



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DISTRIBUIDORA DE INSUMOS PARA PASTELERÍA Y PANADERÍA AL POR MAYOR Y MENOR, A TRAVÉS DE UN SERVICIO EXPRESS A DOMICILIO, EN LA CIUDAD DE IBARRA.”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.

AUTORA: REINA, Lidia

DIRECTOR :Ing. LEÓN, Rocío

IBARRA, JULIO, 2013

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo ha sido investigado para determinar la factibilidad de la creación de una microempresa distribuidora de insumos para pastelería y panadería al por mayor y menor, a través de un servicio express a domicilio, en la ciudad de Ibarra. Efectuado el estudio se establece los siguientes hallazgos: se realizó un diagnóstico situacional que ha permitido determinar, que los dueños de panaderías y pastelerías de la ciudad necesitan del producto, ya que les permitirá cumplir de manera eficiente sus actividades productivas y comerciales. Además se ha tomado en cuenta el desarrollo de un marco teórico que sustente temas que están relacionados con el proyecto y que servirán como fuentes de consulta para su elaboración.

El resultado obtenido del estudio de mercado es favorable para la microempresa y para la sociedad en general, debido a que existe una demanda significativa del producto que es elaborado a base de los insumos, en relación a la oferta se puede mencionar que no satisface las necesidades de las panaderías y pastelerías de la ciudad.

El estudio técnico efectuado permitió establecer los factores que benefician la creación de la microempresa distribuidora de insumos. De acuerdo al estudio financiero se determina que se obtendrán buenos ingresos de la venta de los insumos, ya que los productos tienen una alta demanda, de ahí que los evaluadores financieros demuestran la factibilidad monetaria del proyecto.

Dentro de la propuesta administrativa se estableció las directrices estratégicas, organizacionales y legales para el buen funcionamiento de la microempresa, donde el talento humano es el aspecto más importante. Los impactos que presenta el proyecto revelan resultados positivos en los diferentes ámbitos del entorno de la microempresa ubicada en la ciudad de Ibarra.

EXECUTIVE SUMMARY

The present work has been investigated to determine the feasibility on the creation of a micro enterprise to distribute ingredients for pastry and bakery at wholesale and retail, by means of an express delivery service in the Ibarra city. Once, we executed the study, the followings were got: the situational diagnosis let us to determine that the bakeries and pastries'

Owners in this city need the availability of the product since it will allow them to complete their productive and commercial activities in an efficient way. The development of a theoretical framework was also taken into account, this is going to sustain topics which are related with the project and that will be used as consultation sources for their elaboration.

The obtained result for the market study is favorable for the microenterprise as for the society in general because there is a significant demand on the product which is elaborated in base of the components. Related to the already existent tender, we found that it does not satisfy the necessities of the bakeries and pastries in the city.

The executed technical study allowed us to establish all the factors which benefit the creation of this micro-enterprise for distributing such kind of ingredients. According to the financial study, it is expected to get good economical profits on the sale of those food items, since they have a high demand; therefore the financial appraisers demonstrate the project monetary feasibility.

Inside the administrative proposal, they were established some strategic, organizational and legal guidelines for the efficient operation of the micro-enterprise where the human talent is the most important aspect. The impacts presented by the project reveal positive results in the different backgrounds of the micro-enterprise environment located in Ibarra city.

AUTORÍA

Yo, **Lidia Angélica Reina Bracho**, portadora de la cédula de ciudadanía **No. 0401418637** declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información



.....
Lidia Angélica Reina Bracho

0401418637

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada **Lidia Angélica Reina Bracho**, con cédula de identidad **No. 0401418637** para optar por el Título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.** cuyo tema es: **TEMA: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DISTRIBUIDORA DE INSUMOS PARA PASTELERÍA Y PANADERÍA AL POR MAYOR Y MENOR, A TRAVÉS DE UN SERVICIO EXPRESS A DOMICILIO, EN LA CIUDAD DE IBARRA.”** considero el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra a los 2 días del mes de julio de 2013.

Firma


Firma
.....
ING. ROCÍO LEÓN
DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, **Lidia Angélica Reina Bracho**, con cédula de identidad **No.0401418637**, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DISTRIBUIDORA DE INSUMOS PARA PASTELERÍA Y PANADERÍA AL POR MAYOR Y MENOR, A TRAVÉS DE UN SERVICIO EXPRESS A DOMICILIO, EN LA CIUDAD DE IBARRA.”** en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



.....
Lidia Angélica Reina Bracho

0401418637

Ibarra, a los 2 días del mes de julio de 2013



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	0401418637		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Reina Bracho Lidia Angélica		
DIRECCIÓN:	Ciudad de Mira Avda. Enrique Arboleda y García Moreno.		
EMAIL:	Lidia130510@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062281033	TELÉFONO MÓVIL:	0993860645
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DISTRIBUIDORA DE INSUMOS PARA PASTELERÍA Y PANADERÍA AL POR MAYOR Y MENOR, A TRAVÉS DE UN SERVICIO EXPRESS A DOMICILIO, EN LA CIUDAD DE IBARRA.”		
AUTORA :	Lidia Angélica Reina Bracho		
FECHA: AAAMMDD	JULIO -2013		

SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.
ASESOR /DIRECTOR:	Ing. Roció León

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **Lidia Angélica Reina Bracho**, con cédula de identidad No.0401418637, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 2 días del mes de julio de 2013

EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre:

C.C.:

ACEPTACIÓN:

(Firma).....

Nombre: Ing. Betty Chávez

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

A mí Dios por ser la vida

*A mis padres y hermanos por
luchar junto a mí,
para alcanzar
esta meta tan esperada y
anhelada*

GRACIAS A TODOS

AGRADECIMIENTO

*Agradezco a dios por permitirme
cumplir con este sueño*

*A la universidad técnica del norte de
manera especial a la facultad de
ciencias administrativas y económicas
por aportar en mi preparación
profesional*

*Mi agradecimiento a la Ing. Roció León,
por su paciencia y sobre todo por su
profesionalismo para guiarme en el
desarrollo de mi proyecto*

PRESENTACIÓN

El presente trabajo titulado : **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DISTRIBUIDORA DE INSUMOS PARA PASTELERÍA Y PANADERÍA AL POR MAYOR Y MENOR, A TRAVÉS DE UN SERVICIO EXPRESS A DOMICILIO, EN LA CIUDAD DE IBARRA.”** se ha desarrollado con el propósito de conocer si es factible su inversión.

Capítulo I Diagnóstico Situacional: Con el diagnóstico situacional aplicado a la ciudad de Ibarra, se puede definir los aspectos negativos y positivos que influenciaran en el desarrollo del proyecto.

Capítulo II Marco Teórico: En este capítulo se tomó en cuenta bases teóricas a utilizarse en el proyecto a través de guías de información investigativas.

Capítulo III Estudio de Mercado: Con la información analizada del estudio de mercado permite conocer la oferta y la demanda actual del producto en el mercado.

Capítulo IV Estudio Técnico: El desarrollo del estudio técnico determina la localización óptima del proyecto, la distribución y diseño de la planta, que requiere la microempresa para su funcionamiento.

Capítulo V Estudio Financiero: Se analiza las inversiones del proyecto para posteriormente examinar a través de los evaluadores financieros quienes permiten establecer su factibilidad.

Capítulo VI Organización de la Microempresa: Se plantea el modelo administrativo que la microempresa aplicará para el desarrollo de sus actividades

Capítulo VII Impactos: Se realiza el análisis de impactos que genera la creación de la microempresa durante su desarrollo los mismos puede presentar resultados positivos y negativos.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
EXECUTIVE SUMMARY	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN	v
CESIÓN DE DERECHOS	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACION	vii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
INDICE GENERAL	xiii
INDICE DE CUADROS	xx
INDICE DE GRÁFICOS	xxiii
INDICE DE ILUSTRACIÓN	xxiv
INTRODUCCIÓN	26
JUSTIFICACIÓN	27
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	28

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes	30
Objetivos del diagnóstico	30

Objetivo general	30
Objetivos específicos.	30
Variables diagnósticas	31
Variables	31
Indicadores	31
Antecedentes históricos	31
Espacio geográfico	31
Aspecto socio- demográfico	31
Actividades económicas	31
Fuentes de información	33
Análisis de las variables diagnósticas	33
Antecedentes Históricos	33
Reseña Histórica	33
Tradiciones	33
Fiestas	34
Espacio Geográfico	34
Ubicación	34
Extensión Territorial	35
Limites	35
División Política Administrativa	35
Clima	36
Aspectos Socio –Demográficos	36
Densidad	36

Salud	37
Educación	37
Infraestructura básica	38
Actividades Económicas	39
Tipo de Actividades	39
Diagnostico externo a través de aliados oponentes,	
Oportunidades y riesgos	40
Aliados	40
Oponentes	41
Oportunidades	41
Riesgos	41
Identificación de la oportunidad de inversión	41

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

La microempresa	43
Características de la microempresa	44
Objetivos de la microempresa	44
Clasificación de la microempresa	45
Como crear una microempresa	45
<i>El registro único de contribuyente (ruc)</i>	<i>46</i>
<i>Patente municipal</i>	<i>46</i>
<i>Permiso de funcionamiento</i>	<i>47</i>
Requisitos para los permisos de salud pública	47

La distribución	47
Canales de distribución	48
Insumos	48
La panadería	48
Emprendedor	49
Administración de empresas	49
Objetivos de la administración	50
Proceso administrativo	50
Aspectos mercantiles	51
Mercadotecnia	51
Marketing mix	52
Oferta	53
Demanda	53
Producto	53
Precio	54
Publicidad	54
Promoción	55
Aspectos técnicos	55
Tamaño del proyecto	55
La macrolocalización	55
La microlocalización	56
Presupuesto	56
Inversión	56

Aspectos contables	57
La contabilidad	57
Estados financieros	57
Estados de resultados	57
Estado de flujo de efectivo	58
Balance general	58
Evaluadores financieros	59
Valor actual neto(VAN)	59
Tasa interna de retorno(TIR)	59
Beneficio costo	60
Periodo de recuperación	60

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Presentación	61
Objetivos del estudio de mercado	62
Objetivos General	62
Objetivos Específicos	62
Variables e Indicadores	62
Identificación de Variables	62
Indicadores o Sub-aspectos	63
Variable Demanda	63
Variable Oferta	63
Variable Precio	63
Variable Comercialización	64

Mecánica operativa del Estudio de Mercado	66
Identificación de la Población	66
Calculo de la Muestra	66
Fuentes de información	67
Información Primaria	67
Información Secundaria	67
Encuesta aplicada a las panaderías y pastelerías de Ibarra	68
Entrevista aplicada a los comercializadores	86
Identificación del producto	89
Harina	89
Azúcar	90
Sal	90
Mantequilla pan	91
Mantequilla pan de agua	91
Mantequilla bizcochera	92
Mantequilla chantilly	92
Mantequilla mil hojas	93
Manteca o grasas, aceites y margarinas	93
Huevos	94
Crema chantilly	94
Crema pastelera	95
Levadura	95
Polvo de hornear	96
Mercado meta	96
Segmento de mercado	97
Análisis de la oferta	97
Oferta histórica	97
Oferta actual	99
Proyección de la oferta	101
Análisis de la demanda	101
Demanda histórica	101
Demanda actual	102
Proyección de la demanda	104
Demanda por Satisfacer	105
Competencia	105

Análisis del precio	106
Precios del proyecto	106
Comercialización de productos de panadería y pastelería	107
Estrategias de mercado	108
Canales de distribución	108
Producto	109
Promoción	110
Publicidad	110
Conclusiones del estudio de mercado	113

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Localización óptima del proyecto	115
Macrolocalización	115
Microlocalización	116
Distribución física del proyecto	119
Flujograma de proceso del proyecto	120
Presupuesto de inversiones	123
Inversión Fija	123
Equipo de computación	123
Equipo de oficina	123
Muebles y enseres	123
Vehículo	124
Inventario de Insumos para un mes	125
Inversión variable o capital de trabajo	125
Tamaño del proyecto	126
Inversión	128

Requerimiento de talento humano	129
---------------------------------	-----

CAPÍTULO V

PROPUESTA ESTRATEGICA DE LA MICROEMPRESA

Aspectos estratégicos	130
Nombre de la microempresa	130
Misión	130
Visión	130
Objetivos	130
Políticas	131
Principios y valores	131
Principios	131
Valores	132
Aspecto organizacional	132
Organigrama estructural	132
Niveles administrativos	133
Identificación de puestos y funciones	134
Aspecto legal de funcionamiento	139
Constitución legal	139
Representante Legal	139
Objeto Social	139

CAPÍTULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

Estructura de la Inversión	140
Ingresos	140
Proyección de Ingresos	142
Egresos	143
Costos de operación	143
Inventario anual	144
Sueldos operativos	145
Proyección del Costo Total de sueldos operativos	145
Resumen de costos de operación	145
Gastos Administrativos	146
Sueldos Administrativos	146
Arriendo	147
Servicios básicos	147
Servicios de comunicación	147
Suministros de Oficina	147
Mantenimiento Equipo de Computación	148
Gastos de Ventas	148
Sueldos en Ventas	148
Publicidad	149
Combustible mantenimiento vehículo	149
Gastos Financieros	150
Depreciación activos fijos	152
Gastos diferidos	152
Resumen de Costos y Gastos	152
Estados Proforma.	153

Estado de Situación Inicial	153
Estado de Resultados	153
Flujo de Caja	154
Evaluación de la Inversión	154
Costo de Oportunidad y Tasa de Rendimiento Medio	154
Valor Actual Neto	155
Tasa Interna de Retorno	155
Recuperación de la Inversión	156
Beneficio Costo	157
Resumen de evaluación de la Inversión	157

CAPÍTULO VII

ANÁLISIS DE IMPACTOS

Presentación	158
Impactos	158
Socio-económico	158
Empresarial	159
Comercial	159
Cultural	159
Ambiental	159
General	159
Conclusiones y Recomendaciones	166
Conclusiones	166
Recomendaciones	167

Bibliografía	168
Lincografía	170
Anexos	171

ÍNDICE DE CUADROS

1. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	32
2. PARROQUIAS URBANAS Y RURALES	35
3. POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE IBARRA	36
4. TASA DE CRECIMIENTO DE LA CIUDAD DE IBARRA	37
5. POBLACIÓN DEL CANTÓN IBARRA	37
6. TASA DE CRECIMIENTO DEL CANTÓN IBARRA	37
7. TOTAL DE ACTIVIDADES O NEGOCIOS DEL CANTÓN IBARRA	39
8. POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA	40
9. MATRIZ DE RELACIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO	65
10. TIPO DE ACTIVIDAD	68
11. OFERTA DEL PROVEEDOR	69
12. ENTREGA DE MATERIA PRIMA	70
13. MARCAS Y CANTIDADES DE CONSUMO DIARIO EN HARINA	71
14. MARCAS Y CANTIDADES DE CONSUMO DIARIO EN MANTEQUILLA	72
15. MARCAS Y CANTIDADES DE CONSUMO DIARIO EN LEVADURA	73
16. MARCAS Y CANTIDADES DE CONSUMO DIARIO EN POLVO DE HORNEAR	74
17. MARCAS Y CANTIDADES DE CONSUMO DIARIO EN MANTECA	75
18. MARCAS Y CANTIDADES DE CONSUMO DIARIO EN AZUCAR	76
19. MARCAS Y CANTIDADES DE CONSUMO DIARIO EN SAL	77
20. MARCAS Y CANTIDADES DE CONSUMO DIARIO EN HUEVOS	78
21. MARCAS Y CANTIDADES DE CONSUMO DIARIO EN CREMA	79
22. PRECIO DE LA COMPETENCIA	80

23. COMPRAS IMPREVISTAS	81
24. FACTIBILIDAD DE LA NUEVA EMPRESA	82
25. VENTAJAS	83
26. UBICACIÓN DE LA PLANTA	84
27. ASPECTOS DEL SERVICIO	85
28. VENTAS ACTUALES DE INSUMOS	86
29. MATRIZ DE SEGMENTACIÓN DE MERCADO LOCAL	97
30. OFERTA HISTÓRICA PERIODO AÑO 2007-2011	98
31. OFERTA ACTUAL DE PRODUCTOS PARA PANADERÍA Y PASTELERÍA AL 2012	100
32. PROYECCIÓN DE LA OFERTA	101
33. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LAS PANADERÍAS Y PASTELERÍAS EN LA CIUDAD DE IBARRA	101
34. DEMANDA HISTÓRICA PERIODO AÑO 2007-2011	102
35. DEMANDA DIARIA	103
36. DEMANDA ACTUAL DE PRODUCTOS PARA PANADERÍA Y PASTELERÍA AÑO 2012	104
37. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	104
38. OFERTA	105
39. DEMANDA	105
40. DEMANDA POR SATISFACER	105
41. PRECIO PROMEDIO DE LOS PRODUCTOS DE PANADERÍA Y PASTELERÍA EN LA CIUDAD DE IBARRA	106
42. PRECIOS PROYECTADOS POR PRODUCTO	107
43. FACTORES	117
44. CALIFICACIÓN PONDERADA	117
45. EQUIPO DE COMPUTACIÓN	123
46. EQUIPO DE OFICINA	123
47. MUEBLES Y ENSERES	124
48. VEHÍCULO	124
49. RESUMEN DE INVERSIÓN FIJA	124
50. INVENTARIO DE INSUMOS PARA UN MES	125
51. CAPITAL DE TRABAJO	126
52. TAMAÑO DEL PROYECTO	127
53. REQUERIMIENTO DEL TALENTO HUMANO	129

54. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	140
55. PROYECCIÓN DE INGRESOS	142
56. INVENTARIO ANUAL	144
57. SUELDO BÁSICO UNIFICADO MENSUAL	145
58. PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL SUELDOS OPERATIVOS	145
59. RESUMEN DE COSTOS DE OPERACIÓN	145
60. SUELDO BÁSICO UNIFICADO MENSUAL	146
61. PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS	146
62. ARRIENDO	147
63. SERVICIOS BÁSICOS	147
64. SERVICIOS DE COMUNICACIÓN	147
65. SUMINISTROS DE OFICINA	147
66. MANTENIMIENTO EQUIPO DE COMPUTACIÓN	148
67. RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	148
68. SUELDO BÁSICO UNIFICADO MENSUAL	148
69. PROYECCIÓN DEL SUELDO EN VENTAS	149
70. PUBLICIDAD	149
71. COMBUSTIBLE DE MANTENIMIENTO VEHÍCULO	149
72. RESUMEN DE GASTOS EN VENTAS	149
73. DATOS DEL PRÉSTAMO	150
74. TABLA DE AMORTIZACIÓN	150
75. GASTOS FINANCIEROS	151
76. DEPRECIACIÓN	152
77. GASTOS DIFERIDOS	152
78. RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS	152
79. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	153
80. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	153
81. FLUJO DE CAJA	154
82. COSTO DE OPORTUNIDAD	154
83. VALOR ACTUAL NETO	155
84. TASA INTERNA DE RETORNO	156
85. RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	156
86. BENEFICIO COSTO	157
87. EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN	157

88. MATRIZ DE VALORACIÓN	158
89. IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO	160
90. IMPACTO EMPRESARIAL	161
91. IMPACTO COMERCIAL	162
92. IMPACTO CULTURAL	163
93. IMPACTO AMBIENTAL	164
94. IMPACTO GENERAL	165

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1. TIPO DE ACTIVIDAD	68
2. OFERTA DE PROVEEDOR	69
3. ENTREGA DE MATERIA PRIMA	70
4. MARCAS Y CANTIDADES DE CONSUMO DIARIO EN HARINA	71
5. MARCAS Y CANTIDADES DE CONSUMO DIARIO EN MANTEQUILLA	72
6. MARCAS Y CANTIDADES DE CONSUMO DIARIO EN LEVADURA	73
7. MARCAS Y CANTIDADES DE CONSUMO DIARIO EN POLVO DE HORNEAR	74
8. MARCAS Y CANTIDADES DE CONSUMO DIARIO EN MANTECA	75
9. MARCAS Y CANTIDADES DE CONSUMO DIARIO EN AZUCAR	76
10. MARCAS Y CANTIDADES DE CONSUMO DIARIO EN SAL	77
11. MARCAS Y CANTIDADES DE CONSUMO DIARIO EN HUEVOS	78
12. MARCAS Y CANTIDADES DE CONSUMO DIARIO EN CREMA	79
13. PRECIO DE LA COMPETENCIA	80
14. COMPRAS IMPREVISTAS	81
15. FACTIBILIDAD DE LA NUEVA EMPRESA	82
16. VENTAJAS	83
17. UBICACIÓN DE LA PLANTA	84
18. ASPECTOS DEL SERVICIO	85
19. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	140

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

1. IBARRA Y SUS PARROQUIAS	36
2. HARINA	89
3. AZÚCAR	90
4. SAL	90
5. MANTEQUILLA PAN	91
6. MANTEQUILLA PAN DE AGUA	91
7. MANTEQUILLA BISCOCHERA	92
8. MANTEQUILLA CHANTILY	92
9. MANTEQUILLA MIL HOJAS	93
10. MANTECA, ACEITE, MARGARINAS	93
11. HUEVOS	94
12. CREMA CHANTILY	94
13. CREMA PASTELERA	95
14. LEVADURA	95
15. POLVO DE HORNEAR	96
16. CANAL DE DISTRIBUCIÓN DIRECTO	109
17. HOJA VOLANTE	111
18. ROTULO EXTERIOR	112
19. LOGOTIPO	113
20. UBICACIÓN DE LA CIUDAD DE IBARRA	116
21. CROQUIS DE UBICACIÓN	118
22. OFICINA	119

INTRODUCCIÓN

El Ecuador se divide administrativamente en 24 provincias, en la Región Norte del país encontramos a la provincia de Imbabura en la que se encuentra ubicada la ciudad de Ibarra, misma que ha mostrado gran crecimiento poblacional, con personas que han migrado de Colombia y también de gente que ha venido de la costa ecuatoriana. El emprendimiento de microempresas es la alternativa más importante para resolver el problema de pobreza generado por la falta de fuentes de trabajo en nuestro país.

Entre los alimentos principales del ser humano se encuentra el pan. Desde hace muchos años atrás, se lo conoce y elabora a base de granos molidos. Para el ciclo productivo del pan se necesita la intervención de muchos factores, tanto mecánicos como humanos.

El objetivo del proyecto constituye en tener una distribuidora que brinde un servicio express a domicilio que cuando se termine las materias primas en cualquier panadería llamen a esta distribuidora, hagan el pedido y al momento proveerles de estos insumos. Para la elaboración de este estudio existen bases bibliográficas y documentos que pueden sustentar esta investigación, así como la ayuda de expertos en el tema que pueden ayudar con su contingente y opinión.

El pan es un producto de consumo masivo, que todos los días no puede faltar en la mesa de la sociedad (Ibarreña), lo adquieren gente de todo nivel económico, por lo que en el aspecto comercial las panaderías y pastelerías se han incrementado en una forma intensiva.

En la elaboración del pan los ingredientes principales son: harina y agua. Siendo uno de los componentes la sal, la levadura y demás esencias que le dan sabor a la masa dándonos el producto terminado.

JUSTIFICACIÓN

El tema planteado es de mucha importancia, hay que señalar que el crecimiento poblacional hace que incrementen los negocios de panaderías y pastelerías, considerando que estos productos son de consumo masivo, lo que le da viabilidad al proyecto que es la implementación de una distribuidora de insumos para esta clase de negocios ofertando como valor agregado el servicio express.

La cobertura de las actividades de la microempresa en un inicio será a nivel local, porque existe suficiente mercado para los insumos de panadería y pastelería. Además se necesita en el ciclo productivo de la panificación una innovación en lo que se refiere al abastecimiento de insumos, por tal motivo el proyecto implementará el servicio express.

La competencia por acceder a una plaza de trabajo cada día se vuelve más fuerte, y con la recesión económica que vive el mundo las oportunidades se vuelven más difíciles. Lo que justifica que la salida por la falta de fuentes de trabajo es el emprendimiento de microempresas.

El proyecto presenta como beneficiarios directos al gestor de la microempresa mediante los ingresos que genere la actividad de las panaderías y pastelerías de la ciudad de Ibarra; como también vienen hacer directos los que reciben el producto (pan). Siendo beneficiarios indirectos las familias de los que trabajan en el pan y la población en general, debido a que podrán acceder a un producto de calidad a precios accesibles.

El proyecto se constituye un documento que aporta ideas que pueden ser utilizadas por negocios comerciales que buscan eliminar esquemas caducos en las actividades productivas y comerciales.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa distribuidora de insumos para pastelería y panadería al por mayor y menor, a través de un servicio express a domicilio, en la ciudad de Ibarra.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional del entorno del proyecto para identificar: aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que pueden afectar en la gestión de la microempresa.
- Diseñar un marco teórico que sustente el estudio a través de la investigación bibliográfica y documental actualizada.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta, la demanda existente en el mercado y los precios del producto, mediante la investigación de campo.
- Efectuar un estudio técnico para establecer los requerimientos operativos de la microempresa.
- Diseñar una propuesta estratégica de la microempresa para la operación de la misma.

- Realizar un estudio financiero que permita determinar la factibilidad del proyecto, a través de los evaluadores tales como: el VAN, TIR, C/B, PRI.
- Establecer los principales impactos que generará la implementación de la microempresa.

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes diagnósticos

El presente estudio diagnóstico tiene como finalidad caracterizar la ciudad de Ibarra, lugar donde se implementará la microempresa de distribución de insumos para panadería y pastelería, para identificar los aspectos positivos y negativos que influenciarán en el desarrollo eficiente de la actividad.

Objetivos del diagnóstico

Objetivo general

Realizar un diagnóstico situacional de la ciudad de Ibarra, caracterizando los aspectos históricos, geográficos, socio-demográficos, y actividades económicas, con la finalidad de determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que influenciarán en la gestión del proyecto.

Objetivos específicos

- Establecer los antecedentes históricos de la ciudad de Ibarra.
- Identificar el espacio geográfico donde se implementará el proyecto.
- Establecer los aspectos socio-demográficos del área de estudio.
- Conocer las actividades económicas del sector de investigación

Variables Diagnósticas

Variables

- Antecedentes históricos
- Espacio geográfico
- Socio-demográfico
- Actividades económicas

Indicadores

Antecedentes históricos

- Reseña histórica
- Tradiciones
- Fiestas

Espacio geográfico

- Ubicación
- Extensión territorial
- Límites
- División política administrativa
- Clima

Aspectos socio – demográficos

- Densidad poblacional
- Salud
- Educación
- Infraestructura básica

Actividades económicas

- Tipo de actividades
- Población económicamente activa

**CUADRO No.1
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA**

Objetivos	Variable	Aspecto o Indicador	Fuente de información	Técnicas	Informante
Establecer los antecedentes históricos de la ciudad de Ibarra	Antecedentes Históricos	Reseña histórica Tradiciones Fiestas	Secundaria	Bibliográfica	Plan de ordenamiento territorial Plan de desarrollo
Identificar el espacio geográfico donde implementará el proyecto.	Espacio Geográfico.	Extensión territorial Ubicación Limites División política administrativa Clima	Secundaria	Bibliográfica	Plan de ordenamiento territorial Plan de desarrollo cantonal INEC
Establecer los aspectos socio demográficos del área de estudio	Aspectos Socio - Demográficos	Densidad poblacional Salud Educación Infraestructura básica	Secundaria	Bibliográfica	Plan de ordenamiento territorial Plan de desarrollo cantonal INEC
Conocer las actividades económicas del sector de investigación.	Actividades Económicas	Tipo de actividades Población económicamente activa	Secundaria	Bibliográfica	Plan de ordenamiento territorial Plan de desarrollo cantonal INEC

Elaborado por: La autora

Fuentes de información

Información Secundaria.

La información secundaria utilizada fue:

- Libros
- Documentos del INEC
- Plan de desarrollo
- Plan de ordenamiento territorial del Cantón Ibarra
- Internet

Análisis de variables diagnósticas

Antecedentes históricos

- **Reseña histórica**

Según el Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra, entre los aspectos históricos más importantes se destaca:

El 28 de septiembre de 1606 el Capitán de Troya, funda la Villa de San Miguel de Ibarra. Esta ciudad se instala en los terrenos de la propiedad de Don Antonio Cordero y Juana Atabalipa, con una población de 158 habitantes.

El 28 de abril de 1872 en sesión solemne queda reinstalada definitivamente la ciudad. FUENTE: Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra.

- **Tradiciones**

Las principales tradiciones de sabores de Ibarra son: la chicha de arroz de las mujeres negras del Chota, la chicha de remolacha que se prepara en época de difuntos, la amplia gastronomía andina a base de nuestro

maíz, las humitas, los quimbolitos y tamales etc. además se prepara el champús para acompañar los recuerdos de difuntos. Antiguos sabores repetidos que dan otro color a la vida y a la muerte.

Como también los denominados “santos” o dulces empanizados envueltos en hojas de plátano, nogadas enconfitadas con tocte y el más que famoso arropo de mora que exponen los vendedores de la esquina de la Merced, los bocadillos de guayaba de leche golosinas que se encuentran también en rutas y paraderos de turismo actual, también los helados tradicionales de paila, que prestos a cumplir cien años, siguen vendiéndose en pleno centro histórico, en el local de doña Rosalía Suarez. FUENTE: Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra

- **Fiestas**

Las Fiestas por Decreto, por Fe, por Costumbre. “Y porque la Villa se regocije, ordenaron y mandaron que en el día de San Miguel haya toros y juego de cañas, y la noche anterior, luminarias por la plaza y calles de la Villa, tocándose varios instrumentos.

Con una cultura influida por los españoles dejan tradiciones fuertes e irremplazables, como la novillada, los gallos, el vino, el tabaco, las procesiones, las fiestas bravas y principalmente la Cacería del Zorro. FUENTE: Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra.

Espacio geográfico

- **Ubicación**

La ciudad de Ibarra, capital de la provincia, esta a 2.228 metros sobre el nivel del mar; se encuentra situada al noreste de Quito, Capital de la República a 126 Km, a 135 Km de la frontera con Colombia, y a 185 km de San Lorenzo, en el Océano Pacífico. Extraído del Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra.

La ubicación estratégica de la ciudad la convierte en un lugar apto para cualquier actividad en especial la comercial, debido a que las grandes empresas encuentran facilidades para sus negociaciones. FUENTE: Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra

- **Extensión territorial**

El cantón esta compuesto por una superficie de 41.68 en la zona urbana y por una superficie de 1.120,53 km² en la zona rural como también la periferia de la cabecera cantonal Extraído del Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra

- **Limites**

El Cantón se encuentra limitado de la siguiente manera: al norte con la provincia del Carchi, al noroeste con la provincia de Esmeraldas, al oeste con los cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, al este con el cantón Pimampiro y al sur con la provincia de Pichincha. Extraído del Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra.

- **División política administrativa**

El Cantón Ibarra está compuesto por 5 parroquias urbanas y 7 parroquias rurales con una superficie total de 1.162,22 km², divididas en la siguiente forma:

**CUADRO N°2
PARRROQUIAS URBANAS Y RURALES**

URBANAS	RURALES
San Francisco	Angochagua
La Dolorosa del Priorato	La Esperanza
Carriquí	San Antonio
El Sagrario	Ambuqui
Alpachaca	Ibarra
	Salinas
	La Carolina
	Lita

FUENTE: Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra
ELABORADO POR LA AUTORA

ILUSTRACION N°1 IBARRA Y SUS PARROQUIAS



Fuente: Plan de ordenamiento del cantón Ibarra

- **Clima**

La ciudad de Ibarra posee un clima seco templado debido a que se encuentra en un valle, su temperatura promedio es de 18 grados centígrados. Con una altitud de 2.225 m.s.n.m. FUENTE: Plan de Ordenamiento

Territorial del Cantón Ibarra

Aspectos socio – demográficos

- **Densidad poblacional**

La ciudad de Ibarra tiene una población de aglomeración urbana real de 139.721 habitantes. Y la población rural cuenta con una población total de 181.175 habitantes. Por ello para el 2010 estaba en 1,8% de crecimiento anual en lo rural y 2% en lo urbano.

