreciar es uno de los requisitos solicitados para la realización de algunos de los trámites enlistados anteriormente para dar de alta una panificadora. En seguida se muestran algunos puntos que debe de contener el acta mencionada:

- Nombre.
- Nacionalidad.
- Domicilio del negocio.
- Objeto de la sociedad.
- Su razón o denominación social.
- Duración.
- Importe del capital social.
- La expresión de lo que cada socio aporte en dinero o en otros bienes.
- La manera de cómo ha de administrarse la sociedad.
- La manera de distribuir las utilidades.

Como persona física:

Estas personas deberán de darse de alta como personas físicas con actividad empresarial y regularse bajo el título cuarto de la Ley del Impuesto Sobre la Renta.

CONCLUSIONES:

El marco legal de cualquier actividad es de suma importancia ya que marca la directriz del por qué determinadas cosas tienen que ser de una manera específica, esto tiene una respuesta muy clara, toda actividad debe de guardar respeto a los intereses privados y públicos, conservar los preceptos moralistas económicos y demás incluyendo los de seguridad y protección civil.

El que las empresas Mexicanas cumplan con estos requisitos tienen como aspecto positivo el dirigirlos a la meta de ser competitivos, con los elementos mínimos de seguridad e higiene, que sus construcciones no alteren la ecología y en términos generales al ecosistema del que son parte, en fin existen múltiples ventajas, pero por otro lado también múltiples desventajas porque existen muchos negocios a nivel pequeño y micro, que difícilmente pueden reunir todos estos requisitos y son sujetos de chantajes y corrupción de una manera continua por parte de las mismas autoridades de forma que esto propicia un lento desarrollo y baja competitividad, frente al tratado de libre comercio, vemos que demasiada regulación lo único que propicia es poca competitividad y un pésimo fomento a la inversión.

Este tema que ahora forma parte de las conclusiones al capítulo está reservada a desarrollarse a fondo en el capítulo que se refiere exclusivamente al Tratado de Libre Comercio de Norteamérica y sus efectos en las panificadoras de México.

3. CAPITULO TERCERO. ELEMENTOS DE MERCADO.

Concepto de estrategia:

Son todos los modelos de objetivos , metas y de las políticas principales para alcanzar esas metas , establecidas en tal forma que defina lo que es o lo que debe ser el negocio de la empresa y el tipo de empresa que es o que debe de ser.

3.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO.

Concepto de producto:

Es todo aquello que puede ofrecerse en un mercado para atraer la atención de la gente y puede comprender objetos físicos servicios , personalidades , lugares , organizaciones e ideas. En el caso de las panificadoras el tipo de producto que ofrecen son los bolillos , las teleras , zepelines, entre otros y que forman parte de lo que comúnmente se le ha denominado como pan blanco , además del pan de dulce , pasteles y galletas.

Esta serie de productos por sus características se pueden clasificar como productos no duraderos ya que son consumidos en una o cuando más en dos ocasiones. Además de encerrar en él el concepto de que son productos de consumo básico por ser comprados con regularidad debido a que son parte de la "tradicional dieta Mexicana".

Ciclo de vida de los productos fabricados por la industria panificadora del D.F.

PRIMERA ETAPA: Introducción.

A partir de este momento ya juega un papel de suma importancia la reconversión industrial ya que el uso de hornos y maquinaria propicia una mejor calidad en el producto final , una mejor textura , color , olor , sabor etc.

El trabajar el pan al sistema artesanal es decir en forma manual puede provocar un lento avance debido básicamente a:

- a) Limitada capacidad de producción.
- b) Problemas técnicos debido a tiempos muy largos de la elaboración del producto.
- c) Escasa diversidad de pan.
- d) Mala imagen empresarial.

Es importante mencionar que el industrial de la panificación en el D.F. desde hace ya algunos años ha optado por iniciar esta primera etapa con alguna maquinaria de tipo rústico o "hechizo" y de poca capacidad de producción y cocer el pan en algún horno pequeño o incluso en una estufa , esto se debe a que en el inicio de todo negocio es difícil en su primera etapa debido a la insuficiencia de dinero.

SEGUNDA ETAPA: Crecimiento.

Es la etapa donde las ventas se incrementan a un ritmo creciente , la competencia aumenta y las utilidades alcanzan el nivel máximo lo cual indica que el nuevo producto satisface al mercado.

Lo anterior se puede lograr pero sin olvidar que en esta etapa ya con mayores recursos monetarios , un mercado cautivo , y experiencia , es necesario aplicar el concepto de la reconversión industrial.

Así es, llegó el momento de adquirir maquinaria y hornos para cumplir con los siguientes objetivos planeados:

- a) Incrementar la calidad del producto e incorporarle otros valores y modelos.
- b) Lograr obtener nuevos sectores de mercado.
- c) Darle una mayor publicidad enfocándolo a crear una mayor convicción sobre el producto.

Para lo anterior es sabido que la maquinaria especializada de la que se ha mencionado es:

Para el mezclado:

Amasadoras de tipo araña y tipo espiral:

Esta maquinaria cumple la función de realizar un mezclado homogéneo entre los diversos componentes de la masa (tales como: agua , leche , huevo , harina , etc.

Amasadoras tipo espiral y refinadoras de rodillos: Para darle un acabado fino a la masa del pan Francés.

Batidoras: Utilizadas para la elaboración de la masa de los pasteles y el "montado del huevo"

...Y entre otras:

Laminadoras , boleadoras , rompedoras de huevo , cortadoras , churreras.

..Y de hornos.

Hornos de columpios , normalmente utilizados para el cocimiento del pan de dulce , giratorios o estáticos de carro espigero completo especiales para alta producción de pan Francés.

TERCERA ETAPA: Madurez.

Si se ha llevado a cabo una correcta reconversión es relativamente fácil poder llegar a un periodo de madurez con estabilidad debido a que el pan es un producto básico de consumo estable durante casi todo el año.

Pero aún que existiera estabilidad siempre es importante aplicar las siguientes estrategias en este periodo:

- a) Mejora de la calidad del producto.
- b) Perfeccionamiento de valores.

CUARTA ETAPA: Declinación.

Esto sucede cuando las ventas al igual que las utilidades están en descenso.

La declinación de las ventas puede ser lenta o rápida , o puede llegar a estancarse en un nivel inferior por mucho tiempo.

Las ventas pueden declinar por causa de nueva tecnología o de nuevos productos , con innovaciones en el estilo , forma , color , olor , sabor , etc. y que pueden llegar a ser verdaderos sustitutos de otros productos en el mercado.

Es raro que una panificadora "quiebre" por lo regular cuando esto ocurre se debe a las siguientes causas:

- a) Mala reconversión debido al desconocimiento en cuanto al uso de la maquinaria y equipo apropiado.
- b) Mala imagen del negocio.
- c) Mala atención al público.
- d) Y en general una inadecuada administración del negocio.

3.2 ESTRATEGIA DE PRECIO:

En cuanto a la estrategia de precio podemos resaltar como algo importante el hecho de que para las panificadoras el bolillo hasta hace poco tiempo representaba un producto con poco o casi nulo margen de utilidad debido a que su precio era controlado y tenían que ofrecer un producto con características similares pero a más alto precio , a la larga la consecuencia más normal es un bajo nivel de ventas. Aquí uno de los puntos más sobresalientes de lo que es la reconversión industrial.

Con el surgimiento de los hornos verticales ya sea de tipo estático o del tipo giratorio , en el que se introduce el carro espiguero contenedor del pan en una sola operación , ha hecho del bolillo no solo un producto rentable sino que lo ha convertido en el "gancho" principal para poder vender el resto de sus productos.

Pero ¿qué es lo que tienen de extraordinarios estos hornos? , ¿cuál es el real papel que han jugado dentro del creciente proceso de la reconversión industrial? , veámoslo al detalle:

Productividad:

Un horno de estas características es capaz de cocer hasta 432 piezas de pan en un lapso de tiempo no mayor de 15 minutos , en tanto que el tradicional horno de columpios de 24 charolas tiene una capacidad máxima de 288 piezas en el mismo lapso de tiempo esto ya implica una producción de 50% superior , y si nos basamos en el más profundo sentido de la productividad , se cumple la condición porque se produce más con los mismos recursos.

Economía:

La utilización de los hornos verticales rebasan en economía al horno de columpios y muchísimo más a los ya muy viejos hornos de ladrillo.

La clave es muy sencilla el horno de 36 charolas tiene una cámara de cocción de 9 metros cúbicos mientras que el tradicional horno de columpios utiliza 12 metros cúbicos esto necesariamente implica un consumo de combustible de un 25% más que el horno vertical , pero esto no es lo único , el horno de columpios requiere de introducir y extraer cada charola en forma independiente en el proceso de cocción , mientras que en el horno vertical se introduce y se extrae en una sola operación.

Calidad:

Dados los puntos anteriores sólo falta mencionar el de la calidad, por su técnica y con ayuda de mejorantes que ya se distribuyen en forma común para el pan blanco, los hornos verticales producen un bolillo 20% de mayor tamaño que el que produciría un horno de columpios, el vapor que produce el horno vertical da al bolillo un acabado brillante y una capa delgada que al contacto del aire se estrella lo que hace de ello un pan crujiente y con poco migajón.

....¿Pero todo esto qué tiene que ver con la estrategia de precio?

—¡Mucho!, ya que la reconversión industrial ayuda a las panificadoras del D.F. a fijar una estrategia de precio basada en una reducción de los costos de producción y operación derivado del uso de nuevas tecnologías en panificación.

El mismo caso del cocimiento del pan es aplicable a la maquinaria especializada para amasado, refinado, mezclado, batido y otras operaciones automatizadas.

3.3 ESTRATEGIA DE PROMOCION:

En cuanto a la estrategia de promoción cabe mencionar que se distinguen básicamente 3 fases de desarrollo histórico de la manera siguiente:

a) La forma más antigua que se conoce data de principios de siglo donde en un local que podía ser lo mismo fijo que ambulante, y en casilleros al estilo de vitrinas de aparador donde el vendedor se despachaba las piezas del pan.

b) A mediados de los años 40 surgen las panificadoras con autoservicio que hasta la fecha siguen funcionando, esta estrategia de promoción tiene las siguientes características básicas:

1) El pan ya no se encuentra en vitrinas sino en pasteleras abiertas de tal forma que el cliente tiene toda la facilidad para poder escoger el tipo de pan de su preferencia y en la cantidad que ellos lo deseen.

2) Se elimina la figura del vendedor presionando la venta.

3) Se promueve el reparto del pan a expensas.

4) Se vende una serie de productos complementarios dentro del mismo local.

c) La más contemporánea y de tendencia futurista es la que utilizan los centros comerciales y las grandes factorías tal como se explica:

1) En centros comerciales:

Una panificadora dentro de un centro comercial se encuentra ubicada al lado derecho y hasta el fondo, esto tiene una respuesta, que el cliente al momento de retirarse se lleve algún otro producto adicional a su bolsa de pan, con esto la panificadora es un gran atractivo de promoción propia y en forma derivada a los productos vecinos.

2) En las factorías:

Su característica principal es una producción en línea y un sistema de comercialización de alta escala, la estrategia es distribución en masa a pequeñas negociaciones tales como expendios, misceláneas, bodegas, etc. y su publicidad se lleva a cabo por los medios masivos de comunicación, como radio y televisión principalmente.

Ejemplo de estas empresas son:

- Bimbo
- Wonder
- Tía Rosa
- etc.

3.4 ESTRATEGIA DE UBICACION:

Enfocándonos al caso de la tradicional panificadora, el expendio, y la factorías que forman la mayor parte de la industria panificadora del D.F. tenemos:

a) La factoría: Esta no necesariamente debe de vender su producto donde lo fabrica, es una gran ventaja ya que se puede producir el producto incluso en otro Estado de la República Mexicana, pero veámos los requerimientos mínimos:

- 1) Que exista el servicio de agua, luz, drenaje.
- 2) Existencia de vías adecuadas de acceso.
- 3) Que el lugar de trabajo tenga las dimensiones adecuadas.
- 4) Existencia de permisos para poderse instalar allí.
- 5) En general los requerimientos legales para cualquier industria. ▣

3.5 PROGRAMAS DE CAPACITACION:

Dentro de lo que es la industria panificadora tenemos al órgano de mayor apoyo profesional en cuanto a sus diferentes variantes como lo son:

- a) Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.
- b) Cámara Nacional de la Industria Panificadora.
- c) Nacional Financiera.

La Secretaría de Comercio y Fomento industrial :

Tiene las características de ser un órgano oficial el cuál puede en determinado momento servir como regulador en las operaciones mercantiles, en ciertas ocasiones cuando se le requiere, la SECOFI puede dar programas de capacitación pero desde el punto de vista industrial y/o comercial.

La Cámara Nacional de la Industria Panificadora:

Es el órgano encargado en específico de la industria panificadora y especialmente con las panaderías, este instrumento del panadero ayuda en varios aspectos que comprenden:

*Capacitación en cuanto a la elaboración de pan pasteles, repostería, etc.

▣ L.A. M^o del Carmen Besil Jacob "La mercadotecnia y sus estrategias" Facultad de Contaduría y Administración U.N.A.M. México 1990 p.17-202

*Capacitación en cuanto al uso de nuevas tecnologías tanto de fabricación del pan , como de la maquinaria y hornos adecuados a ello.

*Capacitación en el aspecto administrativo de los negocios.

*Además de los anteriormente citados se le anexan , ferias , exposiciones.

Nacional Financiera:

Este órgano de apoyo se enfoca a los aspectos administrativos y financieros de las empresas además de otorgar créditos.

CONCLUSIONES:

En términos generales podemos decir que al igual que cualquier empresa que en la actualidad quiere ser competitiva tiene que tomar en cuenta los aspectos que nos brinda una adecuada planeación estratégica , el qué vender , dónde vender , qué producir , a qué precio fabricarlo , dónde ubicarse , cómo aplicar su publicidad ; todo eso son aspectos muy importantes que marcan la directriz de cualquier empresa , en este capítulo se mencionaron todos esos aspectos , muchas veces no basta trabajar , sino que hay que hacerlo con orden y con objetivos plenamente identificados , además de un esquema táctico perfectamente estructurado desde el momento mismo en que surge la idea de llevar a la práctica el negocio de la panificadora.

4. CAPITULO CUARTO. INDICADORES Y ELEMENTOS ECONOMICOS.

4.1 EL EMPRESARIO:

La situación económica mundial , ha obligado a que la mayoría de nosotros estemos preocupados por las actividades económicas. Todos deseamos sobresalir y prosperar , aún cuando las condiciones se hayan puesto más difíciles. Para lograrlo se requiere destinar una gran cantidad de esfuerzos aunada a una preparación adecuada que nos lleve a aprovechar mejor las oportunidades que se presentan así como a evitar o superar los obstáculos que la vida nos ofrezca.

La existencia de un conjunto prácticamente ilimitado de necesidades materiales , en combinación con la escasez de satisfactores , ha despertado el ingenio de muchos empresarios para convertir en oportunidad de progreso personal y social estas carencias. La economía estudia precisamente las relaciones entre la escasez y los satisfactores , y la infinita cantidad de necesidades materiales. Nos será útil conocer la definición de algunos conceptos desde el punto de vista económico:

1. Factores externos:

Son todos los elementos que impactan a las panificadoras y no pueden ser controlados por ella , tales como las políticas del gobierno , los fenómenos económicos como la inflación , etc.

2. Factores internos:

Son aquéllos que están dentro de la empresa , tales como los recursos humanos , la maquinaria y equipo , los productos , etc.

3. Centro de producción:

Equivale a una fábrica , taller u otro conjunto coordinado de instalaciones de producción , localizados en el mismo sitio.

4. Mercado:

Es el encuentro entre los diferentes productores de un bien , que constituyen la oferta y los clientes o compradores de estos bienes que conforman la demanda.

5. Empresario:

Es la persona que unifica todos los medios de producción y logra el restablecimiento de todo el capital empleado más el valor de los salarios , intereses y gastos que paga , además de los beneficios que le pertenecen.

4.2 CARACTERISTICAS DE LAS ACTIVIDADES DEL EMPRESARIO DE LA PANIFICACION:

El empresario crea , organiza y dirige la empresa con la finalidad de producir pan y sus derivados y de esa forma ofrecer sus productos en el mercado. Es decir la actividad del empresario se caracteriza por ser:

Reiterada:

La repetición constante de las mismas actividades reditúa en la adquisición de habilidades que mejoran el producto o reducen el costo ; una u otra cosa benefician al consumidor.

Habitual:

El consumidor se acostumbra a la existencia de un satisfactor de sus necesidades o deseos. Sabe que puede recurrir a la compra del pan que estos tendrán la calidad que ya conocen.

Especializada:

La panificadora atiende una clase particular de necesidades o deseos. El cliente busca la panificadora que mejor hace el pan porque sabe que así lo producirá siempre.

La especialización resulta de la división del trabajo. Esta es una característica del mundo moderno y de las panificadoras que quieren entrar dentro del esquema de mejora continua y aprovechamiento de la tecnología. La división del trabajo consiste en que los operarios dentro de los amasijos de las panificadoras , es decir dentro del área destinada a la producción del pan realicen sólo una parte del proceso productivo total y con ello:

- Promueve la destreza de los panaderos.
- Elimina la pérdida de tiempo que representa pasar de una actividad a otra.
- Aumenta la capacidad productora del trabajo.

4.3 CARACTERISTICAS DEL EMPRESARIO DE LA PANIFICACION:

Las características que debe tener el empresario de la panificación entre otras se pueden resumir en las siguientes:

Ser emprendedor , perseverante , organizado , independiente , dinámico e innovador.

- El empresario tiene una perspectiva peculiar del mundo y de las personas que lo rodean , por tanto debe disfrutar lo que hace.
- Es una persona que debe reaccionar ante las circunstancias en tanto que los demás se conforman con las condiciones socioeconómicas imperantes.
- Uno de sus fines primordiales debe ser tener utilidades.
- Su labor lo beneficia a él tanto como a su colectividad al crear fuentes de empleo por modestas que esta sean.
- Utiliza su intuición , ya que no suele tener educación formal "por lo regular" relacionada con su actividad.
- Recurre a amigos para plantear sus dudas , aunque su principal consejero es la experiencia.

-Financia sus operaciones en forma interna , pues considera que los créditos bancarios son muy onerosos para su economía , que los trámites bancarios son muy largos y complicados.

-Trata de no exponer sus proyectos a riesgos innecesarios, pero asume los riesgos naturales de su empresa.

-Tiene un gran espíritu de superación.

4.4 ¿POR QUE FRACASAN LAS PANIFICADORAS?

Hacer que un negocio sobreviva no es una tarea sencilla hoy en día y seguramente será más difícil en el futuro próximo , esto parece ser una tarea incontrovertible.

Desde luego no todas las desapariciones se deben a fracasos pues es frecuente que los propietarios cambien su capital hacia otros giros , o sencillamente decidan que es mejor invertir en bienes raíces, valores, etc.

Pero de todo lo anterior cabe mencionar que interesa destacar la limitada capacidad administrativa y la falta de capital. Son pocos los que emprenden el negocio de una panificadora sabiendo a ciencia cierta cuánto dinero van a necesitar para cubrir la operaciones indispensables por lo menos en un período de 6 meses o un año.Pero el tiempo corre desde el primer día de operaciones.

Aunque es notorio que nadie tiene la fórmula secreta que garantice el éxito en los negocios , sí es posible asegurar que en gran parte el éxito se basa en la combinación de ciertos factores y habilidades que tiene que ver con lo que se conoce como la Administración: Organización adecuada , saber hacia donde se va , y como tratar de lograr los objetivos , contar con reservas para utilizarlas como colchón cuando las condiciones se ponen difíciles y tener mecanismos de control para valorar los progresos.

Los factores adversos típicos:

- Recursos financieros insuficientes.**
- Pan de poca calidad.**
- Mercados muy competidos por empresas mejor organizadas.**
- Desorganización contable.**
- Inconstancia , impuntualidad o falta de interés del empresario.**
- Desconocimiento total del negocio.**

4.5 ESTUDIO DE MERCADO.

4.5.1 Perfil del estudio de mercado:

El estudio de mercado es la aplicación de un conjunto de técnicas útiles para obtener la información sobre la evolución de la demanda, la oferta y la comercialización de un bien o servicio o ser producido o brindado por un proyecto de microempresa.□

□ Programa de apoyo integral a la microindustria "Desarrollo de la microempresa"NAFINSA 1994. pp.1-116

Dicha información se analizará para determinar si existe o no una demanda insatisfecha de tales bienes y servicios y en caso afirmativo cuantificar su magnitud y perspectiva para un período denominado horizonte de planeación del proyecto.

¿Qué se espera del estudio de mercado?

Se espera que sea la base sólida sobre la que continúe el estudio completo del proyecto de microempresa, proporcionando datos básicos a las demás partes de éste, en particular al estudio técnico y al estudio financiero.

4.5.2. Objetivos específicos del estudio de mercado:

Los objetivos a definir son tres y se refieren a:

- a) El producto o servicio a fabricar o brindar por el proyecto.
- b) El consumidor o usuario del producto o servicio.
- c) El sistema de distribución del bien o servicio.

La definición de los objetivos referidos se fundamenta en dar respuesta a las preguntas:

- a) ¿Qué se desea producir?
- b) ¿Para quién se desea producir?
- c) ¿Cómo será el flujo de esa producción?

1) A partir del hecho de que la demanda de un bien o servicio depende en gran parte de los gustos de los consumidores, y que generalmente en la práctica se produce o se brinda un bien o servicio, para que después hacer esfuerzos en buscar quien lo compre, la respuesta a ¿qué producir? la proporciona el mercado a través de la investigación del mismo.

2) Dado que el mercado está conformado por un conjunto de personas o instituciones agrupados por características, gustos, o necesidades que guardan cierta homogeneidad, la respuesta a ¿para quién producir?, la brinda el mercado a través de la segmentación del mismo, buscando superar posibles limitantes del proyecto de la panificadora, en cuanto a la calidad de la producción y al precio de venta; a fin de poder competir con productos similares.

4.5.3 Estructura básica del estudio de mercado.

El contenido de un estudio de mercado se puede estructurar considerando lo siguiente:

- La caracterización del bien a producir.
- El diagnóstico de la situación actual de la oferta y la demanda.
- El pronóstico de la situación futura de la oferta y la demanda.
- El análisis del sistema de comercialización.

a) Caracterización del bien o servicio:

Es la tarea que resume las características que el pan y el servicio que prestan las panificadoras debe tener a fin que la descripción cualitativa de la misma satisfaga:

- Estándares internos.
- El compromiso que contraerá con el consumidor.

Del grado en que se cumplan estos aspectos dependerá la aceptación o el rechazo del bien producido , destacando que una situación de rechazo puede poner en entredicho la justificación misma de la panificadora.

b)Objetivo de la caracterización:

Mientras más precisa sea la caracterización de un bien o servicio en esa posición la panificadora alcanzará los objetivos de:

- Que se den menos sustitutos.
- Que la cantidad demandada tienda a mantenerse más o menos fija ante variaciones, sobre todo al considerarse un incremento en los precios incremento en los precios.

4.6 ANALISIS DE LA DEMANDA:

Por demanda debe de entenderse la cantidad de bienes y/o servicios que el mercado requiere a fin de procurar la satisfacción de una necesidad específica a cambio de un precio determinado.

¿Como se determina la demanda?

El propósito fundamental que se persigue al realizar el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado en relación de los bienes y servicios producidos , así como precisar la posibilidad de que los productos producidos por la panificadora participe en la satisfacción de dicha demanda.

Así mismo resulta necesario indicar que la demanda es función de una serie de factores, entre otros es la necesidad real que se tiene del bien y del servicio que presta nuestra panificadora , el precio y el nivel de ingreso de la población.

4.7 ANALISIS DE LA OFERTA:

Por oferta debe de entenderse la cantidad de bienes y servicios que cierto número de oferentes están en posibilidad de poner a disposición del mercado a un precio determinado.