**CUADRO No. 3
POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE IBARRA**

Sexo	Casos	%	Acumulado %
1. Hombre	67.165	48,07 %	48,07 %
2. Mujer	72.556	51,93 %	100,00 %
Total	139.721	100,00 %	100,00 %

Fuente: INEC Censo 2010

CUADRO No.4
TASA DE CRECIMIENTO DE LA CIUDAD DE IBARRA

Sexo	T.C.
1. Hombre	2,01%
2. Mujer	2,03%
Total	2,02%

Fuente: INEC Censo 2010

CUADRO No. 5
POBLACIÓN DEL CANTÓN IBARRA

Sexo	Casos	%	Acumulado %
1. Hombre	87.786	48,45 %	48,45 %
2. Mujer	93.389	51,55 %	100,00 %
Total	181.175	100,00%	100,00 %

Fuente: INEC Censo 2010

CUADRO No.6
TASA DE CRECIMIENTO DEL CANTON IBARRA

Categorías	T.C.
Hombre	1,83%
Mujer	1,89%
Total	1,86%

Fuente: INEC Censo 2010

- **Salud**

En Ibarra existen dos hospitales: San Vicente de Paúl (hospital público), y Hospital del Seguro (Hospital del IESS), así como de más de 15 clínicas privadas y cerca de 300 consultorios privados que garantiza la salud de la población. FUENTE: INEC Censo 2010.

- **Educación**

En Ibarra la educación es considerada una de las mejores en el norte del país, los centros de enseñanza son considerados como los más

modernos y académicamente prestigiosos, posee más colegios privados religiosos que públicos. Las Universidades son 4 principalmente, todas sujetas a un alto nivel de estudios y una gran oferta académica. FUENTE: INEC Censo 2010.

- **Infraestructura básica**

Viabilidad

La vía principal de Ibarra es la Panamericana como también esta compuesta de otras vías secundarias que conecta Ibarra con Zuleta y la carretera asfaltada que conecta Ibarra con San Lorenzo y el destino turístico Las Peñas. FUENTE: Catastros IMI, 2010.

Agua potable

Es importante destacar que el 95% de las viviendas en la cabecera cantonal cuentan con el servicio de agua potable

Recolección de desechos sólidos

La cabecera cantonal cuenta con el 89% del servicio de recolección de basura.

Energía eléctrica

El 99% de las viviendas de Ibarra acceden al servicio eléctrico.

FUENTE: INEC, 2010.

Servicio telefónico

Según los datos del censo de Población y vivienda 2010, la ciudad de Ibarra, tiene un 61,2 % de acceso al servicio telefónico. FUENTE: INEC 2010.

La infraestructura básica del cantón se la puede catalogar como buena, claro está que en el sector urbano la cobertura es mayor que el sector rural, debido a la ineficiente gestión de los gobiernos rurales. Dentro del casco urbano los servicios que actualmente se están ejecutando tienen la finalidad de cumplir con el plan del buen vivir de la población ecuatoriana.

Actividades económicas

- **Tipo de actividades**

Ibarra es un cantón prácticamente de servicios pues las principales actividades son: comercio, hoteles y restaurantes; servicios personales y sociales.

El Sector Primario de Ibarra está integrado por la agricultura, principalmente dedicada al cultivo de caña de azúcar y el maíz suave; por el volumen de ventas que generan; y la ganadería dedicada a la cría de aves y ganado vacuno como las más importantes.

El Sector Secundario del cantón esta conformado por las industrias manufactureras como las agroalimentarias (de la caña de azúcar, cárnicas, lácteas, frutícolas), la maderera por las artesanías en San Antonio y el incremento de la metalmecánica, la textil (la menos desarrollada).

El Sector Terciario de Ibarra ha tenido un desarrollo considerable, donde se acumulan la mayoría de los servicios (comercio, restaurantes y hoteles, servicios personales y sociales, servicios financieros, etc.). En la última década se ha incrementado notablemente el comercio.

FUENTE: Rentas Municipales- IMI (CATASTRO)

CUADRO No.7

TOTAL DE ACTIVIDADES O NEGOCIOS DEL CANTON IBARRA

ACTIVIDADES	NUMERO	PORCENTAJE
NUMERO TOTAL DE ACTIVIDADES O NEGOCIOS EN EL CANTON :	6215	68,5
NUMERO TOTAL DE ACTIVIDADES O NEGOCIOS EN LOS MERCADOS DEL CANTON :	2861	31,5
TOTAL ACTIVIDADES O NEGOCIOS EN EL CANTON IBARRA	9076	100,0

Fuente: Rentas Municipales- IMI (Catastro)

- **Población económicamente activa**

CUADRO No.8
POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA 10 AÑOS Y MÁS) DE LA CIUDAD DE IBARRA - PROVINCIA DE IMBABURA			
Condición de Actividad (10 y más años)	Área Urbana o Rural		
	Área Urbana	Área Rural	Total
PEA	60.951	2.919	63.870

FUENTE: INEC CNESO 2010

Según el INEC la población Económicamente Activa PEA, es la que interviene en la producción de bienes y servicios mismos que se aglomeran en los siguientes sectores, especialmente en las actividades agropecuarias, sector Industrial y de servicios.

Diagnóstico externo a través de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

Aliados

- El crecimiento del sector comercial demanda servicios adicionales para las unidades productivas.
- Existencia de instituciones de educación y capacitación para el desarrollo del talento humano.
- Existencia de instituciones gubernamentales donde se puede gestionar apoyo para nuevos proyectos.
- La predisposición de contratar el servicio por parte de la población y empresas investigadas.
- Existe personal calificado en la ciudad de Ibarra que puede desempeñar las actividades dentro del proyecto propuesto.

Oponentes

- Competencia desleal en productos y servicios que ofrecen en la ciudad
- Crecimiento incontrolable a futuro de empresas consideradas como competencia.
- La utilización de precios no estandarizados por parte de los locales que brindan el servicio propuesto por el proyecto.
- La falta de experiencia para gestionar la empresa propuesta por el proyecto.

Oportunidades.

- El avance tecnológico permite incursionar en nuevos mercados regionales y nacionales.
- La capacidad para negociar el servicio a nivel local y regional.
- Utilizar las nuevas alternativas de comunicación para hacer conocer los servicios que prestará la empresa a los posibles clientes.
- Utilizar medios de publicidad y promoción alternativos que puede experimentar la empresa para posicionarse en el mercado.

Riesgos.

- La inflación y la inestabilidad política generan incertidumbre en las inversiones locales.
- Existe volatilidad en la tasas de los créditos que ofertan las instituciones financieras ocasionando inestabilidad en las inversiones.
- La inestabilidad económica y política provoca estancamiento de nuevos emprendimientos.
- La creación de leyes que perjudiquen el desarrollo normal de las actividades de este tipo de negocio.

Identificación de la oportunidad de inversión

Una vez efectuado el diagnóstico situacional caracterizando la ciudad de Ibarra, lugar donde se gestionará la empresa, se ha determinado que

el sector, presenta más aspectos positivos que negativos, los cuales fortalecen a la creación de nuevos emprendimientos que brinden servicios alternativos al sector productivo y comercial.

Con este antecedente se propone: REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DISTRIBUIDORA DE INSUMOS PARA PASTELERÍA Y PANADERÍA AL POR MAYOR Y MENOR, A TRAVÉS DE UN SERVICIO EXPRESS A DOMICILIO, EN LA CIUDAD DE IBARRA.” acorde a la situación actual de la Ciudad

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Este capítulo tiene como finalidad dar un respaldo bibliográfico al proyecto, mediante la contextualización de aspectos que se utilizan en el desarrollo del estudio, para esto se acudió a diferentes fuentes como: textos, revistas, documentos elaborados, folletos entre otros, que contienen teorías, conocimientos, algunas ideas e información en torno al tema.

A continuación se presenta una serie de conocimientos sobre la IMPLEMENTACIÓN DE UNA DISTRIBUIDORA DE INSUMOS DE PANADERÍA Y PASTELERÍA EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA., los cuales ayudarán a tener fundamentos científicos sobre el tema planteado

LA MICROEMPRESA

DÍAS CALLEJAS Osmín, (2009). Manifiesta: “Se considera microempresa a la que tiene entre 0 y 10 trabajadores. Esto es así, independientemente de que el negocio se dedique a la industria, al comercio o los servicios”.Pág.36

Tomando como referencia el concepto anterior, se puede manifestar que la microempresa es una organización productiva pequeña destinada a generar empleo local, en muchos de los casos la administración es familiar. Para la gestión el microempresario cuenta con escasa financiación para iniciar un proyecto empresarial, para lo cual es importante mencionar que existen sistemas de financiación creados especialmente para este tipo de empresas, de las cuales pueden beneficiarse en caso de no contar con los recursos necesarios para iniciar una actividad.

Características de la microempresa

- Actividades de autoempleo o que tengan hasta diez colaboradores.
- Su forma jurídica toma, la forma de sociedad individual o de responsabilidad limitada.
- Las relaciones entre el empresario y sus colaboradores son personales y directas.
- Constituyen para los empresarios-propietarios, la principal fuente de renta.
- La gran mayoría de microempresas se dedican a la actividad comercial o a la prestación de servicios y un pequeño porcentaje a las actividades de transformación.
- Su estructura jurídica se asemeja a las sociedades de personas y eventualmente a las sociedades anónimas.
- Tiene la tendencia a mantenerse en los sitios donde iniciaron su actividad originalmente.
- El objetivo predominante es el mercado local y eventualmente el regional.

Objetivos de la microempresa

Son operativos y deben ser capaces de convertirse en metas y tareas específicas de todas las áreas de las que depende la supervivencia de la empresa. Para ello se tomará en cuenta los siguientes objetivos:

- **Objetivo de Innovación:** Debe de innovar, de lo contrario con el suministro, empleo y desarrollo de los recursos humanos
- **Objetivo sobre Recursos Humanos:** Tiene que determinar objetivos relacionados con el empleo y desarrollo de los mismos.

- **Objetivo de Productividad:** Debe emplearse adecuadamente los recursos y la productividad debe crecer para que la microempresa sobreviva.

Clasificación de la microempresa

- **Producción:** Son materias primas convertidas en productos terminados, dentro de esta actividad se encuentra la elaboración de artesanías.
- **Comercio:** Son las que se dedican a comprar y vender bienes y servicios. Su actividad es revender productos terminados por las empresas de producción.
- **Servicios:** Estas empresas, son aquellas que se identifican por el consumo inmediato, es decir busca llenar o satisfacer las necesidades del consumidor.
- **De sobrevivencia:** Como su nombre lo indica deben conseguir ingresos para sobrevivir y su táctica de competencia es ofrecer sus productos a precios que apenas alcanzan a cubrir sus costos.
- **Subsistencia:** Son aquellas que rescatan su inversión mismas que sirven para remunerar el trabajo.
- **En crecimiento:** Es capaz de retener ingresos, los mismos que serán reinvertirlos con el propósito de aumentar su capital y expandirse. Aquí la microempresa se convierte en empresas.

Como crear una microempresa

Crear una microempresa conlleva una trabajosa labor que involucra saber bien que se pretende y como se va a conseguir, teniendo en cuenta la diversidad de factores que condicionan su ubicación en el mercado.

- **El nombre o razón social:** el nombre debe ser elegido con mucho criterio y debe lograr ser un imán para las ventas, No requiere de permiso o autorización. Este no debe atentar a la moral ni tomar un existente.

- **La microempresa entrega la firmeza de haber recibido el aporte económico:** los aportes principalmente serán de responsabilidad del administrador de la microempresa.

- **Los permisos de funcionamientos:** Los obtendrá una vez que inicie su actividad, y entre ellos tenemos:
 - El permiso fiscal (RUC)
 - El permiso municipal
 - Permiso sanitario

El registro único de contribuyente (RUC)

Requisitos

- Cédula de representante legal
- Copia de certificado de votación
- Recibo de pago de agua, luz, teléfono

Patente municipal

Requisitos

- Presentar el recibo de pago del impuesto predial del año en curso
- Copia del RUC
- Documentos personales del representante legal

Permiso de funcionamiento

Requisitos

- Primeramente tiene que llenar la solicitud del permiso de funcionamiento.
- Reunir toda la documentación necesaria para entregar junto con la solicitud.
- Luego se procederá a la inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios.
- Entrega del permiso que tiene vigencia un año.

Requisitos para los permisos de salud pública

- Ficha de inspección
- Permiso del Cuerpo de bomberos y Patente Municipal
- Copia del RUC
- Certificados de salud de todos los empleados (original y copia)
- Copia de la cédula y papeleta de votación del representante legal.

LA DISTRIBUCIÓN

[http://www.consumoteca.com/distribución:](http://www.consumoteca.com/distribución) La distribución del producto es la referencia a la forma en que los productos son distribuidos hacia la plaza o punto de venta en donde estarán a disposición, serán ofrecidos o serán vendidos a los consumidores; así como a la selección de estas plazas o puntos de venta.

La distribución corresponde en determinar los puntos estratégicos para la comercialización de bienes y servicios, para que los consumidores puedan acceder a los bienes de forma más oportuna.

Canales de distribución

En primer lugar se debe determinar si se hará uso de canales de distribución o de ventas directas o indirectas.

- Canal directo: Consiste en vender los productos al consumidor final sin intermediarios.
- Canal indirecto: Es vender los productos a intermediarios, quienes luego los venderán al consumidor final.

INSUMOS

<http://definicion.de/insumo/>: Insumo es un concepto económico que permite nombrar a un bien que se emplea en la producción de otros bienes. De acuerdo al contexto, puede utilizarse como sinónimo de materia prima o factor de producción.

Los insumos forman parte del proceso productivo, pierden sus propiedades para transformar la materia prima en un bien más complejo.

Se miden en "flujos" y pueden ser fijos o variables

LA PANADERÍA

<http://es.scribd.com/concepto-de-panaderia>: Panadería es el negocio especializado en la producción y venta de diferentes tipos de pan, así como también de todo tipo de productos hechos en base a la harina y a los bollos de masa. Una panadería puede vender entonces, además de pan, facturas, galletas y galletitas, masas finas, tortas, muffins, masa para pizzas, tartas y en algunos casos también comidas saladas.

La panadería es un oficio que aporta a la economía local dinamizando el sector donde opera, dedica a la elaboración de alimentos donde el principal ingrediente o materia prima es la harina.

EMPRENDEDOR

http://www.unet.edu.ve/~ilabarca/concepto_emprendedor.htm: Es un individuo que es capaz de acometer un proyecto rechazado por la mayoría. Sabe interpretar las características reales del entorno a pesar de que no son aparentes. Es capaz de luchar ante cualquier inconveniente que se les atraviesa a su estrategia y no le teme al fracaso. Además, es capaz de crear un grupo con motivación suficiente que le da el apoyo que necesita.

Según la referencia anterior se puede manifestar, el emprendedor es una persona creativa que gestiona sus ideas para resolver todo tipo de problemas basada en principios y valores, se pone en acción proactivamente ante un problema que la inquieta, dedicándose con entusiasmo contagioso a crear soluciones que impactan positivamente en su comunidad.

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Según MUNCH Lourdes, (2010). Menciona: La administración de empresas es una actividad indispensable en cualquier organización de hecho es la manera más efectiva para garantizar su competitividad. Pág.23

La administración de una empresa distribuidora de insumos para panadería y pastelería implica la disposición de tiempo que debe tener quien esté a su cargo, ya que deberá encargarse a través de sus dirigidos, de buscar clientes y atenderlos en el tiempo que ellos lo necesiten, para lo cual deberá contar con una estructura administrativa clara que lo permita. El administrador es el que define y descifra las políticas establecidas por la dirección. Un buen liderazgo gerencial fomenta un ambiente agradable para los empleados y a su vez genera una imagen aceptable ante el público y por consiguiente motiva al cliente a sentirse identificado con la empresa y así requerir de sus servicios, mejorando y haciendo crecer día a día a la entidad distribuidora que dirige.

Objetivos de la administración

- Según Enciclopedia libre Encarta 2009, señala que: los objetivos de la administración son los siguientes.
- Alcanzar en forma eficiente y eficaz los objetivos de un organismo social. eficacia cuando la empresa cumple sus metas y eficiencia. cuando logra sus objetivos con el mínimo de sus recursos.
- Permitir a la empresa tener una apariencia más amplia del medio en el cual se desarrolla.
- Cerciorar que la empresa produzca o preste sus servicios.

Proceso administrativo

Según KOONTZ, Harold, (2007) dice: “El proceso administrativo es el proceso de diseñar y mantener ambientes en los que individuos, que colaboran en grupos, cumplen eficientemente objetivos seleccionados”. Pág. 4.

El proceso administrativo es un círculo el cual está compuesto por pasos que ayudan a la realización de tareas eficientes. Es decir, el administrador realiza estas funciones entre sí, las funciones o procesos detallados no son independientes, sino que están totalmente conectados. Este proceso está compuesto por 4 funciones importantes, planeación, organización, ejecución y control. Constituyen el proceso de la administración.

- **Planificación:** Es el primer paso para lograr con éxito las metas trazadas dentro de una empresa distribuidora, ya que prepara y

organiza diversas actividades donde se mide la captación y satisfacción del cliente y la calidad del producto, pero además es una forma básica de crear estrategias buscando obtener excelentes ventas, expansión del mercado y responsabilidad social para beneficio de la empresa distribuidora.

- **Organización:** Es la unión de ciertas reglas y actividades que los miembros de la empresa que pueden cumplir con el propósito de obtener el mejor aprovechamiento de los recursos: materiales, humanos y técnicos. Tomando en cuenta las leyes laborales a las cuales los empleados están sujetos.
- **Dirección:** Consiste en influir sobre las personas para que realicen su trabajo con eficiencia y responsabilidad de tal manera que no exista problemas en el desempeño de sus funciones y así tengamos excelentes resultados y por ende logremos las metas propuestas. Algo fundamental es la comunicación entre empleados para llegar a los objetivos de la planificación. La designación de cargos es la estructura básica para que la empresa distribuidora se mantenga firme frente a los retos que tiene que superar.
- **Control:** Es el proceso donde la función administrativa ya sea individual o grupal, vigila el desempeño y establece correctivos si fuese necesario para que no se violen sus normas, además nos ayuda a medir el desempeño a través de las metas planteadas.

ASPECTOS MERCANTILES

Mercadotecnia

MONTAÑO, Francisco (2005) manifiesta: “La mercadotecnia es una guía administrativa para la planeación, organización, ejecución y control de la realización del proceso de las actividades, en la distribución al lugar adecuado de bienes y servicios, del productor al consumidor, de la manera más costeable, oportuna y eficiente que los competidores”. Pág. 12.

Partiendo del concepto anterior, la mercadotecnia es el proceso técnico que mediante la aplicación de conocimientos se diseñan programas encaminados al mejoramiento de la comercialización de bienes y servicios.

Al implementar una empresa distribuidora de insumos de panadería y pastelería primeramente se debe realizar un estudio de mercado sobre lo que el consumidor desea, el tipo de clientes a los cuales va a referirse la empresa, sus preferencias, requerimientos y exigencias, sin tomar decisiones operativas y directivas de manera empírica, eliminando la objetividad y profesionalismo que todas las actividades deben tener.

Marketing mix

KOTLER, Philp; ARMSTRONG, Gary (2008).Expresan: “Una filosofía de dirección de marketing según la cual el logro de las metas de la organización depende de la determinación de las necesidades y deseos de los mercados meta y de la satisfacción de los deseos de forma más eficaz y eficiente que los competidores”. Pág. 5.

Conocido también como mezcla de mercadotecnia, el cual está compuesto por estrategias que ayuda al responsable de marketing de una organización a realizar su trabajo con eficiencia y eficacia, debe tener relación entre sus elementos como también con el segmento o segmentos de mercado que se quieren lograr.

Oferta

NÚÑEZ, Z. Rafael (2007). Manifiesta: “La oferta es la cantidad de productos o servicios que un cierto número de empresas o productores están dispuestos a llevar al mercado por un precio determinado”. Pág. 50

Se denomina oferta al conjunto de propuestas de precios que se hacen en el mercado para la venta de bienes o servicios, como también podemos señalar que cuando el producto se encuentra en oferta se indica que por un cierto tiempo una serie de productos tiene un precio más bajo del normal.

Demanda

NÚÑEZ, Z. Rafael (2007). Manifiesta: “la demanda es la cantidad de productos o servicios que se requiere o solicita en el mercado con el fin de satisfacer una necesidad específica a un precio determinado”. Pág. 27.

La demanda es una de las dos fuerzas que está presente en el mercado representa la cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos.

Producto.

Según STANTON, William J., ETZEL, Michael J., WALKER, Bruce J. (2007). Afirma “Es un conjunto de atributos fundamentales unidos en una forma identificable”. Pág. 220.

El producto abarca muchas decisiones sobre aspectos que pretenden dar una respuesta al consumidor frente a sus exigencias, anticipándose a la competencia.

En el presente proyecto el servicio de distribución de insumos con la modalidad entrega a domicilio es un aspecto importante ya que no existe

una entidad que los distribuya de esta manera en el momento exacto en que se los necesite.

Precio

FERNÁNDEZ V. Ricardo. (2007). Expresa: “Es el conjunto de personas hacia quienes van dirigidos todos los esfuerzos de mercadotecnia, es decir, el que cumple con todas las características del segmento de mercado”. Pág. 30.

El precio es el valor expresado en dinero de un bien o un servicio ofrecido en el mercado. Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial ya que dependiendo de éste se obtendrán mayores o menores ingresos, se debe fijar un precio acorde a la realidad del mercado, tomando en cuenta los costos que se generan y cierto porcentaje que se denomina margen de utilidad, que representa lo que la empresa gana por concepto de prestar el servicio de entrega inmediata de insumos a las panaderías y pastelerías de la ciudad de Ibarra.

Publicidad

KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary (2008), cita: “Toda forma de comunicación no personal que es pagada por una empresa identificada para presentar y promocionar ideas, productos o servicios”. Pág. 495.

Podemos definir a la publicidad como una técnica que se utiliza para dar a conocer un mensaje a través de diferentes medios de comunicación con el fin de convencer a los clientes a que adquieran el producto que se esta ofreciendo. Como conclusión podemos indicar que la publicidad sirve para comunicar o dar a conocer un producto o servicio mediante material publicitario que llegue al consumidor.

Promoción

Los autores STANTON, William J., ETZEL, Michael J., WALKER, Bruce J. (2007). Citan: “Como todos los esfuerzos personales e impersonales de un vendedor o representante del vendedor para informar, persuadir o recordar a una audiencia objetivo”. Pág. 506

La promoción informa al cliente sobre lo que ofrece una empresa, sus servicios y ofertas, para lograr los objetivos de la organización. Esto se lo realizará través de la radio, televisión, volantes, publicidad en internet o en ferias de la ciudad, entre otras que ayuden a posicionar el nombre de la empresa y crear la necesidad de las personas por la compra de este servicio.

ASPECTOS TÉCNICOS

Tamaño del proyecto

BACA, Gabriel, (2009), dice: “El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año.” Pág. 84

El tamaño del proyecto será de acuerdo a la demanda del producto, esto dependerá del presupuesto y de la materia prima que tenga disponible para su ejecución.

La macro localización

Según FLORES U. Juan A. (2007). Afirma: “El estudio de la localización comprende la identificación de zonas geográficas, que van desde un concepto amplio, conocido como la macro localización, hasta identificar una zona urbana o rural, para finalmente determinar un sitio preciso o ubicación del proyecto”. Pag.49

La macro localización es la zona de ubicación geográfica del proyecto, es decir el lugar en donde se instalará la microempresa.

La micro localización

Según FLORES U. Juan A. (2007). Afirma: “Es el proceso de elegir la zona y dentro de esta el sitio preciso en donde se debe estudiar varias alternativas posibles, que una vez evaluadas, permitan la escogencia de aquella que integralmente incluya la gran mayoría de factores, considerados como los más relevantes e importantes”. Pág. 50

Para la micro localización, es importante considerar una serie de factores que permita analizar el lugar estratégico; donde se desarrollara el proyecto tomando en cuenta los recursos que tiene el sector.

Presupuesto

RIVERA, M. Francisco, (2010). Afirma: El presupuesto es el resultado del proceso del costeo, que nos presenta las actividades del proyecto y sus costos correspondientes, así es como sus sumas parciales y totales. Pág.164

Para una microempresa la elaboración de un presupuesto es una parte muy importante por cuanto podemos diseñar proyectos que nos ayude a la previsión de gastos e ingresos para un determinado tiempo, por lo general un año.

Inversión

AGUIRRE Juan Antonio, (2007). Afirma: “La inversión es el acto mediante el cual se invierten ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo. La inversión se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio, con el objetivo de incrementarlo”.Pág.191

En base a lo que manifiesta Aguirre, la inversión es lo que se aportará para que el proyecto funcione y se vuelva una realidad, es el acto

mediante el cual se adquieren ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo. La inversión se refiere al empleo que se hará de cierto capital en la actividad para la comercialización y distribución de insumos para las panaderías y pastelerías de la ciudad, con el objetivo de recuperarlo e incrementarlo en un futuro cercano. Comprende la adquisición tanto de bienes, equipos, materias primas y demás insumos necesarios para llevar a cabo el proyecto.

ASPECTOS CONTABLES

La contabilidad

Para BRAVO VALDIVIESO Mercedes, 2009. Afirma: “Es la ciencia el arte y la técnica que permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o periodo contable”. Pág.3

La contabilidad considerara como una técnica de procesos lógicos, la aplicación de todas las empresas que se dedica a la venta y compra de productos, su finalidad es de registrar diariamente los movimientos financieros y presentar los respectivos balances en el tiempo previsto.

ESTADOS FINANCIEROS

Estados de resultados

Según, ZAPATA, S. Pedro. (2008), Expone: “Es un informe contable básico que presenta de manera clasificada y ordenada las cuentas de rentas, costos y

gastos, con el fin de medir los resultados económicos durante un periodo determinado.” Pág. 306.

Para GITMAN, Laurence J. (2007). Afirma:”El balance de Resultados proporciona un resumen financiero de los resultados operativos de la empresa durante un periodo específico.”Pág. 41.

El estado de resultados es un informe financiero que señala la posición económica de la organización, donde se registran los ingresos y egresos que la empresa realiza en sus actividades.

Estado de flujo de efectivo

Según ZAPATA, S. Pedro. (2008), Manifiesta: “Es el informe contable principal que presenta de manera significativa, resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salida de recursos monetarios efectuados durante un periodo, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero, así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura”. Pág. 423

El estado de flujo de caja son las entradas y salidas de dinero realizadas durante un periodo establecido.

Balance general

Para ZAPATA SÁNCHEZ Pedro, (2008). Manifiesta: “Es un estado financiero, que presenta un informe contable ordenada y sistemáticamente las cuentas de los activos, pasivos y patrimonios y determina la posición financiera de la empresa en un momento dado”. Pág. 69

El estado de situación financiera indica el activo, el pasivo y el patrimonio neto, que tiene la empresa para iniciar sus actividades.

EVALUADORES FINANCIEROS

Valor Actual Neto (VAN)

Según SAPAG Nassir (2007) manifiesta: “El VAN plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor anual es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos expresados en moneda actual”. Pág. 321

Para BRIGHAN, Eugene. Y HOUSTON Joel. (2005). Manifiesta: “Es el método de clasificar las propuestas de inversión usando el valor presente neto, el cual equivale al valor presente de los futuros flujos netos de efectivo, descontado al costo del capital”. Pág. 398.

El método del valor actual neto es un indicador que mide la rentabilidad de la empresa después de recuperar la inversión, para lo cual se calculan los valores futuros de flujos de caja con datos proyectados y se resta la inversión total expresada al inicio del proyecto.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Para, DÍAZ M. Ángel. (2008). Afirma: “Es la tasa de descuento que iguala el valor de los desembolsos previstos (inversiones) con el valor de los flujos de tesorería esperados, ambos actualizados.” Pág. 174.

Según FONTAINE R. Ernesto, (2008). Manifiesta: “Es aquella tasa de interés que hace igual a cero el valor actual de un flujo de beneficios netos hace que el beneficio al año cero sea exactamente igual a cero”. Pág.100

La tasa interna de retorno es un indicador de rentabilidad de la empresa, cuanto más grande sea su porcentaje, mejor es la situación de la

empresa en cuanto a su inversión, ya que determina el interés que dicha inversión devenga en el proyecto

Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión, comparando riesgos y oportunidades. Se obtiene a partir de la elaboración del flujo de caja del cual se consiguen datos necesarios que permitan su cálculo y posteriormente su análisis.

Beneficio Costo

FLORES U. Juan A. (2007). Expresa: “Este criterio de análisis permite traer a valor presente la inversión inicial del plan de negocios, comparándola con los costos en que su ejecución se esperan incurrir, para determinar si los beneficios están por encima de los costos o viceversa”. Pág. 119

El cálculo beneficio costo es una técnica que nos ayuda a comprobar y a decidir si el proyecto conviene o no a través de todos los costos y beneficios obtenidos en dicho proyecto.

Período de Recuperación

Según, FLORES U. Juan A. (2007). Expresa: “Que la recuperación se da cuando dentro de un año el resultado obtenido del Flujo de Fondos totalmente netos se recupera la inversión.” Pág. 119

Los autores SAPAG, CH. Nassir y SAPAG, CH. Reinaldo. (2007). Manifiestan que: “Ayuda a determinar el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de períodos aceptables por la empresa”. Pág. 329.

Es imprescindible realizar el cálculo del período de recuperación en un proyecto por cuanto nos sirve para determinar el tiempo que se necesita para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

PRESENTACIÓN

En el presente capítulo se realiza una investigación de mercado que facilite la identificación de las preferencias del consumidor, lo cual permitirá establecer una clara idea del nivel de aceptación que tendrá el servicio y comercialización de los insumos para panificación y pastelería en el mercado.

Identificados a los clientes potenciales, el estudio de mercado proporcionara las herramientas necesarias al momento de identificar la demanda así como la participación del mercado de los productos; ejes principales al momento de la realización del flujo de caja a ser proyectado para evaluar la factibilidad financiera del proyecto. Los resultados que de este estudio permitirán proyectar estrategias de comercialización y distribución para llegar con el servicio y productos al panificador y pastelero.

Este estudio de mercado se basa en un análisis de los principales ofertantes de los productos de panadería y pastelería existentes en la ciudad de Ibarra, en donde se establece el número de proveedores y distribuidores, el lugar de ubicación de los mismos, la cantidad aproximada de venta, el precio, formas de adquisición y estrategias de venta aplicadas.

Además se hará un estudio de la demanda, a nivel local, en donde se establece por segmentos los principales compradores potenciales.

De acuerdo al análisis realizado de la oferta y demanda se encontrara la demanda potencial insatisfecha del producto, precio proyectado y sus posibles estrategias de introducción al mercado.

OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta, la demanda y los precios de los insumos de pastelería y panadería en la ciudad de Ibarra, mediante la investigación de campo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar la demanda existente de insumos de pastelería y panadería en la ciudad de Ibarra.
- Identificar la oferta de insumos de pastelería y panadería en el área de influencia del proyecto.
- Establecer los precios de los insumos de pastelería y panadería que rigen en la ciudad.
- Diseñar estrategias de comercialización para incentivar la compra de insumos de pastelería y panadería en la zona investigada.

VARIABLES E INDICADORES

IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES

- Variable Demanda
- Variable Oferta
- Variable Precio
- Variable Comercialización

INDICADORES O SUB- ASPECTOS

Variable Demanda

- Tipo de actividad
- Proveedor
- Entrega de materia prima
- Cantidad de consumo
- Frecuencia de consumo
- Marca
- Necesidades de consumo
- Calidad del servicio
- Servicio personalizado

Variable oferta

- Tiempo en la actividad
- Tipo de producto
- Infraestructura
- Cantidad ofertada
- Proveedores
- Marcas
- Frecuencia
- Atención al cliente

Variable Precio

- Precios del proveedor
- Precio de venta
- Asignación de precios
- Política de precio

Variable Comercialización

- Producto
- Precio
- Publicidad
- Plaza
- Ubicación estratégica

CUADRO No.9 MATRIZ DE RELACIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICA	INFORMANTE
Determinar la demanda existente de insumos de pastelería y panadería en la ciudad de Ibarra.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de actividad • Proveedor • Entrega de materia prima • Cantidad de consumo • Frecuencia de consumo • Marca • Necesidades de consumo • Calidad del servicio • Servicio personalizado 	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Primaria 	Encuesta Observación directa	Dueños de Panaderías y pastelerías
Identificar la oferta de insumos de pastelería y panadería en el área de influencia del proyecto.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo en la actividad • Tipo de producto • Infraestructura • Cantidad ofertada • Proveedores • Marcas • Frecuencia • Atención al cliente 	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Primaria 	Entrevista Observación directa	Comercializadores de insumos
Establecer los precios de los insumos de pastelería y panadería que rigen en la ciudad.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> • Precios del proveedor • Precio de venta • Asignación de precios • Política de precio 	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Primaria 	Encuesta Entrevista	Dueños de Panaderías y pastelerías Comercializadores de insumos
Diseñar estrategias de comercialización para incentivar la compra de insumos de pastelería y panadería en la zona investigada.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Producto • Precio • Publicidad • Plaza • Ubicación estratégica 	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Primaria 	Encuesta Entrevista	Dueños de Panaderías y pastelerías Comercializadores de insumos

Elaborado por la autora.