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio. La oferta al igual que la demanda es función de una serie de factores como son los precios del producto en el mercado , los apoyos gubernamentales a la producción etc. por lo que la investigación debe de tomar en cuenta todos estos junto con el entorno económico en que se tiene que desarrollar una panificadora.

¿Cómo se analiza la oferta?

Es necesario conocer los factores cualitativos y cuantitativos que influyen en la oferta. La información necesaria para poder realizar el análisis se relaciona a continuación:

- Número de productores.
- Localización.

- Capacidad instalada utilizada.
- Características de los principales procesos de producción.
- Calidad y precio de los productos.
- Planes de expansión.
- Inversión fija y número de trabajadores.

4.8 EL ESTUDIO TECNICO DE INSTALACION DE UNA PANIFICADORA.

Una vez analizados los aspectos básicos del estudio de mercado como segunda parte indispensable para llevar a cabo la puesta en marcha, dentro de lo que sería la formulación y evaluación del proyecto de inversión de una panificadora se deben de considerar los siguientes aspectos:

- 1.Determinación de la localización de la panificadora.
- 2.Determinación del tamaño de la panificadora y del área de producción.
- 3.Estudio de ingeniería para la panificadora.
- 4.Organización de la panificadora.

4.8.1 Determinación de la localización de la panificadora:

El desarrollo de esta primera fase tiene como propósito precisar cuál es el lugar más apropiado para la operación de la panificadora , buscando obtener la más alta rentabilidad o ganancias.

Los resultados que se obtengan del análisis de ésta son de gran importancia por el efecto que tienen los costos operativos y financieros de la panificadora los cuáles a su vez influyen en la rentabilidad o ganancias que ofrecerá.

Es por ello que se hace necesario realizar un análisis mediante el cuál se obtenga de diferentes alternativas de localización factible , aquella más conveniente.

Para determinar el mejor lugar donde se instalará nuestra panificadora se deben de considerar las etapas que se relacionan a continuación:

-Seleccionar el área geográfica general en donde se estima conveniente localizar la planta de la panificadora. En esta etapa se deberán considerar los factores que determinan la localización de la planta.

-Definir la ubicación precisa donde se instalará la planta.En este caso se deberá tomar en cuenta los factores que determinan la ubicación precisa de las instalaciones.

4.8.1.1 Selección del área geográfica general:

En este primer paso se hace necesario considerar los factores que tienden a una mayor incidencia en la determinación de la localización de la planta , los cuáles se especifican a continuación:

1. Localización , características del mercado , y fuentes de materias primas.

2. Disponibilidad y características de la mano de obra:

Generalmente la mano de obra es una condición necesaria por lo que la localización de la planta será en lugares donde , entre otros factores existe la oferta de la fuerza de trabajo.

De manera complementaria, se deberá observar otros aspectos como son: La especialización del trabajador , nivel de salarios y disposiciones jurídicas.

En relación con estas últimas , se deberá tomar en cuenta: La legislación del trabajo , el tipo de contratación , así como hábitos y características del trabajador los cuáles pueden influir en la elevación de los costos.

3. Disponibilidad de transporte.

4. Disponibilidad de energía eléctrica y de transporte.

5. Fuente de suministro de agua.

6. Facilidades para el desalojo de desechos.

7. Disposiciones legales , fiscales y política económica.

8. Servicios públicos.

9. Condiciones climáticas.

4.8.2 Determinación del tamaño de la panificadora:

Con base en lo que se conoce como el tamaño óptimo esta segunda fase del estudio técnico tiene como propósito definir cuál es el tamaño adecuado sobre todo del amasijo de la panificadora. Es decir aquél tamaño que de entre diferentes alternativas asegure la más alta rentabilidad y ganancias.

Se debe de entender como tamaño a la capacidad de producción instalada de la panificadora , la cuál se puede especificar en unidades producidas por unidad de tiempo , es decir , en volumen , en número de unidades de producto, peso , valor obtenido en una hora , un turno , un día o un periodo de operación.

Las diferentes panificadoras industriales no operan generalmente a la capacidad que tienen instaladas , debido a circunstancias tales como: la insuficiente disponibilidad de materia prima y los cambios en la demanda del producto.

Al volumen de producción que realmente se puede obtener se le conoce como capacidad real de operación. Al resultado que se obtiene de dividir la capacidad real, entre la capacidad instalada se le conoce como nivel de aprovechamiento de la capacidad instalada, el cual se expresa en porcentaje y mediante la relación siguiente.

$$\text{Aprovechamiento de la capacidad instalada} = \frac{\text{Capacidad real.}}{\text{Capacidad instalada.}}$$

4.8.2.1 Factores que determinan el tamaño:

Dado su efecto determinante en la definición del tamaño de la panificadora, entre los factores más importantes que se necesitan considerar, estarán los siguientes:

-Características del mercado de consumo:

Este primer factor a considerar tiene una relación directa con los resultados del estudio de mercado, referentes a la magnitud del mercado potencial, de donde se establece la factibilidad de instalar la panificadora.

La posibilidad de instalación dependerá de que el mercado potencial sea mayor que la capacidad mínima de producción posible de operar.

De darse la existencia de un mercado lo suficientemente grande, será necesario conocer y analizar la distribución geográfica de éste, a fin de determinar si el grado de concentración de los centros de compra hace posible la instalación de la panificadora.

Este análisis tiene una importancia fundamental en el caso del pan los cuales son caracterizados por su relativo menor precio unitario.

El conocimiento de la distribución del mercado de consumo permitirá inicialmente, definir la conveniencia de instalar una panificadora para dar la satisfacción al mercado existente así como realizar el primer cálculo de la capacidad que debe tener su planta a instalar.

-Características del mercado de abastecimiento de materias primas:

Este elemento al igual que el anterior, tiene un efecto importante en la determinación del tamaño de la panificadora, dentro de éste se deben de considerar dos elementos de información: Los volúmenes y características de la materia prima, y la localización de las áreas de producción de materias primas.

De manera complementaria a estos elementos deberán de considerarse los siguientes: La distribución geográfica de las áreas de producción, la infraestructura de comunicaciones y transportes con que se cuenta así como las características que presenta la materia prima; al respecto de esta última su costo de transporte establecerá el volumen del suministro máximo que es posible utilizar. Este volumen se reduce, en la medida que las características de las materias primas aumentan o disminuyen el costo de transporte.

La disponibilidad temporal y los cambios en el abastecimiento de materias primas precederas son otro factor que es definitivo en la determinación del tamaño de la panificadora.

-Economías de escala:

Este factor de influencia en la determinación del tamaño de la panificadora , se debe de entender como la disminución de los costos unitarios de operación , ocasionados por un aumento en el volumen de producción.

Entre los efectos que resultan de las economías de escala se tienen los siguientes:

-A medida que se amplía el tamaño de la planta , un costo de inversión menor por unidad de capacidad instalada.

-Una disminución de los costos unitarios de producción al distribuirse los costos fijos entre el volumen mayor de productos de panificación: bolillos teleras , conchas, etc.

-Procesos más eficientes y reducción de costos de operación al aumentar el tamaño de la planta.

-Ante mayor capacidad de operación de la planta , un mayor rendimiento por trabajador ocupado y mejor uso de los insumos.

-Disponibilidad de los recursos financieros:

La disponibilidad de los recursos financieros es otro de los factores que influyen en el tamaño de la planta. Su importancia radica en la vital importancia del industrial de la panificación de contar con ellos para satisfacer los requerimientos de inversión en activos fijos , es decir , maquinaria , equipo , nave industrial , terreno , y en capital de trabajo para el pago de materia prima , sueldos y salarios de los trabajadores y servicios necesarios para la producción.

Los recursos que son requeridos para llevar a operación el proyecto tienen su origen en dos fuentes:

-Por las aportaciones del capital de los socios que integren el tipo de sociedad con que operará la empresa.

-Por los créditos que se obtengan de instituciones bancarias de fomento como en el caso de Nacional Financiera o de los que provengan directamente de la banca comercial.

En el desarrollo de creación de una panificadora no se requiere utilizar la cantidad total del recurso financiero previstos desde el inicio de su realización , ya que las etapas de adquisición , instalación y puesta en marcha de la planta necesitan de cierto tiempo, factor que debe tomarse en cuenta para decidir si los recursos financieros de los que se puede disponer , hacen obligado reducir el tamaño de la planta inicialmente previsto.

En el caso de que la disponibilidad de este recurso no sea suficiente para la ejecución del proyecto en su tamaño inicialmente estimado con base en los resultados del estudio de mercado y de abastecimiento de materia prima , así como por los efectos de las economías de escala , se hace necesario considerar una disminución de la inversión fija ya sea a través de la utilización de maquinaria y equipo menos automatizado o mediante una disminución real del tamaño de nuestra panificadora.

--Características de la mano de obra:

La identificación de éstas características es otro factor que puede influir en el tamaño de la panificadora. Principalmente cuando la utilización de la mano de obra, sobre todo si es especializada, tiene un efecto importante en los costos de operación.

En el caso de un costo alto, deberá tomarse en cuenta la posibilidad de operar la planta con un mayor aprovechamiento de la capacidad instalada en un turno de 8 horas, en lugar de la operación con un bajo rendimiento de la capacidad que trabaje los tres turnos diario.

Derivado de lo anterior para tomar la decisión que más convenga, será necesario comparar los diferentes costos de la mano de obra y de depreciación de las alternativas de planta consideradas.

--Características de la tecnología de producción:

Las características de la tecnología es otro factor que influye en la determinación del tamaño de la panificadora. En la atención a este punto se deberá tomar en cuenta el proceso industrial y tecnología inicialmente previstos, considerando el nivel mínimo de producción posible.

Respecto a la tecnología, la definición del tamaño de la planta dependerá de la existencia y disponibilidad de maquinaria y equipo apropiado, ya que la fabricación de éstos se dá a partir de tamaños mínimos tecnológicamente establecidos.

Para la definición del tamaño de la planta se hace necesaria la revisión y el análisis en detalle de los diferentes factores de influencia mencionados, los cuáles tienen un efecto importante en la estimación del monto de las inversiones requeridas para la instalación de la planta, en el nivel de rentabilidad que se desea obtener y en las expectativas de crecimiento y desarrollo de la panificadora que va a operar.

4.9 ESTUDIO DE INGENIERIA DEL PROYECTO PARA LA PANIFICADORA:

Esta tercera fase del estudio técnico tiene dos propósitos: El primero es de proporcionar la información que permita realizar una evaluación económica del proyecto industrial para la panificadora; el segundo sería definir las bases técnicas con las que operará en el caso de que esté justificada su viabilidad.

El desarrollo de esta fase se lleva a cabo considerando tres pasos los cuáles se indica a continuación:

--El primero de éstos consiste en realizar las actividades encaminadas a obtener información lo que permitirá determinar cuál es el proceso de producción más adecuado que deberá utilizarse.

--Como segundo paso se deberá especificar las características de la maquinaria y equipo y de obra civil, en caso de que ésta sea necesaria de lo cuál resultará conocer las diferentes cotizaciones y elaborar los presupuestos correspondientes.

--En el tercero y último paso se lleva a cabo el diseño detallado de la panificadora y se realiza un cálculo del monto de la inversión necesaria para realizar la construcción o instalación así como en el caso de un proyecto nuevo, la puesta en marcha.

El desarrollo de este procedimiento se caracteriza por la selección del proceso de producción para la obtención de los productos se realiza de manera preliminar , y de cuyos resultados , relacionados con los obtenidos en la fase de tamaño , se obtienen los cálculos preliminares , referentes al monto de la inversión requerida así como de los gastos de producción en que se incurrirá.

A su vez esta información permite establecer los criterios para que de entre diferentes alternativas , se realice la selección final del proceso que habrá de incorporarse.

Los resultados que se obtengan referentes al monto de la inversión , así como de los costos de producción , conjuntamente con los derivados de los estudios de mercado y abastecimiento de materia prima son factores determinantes en las posibilidades de realización del proyecto , tanto desde el punto de vista técnico como económico.