MECÁNICA OPERATIVA DEL ESTUDIO DE MERCADO

Para el estudio de mercado se aplicó el siguiente procedimiento.

IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

Para la identificación de la población se acudió a la Municipalidad de San Miguel de Ibarra en donde se pudo establecer el dato de 146 empresas productoras de pan y pastelería.

Como también a 5 comercializadores de insumos más representativos de la ciudad. Estos datos fueron extraídos del registro de las patentes municipales.

• CÁLCULO DE LA MUESTRA

Tomando en consideración que la población conformada por panaderías y pastelerías es numerosa, se decidió obtener una muestra

Se empleó la siguiente fórmula para calcular el tamaño de la muestra

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

Donde la simbología representa:

n = Tamaño de la muestra

N = Población

e = Error máximo admisible

Z = Nivel de confianza

δ = Varianza

Datos:

N = 146

$d^2 = 0,25$

Z = 95% 1,96

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25) (146)}{(0,05)^2 (146 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

e = 5%

n = 106

FUENTES DE INFORMACIÓN

Para este estudio la información recolectada surgió de dos fuentes de información.

INFORMACIÓN PRIMARIA

- **Encuesta:** se la aplicó a los dueños de panaderías y pastelerías de la ciudad de Ibarra.
- **Entrevista:** que fue realizada a los principales comercializadores de insumos, a través de un censo.
- **Observación directa:** que consistió en visitar personalmente los lugares en estudio.

INFORMACIÓN SECUNDARIA

- Libros
- Revistas
- Internet

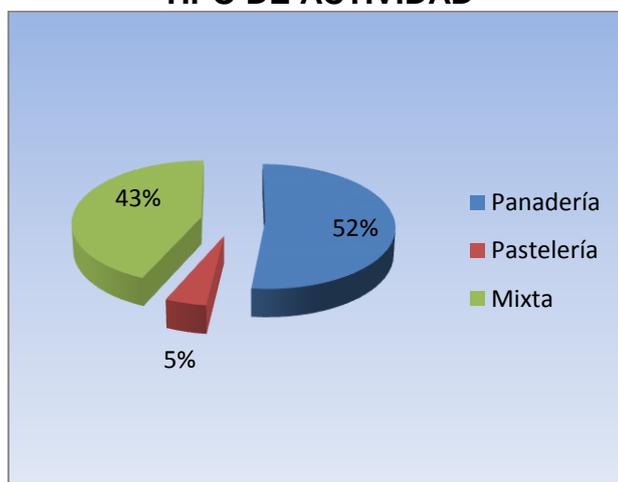
TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA ENCUESTA APLICADA A LAS PANADERÍAS Y PASTERERÍAS DE LA CIUDAD DE IBARRA.

1. ¿La actividad principal de su negocio se dedica a?

CUADRO No.10
TIPO DE ACTIVIDAD

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Panadería	55	52
Pastelería	5	5
Mixta	46	43
TOTAL	106	100

GRÁFICO No.1
TIPO DE ACTIVIDAD



Fuente: Encuesta a dueños de panaderías y pastelerías
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

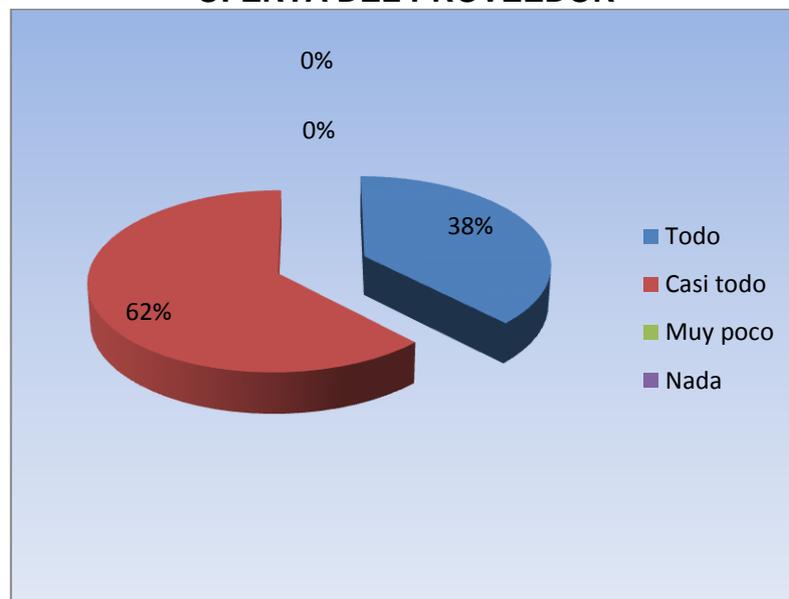
La mayor parte de negocios investigados se dedica solo a la actividad de panadería, aduciendo que la pastelería demanda de más tiempo y dedicación, seguido de un porcentaje de empresas que se dedican a la panadería y pastelería simultáneamente, ya que en la actualidad se intenta ofrecer varios servicios en un mismo lugar para lograr la preferencia de más consumidores, también existe una mínima parte quienes se dedican únicamente a la pastelería porque consideran que genera mayor rentabilidad.

2. ¿Su proveedor le ofrece todo lo necesario cuando compra sus productos?

**CUADRO No.11
OFERTA DEL PROVEEDOR**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Todo	40	38
Casi todo	66	62
Muy poco	0	0
Nada	0	0
TOTAL	106	100

**GRÁFICO No.2
OFERTA DEL PROVEEDOR**



Fuente: Encuesta a dueños de panaderías y pastelerías
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

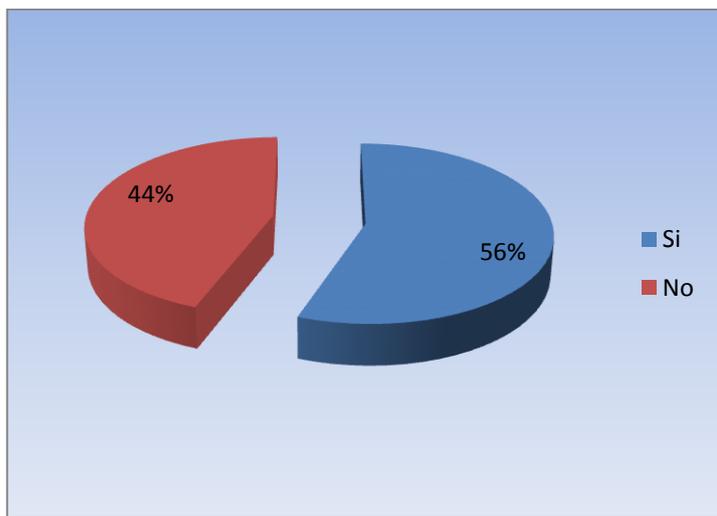
La mayoría de encuestados manifestaron que los proveedores no les entregan la totalidad de insumos necesarios para esta actividad productiva, como también existe una menor parte, quienes afirman que son abastecidos, por lo que se hace viable la propuesta objeto de estudio, al existir un alto porcentaje de empresas que no están satisfechas con los actuales proveedores.

3. ¿La materia prima para su negocio le entregan a domicilio?

**CUADRO No.12
ENTREGA DE MATERÍA PRIMA**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	59	56
No	47	44
TOTAL	106	100

**GRÁFICO No.3
ENTREGA DE MATERÍA PRIMA**



Fuente: Encuesta a dueños de panaderías y pastelerías
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

Según la información recopilada a través de encuestas, la mayor parte manifiesta que los proveedores entregan los insumos a las panaderías a domicilio, existen negocios que manifiestan que su proveedor no entrega a domicilio dichos insumos, por lo que existe inconformidad por parte de los propietarios de Panaderías y Pastelerías en cuanto a la adquisición de la materia prima, lo cual permite asegurar el éxito de la puesta en marcha de este proyecto.

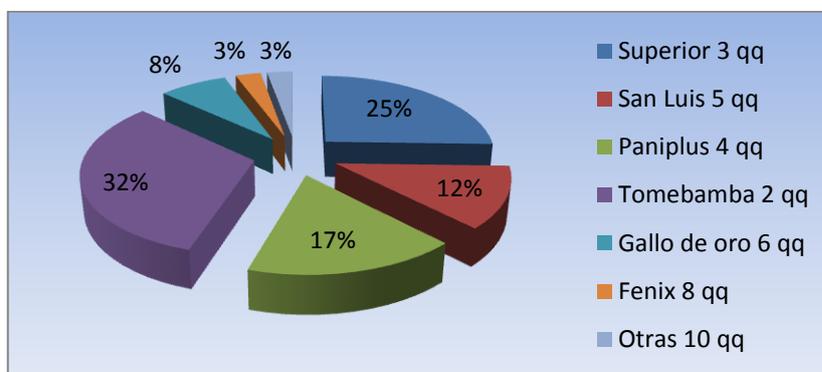
4. ¿De la lista de productos que se menciona a continuación Podría indicar la marca, y cantidad que adquiere diariamente?

a) HARINA

**CUADRO No.13
MARCAS Y CANTIDAD DE CONSUMO DIARIO EN HARINA**

Productos y marcas Harina	Cantidad	Población	%
Superior	3 qq	27	25
San Luis	5 qq	13	12
Paniplus	4 qq	18	17
Tomebamba	2 qq	34	32
Gallo de oro	6 qq	8	8
Fenix	8 qq	3	3
Otras	10 qq	3	3
TOTAL	38 qq	106	100

**GRÁFICO No. 4
MARCAS Y CANTIDAD DE CONSUMO DIARIO EN HARINA**



Fuente: Encuesta a dueños de panaderías y pastelerías
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

La mayor parte de panaderías y pastelerías prefieren adquirir la harina de marca Tomebamba, dejando en segundo lugar quienes prefieren la harina de marca Superior y con un menor porcentaje de participación a la harina de marca Paniplus quedando esta en tercer lugar, entre las harinas más demandadas.

a) MANTEQUILLA

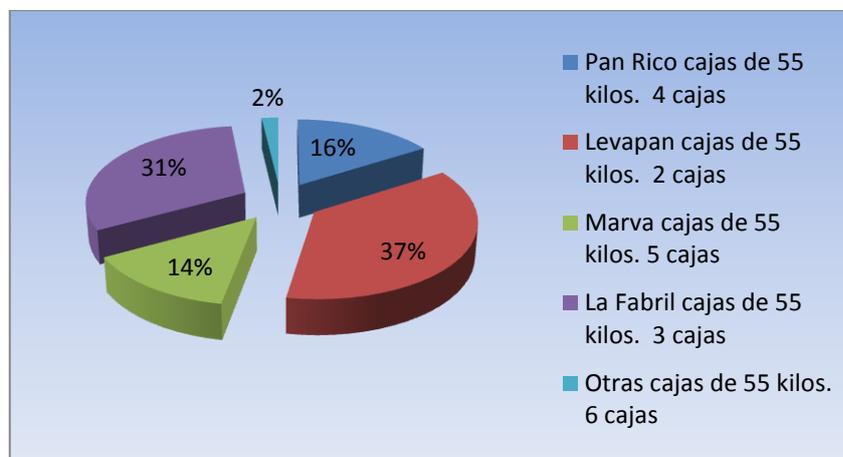
CUADRO No.14

MARCAS Y CANTIDAD DE CONSUMO DIARIO EN MANTEQUILLA

Productos y marcas	Cantidad	Población	%
Mantequilla			
Pan Rico cajas de 55 kilos.	4 cajas	17	16
Levapan cajas de 55 kilos.	2 cajas	39	37
Marva cajas de 55 kilos.	5 cajas	15	14
La Fabril cajas de 55 kilos.	3 cajas	33	31
Otras cajas de 55 kilos.	6 cajas	2	2
TOTAL	20 cajas	106	100

GRÁFICO No.5

MARCAS Y CANTIDAD DE CONSUMO DIARIO EN MANTEQUILLA



Fuente: Encuesta a dueños de panaderías y pastelerías
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

Las pastelerías y panaderías en lo que respecta a la marca de mantequilla en mayoría prefieren adquirir Levapan, seguido de la marca La Fabril, en el tercer lugar la mantequilla de marca Pan Rico y otras marcas en bajos porcentajes. Esto resultados se debe a que ellos tienen confianza en esas marcas para la elaboración de sus productos.

a) LEVADURA

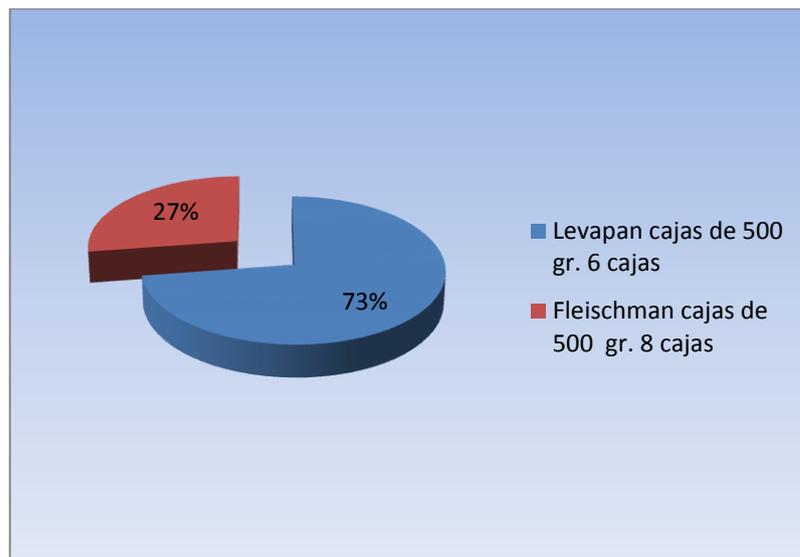
CUADRO No.15

MARCAS Y CANTIDAD DE CONSUMO DIARIO EN LEVADURA

Productos y marcas	Cantidad	Población	%
Levadura			
Levapan cajas de 500 gr.	6 cajas	77	73
Fleischman cajas de 500 gr.	8 cajas	29	27
TOTAL	14 cajas	106	100

GRÁFICO No.6

MARCAS Y CANTIDAD DE CONSUMO DIARIO EN LEVADURA



Fuente: Encuesta a dueños de panaderías y pastelerías
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

Levapan es la marca de levadura más preferida por los negocios de la pastelería y panadería marcando una gran diferencia a su competencia que es Fleischman, esto se debe a que la marca es más conocida en el mercado.

a) POLVO DE HORNEAR

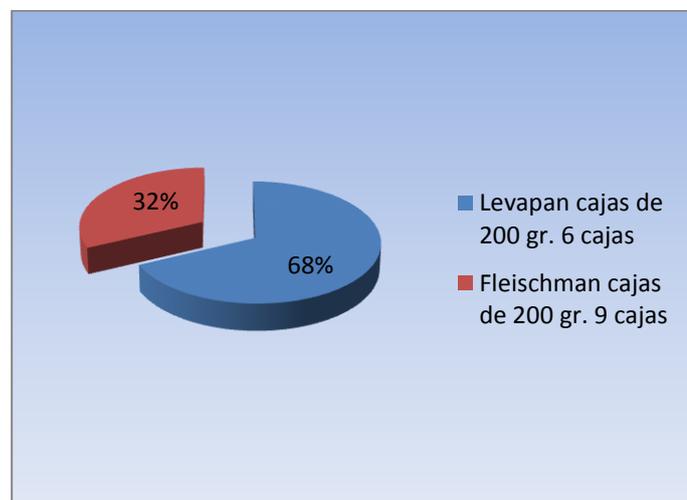
CUADRO No.16

MARCAS Y CANTIDAD DE CONSUMO DIARIO EL POLVO DE HORNEAR

Productos y marcas	Cantidad	Población	%
Polvo de hornear			
Levapan cajas de 200 gr.	6 cajas	72	68
Fleischman cajas de 200 gr.	9 cajas	34	32
TOTAL	15 cajas	106	100

GRÁFICO No.7

MARCAS Y CANTIDAD DE CONSUMO DIARIO EL POLVO DE HORNEAR



Fuente: Encuesta a dueños de panaderías y pastelerías
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

Con respecto a polvo de hornear, Levapan es la marca más adquirida por los negocios pero en menos cantidades, existe una gran diferencia a su competencia que es Fleischman, esto se debe a que la marca es más conocida en el mercado.

a) MANTECA

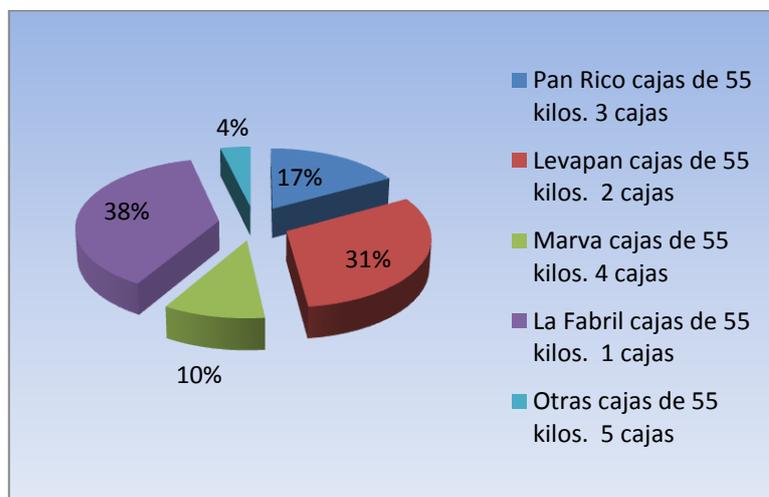
CUADRO No.17

MARCAS Y CANTIDAD DE CONSUMO DIARIO EN MANTECA

Productos y marcas	Cantidad	Población	%
Manteca			
Pan Rico cajas de 55 kilos.	3 cajas	18	17
Levapan cajas de 55 kilos.	2 cajas	33	31
Marva cajas de 55 kilos.	4 cajas	11	10
La Fabril cajas de 55 kilos.	1 cajas	40	38
Otras cajas de 55 kilos.	5 cajas	4	4
TOTAL	15 cajas	106	100

GRÁFICO No.8

MARCAS Y CANTIDAD DE CONSUMO DIARIO EN MANTECA



Fuente: Encuesta a dueños de panaderías y pastelerías
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

La manteca es uno de los insumos para la elaboración de pan, en la cual la marca la fabril y Levapan son las marcas más demandadas, seguidas de pan rico, marva y otras marcas, esto se debe a que son marcas que llevan varios años en el mercado.

a) AZÚCAR

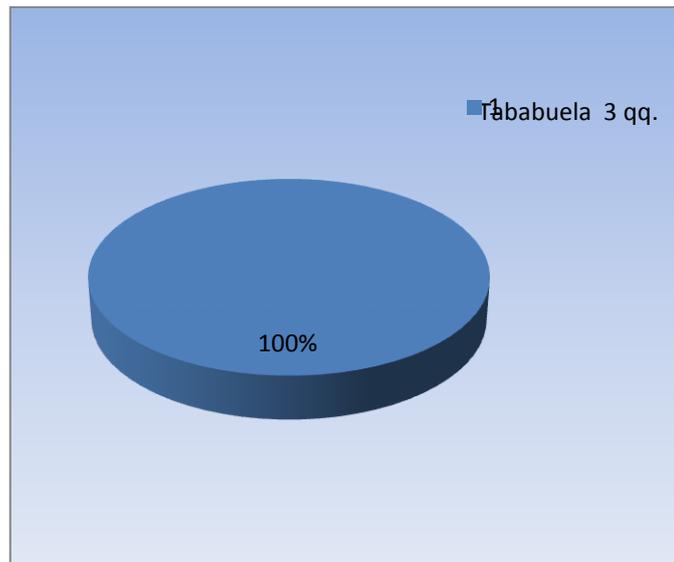
CUADRO No.18

MARCAS Y CANTIDAD DE CONSUMO DIARIO EN AZUCAR

Productos y marcas	Cantidad	Población	%
Azúcar			
Tababuela	3 qq.	106	100
TOTAL	3 qq.	106	100

GRÁFICO No.9

MARCAS Y CANTIDAD DE CONSUMO DIARIO EN AZUCAR



Fuente: Encuesta a dueños de panaderías y pastelerías
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

En lo que respecta a la adquisición de azúcar en estos negocios existe un monopolio total de la marca Tababuela, es decir que todas las panaderías y pastelerías prefieren azúcar de esta marca, esto se debe a la calidad y al precio que tiene el producto.

a) SAL

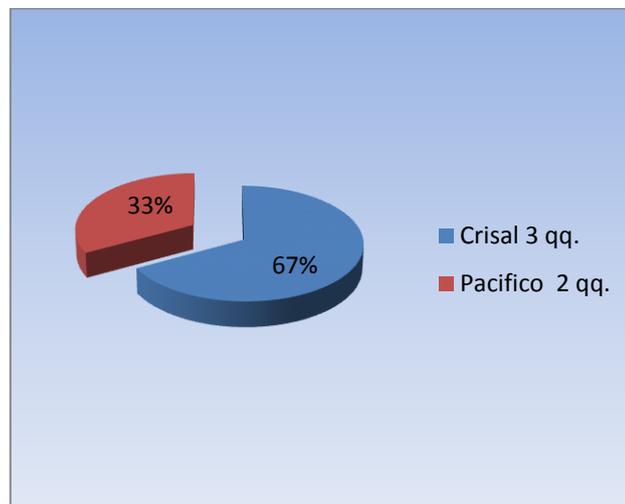
CUADRO No.19

MARCAS Y CANTIDAD DE CONSUMO DIARIO EL SAL

Productos y marcas	Cantidad	Población	%
Sal			
Crisal	3 qq.	71	67
Pacífico	2 qq.	35	33
TOTAL	5 qq.	106	100

GRÁFICO No.10

MARCAS Y CANTIDAD DE CONSUMO DIARIO EL SAL



Fuente: Encuesta a dueños de panaderías y pastelerías
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

La sal que más adquieren las panaderías y pastelerías, es la marca Crisal ubicándose en primer lugar de preferencia, haciendo notoria la diferencia con la sal de marca Pacífico ubicada en el segundo lugar de participación en el mercado.

a) HUEVOS

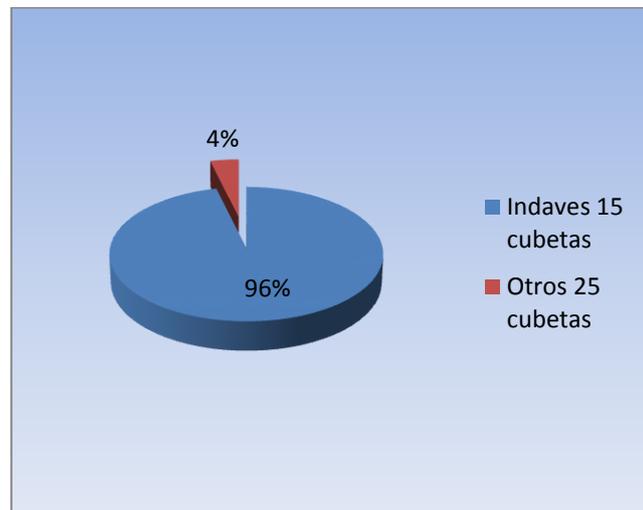
CUADRO No.20

MARCAS Y CANTIDAD DE CONSUMO DIARIO EN HUEVOS

Productos y marcas	Cantidad	Población	%
Huevos			
Indaves	15 cubetas	102	96
Otros	25 cubetas	4	4
TOTAL	40	106	100

GRÁFICO No.11

MARCAS Y CANTIDAD DE CONSUMO DIARIO EN HUEVOS



Fuente: Encuesta a dueños de panaderías y pastelerías

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

Casi en su totalidad de panaderías y pastelerías adquieren huevos de marca indaves, porque son los más reconocidos por el mercado, existiendo una mínima parte de consumo de otras marcas e incluso adquieren huevos sin marca.

a) CREMA

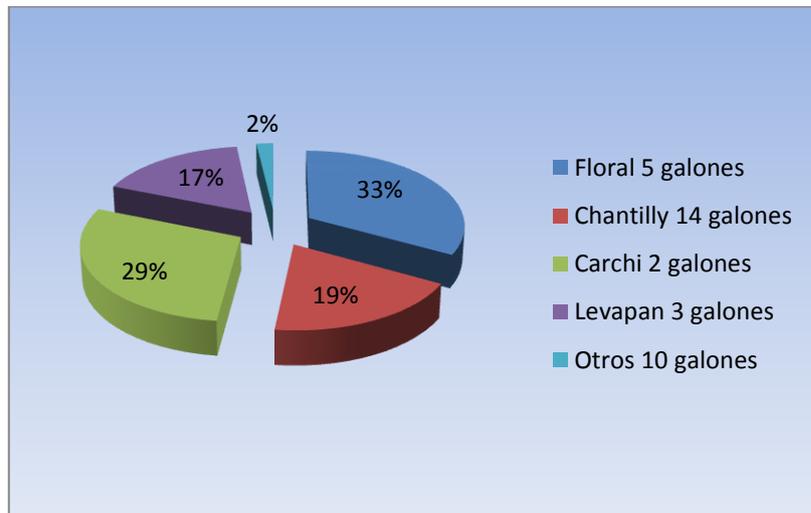
CUADRO No.21

MARCAS Y CANTIDAD DE CONSUMO DIARIO EN CREMA

Productos y marcas	Cantidad	Población	%
Crema			
Floral	5 galones	35	33
Chantilly	14 galones	20	19
Carchi	2 galones	31	29
Levapan	3 galones	18	17
Otros	10 galones	2	2
TOTAL	34 galones	106	100

GRÁFICO No.12

MARCAS Y CANTIDAD DE CONSUMO DIARIO EN CREMA



Fuente: Encuesta a dueños de panaderías y pastelerías
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

La marca de crema que siempre ha tenido más participación en este mercado es la marca Floral y Carchi, pero en cantidad se encuentra la marca chantilly, esto se debe al precio y a los créditos que tiene la marca, facilitando la actividad productiva.

5. ¿Los precios de su proveedor son?:

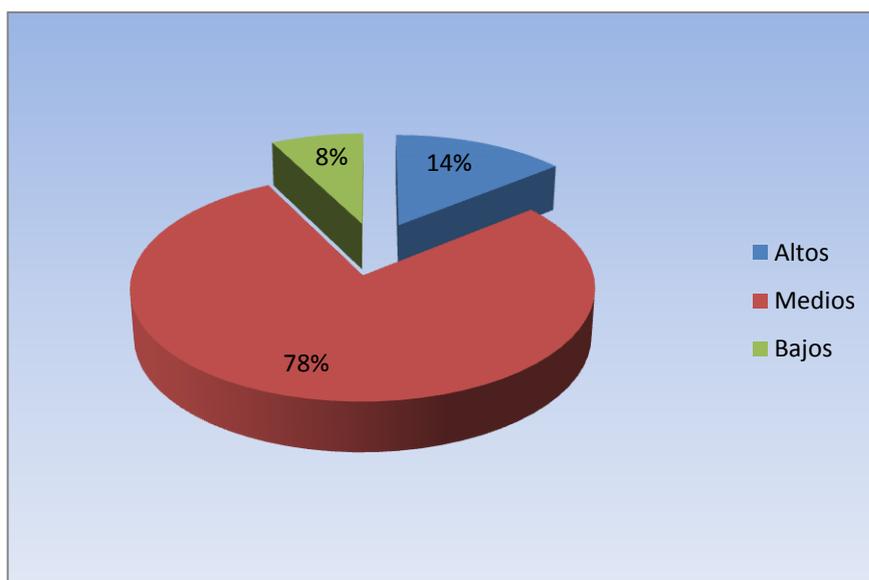
CUADRO No.22

PRECIO DE LA COMPETENCIA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Altos	15	14
Medios	83	78
Bajos	8	8
TOTAL	106	100

GRÁFICO No.13

PRECIO DE LA COMPETENCIA



Fuente: Encuesta a dueños de panaderías y pastelerías
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

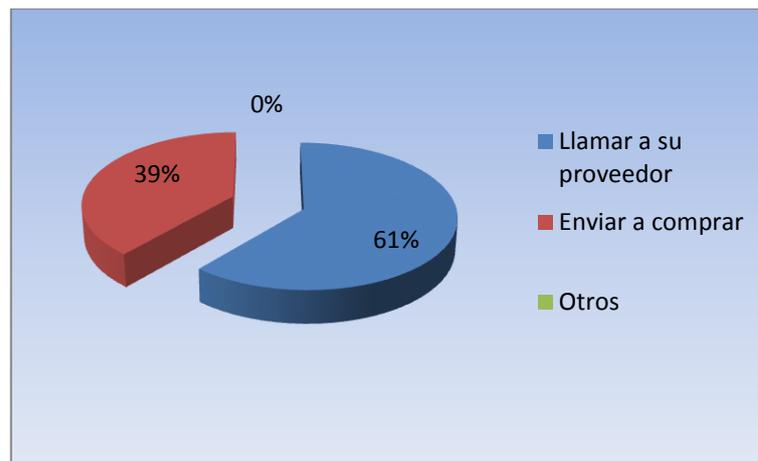
Una parte significativa de la población encuestada mencionó que los precios de sus proveedores son medios, pero en caso de existir una nueva alternativa que se diferencie por el servicio inmediato, y una atención personalizada, se podrían cambiar de proveedor.

6. ¿Qué haría Ud. si se le termina uno de los insumos y lo necesita de urgencia?

**CUADRO No.23
COMPRAS IMPREVISTAS**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Llamar a su proveedor	65	61
Enviar a comprar	41	39
Otros	0	0
TOTAL	106	100

**GRÁFICO No. 14
COMPRAS IMPREVISTAS**



Fuente: Encuesta a dueños de panaderías y pastelerías
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

La mayor parte de los negocios manifestaron que cuando los insumos se terminan llaman a su proveedor, quien muchas veces se tardan en distribuir los productos que necesitan, existe una menor parte quienes afirman que envían a comprar dichos insumos, lo que causa pérdida de tiempo y dinero, es decir buscan otros proveedores, estas respuestas se deben considerar al momento de tomar decisiones en lo referente al proyecto.

7. ¿Estaría de acuerdo que en la ciudad de Ibarra se implemente una distribuidora de insumos para pastelería y panadería al por mayor y menor con servicio express a domicilio?

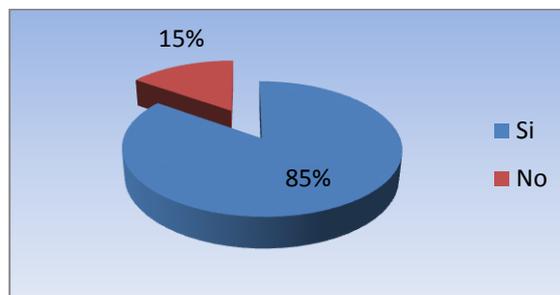
CUADRO No.24

FACTIBILIDAD DE LA NUEVA EMPRESA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	90	85
No	16	15
TOTAL	106	100

GRÁFICO No.15

FACTIBILIDAD DE LA NUEVA EMPRESA



Fuente: Encuesta a dueños de panaderías y pastelerías
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

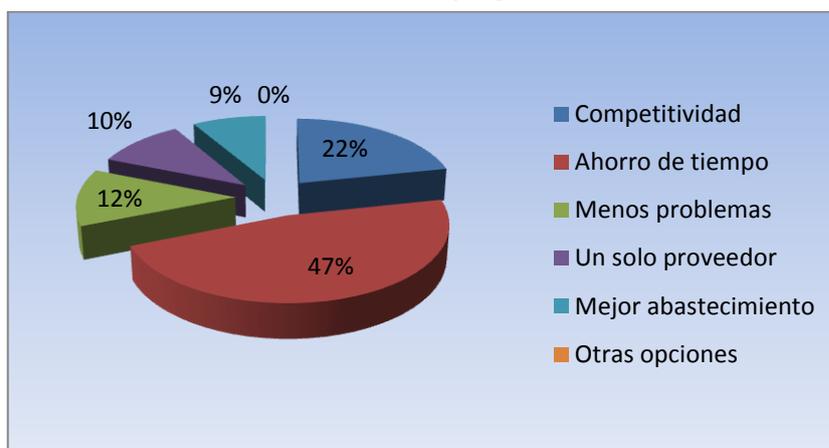
En su mayoría de las personas encuestadas manifestaron estar de acuerdo con la creación de una distribuidora de insumos para panadería y pastelería al por mayor y menor con servicio express a domicilio, porque mejorará el abastecimiento de insumos y la productividad.