Las principales acciones a seguir así como los elementos de información , que deberá considerarse en el desarrollo de la fase de ingeniería de proyecto se señalan a continuación:

4.9.1. Evaluación técnica de las materias primas:

Dentro de esta evaluación se deberá contemplar información relacionada a las características de la materia prima a utilizar en el proceso de producción. Como ejemplo se tomará en cuenta su tamaño o volumen , propiedades químicas o físicas , su resistencia ante factores climáticos su humedad y densidad entre otros.

Mediante esta evaluación se contará con elementos de juicio que paralelamente con otros resultados , derivados de acciones complementarias , permitirán una adecuada selección del proceso de producción , del diseño de instalaciones y de los sistemas de producción.

4.9.2. Acopio de la información técnica referente al producto que se pretende obtener y al proceso a utilizar:

En esta acción se deberá tomar en cuenta la recopilación de información , la cuál es de gran importancia , ya que a través de ella se determinarán las ventajas y desventajas de diferentes procesos a seleccionar ; y de esta manera especificar la tecnología más adecuada a utilizar. Adicionalmente permite conocer a los posibles vendedores de maquinaria , equipo y servicios auxiliares.

4.9.3. Elaboración del programa de producción:

El desarrollo de esta actividad es un elemento importante , dado su efecto en los diferentes aspectos que conforman la ingeniería del proyecto , y porque de su realización depende , como factor de análisis , la definición del tamaño óptimo de planta para la panificadora.

4.9.4. Selección del proceso de producción:

Dada su influencia en las posibilidades de éxito del proyecto , a adecuada selección del proceso que se aplicará para la obtención de la producción es un factor de suma importancia.

Entre los elementos de información que deberá tomarse en cuenta obligadamente se encuentran los siguientes:

- Disponibilidad de la tecnología requerida.
- Grado de calidad de los productos a obtener.

- Monto de la inversión necesaria.
- Monto de los costos de producción.
- Necesidades de mano de obra.
- Características de la mano de obra a utilizar.
- Subproductos o desechos derivados del proceso de producción.
- Disponibilidad y necesidad de otros materiales.

Una vez definido el proceso de producción a utilizar es conveniente elaborar su descripción mediante un gráfico conocido como diagrama de flujo.

4.9.5. Balance de materiales y de producto:

Este balance se realiza con el propósito de conocer las relaciones técnicas que se dan en la transformación de la materia prima y otros materiales, en los productos finales o intermedios, y subproductos o residuos.

Este aspecto reviste gran importancia ya que de su elaboración resulta la estimación de los costos unitarios de los cuáles se obtienen balances globales, que a su vez determinan el tamaño y las especificaciones de maquinaria y equipo y las necesidades de servicios.

4.9.6. Especificaciones de la maquinaria y equipo:

De manera paralela a la descripción del proceso productivo, se deberá especificar las funciones y características principales de la maquinaria y equipo como son: tipo, capacidad, rendimiento, tiempo de duración entre otros.

4.9.7. Definición de la mano de obra:

Este factor guarda también particular importancia por su efecto en los gastos del proyecto y porque influye en la elaboración del presupuesto de ingresos y gastos, los cuáles se contemplan en la siguiente fase, el estudio financiero de la formulación del proyecto de una panificadora.

4.9.8. Distribución de maquinaria y equipo en el amasijo:

La importancia de una buena distribución de maquinaria y equipo en el amasijo y fuera de él es importante ya que determinará en alto grado la eficiencia de la operación de la panificadora dado que afecta el tiempo y el desplazamiento de materiales y operarios así como las inversiones en obra civil y de transporte.

Referente a la distribución de la planta, esta se realiza de igual forma, mediante planos que sirven para determinar el tamaño la forma y la ubicación de las áreas industriales. El propósito de estos planos es establecer la adecuada relación entre el espacio, la inversión y los costos de producción.

4.9.9. Programa de construcción instalación y puesta en marcha de la panificadora: La elaboración de esta programación tiene como propósitos los siguientes:

- Determinar el programa de inversiones que será elemento base para financiar con oportunidad las necesidades del proyecto.

-Calcular el tiempo necesario para construir , instalar y poner en operación industrial en el suministro de la materia prima.

-Prever las dificultades que pudieran presentarse durante la realización del proyecto y tomar las medidas correctivas necesarias.

4.10 ORGANIZACION DE LA PANIFICADORA:

Para realizar un proyecto de este tipo es necesario analizar las diferentes formas de organización jurídica que permite determinar cuál es la más apropiada para su operación y desarrollo.

Dentro de este análisis se debe considerar dos aspectos importantes:

*Selección de la forma jurídica para constituir la panificadora.

*La organización técnico - Administrativa que permitirá llevar a cabo eficientemente las actividades.

4.10.1. Organización jurídica de la empresa:

El éxito o fracaso de la realización de la panificadora , puede depender de la adecuada selección de la forma jurídica.Es por ello que para esta selección se deben tomar en cuenta tanto las características del proyecto como sus posibilidades de desarrollo.

Para definir la forma de organización jurídica con la que debe establecerse la panificadora se deberán considerar los siguientes factores:

- El carácter y dificultad de las actividades que se deben realizar.
- Características de los socios participantes.
- El grado de riesgo que los socios estén dispuestos a correr.
- La cantidad de recursos financieros propios y crediticios necesarios para ponerla en funcionamiento.
- La forma más adecuada en que debe ser administrada la empresa.

4.10.2.Organización técnica y administrativa de la empresa:

La forma de organización técnica administrativa que se plantea para el proyecto es también un factor de importancia a considerar , ya que esta influirá en los gastos generales y por lo tanto en la rentabilidad.

El propósito de la organización de la panificadora es la de implementar , asegurar y coordinar las diferentes actividades que es necesario realizar para lograr su eficiente operación.Esta modalidad de la organización comprende la definición de puestos y personal así como de la relación que se debe llevar entre ellos.

Para cumplir con dicho propósito se deberán realizar los siguientes pasos:

a.-Determinar claramente los objetivos de la panificadora de manera tal que los esfuerzos a realizar sean acordes a los fines de ésta.

b.-Identificar y ordenar las actividades que sea necesario realizar para el cumplimiento de los objetivos de nuestra panificadora.

c.-Llevar a cabo el agrupamiento de las actividades en áreas funcionales para integrar los diferentes departamentos o secciones , de acuerdo con la relación que se dá entre las actividades.

d.-Asignación de funciones y responsabilidades a las áreas, departamentos o secciones y puestos que se hayan definido.

4.11ESTUDIO FINANCIERO.

El estudio financiero de el proyecto de inversión de una panificadora , tiene como objetivo determinar la cantidad de dinero requerido para poner en marcha el negocio , estimando los recursos que se necesitarán para la instalación (inversión fija y diferida) así como para el funcionamiento de la misma (capital de trabajo).

La suma de la inversión fija y del capital de trabajo , representa la inversión total de recursos que se requieren para poner en marcha la panificadora.

4.11.1 Presupuestos.

El presupuesto es la cuantificación de las operaciones futuras , teniendo como propósito mostrar los resultados de las operaciones programadas.

El objeto de la elaboración de presupuestos es mostrar que la inversión que se pretende realizar al establecer la empresa se compensa con la utilidad que se va a obtener durante el horizonte considerado para la panificadora.

Una vez definido el objetivo que se persigue teniendo como antecedente el mercado y el aspecto técnico corresponde a los presupuestos la cuantificación de todos los elementos para demostrar si es factible o no llevar el proyecto de la panificadora.

4.11.2 Estados Financieros Proforma.

Después de haber elaborado todos los presupuestos requeridos para la panificadora se procede a elaborar los estados financieros proforma , los que mostrarán finalmente la situación futura a la que se encontrará la empresa de acuerdo a lo que se plantea realizar.

Los estados financieros que normalmente se presentan en ese tipo de estudios son el flujo de caja, estado de resultados y balance general.

Flujo de caja:

La importancia de este estado radica en que por medio de él se puede demostrar la capacidad de pago de la empresa , sus necesidades de crédito etc.

Ya que en él se anotan el saldo inicial, para iniciar la inversión , todas las entradas correspondientes a las aportaciones de los socios , créditos , ingresos propios, etc. y todas las salidas, inversiones , compras de materiales , pago de mano de obra , gastos de operación , acreedores , impuestos, etc.

Estado de resultados:

Este estado sirve para calcular la utilidad o pérdida en la operación de la empresa , durante los periodos del proyecto , (horizonte) mediante la agrupación de las diversas estimaciones o presupuestos relativos a las cuentas de resultados las cuáles constituyen la base de su realización.

Balance general:

En este informe se encuentra resumida la situación financiera del proyecto de la panificadora a una fecha determinada: los datos requeridos para su llenado tienen origen en los diferentes presupuestos elaborados previamente , considerándose las cifras finales de los periodos que nos interesan.

4.11.3 Evaluación financiera del proyecto de la panificadora.

El análisis referido se realiza a base de diversos indicadores: en este caso se consideran siete agrupados en dos paquetes: tres en el de "método de evaluación simple" (estáticos) y cuatro en el "método de análisis beneficios-costos" (dinámicos) , conocidos también como "evaluación de proyectos".

Los métodos de evaluación simple son de aplicación relativamente fácil dado que se limitan a las relaciones simples , estructuradas con información contable contenida en los estados financieros proforma.

El método de análisis beneficios-costos se desarrolla a partir de la información contenida en los estados financieros proforma y con información complementaria derivada de:

- Flujo neto de efectivo (F.N.E.)
- Flujo neto de efectivo acumulado (F.N.E.A.)
- Tasa de rendimiento mínima aceptable (T.R.E.M.A)
- Tasa interna de retorno (T.I.R.)

Así mismo cabe señalar que la explicación de la metodología empleada para el desarrollo del "metodo de análisis beneficios-costos" es muy amplia y un tanto compleja motivo por el cuál no entraremos en detalles muy profundos respecto de este tema.

CONCLUSIONES:

La Administración como base de todo negocio se debe de entender como el sentido común organizado que a través de un proceso y en forma sistemática regula el diario accionar de todo organismo empresarial.

Por lo anteriormente mencionado creemos que es importante tomar en cuenta que hoy en día no basta con tener muchas ganas para hacer las cosas sino que también es de suma importancia que todo empresario comprometido con la sociedad y con su país busque ser más eficiente y productivo , pero para tal efecto es necesario tener conocimientos acerca de muchas cuestiones contables y administrativas de tal forma que todo proyecto de inversión dirigido a una panificadora tenga bases lo suficientemente sólidas para que pueda tener gran futuro , el análisis técnico nos muestra parámetros de comparación que nos indican que tan rentable puede ser la panificadora y que tan difícil se puede presentar el futuro en cuanto a los aspectos estratégicos como el que vender , dónde vender , dónde conseguir la materia prima, etc.

Por todo esto consideramos y concluimos que debe de existir un buen Administrador en todos los negocios ya sea de planta o cuando menos a medida de asesoría de tal forma que se lleven a cabo las labores con profesionalismo y siempre enfocadas a conseguir la meta para la que fué creado tal organismo.

5. CAPITULO QUINTO. EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE NORTEAMERICA Y LAS PANIFICADORAS EN MEXICO.

Hoy en día en nuestro país se están sufriendo grandes cambios debido a que estamos dejando atrás una etapa en la que se tenía una economía cerrada para comenzar una economía abierta en la cual entrará en México productos extranjeros y la vez nosotros podremos exportar nuestros productos a esos citados países.

Debido a esta apertura es muy importante que los empresarios dueños de panaderías tengan el conocimiento de lo que es un tratado de libre comercio, tanto lo bueno como lo malo además de lo interesante en el sector como en general dentro de nuestro país, para que pueda tomar las medidas pertinentes ante este gran reto.

Debido a que éste tendrá grandes efectos en nuestro país, comenzaremos abordando aspectos generales sobre lo que es el Tratado de Libre Comercio de Norteamérica así como las principales razones por las que se decidió hacerlo con Estados Unidos y Canadá.

Primeramente daremos una definición de lo que es el TLC, es un acuerdo entre dos o más países para eliminar barreras comerciales entre ellos.

Se ha dicho que entre los beneficios que se obtienen con un Tratado de Libre Comercio se encuentran:

- **Aumentar las exportaciones.
- **Aumentar las inversiones.
- **Aumentar los empleos.
- **Aumentar los salarios.

En relación a éstos puntos será muy interesante ver si funciona en nuestro país y sobre todo en la industria panificadora, ya que en México gran parte de la población cree que muchas de nuestras empresas cerrarán y que además se incrementará el desempleo.

Ahora bien, para que nos resulte más fácil el hecho de entender porqué se da el TLC entre México, Estados Unidos y Canadá, analizaremos de una manera global las razones que le han dado origen a ese tratado.

a) Estados Unidos ha sido el mayor mercado para los productos Mexicanos.

El comercio con Estados Unidos ha ocupado un papel preponderante desde finales del siglo pasado. En 1980, el 69% de nuestras exportaciones ya se destinaban al mercado Estadounidense y de él provenía más de la mitad, 56 % de nuestras compras externas.

Nuestro país en el siglo XX realizó grandes transformaciones. A partir de la Revolución Mexicana emergió un país dinámico que transitó de una economía preponderantemente agrícola a la industrial que ocupa hoy el decimoquinto lugar en las naciones del mundo.

México, dada la apertura comercial de la década de los 80 donde se transformó en un exportador de productos no petroleros, se convirtió en el tercer socio comercial de los Estados Unidos. De acuerdo con las estadísticas de ese tiempo las exportaciones totales de México incluyendo maquila, ascendieron a 41,122 millones de dólares en 1990. De ese total el 73% se dirigió a los Estados Unidos lo que hace de México su tercer socio comercial después de Canadá y Japón.

En el año de 1990 las principales exportaciones de México a Estados Unidos, por su valor fueron: Combustibles y aceites minerales, vehículos, automóviles, turbinas, y artefactos mecánicos, material eléctrico, legumbres y hortalizas. La industria panificadora tendrá que luchar muy fuertemente para entrar en el mercado extranjero.

Sin embargo muchos productos Mexicanos enfrentan barreras para ingresar a los Estados Unidos pero con el TLC se eliminaría de una manera gradual. Estas barreras son las arancelarias, (son los impuestos que encarecen los productos Mexicanos en el mercado Norteamericano) y las barreras llamadas no arancelarias (son las cuotas y las restricciones sanitarias). □

□ SECOFI "El abc del tratado de libre comercio" México 1993.

Esta situación deberán de aprovecharla los empresarios de la industria del pan , para penetrar a otros mercados , debido a que la producción de muchos bienes no pueden exportarse en su totalidad ya que existen cuotas Norteamericanas que no pueden rebasarse además de la aplicación unilateral de medidas con fines proteccionistas , como puede ser el aumento de aranceles obstaculizan el acceso de nuestros productos.

Comprendidas dentro de las barreras no arancelarias tenemos:

**Cuotas en:

- Siderúrgicos.
- Textiles.
- Lácteos.
- Azúcar y derivados.
- Chocolate.
- Cacahuete.
- Algodón.
- Escobas de mijo.

Dentro los cuáles a la industria del pan le interesan y afectan los lácteos , el azúcar , el chocolate y el cacahuete debido a que constituyen parte de su materia prima.

b)A continuación analizaremos la situación con el otro socio comercial que es Canadá:

Canadá constituye un mercado de gran potencial para México tanto en materia comercial como de inversiones y por otro lado México es el principal proveedor de Canadá entre los países de desarrollo y el noveno a nivel global. Esto debe de motivar al empresario de la industria del pan a buscar la mejora continua dentro de su negocio para contribuir sea uno de los principales proveedores de este gran socio comercial.

Las estadísticas nos indican que las exportaciones de México a Canadá han pasado de 1,163 millones de dólares Canadienses a 1,730 en el periodo de 1986-1990, lo que representó una tasa de crecimiento promedio anual de 10.4 %.

México vende a Canadá una variedad cada vez más amplia de productos con mayor valor agregado. En 1981 el petróleo representaba el 89% de las exportaciones Mexicanas a Canadá , mientras que en 1990 solamente alcanzó el 3% porque han aumentado las exportaciones no petroleras , siendo nuestro país el primer proveedor de Canadá en varios productos , entre los que destacan los receptores de T.V. algunos productos químicos , productos hortifrutícolas y Tequila.

e)Otro aspecto del TLC constituye una razón de su origen es que busca crear la zona de mayor libre comercio del mundo:

La competencia internacional cada vez es más fuerte, los países se agrupan en bloques para sumar más esfuerzos mientras que los otros que no lo hacen se atrasarán corriendo el riesgo de quedarse solos , sin nuevas tecnologías , fuera de las corrientes de inversión y fuera del acceso a los grandes mercados, lo cual se traducirá en falta de empleos , bajos salarios y productos caros o de mala calidad. Para la industria del pan es importante el que México se agrupe en un bloque debido a que tendrá acceso a nuevas tecnologías para poder producir el pan ya que la revolución científica y tecnológica permite producir mayores cantidades de bienes , mejor hechos y más baratos que compitan en todos los mercados , para lograrlo se requiere de:

- *Reglas claras y permanentes que aseguren un clima de confianza.
- *Acceso a tecnologías variadas.
- *Sumar y aprovechar las ventajas de cada país.
- *Especialización de la producción de ciertos productos.

A continuación mostraremos ejemplos de países que se han agrupado para formar bloques comerciales, encontramos:

**La Comunidad Económica Europea cuenta con 323 millones de habitantes y 4.3 millones de dólares de producto interno bruto. (PIB).

**La Cuenca del Pacífico, estos países encabezados por Japón ha utilizado exitosamente los llamados "procesos de producción compartida".

**América Latina, la ALADI el pacto andino, y el Mercosur, son intentos para sumar esfuerzos en América del sur.

d)El cuarto y último punto es el TLC y la vida de los Mexicanos el cuál sin duda alguna es el que más nos preocupa en relación a lo que sucederá en México.

En relación a nuestro régimen legal el TLC respetará el contexto constitucional y guardará congruencia con todas sus disposiciones. La fortaleza económica que se logrará permitirá cubrir con los fines específicos de la Constitución, consolidar la soberanía, promover el desarrollo y alcanzar la justicia, en cuanto a las leyes laborales y las disposiciones para la protección del medio ambiente se harán cumplir a las plantas industriales de México. Así tendremos trabajos limpios y bien remunerados.

Los tres países confirman su compromiso de promover el empleo y el crecimiento económico mediante la expansión del comercio y mediante las oportunidades de inversión en la zona de libre comercio. También ratifican la convicción de que el TLC permitirá aumentar la competitividad internacional de las empresas Mexicanas, Canadienses y Estadounidenses en forma congruente con la protección del medio ambiente. Se reitera el compromiso de los tres países del TLC de mantener un progreso sostenido y proteger y ampliar y hacer efectivos los derechos laborales así como de mejorar las condiciones de trabajo de los tres países; la competitividad de la zona de libre comercio de América del Norte en su conjunto será mayor que la de cada país en lo individual. Esto deberá de tomarlo en consideración el empresario de la industria del pan en cuanto a los aspectos laborales y ambientales a los cuáles no se les da la atención que requieren.

Una vez que hemos mostrado las razones por las cuáles surge el TLC veamos los objetivos que se persiguen:

- **Eliminar barreras al comercio.
- **Promover condiciones para una competencia justa.
- **Incrementar las oportunidades de inversión.
- **Proporcionar protección adecuada a los derechos de propiedad intelectual, establecer procedimientos efectivos para la aplicación del tratado.
- **Solución a controversias.
- **Fomentar la cooperación trilateral, regional y multilateral.

En esta parte del capítulo incluimos parte del texto del Tratado de Libre Comercio que son parte que habla de la agricultura y de las disposiciones del medio ambiente debido a que repercutirán dentro de las panaderías.

a) Agricultura: El TLC establece compromisos bilaterales entre México y Canadá y entre México y Estados Unidos. Las condiciones trilaterales contemplan apoyos internos y subsidios a la exportación.

Canadá eximirá inmediatamente a México de las restricciones de trigo y cebada así como de sus derivados , carne de res y ternera y margarina. Asimismo , Canadá y México eliminarán de manera inmediata o en un periodo máximo de 5 años las tasas arancelarias que se aplican a la mayoría de los productos hortícolas y frutícolas y en diez años para los productos restantes.

Con excepción de los productos lácteos y avícolas , incluyendo el huevo México sustituirá sus permisos de importación.

Por aranceles , como en el caso trigo , por ejemplo y por arancel cuota como en el caso del maíz y cebada.

Por lo general estos aranceles se eliminarían gratuitamente en un periodo de diez años.

b) Las disposiciones sobre medio ambiente: los tres países miembros del TLC se han comprometido a aplicar y administrar el tratado de manera compatible con la protección del medio ambiente así como administrar el desarrollo sostenible.

Las obligaciones comerciales de los países derivados de convenios internacionales determinados sobre especies en vías de extinción , sustancias que dañan la capa de ozono y desechos peligrosos prevalecerán sobre las disposiciones del tratado , sujeto al requisito de minimizar la incompatibilidad de estos convenios con el TLC. Con ello se asegura que el TLC no limite el derecho de cada país para adoptar medidas conforme a dichos convenios.

5.1 COMO ESTA PREPARADO EL SECTOR INDUSTRIAL PARA EL TLC.

Otro de los aspectos a considerar dentro de lo que es la industria del pan y de que tiene que ver con el TLC, es como está el sector industrial para enfrentar la apertura comercial ya que no se puede salir adelante si no se cuenta con planes y programas que sean para la modernización del sector mencionado en particular lo correspondiente a la industria del pan.

Tenemos que dentro del marco de integración del Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994, dentro de los programas Nacionales de mediano plazo , del sistema Nacional de planeación Democrática para el periodo 1989-1994 se ha venido publicando en los programas correspondientes.

Entre dichos programas hay uno que corresponde al ramo que estamos manejando en nuestra investigación el cuál es:

5.2 PROGRAMA NACIONAL DE MODERNIZACION INDUSTRIAL Y DEL COMERCIO EXTERIOR 1990-1994.

Dentro del cuál se contempla la siguiente problemática:

- Insuficiente nivel de inversión
- Bajo crecimiento del nivel de empleo.
- Excesiva reglamentación
- Incipiente desarrollo tecnológico.
- Deficiencias en la normalización integral.
- Elevada concentración regional e inadecuada infraestructura.
- Obstáculos al desarrollo de la micro, pequeña y mediana industria.
- Industria maquiladora.
- Franjas fronterizas.
- Dificultades de acceso de los productos Nacionales a los mercados externos.
- Desarrollo insuficiente de empresas de comercio exterior.

Como se puede apreciar en su gran mayoría esta problemática la encontramos dentro de las panaderías , es entonces que los objetivos planteados , la estrategia y las líneas de acción servirán de guía a los empresarios de la industria panificadora , ya que al auxiliarse de éstos podrán ver con mayor seguridad hacia donde se dirigen y como llegarán a su objetivo.

Los objetivos planteados son:

- Propiciar el crecimiento de la industria mediante el fortalecimiento del sector exportador.
- Lograr un crecimiento regional más equilibrado.
- Promover y defender intereses comerciales de México en el extranjero.
- Crear empleos más productivos.

La estrategia:

- Internacionalización de la industria Nacional.
- Desarrollo tecnológico y mejoramiento de la productividad y de la calidad.
- Desregulación económica.
- Promoción de exportaciones.
- Fortalecimiento del mercado interno.

Líneas de acción:

- Concentración gobierno-sectores productivos.
- Perfeccionamiento de la apertura comercial.
- Promoción de la inversión.
- Revisión del marco regulatorio.
- Desarrollo tecnológico y capacitación.
- Desconcentración regional de la industria.
- Normalización y calidad.
- Fomento a la micro, pequeña y mediana industria.
- Desarrollo comercial e industrial en las franjas fronterizas y en las zonas libres.
- Promoción de la industria maquiladora.