8. ¿Cuáles son las ventajas de tener un proveedor fijo de insumos?

**CUADRO No.25
VENTAJAS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Competitividad	23	22
Ahorro de tiempo	50	47
Menos problemas	13	12
Un solo proveedor	11	10
Mejor abastecimiento	9	8
Otras opciones	0	0
TOTAL	106	100

**GRÁFICO No.16
VENTAJAS**



Fuente: Encuesta a dueños de panaderías y pastelerías
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

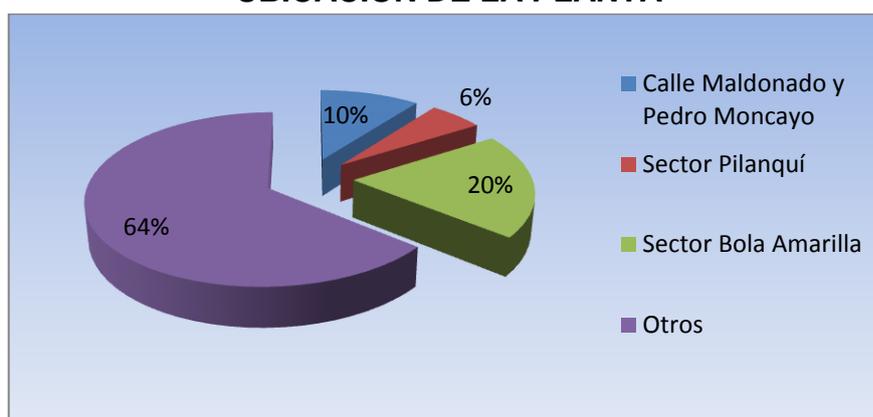
La ventaja que consideran la mayoría de negocios, que tendrán con el servicio express es el ahorro de tiempo, seguido de competitividad y menos problemas, debido a que la provisión de insumos será más ágil y oportuna, una mínima parte manifiestan que la ventaja es tener un solo proveedor y mejor abastecimiento.

9. ¿Dónde sería el mejor lugar para instalar esta distribuidora?

CUADRO No.26
UBICACIÓN DE LA PLANTA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Calle Maldonado y Pedro Moncayo	11	10
Sector Pílanquí	6	6
Sector Bola Amarilla	21	20
Otros	68	64
TOTAL	106	100

GRÁFICO No.17
UBICACIÓN DE LA PLANTA



Fuente: Encuesta a dueños de panaderías y pastelerías
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

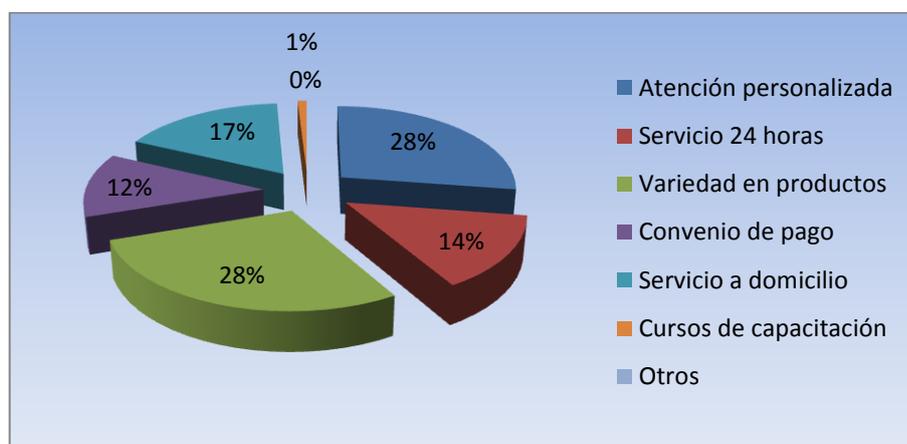
La mayor parte de los encuestados consideran que cualquier lugar donde se ubique la empresa es bueno, debido a que el servicio será express y no depende de factores para el éxito del negocio, existe buena parte de negocios que prefieren que en el sector de la bola amarilla se ubique la empresa por ser un punto céntrico de los negocios de panadería y pastelería, seguido de la calle Maldonado y Pedro Moncayo, un porcentaje mínimo desea que la empresa se ubique en el sector de Pílanqui.

10. ¿Cuáles piensa Ud. que son indicadores de calidad en un tipo de servicio express a domicilio, como el que se propone?

CUADRO No. 27
ASPECTOS DEL SERVICIO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Atención personalizada	29	27
Servicio 24 horas	15	14
Variedad en productos	30	28
Convenio de pago	13	12
Servicio a domicilio	18	17
Cursos de capacitación	1	1
Otros	0	0
TOTAL	106	100

GRÁFICO No. 18
ASPECTOS DEL SERVICIO



Fuente: Encuesta a dueños de panaderías y pastelerías
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

Los indicadores de calidad, tanto de variedad en productos y atención personalizada, son los que prefieren la mayoría de encuestados, seguido de servicio a domicilio, servicio las 24 horas y convenio de pago en porcentajes menores, existe una mínima parte que consideran importante a los cursos de capacitación. En este orden son los aspectos indispensables para el servicio express a domicilio.

ENTREVISTA APLICADA A LOS COMERCIALIZADORES DE INSUMOS MÁS REPRESENTATIVOS DE LA CIUDAD DE IBARRA.

1. ¿Cuánto tiempo lleva en la actividad?

Según la pregunta planteada la mayor parte de comercializadores de insumos lleva en la actividad más de 10 años, esto se debe a que la actividad es rentable y complementaria a la venta de otros productos que entregan al consumidor.

2. ¿Qué tipo de insumos para pastelería y panadería ofrece usted?

En lo referente a esta pregunta todos los comercializadores de insumos manifestaron que comercializan todo producto para la panificación y pastelería.

3. ¿Qué cantidad de insumos en promedio oferta diariamente?

A continuación se presenta las ventas diarias de los lugares investigados.

CUADRO No.28
VENTAS ACTUALES DE INSUMOS

Productos	Unidad	Población (proveedores)	Diario
Harina			
Aki	Qq	1	70
Supermaxi	Qq	1	115
Ofertón	Qq	1	60
Bodegas del Mercado Amazonas	Qq	10	2
Bodegas del Mercado Santo Domingo	Qq	2	5
TOTAL		15	252
Mantequilla			
Aki	Cajas (55 kilos)	1	80
Supermaxi	Cajas (55 kilos)	1	125
Ofertón	Cajas (55 kilos)	1	32
Bodegas del Mercado Amazonas	Cajas (55 kilos)	10	2
Bodegas del Mercado Santo Domingo	Cajas (55 kilos)	2	1
TOTAL		15	240
Levadura			
Aki	Cajas (500 gr)	1	185
Supermaxi	Cajas (500 gr)	1	310

Ofertón	Cajas (500 gr)	1	90
Bodegas del Mercado Amazonas	Cajas (500 gr)	10	5
Bodegas del Mercado Santo Domingo	Cajas (500 gr)	2	12
TOTAL		15	602
Polvo de hornear			
Aki	Cajas (200 gr)	1	180
Supermaxi	Cajas (200 gr)	1	305
Ofertón	Cajas (200 gr)	1	70
Bodegas del Mercado Amazonas	Cajas (200 gr)	10	4
Bodegas del Mercado Santo Domingo	Cajas (200 gr)	2	13
TOTAL		15	572
Manteca			
Aki	Cajas (55 kilos)	1	50
Supermaxi	Cajas (55 kilos)	1	110
Ofertón	Cajas (55 kilos)	1	35
Bodegas del Mercado Amazonas	Cajas (55 kilos)	10	3
Bodegas del Mercado Santo Domingo	Cajas (55 kilos)	2	4
TOTAL		15	202
Azúcar			
Aki	Qq	1	70
Supermaxi	Qq	1	120
Ofertón	Qq	1	45
Bodegas del Mercado Amazonas	Qq	10	2
Bodegas del Mercado Santo Domingo	Qq	2	1
TOTAL		15	238
Sal			
Aki	qq (24 unidades)	1	70
Supermaxi	qq (24 unidades)	1	125
Ofertón	qq (24 unidades)	1	70
Bodegas del Mercado Amazonas	qq (24 unidades)	10	2
Bodegas del Mercado Santo Domingo	qq (24 unidades)	2	5
TOTAL		15	272
Huevos			
Aki	Cubet	1	420
Supermaxi	Cubet	1	750
Ofertón	Cubet	1	400
Bodegas del Mercado Amazonas	Cubet	10	15
Bodegas del Mercado Santo Domingo	Cubet	2	70
TOTAL		15	1.655
Crema			
Aki	Cajas (galones)	1	227
Supermaxi	Cajas (galones)	1	370

Ofertón	Cajas (galones)	1	115
Bodegas del Mercado Amazonas	Cajas (galones)	10	3
Bodegas del Mercado Santo Domingo	Cajas (galones)	2	2
TOTAL		15	717

4. ¿Cómo fija los precios de los insumos de panadería y pastelería que oferta?

Los precios son fijados en base al precio del distribuidor nacional, se encuentra entre un 40 a 60% más del costos del inventario del proveedor nacional.

5. ¿Cuáles son los proveedores de sus productos?

En harinas son: Superior, San Luis, Paniplus, Tomebamba, Gallo de oro, Fenix. En mantequilla están Pan Rico, Levapan, Marva, La Fabril, En levadura Levapan, Fleischman.

En polvo de hornear Levapan. En manteca están Pan, Marva, La Fabril. En azúcar esta Tababuela. En sal se encuentra Crisal, Pacifico. En huevos Indaves. Finalmente en crema esta: Floral, Chantilly, Carchi, Levapan.

6. ¿Qué publicidad utiliza para hacer conocer los productos?

La mayor parte de los establecimientos investigados no utilizan publicidad, excepto, las cadenas de supermercados que realizan publicidad a través de hojas volantes, la radio.

7. ¿Qué tipo de servicios adicionales brinda usted?

Con base en la investigación efectuada a los lugares donde se comercializa insumos de panadería y pastelería, se pudo determinar que no existen servicios adicionales que brindan a sus consumidores, esto refleja la falta de un servicio que satisfaga los requerimientos de quienes se dedican a la panadería y pastelería.

IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

Los insumos necesarios para la fabricación de productos de panadería y pastelería, requieren cumplir ciertas condiciones de calidad en cuanto a sus características y usos, para lo cual se establecerá un análisis de sus componentes y marcas más utilizadas por este sector productivo y comercial. Entre los productos que más se adquieren se encuentran: la harina, mantequilla pan, mantequilla pan de agua, mantequilla bizcochera, mantequilla chantilly, mantequilla mil hojas, levadura, manteca, azúcar, la sal, huevos, la crema chantilly, crema pastelera y polvo de hornear; se determina a continuación la definición de los insumos, sus características y usos de los mismos, siendo:

Harina.- Este tipo de producto se puede encontrar en diversas marcas, pero para panaderías y pastelerías el más frecuente es la harina blanca, de maíz (flor).

ILUSTRACIÓN No.2 HARINA



Fuente: www.taringa.net/posts/recetas-y-cocina/7057278/Pan-integral-con-semillas.html

Azúcar.- Generalmente azúcar blanca, refinada y la impalpable

ILUSTRACIÓN No.3

AZÚCAR



Fuente: primera-mano.com.ar

Sal.- Especialmente la refinada y yodada, para mayor concentración del producto.

ILUSTRACIÓN No.4

SAL



Fuente: Material publicitario de las microempresas

Mantequilla pan.- La más suave y compacta con el producto

ILUSTRACIÓN No.5

MANTEQUILLA PAN



Fuente: Material publicitario y folletos de las microempresas

Mantequilla pan de agua.- Deberá ser aquel producto que permita complementar la suavidad del producto en su fabricación.

ILUSTRACIÓN No.6

MANTEQUILLA PAN DE AGUA



Fuente: Folletos de las microempresas

Mantequilla bizcochera.- Principalmente utilizada para la fabricación de los bizcochos.

ILUSTRACIÓN No.7

MANTEQUILLA BIZCOCHERA



Fuente: Material publicitario de las microempresas

Mantequilla chantilly.- Producto utilizado para repostería.

ILUSTRACIÓN No.8

MANTEQUILLA CHANTILLY



Fuente: Material publicitario de las microempresas

Mantequilla mil hojas.- Se lo emplea para productos de pastelería

ILUSTRACIÓN No.9

MANTEQUILLA MIL HOJAS



Fuente: www.belenciaga.es

Manteca o grasas, aceites y margarinas.- Para horneado, cocido y calentado del producto.

ILUSTRACIÓN No.10

MANTECA, ACEITES, MARGARINAS



Fuente: www.dspace.espol.edu.ec

Huevos.-Especialmente aquellos de yema y clara de buena calidad, y no maltratados.

**ILUSTRACIÓN No.11
HUEVOS**



Fuente: www.recetas-saludables.com

Crema chantilly.- Empleado para repostería

**ILUSTRACIÓN No.12
CREMA CHANTILLY**



Fuente: www.alimentos-santillana.com/productos/industria_cremas_chantilly.htm

Crema pastelera.- Existen algunas marcas que se las emplean para productos elaborados en repostería.

ILUSTRACIÓN No.13

CREMA PASTELERA



Fuente: levapan.ejecom.com

Levadura.- Empleado para esponjar el pan y productos de repostería.

ILUSTRACIÓN No.14

LEVADURA



Fuente: www.dspace.espol.edu.ec

ILUSTRACIÓN No.15

POLVO DE HORNEAR

Polvo de hornear.- Producto para el proceso de horneado



Fuente: zerimar.com.ec/index.php/granos-frescos

MERCADO META

La empresa distribuidora de productos de panadería, tendrá como principal objetivo, la introducción de sus productos en la zona urbana del cantón Ibarra, aplicando ventas directas y distribución a las panificadoras existentes dentro de la ciudad. Lo que se pretende es que la distribuidora logre cubrir una parte de las necesidades de adquisición de la línea de productos de panadería y pastelería. De acuerdo al estudio de mercado, se estima que el número promedio de posibles compradores que tendrá la

empresa distribuidora será del 84,93% de la población de panificadoras y de pastelería.

SEGMENTO DE MERCADO

Lo que se pretende es ubicar la empresa distribuidora a nivel urbano, en la parte central de la ciudad de Ibarra, en donde exista la libre circulación tanto de ingreso y salida de empresas compradoras y usuarios en general.

CUADRO No. 29
MATRIZ DE SEGMENTACIÓN DE MERCADO LOCAL

PRIMERA SEGMENTACIÓN:	SEGUNDA SEGMENTACIÓN:	CUANTOS SON
Panificadoras	Pequeñas	40
	Medianas	46
	Grandes	15
Pastelerías	Pequeñas	20
	Medianas	15
	Grandes	10
		146

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Oferta histórica

En base a información directa de proveedores y comerciantes del cantón Ibarra, se pudo obtener datos históricos estructurados desde el año 2007 al 2011, establecidos en base a su nivel de ventas alcanzado año a año, y de acuerdo a su capacidad de volumen de comercialización, siendo:

CUADRO No.30
OFERTA HISTÓRICA PERIODO AÑO 2007-2011

Aki	Harina (qq)	Mantequilla (Cajas)	Levadura (Cajas)	Polvo de Hornear (Cajas)	Manteca (cajas)	Azúcar (qq)	Sal (qq)	Huevos (cubetas)	Crema (cajas)
2007	15.120	15.120	43.680	43.680	15.120	18.480	18.816	117.600	59.808
2008	16.800	16.800	47.040	49.056	15.456	19.488	20.496	126.000	62.496
2009	19.488	19.152	48.720	53.088	15.792	20.496	21.168	127.680	63.840
2010	21.168	20.160	55.440	61.488	16.128	21.168	21.840	131.040	65.856
2011	22.848	25.200	58.800	67.200	16.800	22.848	22.848	136.080	72.576
Super maxi									
2007	30.240	37.632	70.560	73.920	26.880	32.928	34.944	171.360	97.440
2008	31.920	38.640	80.640	76.608	27.216	34.608	36.288	186.480	102.480
2009	33.264	40.992	85.680	79.632	27.888	35.280	37.632	188.160	110.880
2010	35.280	42.672	89.040	82.320	29.232	37.632	40.320	204.960	116.256
2011	36.960	44.352	97.440	87.360	35.280	39.648	42.336	231.840	118.272
Ofertón									
2007	14.448	5.040	18.480	17.808	8.400	11.760	14.112	90.720	30.240
2008	16.128	6.720	21.504	19.152	9.072	12.432	15.120	97.440	33.600
2009	16.800	7.392	24.192	19.824	9.744	13.104	16.464	104.160	35.280
2010	17.472	8.064	25.200	21.168	10.080	13.776	17.136	110.880	36.288
2011	18.480	8.736	27.888	22.848	10.752	14.448	18.480	124.320	36.960
Bodegas del Mercado Amazonas									
2007	2.688	1.344	10.752	7.056	5.376	2.016	3.024	26.880	3.360
2008	3.024	1.512	11.760	7.728	6.048	2.184	3.024	28.896	3.696
2009	3.696	1.596	12.768	8.400	7.056	2.520	3.360	33.600	4.032
2010	4.032	1.764	13.440	9.072	7.392	2.688	3.696	36.960	4.704
2011	4.368	2.184	14.112	9.408	7.728	3.108	4.704	43.680	5.376
Bodegas del Mercado Santo Domingo									
2007	2.016	336	5.040	5.712	1.344	420	1.428	26.880	840
2008	2.352	336	5.376	6.384	1.680	504	1.596	30.240	907
2009	2.688	420	6.048	6.720	1.680	524	1.680	36.960	1.008
2010	3.024	504	6.720	7.056	2.016	588	2.184	38.976	1.176
2011	3.360	504	7.056	7.728	2.184	672	2.352	41.328	1.344

Oferta actual

A nivel del mercado interno, la comercialización de productos de panadería y pastelería, ha logrado un crecimiento considerable en el sector de la panadería y pastelería en la ciudad de Ibarra. Los comercializadores de estos productos, han establecido algunas estrategias para promocionar su producto, ya sea mediante la instalación de puntos de venta directo, o entrega directa a sus locales de producción, los cuales han sido comercializados tanto a nivel de distribuidoras y comercializadoras de productos de consumo masivo en la ciudad de Ibarra.

Existen actualmente 15 empresas que se encargan de distribuir productos de panadería y pastelería a nivel de la ciudad de Ibarra, quienes suelen realizar la comercialización de éste tipo de productos, entregando en cantidades muy limitadas a este sector de la producción.

Entre la variedad de productos que ofrecen a los clientes en la línea de pastelería y panadería, encontramos la harina, mantequilla pan, mantequilla pan de agua, mantequilla bizcochera, mantequilla chantilly, mantequilla mil hojas, levadura, manteca, azúcar, la sal, huevos, la crema chantilly, crema pastelera y polvo de hornear, siendo los más representativos.

Actualmente en lo que respecta a la comercialización de productos de panadería y pastelería, estas empresas de acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas, se obtuvo lo siguiente:

**CUADRO No.31
OFERTA ACTUAL DE PRODUCTOS PARA PANADERÍA Y
PASTELERÍA AL 2012**

Productos	Unidad	Población (proveedores)	Diario	Semanal	Quincenal	Mensual	Anual	Oferta Promedio total de la población
Harina								
Aki	qq	1	70	490	980	1.960	23.520	23.520
Supermaxi	qq	1	115	805	1.610	3.220	38.640	38.640
Ofertón	qq	1	60	420	840	1.680	20.160	20.160
Bodegas del Mercado Amazonas	qq	10	2	14	28	56	672	6.720
Bodegas del Mercado Santo Domingo	qq	2	5	35	70	140	1.680	3.360
TOTAL		15	252	1.764	3.528	7.056	84.672	92.400
Mantequilla								
Aki	Cajas (55 kilos)	1	80	560	1.120	2.240	26.880	26.880
Supermaxi	Cajas (55 kilos)	1	125	875	1.750	3.500	42.000	42.000
Ofertón	Cajas (55 kilos)	1	32	224	448	896	10.752	10.752
Bodegas del Mercado Amazonas	Cajas (55 kilos)	10	2	14	28	56	672	6.720
Bodegas del Mercado Santo Domingo	Cajas (55 kilos)	2	1	7	14	28	336	672
TOTAL		15	240	1.680	3.360	6.720	80.640	87.024
Levadura								
Aki	Cajas (500 gr)	1	185	1.295	2.590	5.180	62.160	62.160
Supermaxi	Cajas (500 gr)	1	310	2.170	4.340	8.680	104.160	104.160
Ofertón	Cajas (500 gr)	1	90	630	1.260	2.520	30.240	30.240
Bodegas del Mercado Amazonas	Cajas (500 gr)	10	5	35	70	140	1.680	16.800
Bodegas del Mercado Santo Domingo	Cajas (500 gr)	2	12	84	168	336	4.032	8.064
TOTAL		15	602	4.214	8.428	16.856	202.272	221.424
Polvo de hornear								
Aki	Cajas (200 gr)	1	180	1.260	2.520	5.040	60.480	60.480
Supermaxi	Cajas (200 gr)	1	305	2.135	4.270	8.540	102.480	102.480
Ofertón	Cajas (200 gr)	1	70	490	980	1.960	23.520	23.520
Bodegas del Mercado Amazonas	Cajas (200 gr)	10	4	28	56	112	1.344	13.440
Bodegas del Mercado Santo Domingo	Cajas (200 gr)	2	13	91	182	364	4.368	8.736
TOTAL		15	572	4.004	8.008	16.016	192.192	208.656
Manteca								
Aki	Cajas (55 kilos)	1	50	350	700	1.400	16.800	16.800
Supermaxi	Cajas (55 kilos)	1	110	770	1.540	3.080	36.960	36.960
Ofertón	Cajas (55 kilos)	1	35	245	490	980	11.760	11.760
Bodegas del Mercado Amazonas	Cajas (55 kilos)	10	3	21	42	84	1.008	10.080
Bodegas del Mercado Santo Domingo	Cajas (55 kilos)	2	4	28	56	112	1.344	2.688
TOTAL		15	202	1.414	2.828	5.656	67.872	78.288
Azúcar								
Aki	qq	1	70	490	980	1.960	23.520	23.520
Supermaxi	qq	1	120	840	1.680	3.360	40.320	40.320
Ofertón	qq	1	45	315	630	1.260	15.120	15.120
Bodegas del Mercado Amazonas	qq	10	2	14	28	56	672	6.720
Bodegas del Mercado Santo Domingo	qq	2	1	7	14	28	336	672
TOTAL		15	238	1.666	3.332	6.664	79.968	86.352
Sal								
Aki	qq (24 unidades)	1	70	490	980	1.960	23.520	23.520
Supermaxi	qq (24 unidades)	1	125	875	1.750	3.500	42.000	42.000
Ofertón	qq (24 unidades)	1	70	490	980	1.960	23.520	23.520
Bodegas del Mercado Amazonas	qq (24 unidades)	10	2	14	28	56	672	6.720
Bodegas del Mercado Santo Domingo	qq (24 unidades)	2	5	35	70	140	1.680	3.360
TOTAL		15	272	1.904	3.808	7.616	91.392	99.120
Huevos								
Aki	cubet	1	420	2.940	5.880	11.760	141.120	141.120
Supermaxi	cubet	1	750	5.250	10.500	21.000	252.000	252.000
Ofertón	cubet	1	400	2.800	5.600	11.200	134.400	134.400
Bodegas del Mercado Amazonas	cubet	10	15	105	210	420	5.040	50.400
Bodegas del Mercado Santo Domingo	cubet	2	70	490	980	1.960	23.520	47.040
TOTAL		15	1.655	11.585	23.170	46.340	556.080	624.960
Crema								
Aki	Cajas (galones)	1	227	1.589	3.178	6.356	76.272	76.272
Supermaxi	Cajas (galones)	1	370	2.590	5.180	10.360	124.320	124.320
Ofertón	Cajas (galones)	1	115	805	1.610	3.220	38.640	38.640
Bodegas del Mercado Amazonas	Cajas (galones)	10	3	21	42	84	1.008	10.080
Bodegas del Mercado Santo Domingo	Cajas (galones)	2	2	14	28	56	672	1.344
TOTAL		15	717	5.019	10.038	20.076	240.912	250.656

Fuente: Investigación directa al 2012

Elaboración: La autora

Proyección de la oferta

Para proyectar la oferta de productos de panadería y pastelería se aplicó el método de mínimos cuadrados para esto se consideró como datos históricos los registros del año 2008 al 2012, para poder obtener los datos proyectados para el año 2013 al 2017. Ver Anexo C

CUADRO No.32
PROYECCIÓN DE LA OFERTA

PROYECCIÓN DE LA OFERTA									
AÑOS	Harina (qq)	Mantequilla (Cajas)	Levadura (Cajas)	Polvo de Hornear (Cajas)	Manteca (cajas)	Azúcar (qq)	Sal (qq)	Huevos (cubetas)	Crema (cajas)
2013	97.440	92.182	233.486	220.080	81.967	89.735	103.051	656.477	259.866
2014	102.883	97.927	247.296	232.714	86.789	94.043	108.612	696.326	271.309
2015	108.326	103.673	261.106	245.347	91.610	98.350	114.173	736.176	282.752
2016	113.770	109.418	274.915	257.981	96.432	102.657	119.734	776.026	294.195
2017	119.213	115.164	288.725	270.614	101.254	106.964	125.294	815.875	305.638

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Demanda histórica

Para el establecimiento de la demanda histórica, se determinó tomando como referencia el consumo promedio diario por producto y el crecimiento de panaderías y pastelerías desde el año 2007 al 2011, siendo:

CUADRO No.33
EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LAS PANADERÍAS Y PASTELERÍAS EN LA CIUDAD DE IBARRA

AÑOS	Número de panaderías	Número de Pastelerías	Total empresas
2007	70	20	90
2008	78	28	106
2009	80	31	111
2010	95	35	130
2011	98	40	138
2012	101	45	146

Fuente: Dirección de salud de la provincia Imbabura, Catastro de patentes municipales del cantón Ibarra.
Elaboración: La autora.

Con la información anterior, se procedió a obtener la demanda histórica, siendo:

CUADRO No.34

DEMANDA HISTÓRICA PERIODO AÑO 2007-2011

AÑOS	Harina (qq)	Mantequilla (Cajas)	Levadura (Cajas)	Polvo de Hornear (Cajas)	Mantenca (cajas)	Azúcar (qq)	Sal (qq)	Huevos (cubetas)	Crema (cajas)
2007	110.811	94.241	204.702	210.023	64.208	90.720	80.778	466.027	170.048
2008	130.511	110.995	241.093	247.360	75.623	106.848	95.139	548.877	200.279
2009	136.667	116.231	252.465	259.028	79.190	111.888	99.626	574.767	209.726
2010	160.060	136.126	295.680	303.367	92.745	131.040	116.679	673.151	245.625
2011	169.910	144.503	313.876	322.035	98.453	139.104	123.860	714.575	260.741

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Demanda actual

La demanda actual, fue calculada tomando en cuenta el resultado de las encuestas realizadas a posibles compradores de la ciudad de Ibarra, estableciéndose el nivel de adquisición promedio diaria, semanal y mensual en productos de pastelería y panadería

(Pregunta N. 4 encuesta dirigida a empresas compradoras de insumos y materiales de pastelería y panadería). Para obtener el total de adquisición al año en unidades de producto, se estableció la adquisición anual, tomando como base un promedio en unidades y multiplicado por el número de empresas (posibles consumidoras) de la zona urbana de la ciudad de Ibarra.

CUADRO No.35

DEMANDA DIARIA

Productos y marcas	Unidad	Población	Diario
Harina			
Superior	Qq	37	3
San Luis	Qq	18	5
Paniplus	Qq	25	4
Tomebamba	Qq	47	2
Gallo de oro	Qq	10	6
Fenix	Qq	5	8
Otras	Qq	4	10
TOTAL		146	38
Mantequilla			
Pan Rico	55 kilos	23	4
Levapan	55 kilos	55	2
Marva	55 kilos	20	5
La Fabril	55 kilos	45	3
Otras	55 kilos	3	6
TOTAL		146	20
Levadura			
Levapan	500 gr	77	6
Fleischman	500 gr	29	8
TOTAL		146	14
Polvo de hornear			
Levapan	200 gr	100	6
Fleischman	200 gr	46	9
TOTAL		146	15
Manteca			
Pan Rico	55 kilos	25	3
Levapan	55 kilos	45	2
Marva	55 kilos	15	4
La Fabril	55 kilos	55	1
Otras	55 kilos	6	5
TOTAL		146	15
Azúcar			
Tababuela	50 kg	146	3
TOTAL		146	3
Sal			
Crisal	qq	98	3
Pacífico	qq	48	2
TOTAL		146	5

Huevos			
Indaves	cubet	140	15
Otros	cubet	6	25
TOTAL		146	40
Crema			
Floral	galones	48	5
Chantilly	galones	28	14
Carchi	galones	42	2
Levapan	galones	25	3
Otros	galones	3	10
TOTAL		146	34

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

CUADRO No.36
DEMANDA ACTUAL DE PRODUCTOS PARA PANADERÍA Y PASTELERÍA
AL 2012

ANOS	Harina (qq)	Mantequilla (Cajas)	Levadura (Cajas)	Polvo de Hornear (Cajas)	Manteca (cajas)	Azúcar (qq)	Sal (qq)	Huevos (cubetas)	Crema (cajas)
2012	179.760	152.880	332.071	340.704	104.160	147.168	131.040	756.000	275.856

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Proyección de la demanda

Para proyectar la demanda de productos de panadería y pastelería se aplicó el método de mínimos cuadrados para esto se consideró como datos históricos los registros del año 2008 al 2012, para poder obtener los datos proyectados para el año 2013 al 2017. Ver Anexo D.

CUADRO No.37

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA									
ANOS	Harina (qq)	Mantequilla (Cajas)	Levadura (Cajas)	Polvo de Hornear (Cajas)	Manteca (cajas)	Azúcar (qq)	Sal (qq)	Huevos (cubetas)	Crema (cajas)
2013	194.904	165.759	360.047	369.407	112.935	159.566	142.080	819.690	299.096
2014	208.078	176.964	384.384	394.376	120.569	170.352	151.683	875.096	319.313
2015	221.252	188.168	408.721	419.346	128.202	181.138	161.287	930.501	339.529
2016	234.427	199.372	433.058	444.315	135.836	191.923	170.891	985.907	359.746
2017	247.601	210.576	457.395	469.284	143.470	202.709	180.494	1.041.312	379.963

Elaborado por: La autor

DEMANDA POR SATISFACER

CUADRO No.38

OFERTA									
AÑOS	Harina (qq)	Mantequilla (Cajas)	Levadura (Cajas)	Polvo de Hornear (Cajas)	Manteca (cajas)	Azúcar (qq)	Sal (qq)	Huevos (cubetas)	Crema (cajas)
2013	97.440	92.182	233.486	220.080	81.967	89.735	103.051	656.477	259.866
2014	102.883	97.927	247.296	232.714	86.789	94.043	108.612	696.326	271.309
2015	108.326	103.673	261.106	245.347	91.610	98.350	114.173	736.176	282.752
2016	113.770	109.418	274.915	257.981	96.432	102.657	119.734	776.026	294.195
2017	119.213	115.164	288.725	270.614	101.254	106.964	125.294	815.875	305.638

**CUADRO No.39
DEMANDA**

AÑOS	Harina (qq)	Mantequilla (Cajas)	Levadura (Cajas)	Polvo de Hornear (Cajas)	Manteca (cajas)	Azúcar (qq)	Sal (qq)	Huevos (cubetas)	Crema (cajas)
2013	194.904	165.759	360.047	369.407	112.935	159.566	142.080	819.690	299.096
2014	208.078	176.964	384.384	394.376	120.569	170.352	151.683	875.096	319.313
2015	221.252	188.168	408.721	419.346	128.202	181.138	161.287	930.501	339.529
2016	234.427	199.372	433.058	444.315	135.836	191.923	170.891	985.907	359.746
2017	247.601	210.576	457.395	469.284	143.470	202.709	180.494	1.041.312	379.963

**CUADRO No.40
DEMANDA POR SATISFACER**

AÑOS	Harina (qq)	Mantequilla (Cajas)	Levadura (Cajas)	Polvo de Hornear (Cajas)	Manteca (cajas)	Azúcar (qq)	Sal (qq)	Huevos (cubetas)	Crema (cajas)
2013	97.464	73.578	126.561	149.327	30.968	69.831	39.028	163.214	39.230
2014	105.195	79.036	137.088	161.663	33.780	76.309	43.071	178.769	48.004
2015	112.926	84.495	147.615	173.998	36.592	82.788	47.114	194.325	56.778
2016	120.657	89.954	158.143	186.334	39.404	89.266	51.157	209.881	65.551
2017	128.388	95.412	168.670	198.670	42.216	95.745	55.200	225.437	74.325

Elaborado por: La autora

COMPETENCIA

La ciudad de Ibarra, se constituye actualmente el centro urbano, comercial y turístico de una fértil región; a nivel comercial en relación a productos que requieren las panaderías y pastelerías para su proceso de producción, existen actualmente quince establecimientos que satisfacen parte la demanda de las pequeñas y medianas empresas de éste tipo de producción.