5.3 LA INDUSTRIA DEL PAN COMO PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA ANTE LA APERTURA COMERCIAL.

En nuestro país la gran mayoría de las panaderías son micro , pequeñas y medianas, por eso es importante comentar dentro de este capítulo relacionado con el tratado de libre comercio , los riesgos y las opciones que las panaderías como pequeñas y medianas empresas enfrentarán ante la apertura comercial , debido a que deberán estar preparadas para la entrada de tecnología de otros países como lo son Canadá y Estados Unidos , ya que por ejemplo , aspectos que afectarán grandemente serán la introducción del pan congelado , el cuál puede en un momento dado reemplazar al elaborado en nuestro país , también beneficiará y afectará al mismo tiempo afectará la introducción de tecnología extranjera ya que muchas panaderías por ser pequeñas no podrán adquirir tal tipo de maquinaria y por otro lado panaderías de mayor tamaño estarán en probabilidades de obtener dicho equipo lo cuál ocasionará que las pequeñas queden fuera de competencia.

El primer punto a tocar es el de la productividad ya que en la industria panificadora una apertura comercial exige productos con los siguientes aspectos que son: calidad, precio, servicio, lo cual para lograrlo necesitamos mayor productividad. En nuestro país esto requerirá tiempo ya que hay que cambiar costumbres, sistemas obsoletos de trabajo (como por ejemplo elaborar el pan de manera artesanal), se deberá establecer puntos de partida para poder salir adelante, ser competitivos y terminar con niveles de ineficiencia.

El segundo punto es el de épocas de cambio, épocas de oportunidades. Esto se refiere a que en el pacto que se inició en 1987 logró detener la inflación pero por medio de la congelación de los precios de los productos y servicios, de tal forma que el consumidor final dejó de pagar mes a mes, una cantidad mayor por estos productos y servicios pagando únicamente el valor que hasta ese momento habían pagado éstos. Por tanto aquellas panaderías que tomarán la decisión de realizar los cambios pertinentes en sus operaciones podrían aprovechar la oportunidad que le brindaba la época, por aquellas que no habían realizado ningún cambio en la forma de trabajar dentro de un negocio de éstos ante la apertura comercial, que esta enfrentando nuestro país, ya que como podría competir una panadería que fabrica sus productos en forma artesanal, es decir con un sistema de producción obsoleto, contra empresas extranjeras que trabajaban en forma continua con inventarios mínimos, tiempos estándar calidad a nivel mundial y con precios altamente competitivos; como competir con empresas que comercializan a nivel mundial, que adquieren sus insumos en aquellas partes del mundo que les proporciona la mayor calidad y los más bajos precios, mientras que muchas panaderías en México no pueden averiguar donde conseguir esos insumos y a mejor precio, además de conocer los lugares donde está haciendo falta sus productos.

El tercer y último punto importante es el riesgo y la opción a seguir. En México nos encontramos en una situación difícil que es el hecho de poder ser desplazados del mercado por otras empresas, sean estas extranjeras o nacionales con mejores recursos y opciones que otras panaderías. El origen de este riesgo tiene su raíz dentro de la propia empresa y particularmente en la mentalidad que aún conservan algunos dirigentes de la misma, por consiguiente el primer paso que deben de dar este tipo de negocios para afrontar la competencia es cambiar la mentalidad de esos dirigentes y aceptar que hay que invertir para crear empresas como tales; siendo esta inversión enfocada a lo económico, al tiempo de acciones, de relaciones, de capacitación, de personal, lo cual permita tener la infraestructura para ser más competitivos.

Se cree que con la apertura comercial muchas empresas micro, pequeñas y medianas cerrarán al no poder competir o bien que un gran número realizarán cortes de personal para reducir sus costos; ante esta situación grave para nuestro país es necesario considerar algunos aspectos que permitirán el evitar llevar a cabo cortes de personal como son:

—Estructurar, administrar y racionalizar la empresa de tal forma que realmente se adecúe a los requerimientos del mercado, empleando la creatividad, explotando al máximo el uso de la mercadotecnia.

—Buscar la productividad a través de la disminución de costos y gastos.

—Reinvertir las utilidades en la creación de fuentes de empleo.

—Emplear promoción de personal.

Considerando la falta de competitividad de nuestro país será interesante observar el impacto que tiene la ingeniería industrial frente a la apertura comercial. En la actualidad podemos ver como en la fabricación de productos a nivel internacional están interviniendo nuevas filosofías métodos y técnicas de ingeniería industrial los cuales tienen un gran impacto en la capacidad competitiva de las pequeñas y medianas empresas. Estos términos tienen implicaciones en la capacidad de competir internacionalmente, la formación de recursos humanos y el desarrollo tecnológico; si lo anterior lo llevamos a cabo en México se logrará incrementar la competitividad con productividad porque aquí hay deficiencias en cuanto a:

- Productividad.
- Oportunidad.
- Calidad.
- Servicio.
- Superación.

Las principales esencias tecnológicas para la manufactura son:

a)El control total de calidad:

Ante los cambios que estamos sufriendo la industria panificadora requiere de calidad en sus productos , entendiéndolo por calidad total todas aquellas actividades que intervienen en un proceso planeado y sistemático cuyo fin último es mejorar la calidad de vida.

b)Justo a tiempo:

En las panaderías dentro de sus sistema productivo, la entrega a tiempo , el servicio y la calidad , son las bases sobre las cuáles la oportunidad desempeña un papel primordial. Esta oportunidad es la de ingresar en un mercado y poder mantenerse en él con base en la productividad , precio , calidad , servicio y tiempo de entrega.

Cabe mencionar antes de presentar las conclusiones correspondientes a este capítulo que la Cámara Nacional de la Industria Panificadora (CANAINPA) no cuenta con algún plan o estrategias que se lleven a cabo en la apertura comercial lo cual es un aspecto que puede ocasionar una desventaja para aquellos pequeños empresarios que se encuentran inscritos en ella debido a que no podrán proporcionarles una adecuada orientación en cuanto a qué hacer en relación al TLC. Lo único que ha la fecha se ha sabido en concreto es un seminario de Administración de panaderías en el cual se contó con la colaboración de U.S. Wheat Associates en el que se abordaron temas como:

- Estrategias de venta.
- Análisis de mercado para adaptar la producción a una demanda cambiante.
- Alternativas para incrementar las ventas.
- Exhibición de productos y arreglo del área de ventas.
- Desarrollo y especificaciones de ingredientes para eliminar proveedores que no tengan una calidad consistente en sus productos.
- Como incrementar las ganancias mediante mecanismos más eficientes de producción así incrementar las ventas.

CONCLUSIONES.

Como conclusión al presente capítulo podemos decir que el tratado de libre comercio implica todo un reto para nuestro país , específicamente para la industria panificadora , ya que entrará tecnología de otros países así como productos extranjeros que van a afectar de una manera u otra al funcionamiento de las panaderías. Las que se verán más afectadas son aquellas que realicen su producción en forma artesanal , es por ello que la reconversión industrial en estos momentos de cambio reviste una mayor importancia , para que nuestras empresas sean competitivas.

6. CAPITULO SEXTO. (CASO DE INVESTIGACION ACERCA DE LA RECONVERSION INDUSTRIAL EN LAS PANIFICADORAS DEL D.F.).

6.1 DETERMINACION DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA:

Debido a que no se cuenta con un dato estadístico exacto sobre el número de panaderías y de expendios que existen actualmente en el D.F., según información obtenida en la Cámara Nacional de la Industria Panificadora, ya que no se tiene un control de los negocios cuando estos se dan de alta o de baja, nos hemos dado cuenta a través de la observación que aproximadamente en la Ciudad de México existen 4,000,000 de panaderías y expendios.

$$n = \frac{Np(1-p)}{(N-1)(E/Z)^2 + p(1-p)}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra.

N = Universo.

p = Probabilidad de que la población posea la característica dada.

E = Error aceptable.

Z = Nivel de confianza.

Universo: Este se calculó tomando en consideración que en el D.F. existen de los 20,000,000 de habitantes un 20% de panaderías.

Por lo tanto:

n = 246 es el tamaño de la muestra.

DESARROLLO DE LA FORMULA.

N = 4,000,000.

p = 80% = .80

E = 5% = .05

Z = 1.96

n = ?

$$n = \frac{(4,000,000)(.80)(1-.80)}{(4,000,000-1)(.05/1.96)^2 + .80(1-.80)}$$

$$n = \frac{3,200,000 (.20)}{(3,999,999)(.00065) + .16}$$

$$n = \frac{640,000}{2600.15935}$$

n = 246.138 => Que representa el tamaño de la muestra.

□ Mendenhall/Reinmuth "Estadística para Administración y Economía" Iberoamérica 1986.

6.2 RESULTADOS OBTENIDOS (INTERPRETACION).

Los resultados obtenidos en base a los porcentajes fueron los siguientes:

1.¿Tiene maquinaria para producir su pan?

SI 136 = 54.4%

NO 114 = 45.60%

Lo cuál nos indica que poco más de la mitad de panaderías contempladas dentro de la muestra cuentan con maquinaria para producir pan según este dato podemos observar que no se cuenta con la suficiente tecnología dentro de éstas , y lo más preocupante para esta industria es que una gran parte opera de manera artesanal y semi-artesanal lo cuál representa un verdadero atraso.

2.¿Cree usted que utilizar maquinaria con avance tecnológico genere realmente mayor utilidad?

SI 240=96%

NO 10= 4%

Podemos apreciar que casi el 100% de la muestra opina que el empleo de maquinaria con avance tecnológico genera realmente mayor utilidad a las panaderías , pero esta pregunta la podemos ligar con la anterior en cuanto a que se pregunta si tienen en su panadería maquinaria para producir el pan obteniendo una respuesta afirmativa por parte del 54.4% de la muestra , mientras que la pregunta en cuestión y casi el 100% la considera necesaria para incrementar sus utilidades, lo interesante aquí es saber porqué el otro 45.6% de la primera pregunta no ha adquirido maquinaria para producir su pan ya que como todos sabemos , cuando se emprende un negocio , el objetivo principal es la obtención de utilidades , las respuestas a estos cuestionamientos se analizarán más adelante mediante la formación de cuadros de correlación , y pruebas de significación.

3.¿Piensa usted que la calidad de su producto es mejor si se utiliza maquinaria moderna?

SI 114=45.6%

NO 136=54.4%

Los dueños de las panaderías consideran que en cuanto a la calidad de su producto , da lo mismo utilizar maquinaria , que elaborarlo artesanalmente , lo que podría ser una razón que justifica el hecho de que no adquieran maquinaria porque piensan que esto no modifica su producto.

4.¿Considera que el utilizar maquinaria tecnológicamente más avanzada disminuirá sus costos?

SI 135=54.00%

NO 115=46%

En su totalidad los empresarios no se encuentran convencidos de que el empleo de la tecnología en relación de la maquinaria constituye un factor importante dentro de la empresa para poder disminuir los costos.Todavía poco menos de la mitad de ellos tienen la idea de lo anterior , aquí se presenta la contradicción dado que anteriormente la mayoría representada por un 96% considera que el utilizar la maquinaria con avance tecnológico genera mayor utilidad.

5.¿Es usted partidario de adquirir nueva maquinaria cuando surgen en el mercado innovaciones con mejor tecnología.

SI 137=54,8%
NO113=45,2%

Esta otra pregunta muestra una vez más que poco más del 50% del total de la muestra no están dispuestos a adquirir maquinaria cuando surgen en el mercado innovaciones con mejor tecnología. Entonces podemos ir determinando que no están muy interesados en los avances tecnológicos aunque estén de acuerdo en que la maquinaria tecnológicamente avanzada aumenta las utilidades.

6.¿De no tener maquinaria y equipo en su negocio cuál es el motivo?, explíquelo ampliamente.