Mediante el diagnóstico, se determinó que Ibarra cuenta con varias micro, medianas y grandes empresas dedicadas a proveer de materiales e insumos para la actividad de la panadería y pastelería, de las cuales pocas de ellas son competitivas y no logran abastecer y satisfacer a los diferentes consumidores, esto se ha dado por la escases de algunos productos y por la falta de seriedad en el momento de tomar los pedidos de las empresas y la no entrega oportuna. Entre las más relevantes tenemos al AKI, Supermaxi, el Ofertón, las bodegas de ventas existentes dentro del Mercado Amazonas y las bodegas ubicadas en el Mercado Santo Domingo.

ANÁLISIS DEL PRECIO

Según la investigación de mercado, se pudo detectar los precios que actualmente ofertan los comerciantes más representativos de la ciudad en la línea productos de panadería y pastelería, estableciéndose un precio promedio.

**CUADRO No.41
PRECIO PROMEDIO DE LOS PRODUCTOS DE PANADERÍA Y
PASTELERÍA EN LA CIUDAD DE IBARRA**

Productos	Unidad	Aki	Supermaxi	Ofertón	Bodegas del Mercado Amazonas	Bodegas del Mercado Santo Domingo
Harina	Qq	35,00	35,00	37,80	35,00	39,20
Mantequilla Pan	Cajas (55 kilos)	26,77	26,60	29,40	32,20	29,40
Mantequilla Pan de agua	Cajas (55 kilos)	25,38	25,90	28,00	28,00	25,20
Mantequilla Bizcochera	Cajas (55 kilos)	29,40	29,40	30,80	29,40	28,18
Mantequilla Chantilly	Cajas (55 kilos)	32,20	31,50	32,20	35,07	32,20
Mantequilla Mil Hojas	Cajas (55 kilos)	34,38	35,00	36,40	36,40	36,40
Levadura	Cajas (500 gr)	22,40	23,80	25,20	23,80	23,80
Polvo de hornear	Cajas (200 gr)	49,00	50,40	53,20	49,00	50,40
Manteca	Cajas (55 kilos)	23,10	23,80	25,20	25,20	25,20
Azúcar	Qq	37,80	39,20	40,60	39,20	39,20
Sal	qq (24 unidades)	17,92	16,87	17,50	16,80	16,80
Huevos	Cubetas	2,66	2,73	2,66	2,80	2,80
Crema Chantilly	Cajas (galones)	65,80	65,80	68,60	67,20	68,60
Crema Pastelera	Cajas (galones)	14,00	14,00	12,60	14,00	15,40

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

Es importante recalcar que según los comerciantes, el precio de costo lo valorizan de acuerdo al precio de compra, siendo mucha de las veces su costo un 40% A 60% de su valor de venta. El precio de cada producto se estima sufrirá aumentos por efectos de la tasa de inflación

Precios del proyecto

Los precios de los insumos del proyecto fueron asignados tomando como base el costo del inventario del proveedor nacional, en un margen de 40% por producto siendo conservadores, y para ser competitivo con un precio promedio al de la competencia, para su proyección se utilizó el 4,16 % de la inflación del último año.

**CUADRO No.42
PRECIOS PROYECTADOS POR PRODUCTO**

PRODUCTOS E INSUMOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Harina Tomebambaqq	36,40	37,91	39,49	41,13	42,85
Mantequilla Pan (cajas 55 kilos)	28,87	30,07	31,33	32,63	33,99
Mantequilla Pan de agua (cajas 55 kilos)	26,50	27,60	28,75	29,94	31,19
Mantequilla Bizcochera (cajas 55 kilos)	29,44	30,66	31,94	33,27	34,65
Mantequilla Chantilly (cajas 55 kilos)	32,63	33,99	35,41	36,88	38,41
Mantequilla Mil Hojas (cajas 55 kilos)	35,72	37,20	38,75	40,36	42,04
Levadura Cajas (500 gr)	23,80	24,79	25,82	26,90	28,01
Polvo de hornear Cajas (200 gr)	50,40	52,50	54,68	56,96	59,32
Manteca Reina Cajas (55 kilos)	24,50	25,52	26,58	27,69	28,84
Azúcar Tababuelaqq	39,20	40,83	42,53	44,30	46,14
Sal Cristal qq (24 unidades)	17,18	17,89	18,64	19,41	20,22
Huevos Distrihuevo cubetas	2,73	2,84	2,96	3,09	3,21
Crema Chantilly Cajas (galones)	67,20	70,00	72,91	75,94	79,10
Crema Pastelera Cajas (galones)	14,00	14,58	15,19	15,82	16,48

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PANADERÍA Y PASTELERÍA

Para la comercialización se deberá tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Analizar las necesidades de las empresas panificadoras y pastelerías quienes requieren de los insumos y materiales, estableciendo su volumen, tipo y marcas reconocidas de mayor compra.
- Prever qué tipos de productos (tipo, marca, etc.) desearán las distintas pastelerías y panaderías
- Estimar cuántas de esas empresas requerirán de la línea de productos de panadería y pastelería en los próximos cinco años y cuántos de ellos comprarán.
- Predecir cuándo los compradores desearán adquirir los productos.
- Establecer un medio de distribución adecuado.
- Determinar qué precios estarán dispuestos a pagar por los productos y si generara ganancias vendiendo a ese precio.
- Decidir los medios publicitarios para dar a conocer el producto de la firma.
- Conocer cuántas empresas competidoras comercializando los mismos productos, qué cantidad ofertan, de qué clase y a qué precio.

ESTRATEGIAS DE MERCADO

Entre las principales estrategias tenemos los siguientes:

Canales de distribución

Los colaboradores de la microempresa se encargarán de la distribución a las panificadoras y a las pastelerías de la ciudad de Ibarra, con la previa información al cliente sobre el producto, su calidad, su presentación, sus precios, sus marcas, y otras características exclusivas del producto. A medida que la demanda aumente se considerará adecuada la contratación de personal calificado, a fin de que labore en el proceso de entrega, cobranzas y comercialización de los productos de panadería y

pastelería. Se contará con un local apropiado para la comercialización del producto mencionado. La opción más conveniente de distribución del producto será:

ILUSTRACIÓN No.16

CANAL DE DISTRIBUCIÓN DIRECTO

Microempresa distribuidora → Panaderías y pastelerías



Elaboración: La autora

Producto

Las estrategias a implementarse en relación al producto y servicio que brindará la microempresa son:

- La materia prima e insumos necesarios para la elaboración de productos de panadería y pastelería, requieren ciertas condiciones de calidad, para lo cual se realizara un análisis de las marcas más utilizadas por este sector productivo y comercial.
- La calidad de los insumos garantizan un buen producto final.
- Los productos e insumos para su comercialización seguirán el sistema de distribución de puerta a puerta, es decir que los pedidos se entregara en las panaderías y pastelerías.

Promoción

Con relación a la promoción de estos productos se puede decir que van a existir incentivos a corto plazo para fomentar la compra del producto.

La microempresa a crearse utilizará los siguientes mecanismos

- Rifas

Se efectuará rifas en fechas especiales, para fortalecer las relaciones de trabajo con los clientes.

- Vales de descuento y regalos.

Esta forma de promocionar corresponde a realizar descuentos según el monto adquirido, como por ejemplo: compras de 300 a 500 dólares.

Publicidad

El principal objetivo de la publicidad consiste en dar a conocer el producto y convencer a los consumidores para que lo compren incluso antes de haberlo visto o palpado.

De allí la necesidad de analizar un mecanismo correcto y no muy costoso en donde se pueda dar a conocer esta nueva empresa distribuidora de insumos para panadería y pastelería, sobre todo su ubicación exacta para que el cliente no se confunda de lugar.

La microempresa a establecerse, utilizará las siguientes herramientas para la publicidad de sus productos:

- *Hojas volantes*

ILUSTRACIÓN No. 17

HOJA VOLANTE



OFRECE: INSUMOS DE CALIDAD PARA PANADERÍA Y PASTELERÍA

Harina
Mantequilla Pan
Mantequilla Pan de agua
Mantequilla Bizcochera
Mantequilla Chantilly
Mantequilla Mil Hojas
Levadura
Polvo de hornear
Manteca
Azúcar
Sal
Huevos
Crema Chantilly
Crema Pastelera

LE ENTREGAMOS EN SU LUGAR DE TRABAJO

Dirección: Av. Atahualpa y Tobías Mena en el sector de la Bola Amarilla.
Teléfono: 0993860645

- Cuñas de radio: para captar la atención de los clientes se contratará espacios publicitarios en las radios más sintonizadas de la ciudad de Ibarra, tales como: Radio Los Lagos, radio América
- Rótulos.

ILUSTRACIÓN No.18

ROTULO EXTERIOR



Elaborado por: La autora

Como estrategia publicitaria se puede adoptar programas radiales en medios de comunicación más sintonizados o de mayor alcance en todo el norte del país, en donde se pueda difundir esta empresa.

Se implantará una campaña publicitaria para dar a conocer de la nueva microempresa y sus productos, abarcando no solo medios impresos, sino también fabulosos anuncios en áreas estratégicas donde se quiere dar a conocer el producto.

La Imagen Corporativa que adopte la microempresa deberá ser innovadora e impactante, con un logotipo y slogan que la identifique dentro de la zona y exponga la línea de productos y la calidad de los mismos.

ILUSTRACIÓN No.19

LOGOTIPO



Elaborado por: La autora

CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

De acuerdo al análisis cuantitativo y cualitativo de la oferta y demanda de productos para panadería y pastelería, se establece que existen segmentos de mercado que deben ser cubiertos en el corto y mediano plazo.

- La oferta del mercado de productos para panadería y pastelería, se encuentra representada en la ciudad de Ibarra por 15 comercializadores que no han logrado mayor crecimiento, debido a la falta de iniciativas propias en actividad de distribución, ya sea por la ausencia de programas de abastecimiento de los mismos o por el precio, por tanto perjudica al cliente final.
- De la demanda se puede mencionar que de los 146 negocios que adquieren productos de panadería y pastelería, en su totalidad necesitan del servicio que propone la nueva microempresa de comercialización, por tanto el proyecto podría cubrir paulatinamente las necesidades de los panificadores.
- El precio del producto ha tenido muy buena aceptación por parte de las empresas compradoras, existiendo una demanda por cubrir, lo cual

implica un factor favorable tanto para distribuidores, así como para empresas panificadoras y de pastelería

- Es viable la propuesta objeto de estudio, por cuanto existe un 62% de empresas que no están satisfechas con los actuales proveedores debido a que nos les entregan todo lo necesario
- Un 64% de los encuestados consideran que cualquier lugar donde se ubique la empresa es bueno, debido a que el servicio será express y un 20% de negocios prefieren que se ubique en el sector de la bola amarilla por ser un punto céntrico de los negocios de panadería y pastelería.
- Según las encuestas realizadas se pudo determinar que solo un 56% de los proveedores entregan los insumos a las panaderías y pastel a domicilio, lo cual permite asegurar el éxito de la puesta en marcha de este proyecto.
- Una 78% de la población encuestada mencionó que los precios de sus proveedores son medios, indicando que en caso de existir una nueva alternativa con servicio inmediato y una atención personalizada, se podrían cambiar de proveedor.
- La población esta de acuerdo en un 85% con la creación de una distribuidora de insumos para panadería y pastelería al por mayor y menor con servicio express a domicilio, porque mejorará el abastecimiento de insumos y la productividad.
- Este estudio determina la viabilidad favorable de que el proyecto logre alcanzar una rentabilidad no solo para el distribuidor, sino para el comerciante comprador, lo cual hace ver que existe una oportunidad para continuar con la siguiente fase del proyecto en cuanto a su infraestructura, técnica y económica.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Para efectuar las actividades de la nueva microempresa en forma eficiente es importante analizar los recursos que estés alcancen para poder utilizarlos correctamente y maximizar la rentabilidad del negocio. Los aspectos a investigar en este capítulo son:

- Localización óptima del proyecto
- Distribución física del proyecto
- Flujo grama del proceso del servicio
- Presupuesto de inversiones
- Tamaño del proyecto

El adecuado análisis a los puntos antes mencionados permitirá tener una visión clara de los aspectos técnicos a tomar en cuenta en la gestión del proyecto.

LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

MACROLOCALIZACIÓN

La macro localización del proyecto será:

País: Ecuador

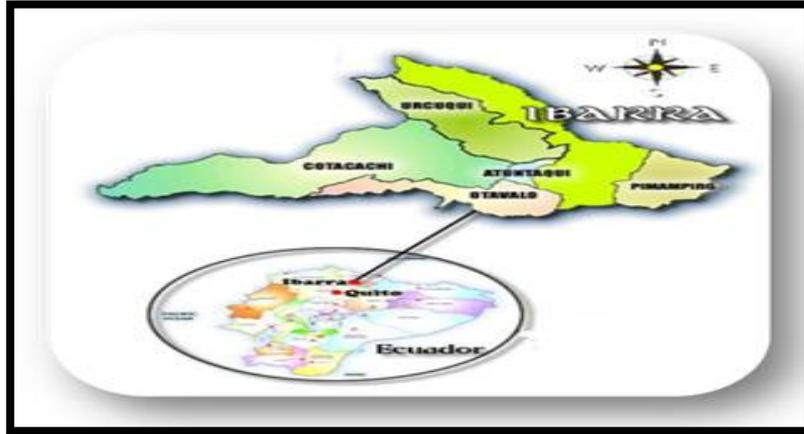
Provincia: Imbabura

Cantón: Ibarra

Ciudad: Ibarra

ILUSTRACIÓN No.20

UBICACIÓN DE LA CIUDAD DE IBARRA



Elaborado por: La autora

El proyecto estará ubicado en el Ecuador, provincia de Imbabura, ciudad de Ibarra.

Se ha tomado en cuenta la existencia de gran cantidad de panaderías y pastelerías en la ciudad y la necesidad de dichos negocios de contar con una empresa que realice la entrega a domicilio de manera oportuna, de los insumos requeridos para el normal funcionamiento de dichos locales.

MICROLOCALIZACIÓN

Se utilizó el método de localización cualitativo por puntos con la finalidad de aplicar una herramienta técnica para la implantación del proyecto. La metodología aplicada fue la siguiente:

Consistió en asignar factores cuantitativos a los indicadores ocasionales más relevantes considerados para el efecto. Esto derivó en una comparación cuantitativa de los tres sitios posibles donde se localizará el proyecto. Los factores seleccionados y los pesos se muestran en el cuadro:

CUADRO No.43

FACTORES

FACTOR	PESO
1. Fácil Movilización	0.40
2. Cercanía al mercado de consumo.	0.25
3. Infraestructura y espacio físico	0.20
4. Entorno	0.15
TOTAL	100%

Fuente Directa
Elaborado por La autora

CUADRO No.44

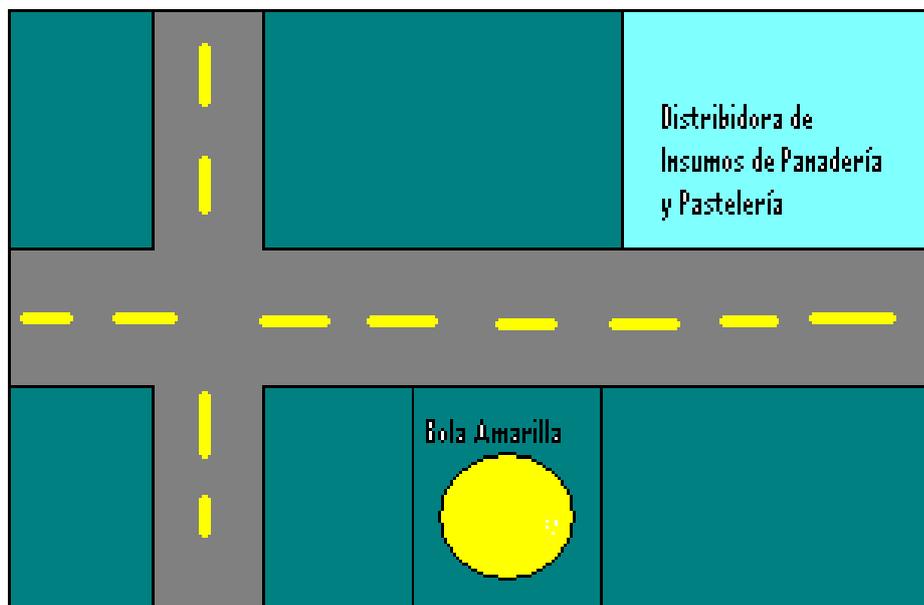
CALIFICACIÓN PONDERADA

FACTOR	PESO	CALIFICACIÓN			CALIFICACIÓN PONDERADA		
		A	B	C	A	B	C
1	0.40	6	6	8	2.40	2.40	3.20
2	0.25	8	6	7	2.00	1.50	1.75
3	0.20	6	7	8	1.20	1.40	1.60
4	0.15	7	10	5	1.05	1.50	0.75
TOTAL					6.65	6.80	7.30

Fuente Directa
Elaborado por La autora

La ubicación exacta es en la ciudad de Ibarra, capital de la provincia, en la parroquia San Francisco, Av. Atahualpa y Tobías Mena en el sector de la Bola Amarilla.

ILUSTRACIÓN No.21 CROQUIS DE UBICACIÓN



Elaborado por: La autora
Fuente: Directa

Al estar situada en un nuevo sector comercial de la ciudad cercano a gran cantidad de panaderías, cuenta con vías de primer, segundo y tercer orden por lo que tiene acceso directo a servicios básicos y servicios de apoyo.

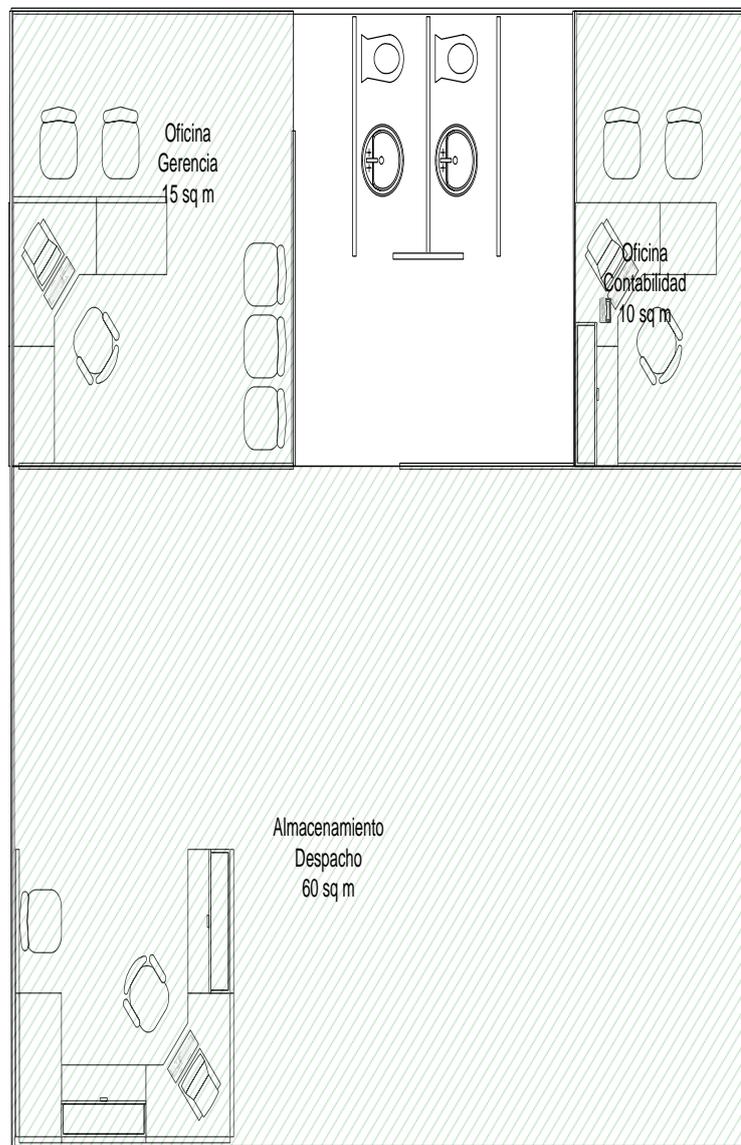
Una de las primeras limitaciones de la localización es la falta de infraestructura propia para instalar y ubicar el proyecto, por lo que se optará por rentar un local en el que se pueda almacenar los insumos de panadería y pastelería y un espacio para adecuarlo como oficina en el caso de que se necesite atender a un cliente, ya que al ser un servicio a domicilio no es necesario un gran espacio para brindar la atención correspondiente. El diagnóstico arroja información favorable para ubicar la empresa en cualquier sector de la ciudad, ya que se trata de un servicio a domicilio por lo que para los negociantes no es importante el sector en el que se encuentre, únicamente importa la entrega rápida y oportuna de dichos insumos. Se ha optado por el sector de la Bola Amarilla debido a la

fácil movilización a diferentes puntos de la ciudad, logrando la entrega rápida a cada cliente de los insumos que en ese momento requiera.

DISTRIBUCIÓN FÍSICA DEL PROYECTO

ILUSTRACIÓN No.22

OFICINA

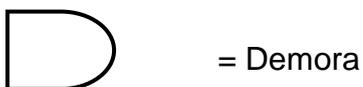
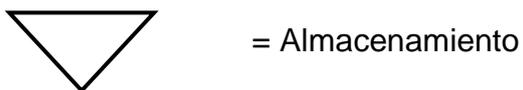
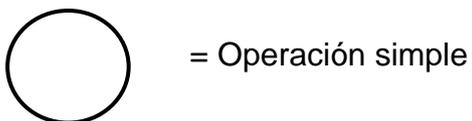
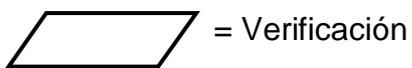
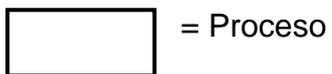
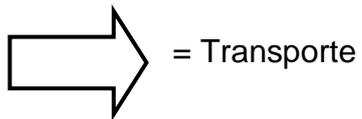


Elaborado por: La autora
Fuente: Directa

FLUJOGRAMA DE PROCESO DEL PROYECTO

Para la puesta en marcha del presente proyecto se presentarán los siguientes flujogramas.

SIMBOLOGÍA



FLUJOGRAMA DEL PROCESO

PLANILLA DE CONTROL DEL PROYECTO									
N	CONECTORES LÓGICOS							ACTIVIDAD	TIEMPO PREVISTO EN DÍAS
1	⇒	▭	▱	○	◎	▽	D	Alquiler de local comercial	2
2	⇒	▭	▱	○	◎	▽	D	Distribución física	5
3	⇒	▭	▱	○	◎	▽	D	Instalación	5
4	⇒	▭	▱	○	◎	▽	D	Compra de insumos	7
5	⇒	▭	▱	○	◎	▽	D	Compra de vehículos motorizados	5
6	⇒	▭	▱	○	◎	▽	D	Traslado de los insumos	1
7	⇒	▭	▱	○	◎	▽	D	Traslado de los vehículos motorizados	1
8	⇒	▭	▱	○	◎	▽	D	Contratación de personal	10
9	⇒	▭	▱	○	◎	▽	D	Inicio de actividades	-

Elaborado por: La autora

RESUMEN OPERATIVO

- 1 Operación combinada
- 5 Procesos
- 1 Operación simple
- 0 Demora
- 2 Transporte

TOTAL 9

FLUJOGRAMA DEL PROCESO

PLANILLA DE CONTROL DEL PROYECTO									
N	CONECTORES LÓGICOS							ACTIVIDAD	TIEMPO PREVISTO EN MINUTOS
1	⇒	▭	▱	○	◎	▽	D	Atención al cliente	5
2	⇒	▭	▱	○	◎	▽	D	Elaboración de la Nota de Pedido	10
3	⇒	▭	▱	○	◎	▽	D	Selección de los insumos	15
4	⇒	▭	▱	○	◎	▽	D	Traslado de los insumos	10
5	⇒	▭	▱	○	◎	▽	D	Entrega y revisión de insumos	5
6	⇒	▭	▱	○	◎	▽	D	Firma de la Nota de Entrega	2
7	⇒	▭	▱	○	◎	▽	D	Recepción del Pago	2

Elaborado por: La autora

RESUMEN OPERATIVO

0 Operación combinada

0 Procesos

5 Operación simple

1 Demora

1 Transporte

TOTAL 7

PRESUPUESTO DE INVERSIONES

Dentro de las inversiones que se realizará para iniciar las actividades de la microempresa se encuentra.

INVERSIÓN FIJA

La inversión fija corresponde a los activos tangibles que tendrá la microempresa para desarrollar normalmente las actividades

- **Equipo de computación**

Se necesita adquirir equipos de computación.

CUADRO No.45
EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador fijo	2	830,00	1.660,00
TOTAL			1.660,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

- **Equipo de oficina**

Entre el equipo de oficina se encuentran

CUADRO No.46
EQUIPO DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono fijo	2	90,00	180,00
Calculadora	2	30,00	60,00
Impresora Multifunción	1	190,00	190,00
Caja registradora	1	550,00	550,00
TOTAL			980,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

- **Muebles y enseres**

En este rubro se encuentra el inmobiliario para las diferentes dependencias de la microempresa.

**CUADRO No.47
MUEBLES Y ENSERES**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorios Modular Pequeño	2	130,00	260,00
Archivador vertical	2	70,00	140,00
Sillón ejecutivo	8	55,00	440,00
Sillas de visita	6	30,00	180,00
Estación de atención y cobro	1	180,00	180,00
Estanterías	3	140	420
TOTAL			1620,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

- **Vehículo**

Se adquirirá un vehículo para realizar la distribución del producto a los clientes y para las demás actividades que se presenten.

**CUADRO No.48
VEHÍCULO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Camioneta Mazda 2008	1	12500	12500

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

- **Resumen de la inversión fija**

**CUADRO No.49
RESUMEN DE INEVERSIÓN FIJA**

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Equipo de computación	1.660,00
Equipo de oficina	980,00
Muebles y enseres	1.620,00
Vehículo	12.500,00
TOTAL	16.760,00

Elaborado por: La autora

INVENTARIO DE INSUMOS

CUADRO No.50

INVENTARIO DE INSUMOS PARA UN MES

PRODUCTOS E INSUMOS	PRIMES MES		
	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Harina Tomebambaqq	168	26,00	4365,83
Mantequilla Pan (cajas 55 kilos)	38	20,62	781,99
Mantequilla Pan de agua (cajas 55 kilos)	35	18,93	666,35
Mantequilla Bizcochera (cajas 55 kilos)	27	21,03	569,45
Mantequilla Chantilly (cajas 55 kilos)	43	23,31	1010,10
Mantequilla Mil Hojas (cajas 55 kilos)	27	25,51	690,95
Levadura Cajas (500 gr)	19	17,00	322,29
Polvo de hornear Cajas (200 gr)	19	36,00	682,50
Manteca Reina Cajas (55 kilos)	35	17,50	616,15
Azúcar Tababuelaqq	76	28,00	2123,33
Sal Cristal qq (24 unidades)	49	12,27	598,16
Huevos Distrihuevo cubetas	352	1,95	686,56
Crema Chantilly Cajas (galones)	19	48,00	910,00
Crema Pastelera Cajas (galones)	19	10,00	189,58
EGRESOS POR INVENTARIO			14213,26

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

INVERSIÓN VARIABLE O CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo se encuentra presupuestado para un mes, dinero que servirá para cubrir el desfase del proyecto, hasta que genere recursos significativos.

CUADRO No.51

CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
COSTOS OPERATIVOS		
Inventario mensual	14213,26	
Sueldos operativos	885,66	
Subtotal (CP)		15.098,92
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Sueldos administrativos	1.050,20	
Suministros de oficina	22,65	
Servicios básicos	55,00	
Servicios de comunicación	60,00	
Mantenimiento Computación	15,00	
Subtotal total (GA)		1.202,85
GASTOS DE VENTAS		
Sueldos en ventas	845,77	
Publicidad	84,33	
	120	
Subtotal total (GV)		1.050,11
Total		17.351,88
Imprevistos 2%		347,04
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		17.698,92

Elaborado por: La autora

TAMAÑO DEL PROYECTO

El proyecto tiene una capacidad de satisfacer en el mercado en un 2.1% en el producto de harina Tomebamba qq, en un 2.8% en mantequilla, 0.18% en levadura cajas (500gr), 0.15% en polvo de hornear cajas (200gr), 1.4% en manteca Reina cajas (55kilos), 1.3% en azúcar Tababuela qq, 1.5% en sal Cristal qq (24 unidades), 2.6% en huevos cubetas, un 1.2% en crema en el año 2013.

CUADRO No.52
TAMAÑO DEL PROYECTO

	harina	mantequi	levadura	polvo de hornear	Manteca	azúcar	sal	huevos	crema
Demanda capital proyectado	2015	2048	228	228	423	910	585	4225	456
Demanda Insatisfecha	97464	73578	126561	149327	30968	69831	39028	163214	39230
Porcentaje 2013	2.1%	2.8%	0.18%	0.15%	1.4%	1.3%	1.5%	2.6%	1.2%
Demanda capital proyectado	2217	2254	250	250	465	1001	644	4648	500
Demanda Insatisfecha	105195	79036	137088	161663	33780	76309	43071	178769	48004
Porcentaje	2.11%	2.85%	0.18%	0.15%	1.38%	1.31%	1.50%	2.60%	1.04%
Demanda capital proyectado	2438	2477	275	275	511	1101	708	5112	550
Demanda Insatisfecha	112926	84495	147615	173998	36592	82788	47114	194325	56778
Porcentaje	2.16%	2.93%	0.19%	0.16%	1.40%	1.33%	1.50%	2.63%	0.97%
Demanda capital proyectado	2682	2726	303	303	562	1211	779	5623	606
Demanda Insatisfecha	120657	89954	158143	186334	39404	89266	51157	209881	65551
Porcentaje	2.22%	3.03%	0.19%	0.16%	1.43%	1.36%	1.52%	2.68%	0.92%
Demanda capital proyectado	2950	2998	333	333	619	1332	856	6186	666
Demanda Insatisfecha	128388	95412	168670	198670	42216	95745	55200	225437	74325
Porcentaje	2.30%	3.14%	0.20%	0.17%	1.47%	1.39%	1.55%	2.74%	0.90%

La mantequilla es el producto que tiene mayor capacidad de satisfacción en el mercado en un 2.8% y por lo contrario el polvo de hornear es el producto que tiene menor capacidad de satisfacción en un 0.15%. El porcentaje de capacidad de satisfacción en el mercado de los productos en general es bajo por cuanto la demanda insatisfecha es considerable; la infraestructura en relación a la bodega tiene una capacidad en relación a la proyección de ventas.

INVERSION

Para la creación de la empresa que proporcionará el servicio de entrega de insumos para panadería y pastelería como son: Harina Tomebamba; Azúcar Tababuela; Sal Crisal; Mantequilla para pan, pan de agua, bizcochera, mil hojas; Manteca Reina; Huevos Distrihuevo; Crema Chantilly, Royal, Levadura y Polvo de Hornear.

Se invertirá \$34.459, en la adquisición de los insumos, en activos fijos se invertirá \$16760, capital de trabajo compuesto inventario inicial, por egresos de operación administrativos y ventas por \$17.698,92, dando una inversión total de \$ 34.458,92.

Los consumidores son los dueños de panaderías y pastelerías de la ciudad de Ibarra, del centro y de los sectores cercanos como barrios o ciudadelas, dentro de un nivel socioeconómico medio alto, que buscan una empresa que pueda distribuir todos los insumos requeridos a domicilio

Los insumos que se pondrá a disposición del consumidor serán de elevada calidad y garantizarán un producto final que cumpla con las expectativas del consumidor.

La distribuidora de insumos para panadería y pastelería se constituirá como una empresa Unipersonal, cuya única accionista es la autora del presente proyecto quien aportará un capital de \$14.458,92 y la diferencia que suma 20.000,00 será financiado por una entidad financiera.

Todos sus trabajadores estarán legalmente afiliados al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y percibirán todos los beneficios sociales.

REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO

El talento humano para las distintas dependencias es el siguiente

CUADRO No.53
REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO

DESCRIPCIÓN	No.
Gerente	1
Contadora	1
Jefe de adquisiciones	1
Operario	1
Vendedores	2
TOTAL	6

Elaborado por: La autora

CAPÍTULO V

PROPUESTA ESTRATEGICA DE LA MICROEMPRESA

El presente capítulo tiene como finalidad establecer los lineamientos administrativos que deberá seguir la organización para conseguir las metas propuestas.

Aspectos estratégicos

Nombre de la microempresa

INSUMOS DE PANIFICACIÓN PASTINOVA

Se le ha asignado este nombre tomando en cuenta a la actividad de la microempresa y al lugar donde estará ubicada.

Misión

Somos una microempresa dedica a la comercialización de insumos de calidad para panadería y pastelería, con un servicio personalizado que busca satisfacer las necesidades del sector panificador, logrando la fidelización en la compra.

Visión

Para el año 2018 ser líder en la comercialización de insumos de calidad para panadería y pastelería, logrando mantenernos en el mercado local de la ciudad de Ibarra.

Objetivos

- Conseguir un crecimiento comercial en la distribución de los productos a los respectivos clientes.
- Incrementar el nivel de ventas en un período menor al establecido por los directivos.

- Proporcionar los productos requeridos al mercado consumidor de acuerdo a sus requerimientos.
- Capacitar al personal y permitir el crecimiento profesional de sus trabajadores.
- Respetar las políticas y reglamentos establecidos por la organización para mejor funcionamiento.

Políticas

Dentro de las políticas se presentan las siguientes

- Todos los trabajadores deben cumplir con sus horarios de trabajo en el tiempo previsto.
- Cada trabajador es responsable de los resultados de las actividades que realice.
- Por ningún motivo debe existir entre los trabajadores parentesco que perjudique su trabajo
- No provocar la indisciplina entre compañeros de trabajo porque se aplicara sanciones que pueden perjudicar su estabilidad laboral.

Principios y valores

Principios

- **Apoyo a los clientes:** Brindar el respectivo asesoramiento y apoyo en los productos que necesitan.
- **Compromiso de responsabilidad social:** Ayudar de manera indirecta al mejoramiento socio-económico de la sociedad.
- **Incrementar el valor de la empresa:** Dar buen manejo a las relaciones públicas que se relacione con el progreso y desarrollo de la distribuidora.
- **Respaldo a empleados:** Brindar apoyo a los empleados en el progreso profesional que vayan obteniendo cada uno de ellos.

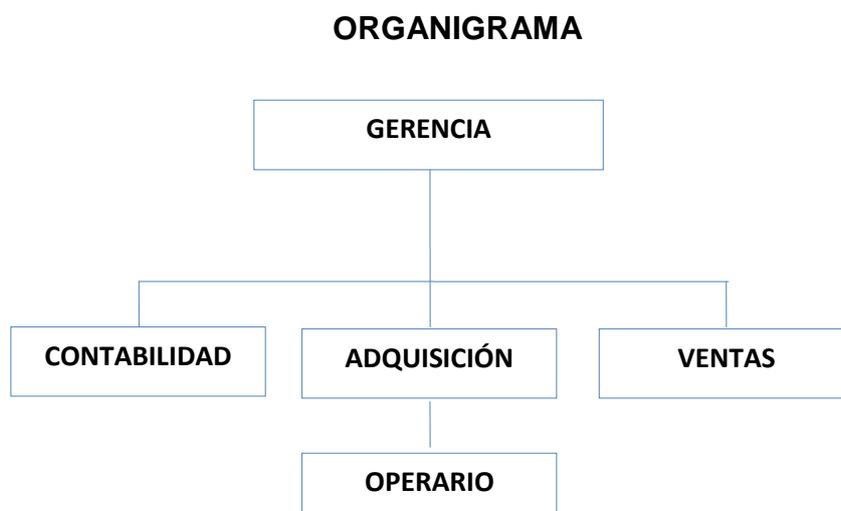
- **Trabajo en equipo:** Incentivar a los empleados a trabajar en equipo para obtener mejores resultados en el alcance de los objetivos.

Valores

- **Transparencia empresarial:** Desarrollará las actividades con la rectitud correspondiente.
- **Compañerismo:** Brindar el sentimiento de compañerismo que existe entre trabajadores para apoyarse en cualquier situación que se presente.
- **Integridad y justicia:** Tratar de manera justa a las personas que laboran en la organización y darle importancia a la labor que desempeñan.
- **Honradez:** Realizar su trabajo de manera íntegra donde todo resultado sea basado en la realidad.
- **Lealtad:** Ser leal ante cualquier conflicto que se presente dentro y fuera de la organización.
- **Honestidad y transparencia:** Hablarles a los clientes con honestidad sobre las negociaciones que realicen.

Aspecto organizacional

Organigrama estructural



Elaborado por: La autora
Fuente: Bibliográfica

Niveles administrativos

Nivel ejecutivo

El nivel ejecutivo está compuesto por la propietaria de la microempresa quien es la encargada de gerenciar la microempresa y es responsable de la planificación, normativa y toma de decisiones.

Nivel Auxiliar

Una vez que la microempresa este en marcha se necesita una contadora quien será la encargada de los asuntos contables y tributarios.

Nivel Operativo

Nivel que lo integran el jefe de adquisiciones, operario y ventas, quienes realizarán todas las actividades relacionadas con la comercialización de los insumos del negocio y son responsables de ejecutar los planes para cumplir con los objetivos y metas que se ha trazado la entidad.

IDENTIFICACIÓN DE PUESTOS Y FUNCIONES

GERENTE

	INSUMOS DE PANIFICACIÓN PASTINOVA
CARGO: GERENTE GENERAL	
OBJETIVO. El gerente es quien se encarga de realizar la gestión administrativa financiera de la microempresa, se encargará de realizar la planificación de las compras y ventas, buscará proveedores y clientes para mantener un equilibrio entre oferta y demanda de los insumos de panadería.	
FUNCIONES : <ul style="list-style-type: none">➤ Aportar con el capital necesario para la puesta en marcha de la empresa.➤ Tomar las decisiones con responsabilidad y tomando muy en cuenta las opiniones y criterios de sus colaboradores.➤ Organizar las actividades en cada una de las áreas determinadas, para llegar a obtener un mejor control y manejo de la empresa.➤ Responder por la marcha administrativa, operativa y financiera de la empresa.➤ Tomar las decisiones más adecuadas y correctas en el manejo de la empresa.➤ Contratar, renovar y sancionar al personal que labora en la empresa.➤ Encargarse de la publicidad, promoción y ventas del producto.➤ Realizar los contratos tanto con proveedores y clientes, previo asesoramiento del técnico.	
ANÁLISIS DE PUESTO	
REQUISITOS : <p>EDUCACIÓN. Estudios superiores en Administración de empresas y/o afines</p> <p>TÍTULO: ING. Administración de Empresas</p> <p>EXPERIENCIA. Un mínimo de 2 años de experiencia en empresas comercializadoras</p> <p>FORMACIÓN. Planeación estratégica, Procesos de administrativos generales, Desarrollo organizacional, Uso de computador y paquetes informáticos.</p>	

CONTADOR

	<i>INSUMOS DE PANIFICACIÓN PASTINOVA</i>
CARGO: CONTADOR	
OBJETIVO: El contador es el encargado de mantener al día las obligaciones tributarias ante el SRI de todas las transacciones comerciales generadas en la actividad empresarial y las obligaciones laborales ante el IESS. Asesorará a la gerencia sobre aspectos tributarios.	
FUNCIONES : <ul style="list-style-type: none">➤ Asesorar en el ámbito contable y tributario a la gerencia➤ Registrar los pagos realizados por los clientes.➤ Mantener un control de los inventarios, cuentas por cobrar y cuentas por pagar.➤ Preparar informes financieros y balances mensuales.➤ Llevar la contabilidad de manera permanente.➤ Velar por el orden y seguridad de los documentos de la empresa.➤ Preparar los documentos e informes que corresponden a la gerencia.➤ Recibir las llamadas telefónicas y correos electrónicos e informar al gerente.➤ Orientar a los clientes que acuden a la gerencia con buen trato y calidez.➤ Dar un servicio de calidad en la atención y los servicios al cliente.➤ Llevar de forma ordenada la agenda del gerente.➤ Realizar todas las demás actividades que se le designe.	
ANÁLISIS DE PUESTO	
REQUISITOS : <p>EDUCACIÓN. Título académico de tercer nivel de preferencia en áreas contables</p> <p>TITULO: ING. En Contabilidad y Auditoría</p> <p>EXPERIENCIA. Un mínimo de 2 años de experiencia en empresas comercializadoras</p> <p>FORMACIÓN. Leyes tributarias, laborales, Declaración de impuestos, Normas Ecuatorianas de contabilidad, Uso de computador y paquetes informáticos.</p> <p>PUESTO AL QUE REPORTA: Gerente.</p>	

JEFE DE ADQUISICIONES

	<p style="text-align: center;">INSUMOS DE PANIFICACIÓN PASTINOVA</p>
<p>CARGO: JEFE DE ADQUISICIONES</p>	
<p>OBJETIVO: Se encargará de realizar las adquisiciones de los insumos de la microempresa, realizará órdenes de pedido y ordenes de entrega de la mercadería.</p>	
<p>FUNCIONES :</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Realizar las actividades de orden laboral encomendadas por la administración.➤ Llevar un registro y control de clientes fijos.➤ Elaboración de notas de pedido.➤ Relaciones Públicas.➤ Analizar proveedores nacionales➤ Realizar controles de calidad de los insumos que ingresan	
<p>ANÁLISIS DE PUESTO</p>	
<p>REQUISITOS :</p> <p>EDUCACIÓN. Estudios superiores administración de empresas o carreras afines.</p> <p>EXPERIENCIA. Un mínimo de 2 años de experiencia en empresas comercializadoras</p> <p>FORMACIÓN. Elaboración de Facturas, notas de pedido, notas de entrega, oficios, inventarios, Uso de computadora y paquetes informáticos.</p> <p>PUESTO AL QUE REPORTA: Gerente</p>	

OPERARIO

	INSUMOS DE PANIFICACIÓN PASTINOVA
CARGO: OPERARIO	
OBJETIVO: Se encargará de realizar el trabajo de estibador, descargando y cargando los insumos generados por compras y ventas.	
FUNCIONES : <ul style="list-style-type: none">➤ Organizar los pedidos realizados a los proveedores de los insumos.➤ Apilar los insumos para no dañarlos.➤ Despachar la nota de pedido al distribuidor.➤ Receptar la nota de entrega del cliente.➤ Receptar los pagos realizados por los clientes➤ Mantener en óptimas condiciones las instalaciones.➤ Utilizar el tiempo correctamente para proporcionar rápidamente los insumos al distribuidor y cliente.	
ANÁLISIS DE PUESTO	
REQUISITOS : <p>EDUCACIÓN. Bachiller</p> <p>EXPERIENCIA. Un mínimo de 1 año de experiencia en empresas comercializadoras</p> <p>FORMACIÓN. Uso de computador</p> <p>PUESTO AL QUE REPORTA: Jefe de Adquisiciones</p>	

VENDEDOR

	INSUMOS DE PANIFICACIÓN PASTINOVA
CARGO: VENDEDOR	
OBJETIVO: Se encargará de llevar al domicilio de los clientes la mercadería solicitada en las órdenes de pedido, además se cerciorará que la mercadería llegue en óptimas condiciones, como también atender en el local.	
FUNCIONES : <ul style="list-style-type: none">➤ Traslado de los insumos hasta el cliente.➤ Mantener en óptimas condiciones los insumos a su cargo.➤ Despachar la nota de pedido.➤ Receptar la nota de entrega.➤ Informar al cliente sobre las condiciones en las que se encuentran los insumos.➤ Mantener en óptimas condiciones el vehículo motorizado a su cargo y responsabilizarse por cualquier daño.➤ Utilizar el tiempo correctamente para proporcionar rápidamente los insumos al cliente.	
ANÁLISIS DE PUESTO	
REQUISITOS : <p>EDUCACIÓN. Bachiller, Capacitación en ventas.</p> <p>EXPERIENCIA. Un mínimo de 1 año de experiencia en empresas comercializadoras</p> <p>FORMACIÓN. Chofer profesional, Uso de computador y paquetes informáticos.</p> <p>PUESTO AL QUE REPORTA: Gerente</p>	

Aspecto legal de funcionamiento

Para iniciar con el funcionamiento de la distribuidora se debe presentar los siguientes documentos y además cumplir con una serie de requisitos que garantizan su funcionamiento legal.

Constitución legal

Microempresa unipersonal

La microempresa será de carácter unipersonal, debido a que el monto a invertirse no es significativo, y por tener pocos colaboradores en el desarrollo de las actividades, respaldada en la estructura jurídica creada por la ley 2005 – 27 que fue publicada en el registro oficial No. 19 del 26 de enero de 2006.

Representante legal

Lidia Reina

Objeto social

Comercialización de insumos para panadería y pastelería

CAPÍTULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

Este capítulo presenta toda la información financiera del proyecto, como: la cantidad de inversión, el presupuesto de ingresos y egresos, los respectivos balances y la evaluación de la inversión

Estructura de la Inversión.

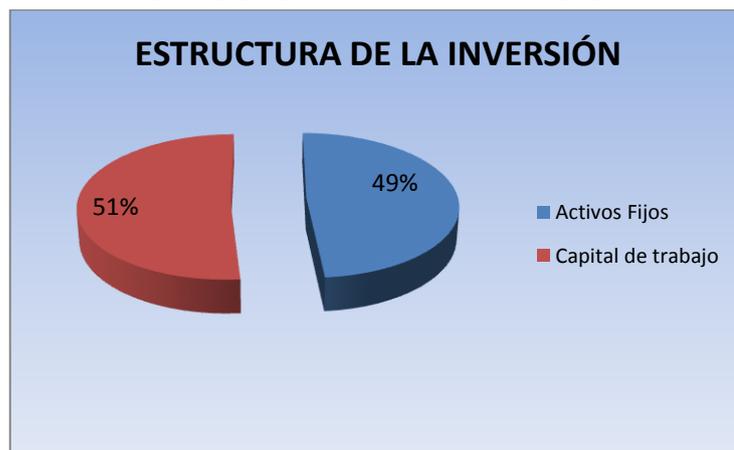
A continuación se presenta la estructura de la inversión

**CUADRO No.54
ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN.**

DESCRIPCIÓN	TOTAL	%
Activos Fijos	16.760,00	48,64
Capital de trabajo	17.698,92	51,36
TOTAL	34.458,92	100,00

Elaborado por: La autora

**GRÁFICO No.19
ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN**



Elaborado por: La autora

Ingresos

Los ingresos que la empresa obtendrá, será de la venta de los insumos de panadería y pastelería que comercializará en la Ciudad Ibarra

Proyección de Ingresos

Para la proyección de los ingresos, se tomó como base el estudio de mercado y la capacidad operativa del proyecto, las ventas crecen al 10%, el margen de utilidad en base al costo de adquisición del inventario es de un 40% en todos los productos, el precio crece tomando en cuenta la inflación del año 2012, que se ubica en un 4,16%.

**CUADRO No.55
PROYECCIÓN DE INGRESOS**

PRODUCTOS E INSUMOS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Harina Tomebambaqq	2015	36,40	73346,00	2217	37,91	84036,91	2438	39,49	96286,13	2682	41,13	110320,80	2950	42,85	126401,16
Mantequilla Pan (cajas 55 kilos)	455	28,87	13137,49	501	30,07	15052,41	551	31,33	17246,45	606	32,63	19760,29	666	33,99	22640,55
Mantequilla Pan de agua (cajas 55 kilos)	423	26,50	11194,73	465	27,60	12826,47	511	28,75	14696,06	562	29,94	16838,16	619	31,19	19292,49
Mantequilla Bizcochera (cajas 55 kilos)	325	29,44	9566,83	358	30,66	10961,29	393	31,94	12559,01	433	33,27	14389,61	476	34,65	16487,04
Mantequilla Chantilly (cajas 55 kilos)	520	32,63	16969,68	572	33,99	19443,18	629	35,41	22277,22	692	36,88	25524,35	761	38,41	29244,77
Mantequilla Mil Hojas (cajas 55 kilos)	325	35,72	11607,96	358	37,20	13299,94	393	38,75	15238,53	433	40,36	17459,70	476	42,04	20004,63
Levadura Cajas (500 gr)	228	23,80	5414,50	250	24,79	6203,72	275	25,82	7107,97	303	26,90	8144,03	333	28,01	9331,10
Polvo de hornear Cajas (200 gr)	228	50,40	11466,00	250	52,50	13137,28	275	54,68	15052,17	303	56,96	17246,18	333	59,32	19759,98
Manteca Reina Cajas (55 kilos)	423	24,50	10351,25	465	25,52	11860,05	511	26,58	13588,77	562	27,69	15569,47	619	28,84	17838,87
Azúcar Tababuelaqq	910	39,20	35672,00	1001	40,83	40871,55	1101	42,53	46828,99	1211	44,30	53654,78	1332	46,14	61475,50
Sal Cristal qq (24 unidades)	585	17,18	10049,13	644	17,89	11513,89	708	18,64	13192,16	779	19,41	15115,04	856	20,22	17318,21
Huevos Distrihuevo cubetas	4225	2,73	11534,25	4648	2,84	13215,48	5112	2,96	15141,77	5623	3,09	17348,84	6186	3,21	19877,60
Crema Chantilly Cajas (galones)	228	67,20	15288,00	250	70,00	17516,38	275	72,91	20069,57	303	75,94	22994,91	333	79,10	26346,64
Crema Pastelera Cajas (galones)	228	14,00	3185,00	250	14,58	3649,25	275	15,19	4181,16	303	15,82	4790,61	333	16,48	5488,88
INGRESOS TOTALES			238782,82			273587,80			313465,958			359156,76			411507,45

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La autora

Egresos.

Los egresos corresponden a las erogaciones que la microempresa desembolsa para el funcionamiento, estos crecen de acuerdo a la inflación del año 2012 que es del 4,16%, excepto el sueldo del talento humano que crece al 9,9% según la tendencia del sueldo básico de los últimos 5 años.

Costos de operación

Dentro de los costos de operación, se tomó en cuenta el costo del inventario inicial y sueldos operativos

- **Inventario anual**

**CUADRO No.56
INVENTARIO ANUAL**

PRODUCTOS E INSUMOS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Harina Tomebambaqq	2015	26,00	52390,00	2217	27,08	60026,37	2438	28,21	68775,81	2682	29,38	78800,57	2950	30,60	90286,54
Mantequilla Pan (cajas 55 kilos)	455	20,62	9383,92	501	21,48	10751,72	551	22,38	12318,89	606	23,31	14114,49	666	24,28	16171,82
Mantequilla Pan de agua (cajas 55 kilos)	423	18,93	7996,24	465	19,71	9161,77	511	20,53	10497,19	562	21,39	12027,25	619	22,28	13780,35
Mantequilla Bizcochera (cajas 55 kilos)	325	21,03	6833,45	358	21,90	7829,49	393	22,81	8970,72	433	23,76	10278,29	476	24,75	11776,46
Mantequilla Chantilly (cajas 55 kilos)	520	23,31	12121,20	572	24,28	13887,99	629	25,29	15912,30	692	26,34	18231,68	761	27,44	20889,12
Mantequilla Mil Hojas (cajas 55 kilos)	325	25,51	8291,40	358	26,57	9499,95	393	27,68	10884,67	433	28,83	12471,22	476	30,03	14289,02
Levadura Cajas (500 gr)	228	17,00	3867,50	250	17,71	4431,23	275	18,44	5077,12	303	19,21	5817,16	333	20,01	6665,07
Polvo de hornear Cajas (200 gr)	228	36,00	8190,00	250	37,50	9383,77	275	39,06	10751,55	303	40,68	12318,70	333	42,37	14114,27
Manteca Reina Cajas (55 kilos)	422,5	17,50	7393,75	465	18,23	8471,46	511	18,99	9706,26	562	19,78	11121,05	619	20,60	12742,05
Azúcar Tababuelaqq	910	28,00	25480,00	1001	29,16	29193,96	1101	30,38	33449,28	1211	31,64	38324,84	1332	32,96	43911,07
Sal Cristal qq (24 unidades)	585	12,27	7177,95	644	12,78	8224,21	708	13,31	9422,97	779	13,87	10796,46	856	14,44	12370,15
Huevos Distrihuevo cubetas	4225	1,95	8238,75	4648	2,03	9439,63	5112	2,12	10815,55	5623	2,20	12392,03	6186	2,30	14198,29
Crema Chantilly Cajas (galones)	228	48,00	10920,00	250	50,00	12511,70	275	52,08	14335,40	303	54,24	16424,93	333	56,50	18819,03
Crema Pastelera Cajas (galones)	228	10,00	2275,00	250	10,42	2606,60	275	10,85	2986,54	303	11,30	3421,86	333	11,77	3920,63
TOTAL DE EGRESOS POR INVENTARIO			170559,155			195419,86			223904,256			256540,54			293933,89

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: La autora

Sueldos operativos

Los sueldos operativos son los desembolsos que se realizan para el jefe de adquisición y operarios de la empresa.

CUADRO No.57
SUELDO BASICO UNIFICADO MENSUAL

No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Jefe de adquisiciones	350,00	384,65	422,73	464,58	510,57
1	Operario	318,00	349,48	384,08	422,10	463,89
	MENSUAL	668,00	734,13	806,81	886,69	974,47
	ANUAL	8016,00	8809,58	9681,73	10640,22	11693,61

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La autora

- **Proyección del costo total de sueldos operativos**

CUADRO No.58

PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL SUELDOS OPERATIVOS

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	8.016,00	8.809,58	9.681,73	10.640,22	11.693,61
Aporte Patronal	973,94	1.070,36	1.176,33	1.292,79	1.420,77
Fondos de Reserva		734,13	806,81	886,69	974,47
Vacaciones	334,00	367,07	403,41	443,34	487,23
Décimo Tercero	668,00	734,13	806,81	886,69	974,47
Décimo Cuarto	636,00	698,96	768,16	844,21	927,79
Total costo de mano de obra	10.627,94	12.414,24	13.643,25	14.993,93	16.478,33

Elaborado por: La autora

- **Resumen de costos de operación**

CUADRO No.59

RESUMEN DE COSTOS DE OPERACIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inventario anual	170559,16	195419,86	223904,26	256540,54	293933,89
Sueldos operativos	10627,94	12414,24	13643,25	14993,93	16478,33
TOTAL	181187,10	207834,10	237547,51	271534,47	310412,22

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: La autora

Gastos Administrativos

Los gastos administrativos están representados por los pagos de sueldos al personal administrativo, la compra de suministros de oficina, servicios básicos, de comunicación, y el mantenimiento del equipo de computación; éstos crecen en base a la inflación del 4,16%, a excepción de los sueldos que crecen al 9,9 % según la tendencia del sueldo básico.

- **Sueldos Administrativos**

Son los pagos realizados al personal administrativo por su trabajo realizado

CUADRO No.60
SUELDO BÁSICO UNIFICADO MENSUAL

No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Gerente	450,00	494,55	543,51	597,32	656,45
1	Contadora	350,00	384,65	422,73	464,58	510,57
	MENSUAL	800,00	879,20	966,24	1061,90	1167,03
	ANUAL	9600,00	10550,40	11594,89	12742,78	14004,32

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La autora

CUADRO No.61

PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	9.600,00	10.550,40	11.594,89	12.742,78	14.004,32
Aporte Patronal	1.166,40	1.281,87	1.408,78	1.548,25	1.701,52
Fondos de Reserva		879,20	966,24	1.061,90	1.167,03
Vacaciones	400,00	439,60	483,12	530,95	583,51
Décimo Tercero	800,00	879,20	966,24	1.061,90	1.167,03
Décimo Cuarto	636,00	698,96	768,16	844,21	927,79
Total sueldos administrativos	12.602,40	14.729,24	16.187,43	17.789,99	19.551,20

Elaborado por: La autora

- **Arriendos**

**CUADRO No.62
ARRIENDO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arriendo	13.200,00	13.749,12	14.321,08	14.916,84	15.537,38

Elaborado por: La autora

- **Servicios básicos**

**CUADRO No.63
SERVICIOS BÁSICOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Luz	480	500	521	542	565
Agua	180	187	195	203	212
TOTAL	660,00	687,46	716,05	745,84	776,87

Elaborado por: La autora

- **Servicios de comunicación**

**CUADRO No.64
SERVICIOS DE COMUNICACIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Teléfono	420	437	456	475	494
Internet	300	312	325	339	353
TOTAL	720,00	749,95	781,15	813,65	847,49

Elaborado por: La autora

Suministros de Oficina

Los suministros de oficina son útiles que se utilizan para la realización de las actividades

**CUADRO No.65
SUMINISTROS DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P/U	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Papel resma	15	3,75	56,25	58,59	61,03	63,57	66,21
Carpetas	15	0,30	4,50	4,69	4,88	5,09	5,30
Esferográfico	12	0,30	3,60	3,75	3,91	4,07	4,24
Tinta impresora	8	6,00	48,00	50,00	52,08	54,24	56,50
Cuaderno	8	1,40	11,20	11,67	12,15	12,66	13,18
Lápiz	25	1,25	31,25	32,55	33,90	35,31	36,78
Borrador	10	0,30	3,00	3,12	3,25	3,39	3,53
Basureros	4	6,00	24,00	25,00	26,04	27,12	28,25
Libretines (facturas)	15	6,00	90,00	93,74	97,64	101,71	105,94
TOTAL			271,80	283,11	294,88	307,15	319,93

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

- **Mantenimiento Equipo de Computación**

El gasto a realizarse es por el mantenimiento del equipo de computación para mantenerse en perfectas condiciones.

**CUADRO No.66
MANTENIMIENTO EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento computación	180	187	195	203	212

Elaborado por: La autora

**CUADRO No.67
RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos administrativos	12602,40	14729,24	16187,43	17789,99	19551,20
Arriendo	13.200,00	13.749,12	14.321,08	14.916,84	15.537,38
Servicios Básicos	660,00	687,46	716,05	745,84	776,87
Servicios de comunicación	720,00	749,95	781,15	813,65	847,49
Suministros de oficina	271,80	283,11	294,88	307,15	319,93
Mantenimiento computación	180,00	187,49	195,29	203,41	211,87
TOTAL	27634,20	30386,36	32495,89	34776,88	37244,74

Elaborado por: La autora

Gastos de Ventas

Los gastos de ventas están compuestos por los sueldo al vendedor pagos de publicidad y combustible y mantenimiento vehículo, quien se encarga de la comercialización de los insumos.

- **Sueldos en Ventas**

Los sueldos en ventas son los pagos que se hacen los vendedores quien se encarga de la venta del producto.

**CUADRO No.68
SUELDO BASICO UNIFICADO MENSUAL**

No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
2	Vendedor	636,00	698,96	768,16	844,21	927,79
	MENSUAL	636,00	698,96	768,16	844,21	927,79
	ANUAL	7632,00	8387,57	9217,94	10130,51	11133,43

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

**CUADRO No.69
PROYECCIÓN DEL SUELDOS EN VENTAS**

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	7.632,00	8.387,57	9.217,94	10.130,51	11.133,43
Aporte Patronal	927,29	1.019,09	1.119,98	1.230,86	1.352,71
Fondos de Reserva		698,96	768,16	844,21	927,79
Vacaciones	318,00	349,48	384,08	422,10	463,89
Décimo Tercero	636,00	698,96	768,16	844,21	927,79
Décimo Cuarto	636,00	698,96	768,16	844,21	927,79
Total sueldo en ventas	10.149,29	11.853,03	13.026,48	14.316,10	15.733,40

Elaborado por: La autora

- **Publicidad**

El pago de publicidad se lo realiza por la contratación de un medio publicitario que se encargue de promocionar el producto.

**CUADRO No.70
PUBLICIDAD**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad	1012,00	1054,10	1097,95	1143,62	1191,20

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

- **Combustible mantenimiento vehículo**

**CUADRO No.71
COMBUSTIBLE DE MANTENIMIENTO VEHÍCULO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Combustible y mantenimiento vehículo	1440,00	1499,90	1562,30	1627,29	1694,99

Elaborado por: La autora

**CUADRO No.72
RESUMEN DE GASTOS EN VENTAS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	10149,29	11853,03	13026,48	14316,10	15733,40
Publicidad	1012,00	1054,10	1097,95	1143,62	1191,20
Combustible y mantenimiento vehículo	1440,00	1499,90	1562,30	1627,29	1694,99
TOTAL	12601,29	14407,03	15686,73	17087,02	18619,58

Elaborado por: La autora

Gastos Financieros.

Para cubrir la inversión total del proyecto, se ha considerado necesario solicitar un préstamo de \$20.000,00 dólares en el Banco Nacional de Fomento.