Insuficiencia de recursos 120=36,81%
Falta de créditos 90=27,61% Otras prioridades 116=35,58%

En las diferentes respuestas dadas por los encuestados podemos darnos cuenta cuáles son las verdaderas razones por las que no han adquirido la maquinaria, siendo la de mayor peso la insuficiencia de recursos dentro de las panaderías ya que según nos comentan no cuentan con el dinero suficiente para poder comprar la maquinaria y algunos de ellos no desean gastar en esta porque no quieren invertir más en el negocio dado que lo ven más como un gasto en lugar de una inversión y otorgan prioridad a otros aspectos dentro de la panadería, y por último la falta de créditos ya que no se cuenta con ello para poder comprar maquinaria y porque no desean obtener deudas, no tienen acceso a líneas de crédito con el resultado de dificultad para modernizar su negocio.

7.¿El uso de maquinaria avanzada para la producción beneficia a sus trabajadores?

SI 202=80,8%
NO 48=19,2%

Se puede observar que cuatro quintas partes de la muestra respondieron que el introducir maquinaria avanzada beneficia a sus trabajadores siendo la explicación que esto facilita su trabajo porque prácticamente se convierten en operadores de máquinas. Mientras tanto el otro 20% restante opina que no hay beneficio alguno y lo único que pasaría es que se desplazaría mano de obra.

8.¿El producto elaborado con maquinaria moderna tiene buena aceptación en el mercado?

SI 241=96,4%
NO 9=3,6%

En términos generales la gente considera que sí debido a que se puede ejercer un control más estricto en la elaboración del producto, tiempos de batido, de horneado etc. de una forma estandarizada que permita que tanto la textura, calidad, tiempo de elaboración sean siempre los mismos.

9.¿Como se incrementa o disminuye la producción por el uso de maquinaria moderna?

-Con maquinaria se utiliza menos materia prima 20 = 3,51%

VALORES TOTALES

| No. pregunta | si | no |
|--------------|----|----|
|--------------|----|----|

| | | |
|---|-----|-----|
| 1 | 136 | 114 |
| 2 | 240 | 10 |
| 3 | 114 | 136 |
| 4 | 135 | 115 |
| 5 | 137 | 113 |

| 6 | | |
|--------------------|--|-----|
| Rec. insuficientes | | 120 |
| Falta de creditos | | 90 |
| Otras prior. | | 116 |
| | | |
| | | 326 |

| No. pregunta | si | no |
|--------------|----|----|
|--------------|----|----|

| | | |
|---|-----|----|
| 7 | 202 | 48 |
| 8 | 241 | 9 |

| g | | |
|------------------|--|-----|
| Menos mat. prima | | 20 |
| Mayor calidad | | 180 |
| P'n rapida | | 190 |
| Poco personal | | 20 |
| Mayor p'n | | 160 |
| | | |
| | | 570 |

CIFRAS PORCENTUALES

| No. pregunta | si | no | TOTAL |
|--------------|----|----|-------|
|--------------|----|----|-------|

| | | | |
|---|--------|--------|---------|
| 1 | 54.40% | 45.60% | 100.00% |
| 2 | 96.00% | 4.00% | 100.00% |
| 3 | 45.60% | 54.40% | 100.00% |
| 4 | 54.00% | 46.00% | 100.00% |
| 5 | 54.80% | 45.20% | 100.00% |

| h | | |
|------------------------|--|--------|
| Recursos insuficientes | | 36.81% |
| Falta de creditos | | 27.61% |
| Otras prioridades | | 35.58% |
| | | |
| | | 100.00 |

| No. pregunta | si | no | TOTAL |
|--------------|----|----|-------|
|--------------|----|----|-------|

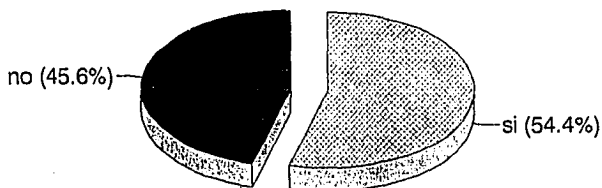
| | | | |
|---|--------|--------|---------|
| 7 | 80.80% | 19.20% | 100.00% |
| 8 | 96.40% | 3.60% | 100.00% |

| g | | |
|-----------------------------|--|---------|
| Se utiliza menos mat. prim. | | 3.51% |
| Mayor calidad | | 31.58% |
| Produccion mas rapida | | 33.33% |
| Menos personal | | 3.51% |
| incremento en nivel de p'n | | 28.07% |
| | | |
| | | 100.00% |

GRAFICA DE RESULTADOS

PREGUNTA No.1

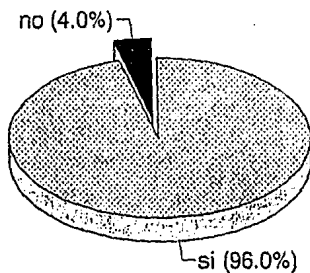
¿ Tiene maquinaria para producir su pan?



GRAFICA DE RESULTADOS

PREGUNTA No.2

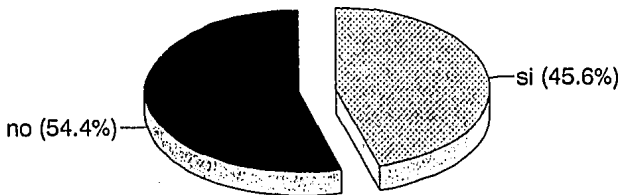
¿Cree ud. que utilizar maquinaria con avance tecnológico genere realmente mayor utilidad?



GRAFICA DE RESULTADOS

PREGUNTA N.º.3

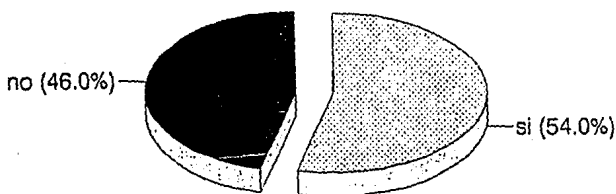
¿Cree ud. que la calidad de su producto es mejor utilizando maquinaria moderna?



GRAFICA DE RESULTADOS

PREGUNTA No.4

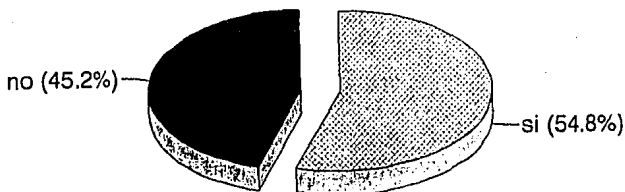
¿Considera que el utilizar maquinaria tecnológicamente avanzada disminuirá sus costos?



GRAFICA DE RESULTADOS

PREGUNTA No.5

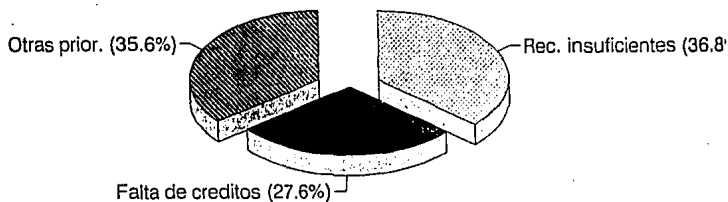
¿Es ud. partidario de adquirir nueva maquinaria cuando surgen innovaciones en el mercado con una mejor tecnología?



GRAFICA DE RESULTADOS

PREGUNTA No.6

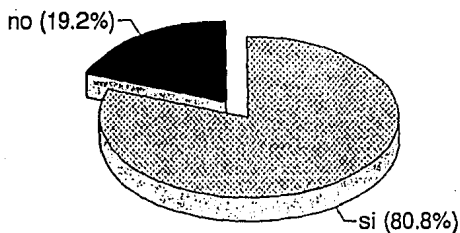
¿De no tener maquinaria y equipo en su negocio, cuál es el motivo ?,explíquelo ampliamente.



GRAFICA DE RESULTADOS

PREGUNTA No.7

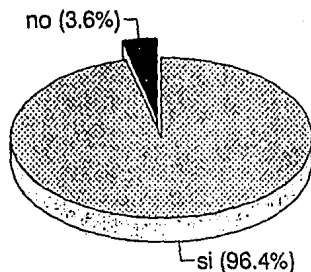
El uso de maquinaria avanzada para la producción
¿beneficia a sus trabajadores?



GRAFICA DE RESULTADOS

PREGUNTA No.8

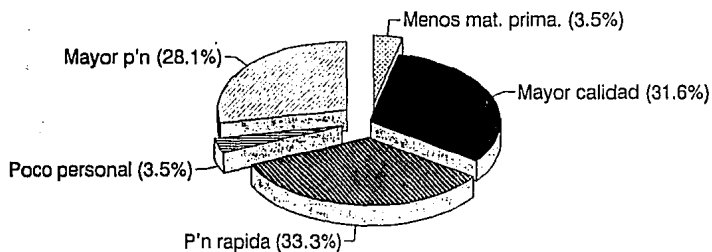
¿El producto elaborado con maquinaria moderna tiene buena aceptación en el mercado?



GRAFICA DE RESULTADOS

PREGUNTA No.9

¿Cómo se incrementa o disminuye la producción con maquinaria moderna?



HOJA DE ANALISIS DE CORRELACION
PARA PRUEBA DE HIPOTESIS

No. DE PREGUNTA=>2

No. PREG.

4

| | 1 | 2 | SUMAS |
|-------|-----|----|-------|
| 1 | 200 | 24 | 224 |
| 2 | 11 | 15 | 26 |
| SUMAS | 211 | 39 | 250 |

AD= 3000

BC= 264

Q= 83.82%

COEFICIENTE DE CORRELACION

PRUEBA DE HIPOTESIS
 CUADRO DE CORRELACION 1
 preg 1 y 2

| | | | |
|-----|---------|----|------|
| 200 | 189.056 | 24 | 34.9 |
| 11 | 21.944 | 15 | 4.06 |

| | |
|-----|----|
| 211 | 39 |
|-----|----|

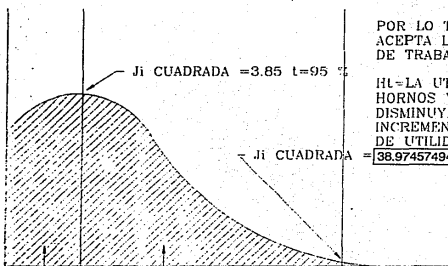
| |
|-----|
| 224 |
| 26 |

| |
|-----|
| 250 |
|-----|

PRUEBA DE HIPOTESIS
 CUADRO DE ANALISIS DE SIGNIFICACION
 PARA DISTRIBUCION χ^2 CUADRADA

| Fo | Fe | Fo-Fe | (Fo-Fe) ² | (Fo-Fe) ² /Fe |
|-----|-------|-------|----------------------|--------------------------|
| 200 | 189.1 | 10.94 | 119.7711 | 0.633522004 |
| 11 | 21.94 | -10.9 | 119.7711 | 5.458035727 |
| 24 | 34.9 | -10.9 | 118.81 | 3.404297994 |
| 15 | 4.06 | 10.94 | 119.6836 | 29.47871921 |
| | | | | |
| | | | | 38.97457494 |

INTERPRETACION: LA PRUEBA DE SIGNIFICACION REVELA QUE LA RELACION ENCONTRADA ENTRE LAS DOS VARIABLES OBJETO DE ANALISIS, ES SIGNIFICATIVA EN UN 95 % DE CONFIANZA ES DECIR EXISTE UN 5 % DE PROBABILIDAD DE QUE NO LO SEA.



POR LO TANTO SE:
ACEPTA LA HIPOTESIS
DE TRABAJO QUE DICE:

H1=LA UTILIZACION DE
HORNOS Y MAQUINARIA
DISMINUYE EL COSTO E
INCREMENTA EL MARGEN
DE UTILIDAD.

Ji CUADRADA = 38.97457494

REGION DE ACEPTAC.
DE LA HIPOTESIS
NULA

REGION CRITICA O DE
RECHAZO DE LA
HIPOTESIS NULA.

| | |
|---|-------------|
| -Se produce el pan con mayor calidad | 180 =31.58% |
| -La producción se realiza con mayor velocidad | 190 =33.33% |
| -Se ocupa menor número de personal | 20 =3.51% |
| -Incremento en el nivel de producción | 160 =28.07% |

6.3 UTILIDAD SOCIAL DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS.

Esta tesis no solamente va encaminada como un libro de carácter técnico a profesionistas del área Económico-Administrativo sino que además se busca que a la sociedad en general se le dé un beneficio más amplio, en cuanto a que ésta pueda servir como una guía práctica a cualquier persona que se interese en conocer que es lo que existe en el trasfondo de la reconversión industrial de las panificadoras del D.F.