CUADRO No.73 DATOS DEL PRÉSTAMO

DEUDA =	\$20.000,00
AÑOS =	5
INTERÉS =	13,50%
PERIODOS DE PAGO =	MENSUAL

CUADRO No.74 TABLA DE AMORTIZACIÓN

meses	Cuota	Intereses	Amortización	amortizado	pendiente
0					20.000,00
1	460,20	225,00	235,20	235,20	19.764,80
2	460,20	222,35	237,84	473,04	19.526,96
3	460,20	219,68	240,52	713,56	19.286,44
4	460,20	216,97	243,22	956,78	19.043,22
5	460,20	214,24	245,96	1.202,74	18.797,26
6	460,20	211,47	248,73	1.451,47	18.548,53
7	460,20	208,67	251,53	1.703,00	18.297,00
8	460,20	205,84	254,36	1.957,35	18.042,65
9	460,20	202,98	257,22	2.214,57	17.785,43
10	460,20	200,09	260,11	2.474,68	17.525,32
11	460,20	197,16	263,04	2.737,72	17.262,28
12	460,20	194,20	266,00	3.003,71	16.996,29
13	460,20	191,21	268,99	3.272,70	16.727,30
14	460,20	188,18	272,01	3.544,72	16.455,28
15	460,20	185,12	275,07	3.819,79	16.180,21
16	460,20	182,03	278,17	4.097,96	15.902,04
17	460,20	178,90	281,30	4.379,26	15.620,74
18	460,20	175,73	284,46	4.663,73	15.336,27
19	460,20	172,53	287,66	4.951,39	15.048,61
20	460,20	169,30	290,90	5.242,29	14.757,71
21	460,20	166,02	294,17	5.536,46	14.463,54
22	460,20	162,71	297,48	5.833,94	14.166,06
23	460,20	159,37	300,83	6.134,77	13.865,23
24	460,20	155,98	304,21	6.438,99	13.561,01
25	460,20	152,56	307,64	6.746,62	13.253,38
26	460,20	149,10	311,10	7.057,72	12.942,28

27	460,20	145,60	314,60	7.372,31	12.627,69
28	460,20	142,06	318,14	7.690,45	12.309,55
29	460,20	138,48	321,71	8.012,16	11.987,84
30	460,20	134,86	325,33	8.337,50	11.662,50
31	460,20	131,20	328,99	8.666,49	11.333,51
32	460,20	127,50	332,69	8.999,19	11.000,81
33	460,20	123,76	336,44	9.335,62	10.664,38
34	460,20	119,97	340,22	9.675,85	10.324,15
35	460,20	116,15	344,05	10.019,90	9.980,10
36	460,20	112,28	347,92	10.367,82	9.632,18
37	460,20	108,36	351,83	10.719,65	9.280,35
38	460,20	104,40	355,79	11.075,45	8.924,55
39	460,20	100,40	359,80	11.435,24	8.564,76
40	460,20	96,35	363,84	11.799,08	8.200,92
41	460,20	92,26	367,94	12.167,02	7.832,98
42	460,20	88,12	372,08	12.539,10	7.460,90
43	460,20	83,94	376,26	12.915,36	7.084,64
44	460,20	79,70	380,49	13.295,85	6.704,15
45	460,20	75,42	384,78	13.680,63	6.319,37
46	460,20	71,09	389,10	14.069,73	5.930,27
47	460,20	66,72	393,48	14.463,21	5.536,79
48	460,20	62,29	397,91	14.861,12	5.138,88
49	460,20	57,81	402,38	15.263,51	4.736,49
50	460,20	53,29	406,91	15.670,42	4.329,58
51	460,20	48,71	411,49	16.081,91	3.918,09
52	460,20	44,08	416,12	16.498,03	3.501,97
53	460,20	39,40	420,80	16.918,83	3.081,17
54	460,20	34,66	425,53	17.344,36	2.655,64
55	460,20	29,88	430,32	17.774,68	2.225,32
56	460,20	25,03	435,16	18.209,84	1.790,16
57	460,20	20,14	440,06	18.649,90	1.350,10
58	460,20	15,19	445,01	19.094,91	905,09
59	460,20	10,18	450,01	19.544,92	455,08
60	460,20	5,12	455,08	20.000,00	0,00

Fuente: BNF

Elaborado por: La autora

CUADRO No.75 GASTOS FINANCIEROS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Intereses	2518,65	2087,09	1593,53	1029,06	383,49

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Depreciación activos fijos

**CUADRO No.76
DEPRECIACIÓN**

ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	AÑO 0	% POR LEY	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Equipo de computación	1.660,00	33,33%	553,33	553,33	553,33		
Renovación de equipo de computación	1.729,06	33,33%				576,35	576,35
Equipo de oficina	980,00	10%	98	98	98	98	98
Muebles y enseres	1620,00	10%	162	162	162	162	162
Vehículo	12.500,00	20%	2500	2500	2500	2500	2500
TOTAL	18.489,06		651,33	651,33	651,33	674,35	674,35

Elaborado por: La autora

Gastos diferidos

Son las erogaciones pre operativas del proyecto

**CUADRO No.77
GASTOS DIFERIDOS**

DESCRIPCIÓN	VALOR
Estudio de factibilidad	1200
Diseño de instalaciones	450
Trámites de constitución	300
TOTAL	1950

Resumen de Costos y Gastos

**CUADRO No.78
RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos de operación	181.187,10	207.834,10	237.547,51	271.534,47	310.412,22
Gastos de administrativos	27.634,20	30.386,36	32.495,89	34.776,88	37.244,74
Gastos de ventas	12.601,29	14.407,03	15.686,73	17.087,02	18.619,58
Gastos financieros	2.518,65	2.087,09	1.593,53	1.029,06	383,49
Gasto depreciación	651,33	651,33	651,33	674,35	674,35
Gastos diferidos	1.950,00				
TOTAL	226.542,57	255.365,92	287.975,00	325.101,78	367.334,39

Elaborado por: La autora

Estados Proforma.

Estado de Situación Inicial

Este balance representa la situación financiera de la microempresa, con respecto a los activos y pasivos con los que inicia sus actividades

CUADRO No.79
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

ACTIVO		PASIVO			
ACTIVOS CORRIENTE		17.698,92	PASIVOS LARGO PLAZO		20.000,00
Caja - Bancos	17.698,92		Préstamo por pagar	20.000,00	
ACTIVOS FIJOS		16.760,00			
Equipo de Computación	1.660,00		CAPITAL		14.458,92
Equipo de Oficina	980,00		Inversión propia	14.458,92	
Muebles y enseres	1.620,00				
Vehículo	12.500,00				
TOTAL ACTIVOS		34.458,92	TOTAL PASIVOS Y CAPITAL		34.458,92

Elaborado por: La autora

Estado de Resultados

El estado de resultados presenta un informe detallado de ingresos y egresos que genera la empresa en sus actividades

CUADRO No.80
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Proyectados	238.783	273.588	313.466	359.157	411.507
Costos operativos	181.187	207.834	237.548	271.534	310.412
(=)Utilidad Bruta	57.596	65.754	75.918	87.622	101.095
Gastos Administrativos	27.634	30.386	32.496	34.777	37.245
Gastos de Venta	12.601	14.407	15.687	17.087	18.620
Gasto por Depreciación	651	651	651	674	674
Gasto de Amortización	1.950				
(=)Utilidad Operativa Proyectada	14.759	20.309	27.084	35.084	44.557
(-)Gastos Financieros	2.519	2.087	1.594	1.029	383
(=)Utilidad neta antes del 15% trabajadores	12.240	18.222	25.491	34.055	44.173
(-)15% Prov. Trabajadores	1.836	2.733	3.824	5.108	6.626
(=) Utilidad o pérdida antes de impuestos	10.404	15.489	21.667	28.947	37.547
(-) Impuesto a la renta	2.393	3.407	4.767	6.368	8.260
(=)Utilidad Neta Proyectada	8.011	12.081	16.901	22.578	29.287

Elaborado por: La autora

Flujo de Caja

El flujo de caja representa las entradas y salidas de efectivo de la empresa

**CUADRO No.81
FLUJO DE CAJA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Inversión Inicial	-34.458,92					
Ingresos						
(=) Utilidad Neta Proyectada		8.011	12.081	16.901	22.578	29.287
Valor de rescate						1.066
Depreciación		651	651	651	674	674
(=) Total Ingresos		8.663	12.732	17.552	23.253	31.027
EGRESOS						
Pago al Principal		3.004	3.435	3.929	4.493	5.139
Reinversión					1.729	
(=) Total Egresos		3.004	3.435	3.929	6.222	5.139
(=) FLUJO DE CAJA DE NETO PROYECTADO	-34.458,92	5.659	9.297	13.623	17.030	25.889

Elaborado por: La autora

Evaluación de la Inversión.

Para la evaluación financiera se aplicó índices que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo, tales como: valor actual neto, tasa interna de retorno, periodo de recuperación y costo beneficio.

Costo de Oportunidad y Tasa de Rendimiento Medio

**CUADRO No.82
COSTO DE OPORTUNIDAD**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital Propio	14.459	41,96	4,60	193,02
Capital Financiado	20.000	58,04	13,50	783,54
TOTAL	34.459	100,00	18,10	976,56

Elaborado por: La autora

Tasa de Rendimiento Medio

$$\begin{aligned}ck &= 9,8\% \\if(\text{inflación}) &= 4,16\% \\TRM &= ((1+ck)(1+if))-1 \\TRM &= 0.1433 \\TRM &= 14,33\%\end{aligned}$$

Valor Actual Neto.

El valor actual neto está basado en los flujos netos del proyecto que presenta durante su vida útil, su propósito es confirmar si es mayor a cero es considerado el proyecto rentable

CUADRO No.83 VALOR ACTUAL NETO

AÑO	FL NETOS	FL ACTUAL 14,33%
0	-34458,92	-34458,92
1	5658,86	4949,51
2	9297,17	7112,41
3	13623,01	9115,32
4	17030,44	9966,84
5	25888,56	13251,72
	VAN	9936,87

Fuente: Flujo de caja
Elaborado por: La autora

$$VAN = -II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} \dots + \frac{FNE}{(1+r)^n}$$

VAN = 9.936,87

De acuerdo al análisis que el proyecto presenta su rentabilidad es de 9.936,87 dólares a tiempo real, lo que significa que es factible de ejecutarlo

Tasa Interna de Retorno

El TIR representa la devolución de la inversión con respecto a su rentabilidad en un periodo de tiempo.

**CUADRO No.84
TASA INTERNA DE RETORNO**

AÑO	FL NETOS	FLUJO 14,33%	FLUJO 24%
0	-34458,92	-34458,92	-34458,92
1	5658,86	4949,51	4563,60
2	9297,17	7112,41	6046,55
3	13623,01	9115,32	7145,10
4	17030,44	9966,84	7203,43
5	25888,56	13251,72	8830,79
VAN		9936,87	-669,47

Fuente: Flujo de caja
Elaborado por: La autora

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VANTi}{VANTi - VANTs}$$

TIR = 23,26%

Con éste análisis realizado se determina que es factible de aplicarlo ya que el TIR obtenido es mayor que la tasa de rendimiento medio.

Recuperación de la Inversión

**CUADRO No.85
RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**

AÑOS	CAPITAL	FLUJO NETO	RECUP. CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN	
1	34.458,92	5.658,86	5.658,86	1	AÑO
2		9.297,17	9.297,17	2	AÑO
3		13.623,01	13.623,01	3	AÑO
4		17.030,44	5.879,88	4	MESES

Fuente: Flujo de caja
Elaborado por: La autora

La recuperación de la inversión demuestra que la inversión, se recuperará en 3 años y 4 meses.

Beneficio Costo.

**CUADRO No.86
BENEFICIO COSTO**

AÑOS	FNE	FNEA
		0,1433
1	5.658,86	4.949,51
2	9.297,17	7.112,41
3	13.623,01	9.115,32
4	17.030,44	9.966,84
5	25.888,56	13.251,72
SUMAN...		44.396

Fuente: Flujo de caja
Elaborado por: La autora

$$C/B = \frac{\sum FNEA}{\text{INVERSIÓN INICIAL}}$$

$$C/B = \frac{44.396}{34.458,92}$$

C/B=1,29

De acuerdo al análisis del beneficio costo se obtuvo que por cada dólar invertido en el en el proyecto, se generará 0,29 dólares adicionales

Resumen de evaluación de la Inversión

**CUADRO No.87
EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN**

RATIO EVALUADOR	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR	RESULTADO
TRM =		14,33%	
VAN =	VAN > 0	9.936,87	Aceptable
TIR % =	TIR > TRM	23,26%	Aceptable
PRI=		3,4	Años
B/C =	R B/C > 1	1,29	Aceptable

Fuente: Evaluación financiera
Elaborado por: La autora

Del capítulo analizado, se confirma que el proyecto cuenta con un alto grado de factibilidad de acuerdo a los evaluadores financieros.

CAPÍTULO VII

ANÁLISIS DE IMPACTOS

PRESENTACIÓN

Con la finalidad de efectuar un análisis cuantitativo y cualitativo se ha realizado una Matriz de Valoración, como se muestra a continuación

En la matriz se señala una valoración de -5 a 5, que se califica de acuerdo a los siguientes criterios:

CUADRO No.88
MATRIZ DE VALORACIÓN

PUNTAJE	SIGNIFICADO
-5	Negativo en el nivel Muy Alto
-4	Negativo en el nivel Alto
-3	Negativo en el nivel Medio
-2	Negativo en el nivel Bajo
-1	Negativo en el nivel Muy Bajo
0	Indiferente
1	Positivo en el nivel Muy Bajo
2	Positivo en el nivel Bajo
3	Positivo en el nivel Medio
4	Positivo en el nivel Alto
5	Positivo en el nivel Muy Alto

Elaborado por: La autora

El indicador se constituye por cada uno de los criterios que se adoptan con la finalidad de realizar el análisis de un determinado impacto.

Para conocer el grado de impacto se emplea la siguiente ecuación:

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

IMPACTOS

SOCIO ECONÓMICO

- Fuentes de trabajo.
- Calidad de vida.

- Satisfacción de los clientes.
- Mejoramiento de ingresos

EMPRESARIAL

- Rentabilidad.
- Iniciativa.
- Mejoramientos competitivos
- Incremento de niveles productivos

COMERCIAL

- Proveedores.
- Promoción y publicidad.
- Mercado.
- Imagen Corporativa

CULTURAL

- Fortalecimiento de Costumbres.
- Implantación de un nuevo servicio.
- Mejoramiento tecnológico
- Interés por el producto

AMBIENTAL

- Trabajo sin tóxicos
- Protección ambiental
- Reciclaje de los desperdicios
- Control de residuos

GENERAL

- Socioeconómico
- Empresarial
- Comercial
- Cultural
- Ambiental

IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO

CUADRO No.89
IMPACTO SOCIO ECONÓMICO

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTOS						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Incrementar fuentes de trabajo						X	
Mejorar la calidad de vida						X	
Mayor satisfacción de los clientes						X	
Mejoramamiento de ingresos							X
TOTAL						6	3

Elaborado por: La autora

$$\text{Nivel de Impacto Socio – económico} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Sumatoria} = \frac{2 + 2 + 2 + 3}{4} = \frac{9}{4}$$

$$NI = 2,25$$

ANÁLISIS:

Incrementar fuentes de trabajo: porque ejecutando este proyecto se necesitará talento humano para las diferentes dependencias de la microempresa.

Mejorar la calidad de vida: Si es posible generar empleo esto vendrá acompañado de una mejora sustancial en la calidad de vida en todos los involucrados en este proyecto, porque percibirán sus sueldos por las actividades.

Mayor satisfacción de los clientes: Al implementarse la nueva microempresa, se mitigará el problema de desabastecimiento de materia prima e insumos, por lo tanto los clientes estarán satisfechos.

Mejoramamiento de ingresos: al existir una correcta gestión de la microempresa en todas sus actividades, los clientes demandaran más insumos, por tanto mejoran los ingresos de la microempresa.

IMPACTO EMPRESARIAL

**CUADRO No.90
IMPACTO EMPRESARIAL**

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTOS						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Mayor rentabilidad							X
Fortalecimiento de las Iniciativas						X	
Mejoramiento competitivo					X		
Incremento de niveles productivos						X	
TOTAL					1	4	3

Elaborado por: La autora

$$\text{Nivel de Impacto Empresarial} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Sumatoria} = \frac{3 + 2 + 1 + 2}{4} = \frac{8}{4}$$

$$NI = 2$$

ANÁLISIS:

Mayor rentabilidad: Al brindar un excelente servicio a los clientes la rentabilidad del negocio se elevará.

Fortalecimiento de las iniciativas: el proyecto será un ejemplo de emprendimiento, que tiene como finalidad fortalecer nuevas iniciativas para el sector económico de la ciudad.

Mejoramiento competitivo: el proyecto realizará capacitación a su capital humano mantener competitividad en el sector.

Incremento de niveles productivos: Conforme se vaya introduciendo el producto en el mercado se mejorará los niveles de producción.

IMPACTO COMERCIAL

**CUADRO No.91
IMPACTO COMERCIAL**

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTOS						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Alianza con los proveedores							X
Aplicación de promoción y publicidad							X
Fortalecimiento de la imagen corporativa						X	
Ampliación de cobertura del mercado						X	
TOTAL						4	6

Elaborado por: La autora

$$\text{Nivel de Impacto Comercial} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Sumatoria} = \frac{3 + 3 + 2 + 2}{4} = \frac{10}{4}$$

$$NI = 2,5$$

ANÁLISIS:

Alianza con los proveedores: Este negocio generará cambios en el canal de comercialización, debido a que existirá alianza de trabajo con los proveedores.

Aplicación de promoción y publicidad: Es una herramienta que se la debe manejar eficientemente para poder dar a conocer sobre la actividad a la que se va a dedicar la distribuidora.

Fortalecimiento de la imagen corporativa: El trabajo con ética, sirviendo a los clientes de manera eficiente con atención personalizada dará como resultado un posicionamiento de la distribuidora de insumos, logrando obtener una imagen.

Ampliación de cobertura del mercado: por las encuestas aplicadas se considera que existe un gran mercado en la ciudad de Ibarra, lo cual le posibilita a la distribuidora tener éxito en sus actividades comerciales.

IMPACTO CULTURAL

**CUADRO No.92
IMPACTO CULTURAL**

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTOS						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Fortalecimiento de hábitos						X	
Implantación de un nuevo servicio						X	
Mejoramiento tecnológico					X		
Interés por el producto						X	
TOTAL					1	6	

Elaborado por: La autora

$$Nivel\ de\ Cultural = \frac{\Sigma}{N\acute{u}mero\ de\ indicadores}$$

$$Sumatoria = \frac{2 + 2 + 1 + 2}{4} = \frac{7}{4}$$

$$NI = 1,75 = 2$$

ANÁLISIS:

Fortalecimiento de hábitos: Se podrá dar un mejor sentido comercial a los posibles clientes, puesto que este negocio se convertirá como el centro de abastecimiento de insumos.

Implantación de un nuevo servicio: En cualquier cadena comercial el innovar e implantar nuevos estilos de negocio puede ser muy rentable, rompiendo los esquemas tradicionales que viven algunas empresas.

Mejoramiento tecnológico: Para realizar una mejor servicio se aplicará la tecnología que permita realizar una entrega a tiempo real.

Interés por el producto: El presente proyecto tendrá un impacto positivo, debido a que la costumbre de la ciudadanía de consumir pan de calidad, se mantendrá y se incentivará la preferencia de los clientes por la distribución de insumos a domicilio.

IMPACTO AMBIENTAL

CUADRO No.93
IMPACTO AMBIENTAL

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTOS						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Trabajo sin tóxicos			X				
Protección ambiental			X				
Reciclaje de desperdicios			X				
Control de residuos			X				
TOTAL							

Elaborado por: La autora

$$\text{Nivel de Cultural} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Sumatoria} = \frac{-1 - 1 - 1 - 1}{4} = \frac{-4}{4}$$

$$NI = -1$$

ANÁLISIS:

Trabajo sin tóxicos: La microempresa no trabajar con tóxicos porque se dedicará específicamente a la comercialización de insumos que no requiere la utilización de tóxicos.

Protección ambiental: A través de las estrategias de comercialización se programará técnicas de una entrega con seguridad que no perjudique el medio ambiente.

Reciclaje de desperdicios: Se tomará en cuenta técnicas de reciclaje de los desperdicios que se obtengan para evitar cualquier tipo de contaminación.

Control de residuos: Se aplicará técnicas de distribución para no generar residuos que puedan perjudicar el ambiente.

IMPACTO GENERAL

CUADRO No.94

IMPACTO GENERAL

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTOS						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
SOCIO ECONÓMICO						X	
EMPRESARIAL						X	
COMERCIAL							X
CULTURAL						X	
AMBIENTAL			-1				
TOTAL						6	3

Elaborado por: La autora

$$\text{Nivel de Impacto Socio – económico} = \frac{\sum}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Sumatoria} = \frac{2 + 2 + 3 + 2 - 1}{5} = \frac{8}{5}$$

$$NI = 1,6 = 2$$

ANÁLISIS:

El proyecto a realizarse presenta un impacto medio positivo el mismo detalla aspectos que van en beneficio tanto al sector porque se generara un crecimiento micro empresarial.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Se logró determinar que para los negociantes de panaderías y pastelerías de la ciudad la implementación de una distribuidora de insumos para panadería y pastelería con servicio express a domicilio es importante, ya que les permitirá cumplir de manera eficiente sus actividades comerciales.
- Los resultados obtenidos del estudio de mercado son favorables para la empresa y para la sociedad en general, debido a que existe una demanda significativa del producto que es elaborado a base de los insumos.
- Los factores analizados en el estudio técnico son muy alentadores presentan beneficios que ayudaran a la distribuidora a tener éxito en la comercialización de los insumos.
- De acuerdo al estudio financiero se determina que existe buenos ingresos de la venta de los insumos ya que el producto obtenido demanda un mayor consumo.
- Dentro de la propuesta administrativa se propone objetivos que beneficien el desarrollo y la estabilidad distribuidora.
- Los impactos que presenta el proyecto revelan resultados alentadores para los diferentes sectores que conforman la ciudad de Ibarra.

RECOMENDACIONES

- Para la instalación e implementación del presente proyecto se recomienda cumplir rápida y eficientemente con las actividades para lograr el reconocimiento de la empresa en el mercado.
- Se recomienda plantear estrategias de mercadeo, para lograr la colocación inmediata de los productos en los principales mercados consumidores.
- Dar el uso adecuado a los factores que la ciudad de Ibarra posee con el fin de mantener una distribución efectiva en el tiempo determinado.
- Debido a la vialidad del proyecto se recomienda tomar en cuenta la idea de invertir en nuevos productos para que sean ofertados a los propietarios de panaderías y pastelerías, de esta manera se podrá cubrir un sector más amplio del mercado y se mejorará las expectativas de venta de la empresa.
- Es importante incentivar a los trabajadores de la empresa a colaborar con el eficiente desarrollo de la misma, a través del cumplimiento de metas y objetivos organizacionales, que se lograrán por medio de un sistema de incentivos.
- Control permanentemente de los impactos que se pueden originar para mitigar su efecto a través de planes de contingencia.

BIBLIOGRAFÍA

AGUIRRE, Juan Antonio. (2007). Introducción a la Evaluación Económica y Financiera de Inversión. México. Cuarta Edición, Prentice Hall.

BACA URBINA, Gabriel. (2009) Evaluación de Proyectos. Quinta Edición Mac Graw Hill, México.

BRIGHAN, Eugene y HOUSTON Joel.(2005). Fundamentos de Administración Financiera. México. Décima Edición. Thomson Editores.

BRAVO, Mercedes, (2009), Contabilidad General”, Novena Edición, Editorial Nuevodia, Quito-Ecuador

DÍAS, C. Osmin. (2009). Administración de Empresas. México. Tercera Edición. McGraw Hill.

DÍAZ, M. Ángel. (2008). David y Goliat Iniciación del Proyecto. México Primera Edición, Alfaomega.

FERNÁNDEZ, V. Ricardo. (2007). Manual para Elaborar un plan de Mercadotecnia. México. Primera Edición, McGraw-Hill Interamericana.

FONTAINE, R. Ernesto. (2008).Evaluación Social de Proyectos. México. Decimotercera Edición, PEARSON.

FLORES, U. Juan. (2007). Proyectos de Inversión para las PYMES Creación de Empresas. Colombia. Primera Edición. Ecoe Ediciones Ltda.

GITMAN, Laurence J. (2007). Principios de Administración financiera. México. Décimo Primera Edición. Pearson Educación.

KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary. (2008). Principios de Marketing. México. Doceava Edición. Prentice Hall.

KOONTZ, Harold. (2007). Administración una Perspectiva Global y Empresarial. México. Décimo Tercera Edición. Mac Graw Hill.

MONTAÑO, S. Francisco. (2005). Mercadotecnia Investigación y Análisis para el éxito. México. Primera edición. TRILLAS, S.A. de C.V.

MUNCH Lourdes, (2010). Administración Gestión Organización Enfoques y Procesos Administrativo, Primera Edición, Editorial Prentice Hall Pearson, México.

NÚÑEZ, Z. Rafael. (2007). Manual de Evaluación de Proyectos de Inversión. México. Primera Edición, Trillas.

RIVERA MARTINEZ Francisco, HERNANDEZ CHAVEZ Gisel, (2010). Administración de Proyectos, Primera Edición, Editorial Prentice Hall, PEARSON, Estado de México.

SAPAG, Nassir.(2007). Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación. México. Primera edición, Pearson Educación de S.A. de C.V.

STANTON, William. (2007).Fundamentos de Marketing. México Decimocuarta edición en español, McGraw-Hill.

ZAPATA, Pedro. (2008). Contabilidad general. México. Sexta edición Editorial McGraw-Hill.

LINCOGRAFÍA

<http://www.consumoteca.com/distribución>

<http://es.scribd.com/concepto-de-panaderia>

<http://definicion.de/insumo/>

http://www.unet.edu.ve/~ilabarca/concepto_emprendedor.htm:

<http://www.monografias.com/trabajos14/administracion-empresas>

<http://www.monografias.com/trabajos5/contab/contab.shtml>

[www.monografias.com/Administracion y Finanzas/Contabilidad](http://www.monografias.com/Administracion_y_Finanzas/Contabilidad)

[www.monografias.com/ trabajos/mercado](http://www.monografias.com/trabajos/mercado)

<http://www.inec.gov.ec>

ANEXOS

ANEXO A

ENCUESTA A DUEÑOS DE PANADERÍAS Y PASTELERÍAS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Encuesta #.....

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

EL OBJETIVO DE ESTA ENCUESTA ES PARA MEDIR EL GRADO DE ACEPTACIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DISTRIBUIDORA DE INSUMOS DE PASTELERÍA Y PANADERÍA EN LA CIUDAD DE IBARRA.

1. La actividad principal de su negocio se dedica a:

Panadería

Pastelería

Mixta

2. ¿Su proveedor le ofrece todo lo necesario cuando compra Sus productos?

Todo

Casi todo

Muy poco

Nada

3. ¿La materia prima para su negocio le entregan a Domicilio?.

Si No

4. ¿De la lista de productos que se menciona a continuación
Podría indicar la marca y cantidad que adquiere diariamente?

producto	Marca	Cantidad	frecuencia
harina			
mantequilla			
levadura			
manteca			

azúcar			
sal			
huevos			
crema			

5. Los precios de su proveedor son?:

Altos

Medios

Bajos

6. ¿Qué haría Ud. si se le termina uno de los insumos y lo necesita de urgencia?.

Llama a su proveedor

Envía a comprar

Otros

Cuáles? _____

7. ¿Estaría de acuerdo que en la ciudad de Ibarra se implemente una distribuidora de insumos para pastelería y panadería al por mayor y menor con servicio express a domicilio?

SI NO

¿Por qué? _____

8. ¿Cuales son las ventajas de tener un proveedor fijo de insumos?

Competitividad

Ahorro de tiempo

Menos problemas

Un solo proveedor

Mejor abastecimiento

Otras

9. Dónde sería el mejor lugar para instalar esta distribuidora?:

Calle Maldonado y Pedro Moncayo

Sector Pílanquí

Sector bola amarilla

Otros _____

10. ¿Cuáles piensa Ud. que son indicadores de calidad en un tipo de servicio express a domicilio, como el que se propone?

- Atención personalizada
- Servicio 24 horas
- Variedad en productos
- Convenios de pago
- Servicio o domicilio
- Cursos de capacitación
- Otro

Cuál? _____

DATOS TÉCNICOS

Fecha:

Edad: 20-25----- 26-35----- 36-45----- 46-55----- 56-59-----

Género: Masculino----- Femenino-----

Lugar del negocio-----

Instrucción: Primaria----- Secundaria----- Superior-----

ANEXO B

FORMATO DE ENTREVISTA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

ENTREVISTA APLICADA A LOS COMERCIALIZADORES DE INSUMOS
MÁS REPRESENTATIVOS DE LA CIUDAD DE IBARRA.

1. ¿Cuánto tiempo lleva en la actividad?

.....
.....

2. ¿Qué tipo insumos para pastelería y panadería ofrece usted?

.....
.....

3. ¿Qué cantidad de insumos en promedio oferta diariamente?

.....
.....

4. ¿Cómo fija los precios de los insumos de panadería y pastelería que oferta?

.....
.....

5. ¿Cuáles son los proveedores de sus productos?

.....
.....

6. ¿Qué publicidad utiliza para hacer conocer los productos?

.....
.....

7. ¿Qué tipo de servicios adicionales brinda usted?

.....
.....

ANEXO C

FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA



FICHA DE OBSERVACIÓN

	LUGAR:..... SECTOR:..... FECHA:.....	TITULO:..... FUENTE:.....	FICHA Nº
	Control de calidad		
	Experiencia		
	Tipo de producto		
	Formas de producción		
	Infraestructura		

ANEXO D:

PROYECCION DE LA OFERTA

Para proyectar la oferta de productos de panadería y pastelería se aplicó el método de mínimos cuadrados para esto se consideró como datos históricos los registros del año 2008 al 2012, para poder obtener los datos proyectos para el año 2013 al 2017.

OFERTA HISTÓRICA PERIODO AÑO 2008-2012

AÑOS	Harina (qq)	Mantequilla (Cajas)	Levadura (Cajas)	Polvo de Hornear (Cajas)	Manteca (cajas)	Azúcar (qq)	Sal (qq)	Huevos (cubetas)	Crema (cajas)
2008	70.224	64.008	166.320	158.928	59.472	69.216	76.524	469.056	203.179
2009	75.936	69.552	177.408	167.664	62.160	71.924	80.304	490.560	215.040
2010	80.976	73.164	189.840	181.104	64.848	75.852	85.176	522.816	224.280
2011	86.016	80.976	205.296	194.544	72.744	80.724	90.720	577.248	234.528
2012	92.400	87.024	221.424	208.656	78.288	86.352	99.120	624.960	250.656

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

- **Proyección de la oferta de harina en quintales con el método de mínimos cuadrados.**

FÓRMULA

$$Y = a + bx$$

ECUACIONES

$$1) \sum y = an + b\sum x^2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

MÉTODO DE MÍNIMOS CUADRADOS

AÑOS	x	Y	x ²	(x)(y)
2008	1	70.224	1	70.224
2009	2	75.936	4	151.872
2010	3	80.976	9	242.928
2011	4	86.016	16	344.064
2012	5	92.400	25	462.000
TOTAL	15	405.552	55	1.271.088

$$1) \sum y = an + b\sum x \quad 2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

$$405.552 = 5a + 15b \quad 1.271.088 = 15a + 55b$$

$$1) 405.552 = -15a + 15b - 3$$

$$2) 1.271.088 = 15a + 55b$$

$$1) -1.216.656 = -15a - 45b$$

$$2) -1.271.088 = 15a + 55b$$

$$54432 = 10b$$

$$b = 5443,2$$

Se reemplaza el resultado de b en Ecuación 1

$$1) \sum y = an + b\sum x$$

$$405.552 = 5a + 15b$$

$$405.552 = 5a + 15(5.443,2)$$

$$405.552 = 5a + 81.648$$

$$a = 64.780,8$$

PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE HARINA EN QUINTALES

AÑOS	A	B	X	(b)(x)	PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE HARINA EN QUINTALES
2013	64.780,80	5443,20	6	32.659,20	97.440
2014	64.780,80	5443,20	7	38.102,40	102.883
2015	64.780,80	5443,20	8	43.545,60	108.326
2016	64.780,80	5443,20	9	48.988,80	113.770
2017	64.780,80	5443,20	10	54.432,00	119.213

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

$$i = \frac{{}^{n-1}pn}{pn} - 1$$

$$i = \frac{{}^4 119213}{97440} - 1$$

$$i = \frac{{}^4 1,223448276}{1} - 1$$

$$i = 0,052$$

$$i = 5,2\%$$

- Proyección de la oferta de mantequilla en cajas con el método de mínimos cuadrados.

FÓRMULA

$$Y = a + bx$$

ECUACIONES

$$1) \sum y = an + b\sum x \quad 2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

MÉTODO DE MÍNIMOS CUADRADOS

AÑOS	a	y	x ²	(x)(y)
2008	1	64.008	1	64.008
2009	2	69.552	4	139.104
2010	3	73.164	9	219.492
2011	4	80.976	16	323.904
2012	5	87.024	25	435.120
TOTAL	15	374.724	55	1.181.628

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

$$1) \sum y = an + b\sum x \quad 2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

$$374.724 = 5a + 15b \quad 1.181.628 = 15a + 55b$$

$$1) 3.747.242 = -15a + 15b - 3$$

$$2) 1.181.628 = 15a + 55b$$

$$1) -1.124.172 = -15a - 45b$$

$$2) 1.181.628 = 15a + 55b$$

$$57.456 = 10b$$

$$b = 5.745,6$$

Se reemplaza el resultado de b en Ecuación 1

$$1) \sum y = an + b\sum x$$

$$374.724 = 5a + 15b$$

$$374.724 = 5a + 15(5.745,6)$$

$$374.724 = 5a + 408.240$$

$$374.724 - 408.240 = 5a$$

$$a = 57.708$$

PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE MANTEQUILLA EN CAJAS

AÑOS	A	B	x	(b)(x)	PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE MANTEQUILLA EN CAJAS
2013	57.708,00	5.745,60	6	34473,60	92.182
2014	57.708,00	5.745,60	7	40219,20	97.927
2015	57.708,00	5.745,60	8	45964,80	103.673
2016	57.708,00	5.745,60	9	51710,40	109.418
2017	57.708,00	5.745,60	10	57456,00	115.164

$$i = \frac{\sqrt[n-1]{pn} - 1}{pn} - 1$$

$$i = \frac{\sqrt[4]{115.164} - 92.182}{92.182} - 1$$

$$i = \frac{\sqrt[4]{1,249316566} - 1}{1,249316566} - 1$$

$$i = 0,057226705$$

$$i = 5,7\%$$

- Proyección de la oferta de levadura en cajas con el método de mínimos cuadrados.