Es muy importante el saber que en las panaderías del D.F. poco más del 50% cuenta con maquinaria para producir su pan lo cual representa un porcentaje muy aceptable ya que hoy en día la tecnología avanza muy rápidamente, la competencia se intensifica y las panaderías grandes se están incorporando en la modernización.

Podemos apreciar que los dueños de las panaderías están conscientes de la importancia y de la utilidad que tiene dentro de ellas la reconversión industrial pero el problema que enfrentan y que es necesario conocer para afrontarlo es que existe una creciente insuficiencia de recursos monetarios tanto propios como externos y que además los empresarios emplean los recursos disponibles para cubrir otras necesidades que ellos consideran prioritarias.

Dentro de ésta idea global sobre la realidad que se vive dentro de las panaderías, las personas que son dueños de éstas así como los interesados en adquirir o abrir una, deberán de buscar la forma idónea de administrar sus recursos para que en el caso de comenzar sus operaciones de manera artesanal, tengan la visión para que en un futuro no muy lejano adquieran la maquinaria avanzada que requieran para entrar a una etapa de modernización y no tender a desaparecer como consecuencia de los cambios que se están dando dentro de nuestro país, donde la productividad y la modernización son factores vitales para que una empresa no cierre y además logre salir adelante y crecer.

Pero más importante aún es adquirir una nueva forma de pensar aceptando los riesgos que se nos presenten siendo emprendedores y sin perder de vista que ese tipo de negocio tiene vida, por lo que se le debe de cuidar y dar mantenimiento continuo.

6.4 CONCLUSIONES AL TEMA

Una vez realizada nuestra investigación y analizando tanto la parte documental como la de campo podemos llegar a la conclusión que dentro del Distrito Federal el pan es un producto con mucha tradición y aceptación independientemente de que pueda ser o no elaborado de manera artesanal, pero el problema que enfrenta el empresario de la panificación es la insuficiencia de recursos para la adquisición de maquinaria y equipo avanzados, para poder integrarse a la reconversión industrial la cual es muy importante que se dé dentro de poco tiempo en nuestro país debido a que se verá atacado por tecnología extranjera, y esto impedirá que que las panaderías pequeñas tengan fluidez para progresar en el ámbito económico y de competencia por su mercado.

La investigación mostró los siguientes resultados:

La prueba de significación reveló que la relación encontrada entre las variables objeto de análisis es significativo en un 95% de confianza, es decir existe un 5% de probabilidad de que no lo sea. Por lo tanto se acepta la hipótesis de trabajo que dice: La utilización de hornos y maquinaria disminuye el costo e incrementa el margen de utilidad.

6.5 RECOMENDACIONES

Es recomendable que los industriales de la panificación estén conscientes que es necesario prepararse en conceptos de administración de panaderías para que realmente puedan aprovechar al máximo sus recursos y puedan realizar una planeación estratégica adecuada para su negocio.

Proponemos de igual manera que la CANAINPA (Cámara Nacional de la Industria Panificadora) apoye de una manera más alentadora y económica al industrial de la panificación promoviendo programas de capacitación tanto para producción como de administración profesional de panaderías.

Creación de directorios de la industria del pan tendientes a encontrar a los mejores proveedores de maquinaria , hornos y equipo para pan , materias primas y artículos complementarios.

De igual forma consideramos necesario que Nacional Financiera abra un paquete de apoyos directos a la industria panificadora para que la gente pueda reconvertir su panadería a la brevedad y al más bajo costo que le permita ser competitivo en el mercado.

Que en la medida de lo posible las panaderías no sean administradas por personas que no tengan los conocimientos necesarios para encaminarlas al logro de sus objetivos sino muy por el contrario que al frente de ellas se encuentren Administradores responsables , comprometidos con el ejercicio de su profesión y con una mentalidad ágil dispuesta a realizar cambios y de adaptarse a las cambiantes condiciones de la sociedad y de sus mercados, especialistas en manejo de inversiones y de recursos humanos , con capacidad creativa , imaginativos y dinámicos.

Tratar siempre que sea posible mantenerse actualizado en maquinaria y equipo avanzado para no sufrir rezagos ni deterioros.

De igual manera recomendamos y pedimos a las autoridades que proporcionen una simplificación administrativa eficiente y económica para que el trámite de gestión legal para la apertura sea rápido y barato , que alente en verdad a la creación de nuevas fuentes de empleo tales como las panificadoras , en vez de "espantar al inversionista".

7. CAPITULO SEPTIMO (APENDICES)

7.1 GLOSARIO DE TERMINOS:

Activo fijo:

Concentra los recursos obtenidos con la finalidad de coadyuvar al logro de las operaciones , muestran el valor monetario de la planta, equipo propiedad, patentes y otras cosas que las compañías utilizan permanentemente como base para producir sus bienes y servicios.

Administración:

Es el proceso de planificar , organizar , dirigir y controlar los esfuerzos de los miembros de la organización y de utilizar todos los demás recursos para alcanzar metas declaradas.

Amasijo:

Son pequeños negocios que operan sin vender directamente al público , por lo regular su producción es casi artesanal y en algunas ocasiones hasta clandestina.

Dícese del area destinada a la producción del pan.

Ciclo de vida de un producto:

El ciclo típico de la vida de un producto es en forma de "s" y se caracteriza por cuatro etapas distintas que son la introducción , el crecimiento , la madurez , la declinación.

Costos de producción:

Representa todas las operaciones realizadas desde la adquisición de la materia prima hasta la transformación en artículo de consumo o de servicio , integrado por tres elementos o factores , que son la materia prima , los sueldos y salarios y los gastos indirectos de producción.

Costos fijos:

Son aquéllos que no cambian con los cambios en el volumen de producción de productos y servicios. (Impuestos sobre propiedad , pagos fijos de renta , los salarios de quienes deberán permanecer en la fuerza laboral sin considerar las fluctuaciones en las salidas , seguros).

Costos variables:

Son aquéllos que se modifican con los cambios en el volumen resultante de los productos o servicios. (Costos de materiales, de mano de obra directa, algunos costos de mantenimiento , de energía).

Demanda:

Es la cantidad de mercancías que pueden ser compradas a los diferentes precios por un individuo o por un conjunto de individuos de una sociedad, por eso se habla de demanda individual o demanda total.

Distribución del trabajo:

Es en la que se asigna a cada trabajador una función específica dentro del proceso de producción.

Economía:

La economía es la ciencia que estudia las leyes de la producción, distribución y circulación de bienes materiales que satisfacen las necesidades humanas.

Economías de escala:

Se refiere a la disminución de los costos unitarios de un producto u operación que entra en la elaboración de otro producto.

Especialización:

Se da cuando las tareas realizadas son repetitivas.

Estrategia:

Es el programa general que se traza para alcanzar los objetivos de una organización y así alcanzar su misión.

Expendio:

Son negociaciones que no producen pan sino que únicamente lo comercializan.

Factorías de pan:

Son las que producen en su totalidad el pan en forma industrial.

Hipótesis:

Es una proposición enunciada para responder tentativamente a un problema.

Hipótesis alternativa:

Son aquellas que nos ayudan a encontrar diferentes respuestas a un mismo problema y escoger entre ellas cuáles y en qué orden vamos a tratar su comprobación.

Hipótesis de trabajo:

Es la que proponemos provisionalmente para nuestra investigación en una etapa anterior al lanzamiento de la investigación definitiva.

Hipótesis nula:

Es una hipótesis formulada para ser rechazada.

Impuesto:

Son las contribuciones establecidas en la ley , que deben de pagar las personas físicas y morales que se encuentran en la situación jurídica o de hecho previstas por la misma y que sean distintas de las aportaciones de seguridad social , contribuciones de mejoras , de derechos.

Insumo:

Son todas las entradas que requiere el proceso de producción , las cuáles pueden ser materias primas , máquinas , suministros de operación , productos semiterminados , edificios , energía y mano de obra.

Mercado:

Relación que existe entre oferentes y demandantes de bienes y de servicios , conjunto de compradores reales y potenciales de un producto.

Meta:

Dentro de este término se comprenden los propósitos , la misión y los objetivos.

Objetivo:

Es un blanco que hay que alcanzar para que se cumpla la meta deseada.

Organización:

Es la estructuración técnica de las relaciones que deben de existir entre las funciones , niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social con el fin de lograr su máxima eficiencia.

Panificadoras:

Son las que producen en forma mixta o semi-industrial pueden ir desde pequeñas hasta grandes panificadoras.

Planeación:

Implica que los gerentes piensen en sus metas y acciones de antemano. Deben de trazar planes que den un propósito y dirección de la empresa.

Planeación estratégica:

Es el proceso de seleccionar las metas de una organización, determinar las políticas y los programas necesarios para alcanzar los objetivos específicos en camino a esas metas y establecer los métodos necesarios para asegurarse de que las políticas y los programas sean ejecutados.

Proceso productivo:

Implica la transformación de ciertos objetos por medio del trabajo y el resultado son bienes que pueden consumirse, Después de producir los bienes es necesario llevarlos a los centro de consumo para que por medio del intercambio se distribuyan dentro de la población.

Productividad:

Es la relación entre la producción de bienes y servicios (P) y los insumos (I) de los recursos humanos y no humanos utilizados en el proceso de producción; la relación se expresa generalmente como la relación O/L . Cuanto más alta es la relación de este indicador más alta será la productividad.

Producto:

Cualquier cosa que pueda ofrecerse a la atención de un mercado para su adquisición uso o consumo y que además pueda satisfacer un deseo o una necesidad.

Reconversión industrial:

Es la modernización en cuanto a maquinaria y equipo.

Sectores productivos:

La producción de un país se encuentra integrada por el volumen producido por todas las actividades económicas que se realizan en él. La producción global se ha dividido en tres sectores económicos que a su vez están integradas por varias ramas productivas, estos sectores son el agropecuario, industrial y el de servicios.

Segmento de investigación:

Es la parte del universo que será estudiada.

Tecnología:

Conjunto de conocimientos especializados generalmente derivados de la investigación que tiene por objeto respaldar el proceso productivo.

Variable:

Es una característica, atributo o propiedad que se da en individuos grupos u objetos. Es todo aquello que vamos a medir, controlar y estudiar en una investigación.

**ESTA TESIS
NO DEBE
SALIR DE LA
BIBLIOTECA**

7.2 BIBLIOGRAFIA:

Zorrilla Arena Santiago.
METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION
Océano
México 10a. Ed.
1993

SECOFI
TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE NORTEAMERICA.
México.
1992

Stoner A.F. James
ADMINISTRACION.
Prentice Hall Hispanoamericana
México 2a. Ed.
1988.

Kotler Phillip
MERCADOTECNIA
Prentice Hall Hispanoamericana
México 3a. Ed.
1989.

Del Río González Cristóbal.
COSTOS PARA ADMINISTRADORES Y DIRIGENTES.
E.C.A.S.A.
México 2a. Reimpresión.
1990.

Cámara de Comercio de la Ciudad de México
TRAMITES PARA DAR DE ALTA UN NEGOCIO EN LA Cd. DE MEXICO
Ed. Limusa
México.
1993.

Bunge Mario
LA CIENCIA SU METODO Y SU FILOSOFIA
Ed. siglo XXI
México.
1975

Olguín Quiñones Fernando
ELEMENTOS DE MUESTREO Y CORRELACION.
U.N.A.M.
México.
1974.

CANAINPA
EL MUNDO DEL PAN
Revista mensual
México 1993.

L.A. M^a del Carmen Besil Jacob
LA MERCADOTECNIA Y SUS ESTRATEGIAS
Facultad de Contaduría y Administración
U.N.A.M.
México
1990.

NAFINSA
DESARROLLO DE LA MICROEMPRESA
México
1994.

Mendenhall/Reinmuth
ESTADISTICA PARA ADMINISTRACION Y ECONOMIA
Ed. Iberoamérica
México
1986.