FORMULA

$$Y = a + bx$$

ECUACIONES

$$1) \sum y = an + b\sum x \quad 2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

MÁTODO DE MÍNIMO CUADRADOS

AÑOS	X	Y	x ²	(x)(y)
2008	1	166.320	1	166.320
2009	2	177.408	4	354.816
2010	3	189.840	9	569.520
2011	4	205.296	16	821.184
2012	5	221.424	25	1.107.120
TOTAL	15	960.288	55	3.018.960

$$1) \sum y = an + b\sum x \quad 2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

$$960.288 = 5a + 15b \quad 3.018.960 = 15a + 55b$$

$$1) 960.288 = -15a + 15b - 3$$

$$2) 3.018.960 = 15a + 55b$$

$$1) -2.880.864 = -15a - 45b$$

$$2) 3.018.960 = 15a + 55b$$

$$138.096 = 10b$$

$$b = 13.809,62$$

Se reemplaza el resultado de b en Ecuación 1

$$1) \quad \sum y = an + b\sum x$$

$$960.288 = 5a + 15b$$

$$960.288 = 5a + 15 (13.809,62)$$

$$960.288 = 5a + 207.144$$

$$a = 150.628,8$$

PROYECCIÓN DE LA LEVADURA EN CAJAS

AÑOS	A	B	X	(b)(x)	PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE LEVADURA EN CAJAS
2013	150.628,80	13809,60	6	82.857,60	233.486
2014	150.628,80	13809,60	7	96.667,20	247.296
2015	150.628,80	13809,60	8	110.476,80	261.106
2016	150.628,80	13809,60	9	124.286,40	274.915
2017	150.628,80	13809,60	10	138.096,00	288.725

$$i = \frac{pn^{n-1}}{pn} - 1$$

$$i = \frac{288.725}{233.486} - 1$$

$$i = 1,236580803 - 1$$

$$i = 0,054521952$$

$$i = 5,6\%$$

- Proyección de la oferta de polvo de hornear en cajas con el método de mínimos cuadrados.

FORMULA

$$Y = a + b$$

ECUACIONES

$$1) \sum y = an + b\sum x \quad 2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

MÉTODO DE MÍNIMOS CUADRADOS

AÑOS	x	Y	x ²	(x)(y)
2008	1	158.928	1	158.928
2009	2	167.664	4	335.328
2010	3	181.104	9	543.312
2011	4	194.544	16	778.176
2012	5	208.656	25	1.043.280
TOTAL	15	910.896	55	2.859.024

$$1) \sum y = an + b\sum x \quad 2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

$$910.896 = 5a + 15b \quad 2.859.024 = 15a + 55b$$

$$1) 910.896 = -15a + 15b - 3$$

$$2) 2.859.024 = 15a + 55b$$

$$1) -2.732.688 = -15a - 45b$$

$$2) 2.859.024 = 15a + 55b$$

$$126.336 = 10b$$

$$b = 12.633,6$$

Se reemplaza el resultado de b en Ecuación 1

$$1) \sum y = an + b\sum x$$

$$910896 = 5a + 15b$$

$$910896 = 5a + 15(12633,6)$$

$$910896 = 5a + 189504$$

$$a = 144278,4$$

PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE POLVO DE HORNEAR EN CAJAS

AÑOS	A	B	x	(b)(x)	PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE POLVO DE HORNEAR EN CAJAS
2013	144.278,40	12633,60	6	75.801,60	220.080
2014	144.278,40	12633,60	7	88.435,20	232.714
2015	144.278,40	12633,60	8	101.068,80	245.347
2016	144.278,40	12633,60	9	113.702,40	257.981
2017	144.278,40	12633,60	10	126.336,00	270.614

$$n^{-1} \frac{pn}{pn} - 1$$

$$i = \sqrt[4]{\frac{270.614}{220.080}} - 1$$

$$i = \sqrt[4]{1,229613321} - 1$$

$$i = 0,053034454$$

$$i = 5,3\%$$

- Proyección de la oferta de manteca en cajas con el método de mínimos cuadrados.

FORMULA

$$Y = a + bx$$

ECUACIONES

$$1) \sum y = an + b\sum x \quad 2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

MÉTODO DE MÍNIMOS CUADRADOS

AÑOS	X	Y	x ²	(x)(y)
2008	1	59.472	1	59.472
2009	2	62.160	4	124.320
2010	3	64.848	9	194.544
2011	4	72.744	16	290.976
2012	5	7.8288	25	391.440
TOTAL	15	337.512	55	1.060.752

$$1) \sum y = an + b\sum x \quad 2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

$$337.512 = 5a + 15b \quad 1.060.752 = +15a + 55b$$

$$1) 337.512 = -15a + 15b - 3$$

$$2) 1.060.752 = 15a + 55b$$

$$1) -1.012.536 = -15a - 45b$$

$$2) 1060.752 = 15a + 55b$$

$$48.216 = 10b$$

$$b = 4.821,6$$

Se reemplaza el resultado de b en Ecuación 1

$$1) \sum y = an + b\sum x$$

$$337.512 = 5a + 15b$$

$$337.512 = 5a + 15(4.821,6)$$

$$337.512 = 5a + 72.324$$

$$a = 53.037,6$$

PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE MANTECA EN CAJAS

AÑOS	A	B	X	(b)(x)	PROYECCIÓN DE LA OFERTA MANTECA EN CAJAS
2013	53.037,60	4821,60	6	28.929,60	81.967
2014	53.037,60	4821,60	7	33.751,20	86.789
2015	53.037,60	4821,60	8	38.572,80	91.610
2016	53.037,60	4821,60	9	43.394,40	96.432
2017	53.037,60	4821,60	10	48.216,00	101.254

$$n-1 \overline{pn} - 1$$

$$i = \sqrt[4]{\frac{101.254}{81.967}} - 1$$

$$i = \sqrt[4]{1,235294118} - 1$$

$$i = 0,0542475$$

$$i = 5,4\%$$

- **Proyección de la oferta de azúcar en quintales con el método de mínimos cuadrados.**

FORMULA

$$Y = a + bx$$

ECUACIONES

$$1) \sum y = an + b\sum x \quad 2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

MÉTODO DE MÍNIMOS CUADRADOS

AÑOS	X	Y	x ²	(x)(y)
2008	1	69.216	1	69.216,00
2009	2	71.924	4	143.848,32
2010	3	75.852	9	227.556,00
2011	4	80.724	16	322.896,00
2012	5	86.352	25	431.760,00
TOTAL	15	384.068	55	1.195.276,32

$$1) \sum y = an + b\sum x \quad 2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

$$384.068 = 5a + 15b \quad 1.195.276,32 = 15a + 55b$$

$$1) 384.068 = -15a + 15b - 3$$

$$2) 1.195.276,32 = 15a + 55b$$

$$1) -1.152.204 = -15a - 45b$$

$$2) 1.195.276,32 = 15a + 55b$$

$$43.072,32 = 10b$$

$$b = 4.307,23$$

Se reemplaza el resultado de b en Ecuación 1

$$1) \sum y = an + b\sum x$$

$$384.068 = 5a + 15b$$

$$384.068 = 5a + 15(4.307,23)$$

$$384.068 = 5a + 64.608,45$$

$$a = 63.891,91$$

PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE AZUCAR EN QUINTALES

AÑOS	a	B	x	(b)(x)	PROYECCIÓN DE LA OFERTA AZUCAR QUINTALES
2013	63.891,91	4307,23	6	25.843,38	89.735
2014	63.891,91	4307,23	7	30.150,61	94.043
2015	63.891,91	4307,23	8	34.457,84	98.350
2016	63.891,91	4307,23	9	38.765,07	102.657
2017	63.891,91	4307,23	10	43.072,3	106.964

$$n^{-1} \frac{pn}{pn - 1}$$

$$i = \sqrt[4]{\frac{106.964}{89.735} - 1}$$

$$i = \sqrt[4]{1,191997151 - 1}$$

$$i = 0,044885745$$

$$i = 4,5$$

- Proyección de la oferta de sal en quintales con el método de mínimos cuadrados.

FORMULA

$$Y = a + bx$$

ECUACIONES

$$1) \sum y = an + b\sum x \quad 2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

MÉTODO DE MÍNIMOS CUADRADOS

AÑOS	x	y	x ²	(x)(y)
2008	1	76.524	1	76.524
2009	2	80.304	4	160.608
2010	3	85.176	9	255.528
2011	4	90.720	16	362.880
2012	5	99.120	25	495.600
TOTAL	15	431.844	55	1.351.140

$$1) \sum y = an + b\sum x \quad 2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

$$431.844 = 5a + 15b \quad 1.351.140 = 15a + 55b$$

$$1) 431.844 = -15a + 15b - 3$$

$$2) 1.351.140 = 15a + 55b$$

$$1) -1.295.532 = -15a - 45b$$

$$2) 1.351.140 = 15a + 55b$$

$$55.608 = 10b$$

$$b = 5.560,8$$

Se reemplaza el resultado de b en Ecuación 1

$$1) \sum y = an + b\sum x$$

$$431.844 = 5a + 15b$$

$$431.844 = 5a + 15(5.560,80)$$

$$431.844 = 5a + 83.412$$

$$a = 69.686,4$$

PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE SAL EN QUITALES

AÑOS	a	B	x	(b)(x)	PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE SAL EN QUITALES
2013	69.686,40	5.560,80	6	33.364,80	103.051
2014	69.686,40	5.560,80	7	38.925,60	108.612
2015	69.686,40	5.560,80	8	44.486,40	114.173
2016	69.686,40	5.560,80	9	50.047,20	119.734
2017	69.686,40	5.560,80	10	55.608,00	125.294

$$n-1 \frac{pn}{pn - 1}$$

$$i = \sqrt[4]{\frac{125.294}{103.051 - 1}}$$

$$i = \sqrt[4]{1,215846104 - 1}$$

$$i = 0,05073386$$

$$i = 5,1\%$$

- Proyección de la oferta de huevos en cubetas con el método de mínimos cuadrados.

FORMULA

$$Y = a + bx$$

ECUACIONES

$$1) \sum y = an + b\sum x \quad 2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

MÉTODO DE MÍNIMOS CUADRADOS

AÑOS	x	Y	x ²	(x)(y)
2008	1	469.056	1	469.056
2009	2	490.560	4	981.120
2010	3	522.816	9	1.568.448
2011	4	577.248	16	2.308.992
2012	5	624.960	25	3.124.800
TOTAL	15	2.684.640	55	8.452.416

$$1) \sum y = an + b\sum x \quad 2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

$$2.684.640 = 5a + 15b \quad 8.452.416 = +15a + 55b$$

$$1) \quad 2.684.640 = -15a + 15b - 3$$

$$2) \quad 8.452.416 = 15a + 55b$$

$$1) \quad -8.053.920 = -15a - 45b$$

$$2) \quad 8.452.416 = 15a + 55b$$

$$398.496 = 10b$$

$$b = 39.849,6$$

Se reemplaza el resultado de b en Ecuación 1

$$1) \sum y = an + b\sum x$$

$$2.684.640 = 5a + 15b$$

$$2.684.640 = 5a + 15(39.849,6)$$

$$431.844 = 5a + 597.744$$

$$a = 417.379,2$$

PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE HUEVOS EN CUBETAS

AÑOS	A	B	x	(b)(x)	PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE HUEVOS EN CUBETAS
2013	417.379,20	39.849,60	6	239.097,60	656.477
2014	417.379,20	39849,60	7	278.947,20	696.326
2015	417.379,20	39849,60	8	318.796,80	736.176
2016	417.379,20	39849,60	9	358.646,40	776.026
2017	417.379,20	39849,60	10	398.496,00	815.875

$$i = \sqrt[n-1]{\frac{pn}{pn-1}} - 1$$

$$i = \sqrt[4]{\frac{815.875}{656.477}} - 1$$

$$i = \sqrt[4]{1,242808885} - 1$$

$$i = 0,055847235$$

$$i = 5,6\%$$

- Proyección de la oferta de crema en cajas con el método de mínimos cuadrados.

FORMULA

$$Y = a + bx$$

ECUACIONES

$$1) \sum y = an + b\sum x \quad 2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

MÉTODO DE MÍNIMOS CUADRADOS

AÑOS	x	y	x ²	(x)(y)
2008	1	203.179	1	203.179,20
2009	2	215.040	4	430.080,00
2010	3	224.280	9	672.840,00
2011	4	234.528	16	938.112,00
2012	5	250.656	25	1.253.280,00
TOTAL	15	1.127.683	55	3.497.491,20

$$1) \sum y = an + b\sum x \quad 2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

$$1.127.683 = 5a + 15b \quad 3.497.491,20 = 15a + 55b$$

$$1) \quad 1.127.683 = -15a + 15b - 3$$

$$2) \quad 3.497.491,20 = 15a + 55b$$

$$1) \quad -3.383.061 = -15a - 45b$$

$$2) \quad 3.497.491,2 = 15a + 55b$$

$$114.430,2 = 10b$$

$$b = 11.443,02$$

Se reemplaza el resultado de b en Ecuación 1

$$1) \sum y = an + b\sum x$$

$$1.127.683 = 5a + 15b$$

$$1.127.683 = 5a + 15(11.443,02)$$

$$1.127.683 = 5a + 171.645,3$$

$$a = 191.207,54$$

PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE CREMA EN CAJAS

AÑOS	A	B	x	(b)(x)	PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE CREMA EN CAJAS
2013	191.207,54	11.443,02	6	68.658,12	259.866
2014	191.207,54	11.443,02	7	80.101,14	271.309
2015	191.207,54	1.1443,02	8	91.544,16	282.752
2016	191.207,54	11.443,02	9	102.987,18	294.195
2017	191.207,54	11.443,02	10	114.430,2	305.638

$$i = \frac{305.638 - 259.866}{259.866} - 1$$

$$i = \frac{305.638 - 259.866}{259.866} - 1$$

$$i = \frac{305.638 - 259.866}{259.866} - 1$$

$$i = 0,041392682$$

$$i = 4,1\%$$

ANEXO E

PROYECCION DE LA DEMANDA

Para proyectar la demanda de productos de panadería y pastelería se aplicó el método de mínimos cuadrados para esto se consideró como datos históricos los registros del año 2008 al 2012, para poder obtener los datos proyectos para el año 2013 al 2017.

DEMANDA HISTÓRICA PERIODO AÑO 2008-2012

AÑO S	Harina (qq)	Mantequilla (Cajas)	Levadur a (Cajas)	Polvo de Hornear (Cajas)	Manteca (cajas)	Azúcar (qq)	Sal (qq)	Huevos (cubetas)	Crem a (cajas)
2008	130.511	110.995	241.093	247.360	75.623	106.848	95.139	548.877	200.279
2009	136.667	116.231	252.465	259.028	79.190	111.888	99.626	574.767	209.726
2010	160.060	136.126	295.680	303.367	92.745	131.040	116.679	673.151	245.625
2011	169.910	144.503	313.876	322.035	98.453	139.104	123.860	714.575	260.741
2012	179.760	152.880	332.071	340.704	104.160	147.168	131.040	756.000	275.856

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

- **Proyección de la demanda de harina en quintales con el método de mínimos cuadrados.**

FORMULA

$$Y = a + bx$$

ECUACIONES

$$1) \sum y = an + b\sum x \quad 2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

MÉTODO DE MÍNIMOS CUADRADOS

AÑOS	x	Y	x ²	(x)(y)
2008	1	130.511	1	130.510,68
2009	2	136.667	4	273.333,70
2010	3	160.060	9	480.180,82
2011	4	169.910	16	679.640,55
2012	5	179.760	25	898.800,00
TOTAL	15	776.908	55	2.462.465,75

$$1) \sum y = an + b\sum x \quad 2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

$$776.908 = 5a + 15b \quad 2.462.465,75 = +15a + 55b$$

$$1) \quad 776.908 = -15a + 15b - 3$$

$$2) \quad 2.462.465,75 = 15a + 55b$$

$$1) \quad -2.330.724 = -15a - 45b$$

$$2) \quad 2.462.465,75 = 15a + 55b$$

$$131.741,75 = 10b$$

$$b = 13.174,175$$

Se reemplaza el resultado de b en Ecuación 1

$$1) \sum y = an + b\sum x$$

$$776.908 = 5a + 15b$$

$$776.908 = 5a + 15(13.174,175)$$

$$776.908 = 5a + 197.612,62$$

$$a = 11.859,075$$

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE HARINA EN QUINTALES

AÑOS	A	B	X	(b)(x)	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE HARINA EN QUINTALES
2013	115.859,08	13.174,18	6	79.045,05	194.904
2014	115.859,08	13.174,18	7	92.219,23	208.078
2015	115.859,08	13.174,18	8	105.393,40	221.252
2016	115.859,08	13.174,18	9	118.567,58	234.427
2017	115.859,08	13.174,18	10	131.741,75	247.601

$$i = \sqrt[n-1]{\frac{pn}{pn}} - 1$$

$$i = \sqrt[4]{\frac{247.601}{194.904}} - 1$$

$$i = \sqrt[4]{1,27037142} - 1$$

$$i = 0,061653422$$

$$i = 6,2\%$$

- **Proyección de la demanda de mantequilla en cajas con el método de mínimos cuadrados.**

FORMULA

$$Y = a + bx$$

ECUACIONES

$$1) \sum y = an + b\sum x \quad 2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

MÉTODO DE MÍNIMOS CUADRADOS

AÑOS	X	Y	x ²	(x)(y)
2008	1	110.995	1	110.995,07
2009	2	116.231	4	232.461,37
2010	3	136.126	9	408.378,08
2011	4	144.503	16	578.012,05
2012	5	152.880	25	764.400,00
TOTAL	15	660.735	55	2.094.246,58

$$1) \sum y = an + b\sum x \quad 2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

$$660.735 = 5a + 15b \quad 2094.246,58 = +15a + 55b$$

$$1) 660.735 = -15a + 15b - 3$$

$$2) 2.094.246,58 = 15a + 55b$$

$$1) -19.82.205 = -15a - 45b$$

$$2) 2.094.246,58 = 15a + 55b$$

$$112.041,575 = 10b$$

$$b = 11.204,1575$$

Se reemplaza el resultado de b en Ecuación 1

$$1) \sum y = an + b\sum x$$

$$660.735 = 5a + 15b$$

$$660.735 = 5a + 15(11.204,1575)$$

$$660.735 = 5a + 168.062,36$$

$$a = 98.534,5275$$

MÉTODO DE MÍNIMOS CUADRADOS

AÑOS	A	B	x	(b)(x)	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE MANTEQUILLA EN CAJAS
2013	98.534,53	11.204,16	6	67.224,95	165.759
2014	98.534,53	11.204,16	7	78.429,10	176.964
2015	98.534,53	11.204,16	8	89.633,26	188.168
2016	98.534,53	11.204,16	9	100.837,42	199.372
2017	98.534,53	11.204,16	10	112.041,58	210.576

$$i = \sqrt[n-1]{\frac{pn}{pn} - 1}$$

$$i = \sqrt[4]{\frac{210.576}{165.759} - 1}$$

$$i = \sqrt[4]{1,270371456} - 1$$

$$i = 0,061653221$$

$$i = 6,2\%$$

- **Proyección de la demanda de levadura en cajas con el método de mínimos cuadrados.**

FORMULA

$$Y = a + bx$$

ECUACIONES

$$1) \sum y = an + b\sum x \quad 2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

MÉTODO DE MÍNIMOS CUADRADOS

AÑOS	x	y	x ²	(x)(y)
2008	1	241.093	1	241.092,92
2009	2	252.465	4	504.930,46
2010	3	295.680	9	887.040,00
2011	4	313.876	16	1.255.502,77
2012	5	332.071	25	1.660.356,92
TOTAL	15	1.435.185	55	4.548.923,08

$$1) \sum y = an + b\sum x \quad 2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

$$1.435.185 = 5a + 15b \quad 4.548.923,08 = +15a + 55b$$

$$1) \quad 1.435.185 = -15a + 15b - 3$$

$$2) \quad 4.548.923,08 = 15a + 55b$$

$$1) \quad -4.305.555 = -15a - 45b$$

$$2) \quad 4.548.923,077 = 15a + 55b$$

$$243.368,07 = 10b$$

$$b = 24.336,8$$

Se reemplaza el resultado de b en Ecuación 1

$$1) \quad \sum y = an + b\sum x$$

$$1.435.185 = 5a + 15b$$

$$1.435.185 = 5a + 15 (24.336,8)$$

$$1.435.185 = 5a + 365.052$$

$$a = 214.026,6$$

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE LEVADURA EN CAJAS

AÑOS	A	b	X	(b)(x)	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE LEVADURA EN CAJAS
2013	214.026,60	24.336,80	6	146.020,80	360.047
2014	214.026,60	24.336,80	7	170.357,60	384.384
2015	214.026,60	24.336,80	8	194.694,40	408.721
2016	214.026,60	24.336,80	9	219.031,20	433.058
2017	214.026,60	24.336,80	10	243.368,00	457.395

$$i = \sqrt[n-1]{\frac{pn}{pn} - 1}$$

$$i = \sqrt[4]{\frac{457.395}{360.047} - 1}$$

$$i = \sqrt[4]{1,270374701 - 1}$$

$$i = 0,06165$$

$$i = 0,6,2\%$$

- **Proyección de la demanda de polvo de hornear en cajas con el método de mínimos cuadrados.**

FORMULA

$$Y = a + bx$$

ECUACIONES

$$1) \sum y = an + b\sum x \quad 2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

MÉTODO DE MÍNIMOS CUADRADOS

AÑOS	X	Y	x ²	(x)(y)
2008	1	247.360	1	247.360,44
2009	2	259.028	4	518.056,77
2010	3	303.367	9	910.099,73
2011	4	322.035	16	1.288.141,15
2012	5	340.704	25	1.703.520,00
TOTAL	15	1.472.495	55	4.667.178,08

$$1) \sum y = an + b\sum x \quad 2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

$$1.472.495 = 5a + 15b \quad 4.667.178,08 = +15a + 55b$$

$$1) \quad 1.472.495 = -15a + 15b - 3$$

$$2) \quad 4.667.178,08 = 15a + 55b$$

$$1) \quad -4.417,485 = -15a - 45b$$

$$2) \quad 4.667.178,08 = 15a + 55b$$

$$249.693,08 = 10b$$

$$b = 24.969,08$$

Se reemplaza el resultado de b en Ecuación 1

$$1) \quad \sum y = an + b\sum x$$

$$1.472.495 = 5a + 15b$$

$$1.472.495 = 5a + 15(24.969,08)$$

$$1.472.495 = 5a + 374.536,2$$

$$a = 219.591,1$$

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE POLVO DE HORNEAR EN CAJAS

AÑOS	a	B	x	(b)(x)	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE POLVO DE HORNEAR EN CAJAS
2013	219.591,10	24.969,30	6	149.815,80	369.407
2014	219.591,10	24.969,30	7	174.785,10	394.376
2015	219.591,10	24.969,30	8	199.754,40	419.346
2016	219.591,10	24.969,30	9	224.723,70	444.315
2017	219.591,10	24.969,30	10	249.693,00	469.284

$$i = \sqrt[n-1]{\frac{pn}{pn}} - 1$$

$$i = \sqrt[4]{\frac{469.284}{369.407}} - 1$$

$$i = \sqrt[4]{1,270371777} - 1$$

$$i = 0,061653288$$

$$i = 6,2\%$$

- **Proyección de la demanda de manteca en cajas con el método de mínimos cuadrados.**

FORMULA

$$Y = a + bx$$

ECUACIONES

$$1) \sum y = an + b\sum x \quad 2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

MÉTODO DE MÍNIMOS CUADRADOS

AÑOS	X	Y	x ²	(x)(y)
2008	1	75.623	1	75.623,01
2009	2	79.190	4	158.380,27
2010	3	92.745	9	278.235,62
2011	4	98.453	16	393.810,41
2012	5	104.160	25	520.800,00
TOTAL	15	450.171	55	1.426.849,32

$$1) \sum y = an + b\sum x \quad 2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

$$450.171 = 5a + 15b \quad 1.426.849,32 = 15a + 55b$$

$$1) 450.171 = -15a + 15b - 3$$

$$2) 1.426.849,32 = 15a + 55b$$

$$1) -1.350.513 = -15a - 45b$$

$$2) 1.426.849,315 = 15a + 55b$$

$$76.336,315 = 10b$$

$$b = 7.633,6315$$

Se reemplaza el resultado de b en Ecuación 1

$$1) \sum y = an + b\sum x$$

$$450.171 = 5a + 15b$$

$$450.171 = 5a + 15(7.633,6315)$$

$$450.171 = 5a + 114.504,47$$

$$a = 67.133,3055$$

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE MANTECA EN CAJAS

AÑOS	A	b	x	(b)(x)	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE MANTECA EN CAJAS
2013	67.133,31	7.633,63	6	45.801,79	112.935
2014	67.133,31	7.633,63	7	53.435,42	120.569
2015	67.133,31	7.633,63	8	61.069,05	128.202
2016	67.133,31	7.633,63	9	68.702,68	135.836
2017	67.133,31	7.633,63	10	76.336,32	143.470

$$i = \sqrt[n-1]{\frac{pn}{pn}} - 1$$

$$i = \sqrt[4]{\frac{143.470}{112.935}} - 1$$

$$i = \sqrt[4]{1,270372342} - 1$$

$$i = 0,0616534$$

$$i = 6,2\%$$

- **Proyección de la demanda de azúcar en quintales con el método de mínimos cuadrados.**

FORMULA

$$Y = a + bx$$

ECUACIONES

$$1) \sum y = an + b\sum x \quad 2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

MÉTODO DE MÍNIMOS CUADRADOS

AÑOS	x	y	x ²	(x)(y)
2008	1	106.848	1	106.848
2009	2	111.888	4	223.776
2010	3	131.040	9	393.120
2011	4	139.104	16	556.416
2012	5	147.168	25	735.840
TOTAL	15	636.048	55	2.016.000

$$1) \sum y = an + b\sum x \qquad 2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

$$636.048 = 5a + 15b \quad 2.016.000 = 15a + 55b$$

$$1) \quad 636.048 = -15a + 15b - 3$$

$$2) \quad 2.016.000 = 15a + 55b$$

$$1) \quad -1.908.144 = -15a - 45b$$

$$2) \quad 2.016.000 = 15a + 55b$$

$$107.856 = 10b$$

$$b = 10.785,6$$

Se reemplaza el resultado de b en Ecuación 1

$$1) \quad \sum y = an + b\sum x$$

$$636.048 = 5a + 15b$$

$$636.048 = 5a + 15(10.785,6)$$

$$636.048 = 5a + 161.784$$

$$a = 94.852,8$$

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE AZUCAR EN QUINTALES

AÑOS	A	B	X	(b)(x)	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE AZUCAR EN QUINTALES
2013	94.852,80	10.785,60	6	64.713,60	159.566,40
2014	94.852,80	10.785,60	7	75.499,20	170.352,00
2015	94.852,80	10.785,60	8	86.284,80	181.137,60
2016	94.852,80	10.785,60	9	97.070,40	191.923,20
2017	94.852,80	10.785,60	10	107.856,00	202.708,80

$$i = \sqrt[n-1]{\frac{pn}{pn - 1}}$$

$$i = \sqrt[4]{\frac{202.708,80}{159.566,40 - 1}}$$

$$i = \sqrt[4]{1,27037271 - 1}$$

$$i = 0,06165340$$

$$i = 6,2\%$$

- **Proyección de la demanda de sal en quintales con el método de mínimos cuadrados.**

FORMULA

$$Y = a + bx$$

ECUACIONES

$$1) \sum y = an + b\sum x \quad 2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

MÉTODO DE MINIMOS CUADRADOS

AÑOS	x	Y	x ²	(x)(y)
2008	1	95.139	1	95.138,63
2009	2	99.626	4	199.252,60
2010	3	116.679	9	350.038,36
2011	4	123.860	16	495.438,90
2012	5	131.040	25	655.200,00
TOTAL	15	566.344	55	1.795.068,49

$$1) \sum y = an + b\sum x \qquad 2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

$$566.344 = 5a + 15b \quad 1.795.068,493 = +15a + 55b$$

$$1) \quad 566.344 = -15a + 15b - 3$$

$$2) \quad 1.795.068,49 = 15a + 55b$$

$$1) \quad -1908144 = -15a - 45b$$

$$2) \quad 1.795.068,49 = 15a + 55b$$

$$96.036,49 = 10b$$

$$b = 9.603,6493$$

Se reemplaza el resultado de b en Ecuación 1

$$1) \quad \sum y = an + b\sum x$$

$$566.344 = 5a + 15b$$

$$566.344 = 5a + 15 (9.603,6993)$$

$$566.344 = 5a + 144.055,49$$

$$a = 84457,704$$

PROYECCIÓN DE SAL EN QUINTALES

AÑOS	a	B	X	(b)(x)	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE SAL EN QUINTALES
2013	84.457,70	9.603,65	6	57.621,90	142.080
2014	84.457,70	9.603,65	7	67.225,55	151.683
2015	84.457,70	9.603,65	8	76.829,19	161.287
2016	84.457,70	9.603,65	9	86.432,84	170.891
2017	84.457,70	9.603,65	10	96.036,49	180.494

$$i = \sqrt[n-1]{\frac{pn}{pn}} - 1$$

$$i = \sqrt[4]{\frac{180.494}{142.080}} - 1$$

$$i = \sqrt[4]{1,27037271} - 1$$

$$i = 0,0616537$$

$$i = 6,2\%$$

- **Proyección de la demanda de huevos en cubetas con el método de mínimos cuadrados.**

FORMULA

$$Y = a + bx$$

ECUACIONES

$$1) \sum y = an + b\sum x \quad 2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

MÉTODO DE MÍNIMOS CUADRADOS

AÑOS	x	y	x ²	(x)(y)
2008	1	548.877	1	548.876,71
2009	2	574.767	4	1.149.534,25
2010	3	673.151	9	2.019.452,05
2011	4	714.575	16	2.858.301,37
2012	5	756.000	25	3.780.000,00
TOTAL	15	3.267.370	55	10.356.164,38

$$1) \sum y = an + b\sum x \qquad 2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

$$3.267.370 = 5a + 15b \quad 10.356.164,38 = +15a + 55b$$

$$1) \quad 3.267.370 = -15a + 15b - 3$$

$$2) \quad 10.356.164,38 = 15a + 55b$$

$$1) \quad -9802110 = -15a - 45b$$

$$2) \quad 10.356.164,38 = 15a + 55b$$

$$554.054 = 10b$$

$$b = 55.405,438$$

Se reemplaza el resultado de b en Ecuación 1

$$1) \quad \sum y = an + b\sum x$$

$$3.267.370 = 5a + 15b$$

$$3.267.370 = 5a + 15 (55.405,438)$$

$$3.267.370 = 5a + 831.081,9$$

$$a = 487.257,686$$

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE HUEVOS EN CUBETAS

AÑOS	A	B	x	(b)(x)	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE HUEVOS EN CUBETAS
2013	487.257,69	55.405,44	6	332.432,63	819.690
2014	487.257,69	55.405,44	7	387.838,07	875.096
2015	487.257,69	55.405,44	8	443.243,50	930.501
2016	487.257,69	55.405,44	9	498.648,94	985.907
2017	487.257,69	55.405,44	10	554.054,38	1.041.312

$$i = \sqrt[n]{\frac{pn}{pn}} - 1$$

$$i = \sqrt[4]{\frac{1.041.312}{819.690}} - 1$$

$$i = \sqrt[4]{1,270337254} - 1$$

$$i = 0,061653447$$

$$i = 6,2\%$$

- **Proyección de la demanda de crema en cajas con el método de mínimos cuadrados.**

FORMULA

$$Y = a + bx$$

ECUACIONES

$$1) \sum y = an + b\sum x \quad 2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

MÉTODO DE MÍNIMOS CUADRADOS

AÑOS	X	Y	x ²	(x)(y)
2008	1	200.279	1	200.279,01
2009	2	209.726	4	419.452,27
2010	3	245.625	9	736.875,62
2011	4	260.741	16	1.042.962,41
2012	5	275.856	25	1.379.280,00
TOTAL	15	1.192.227	55	3.778.849,32

$$1) \sum y = an + b\sum x \quad 2) \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

$$1.192.227 = 5a + 15b \quad 3.778.849,32 = +15a + 55b$$

$$1) \quad 1.192.227 = -15a + 15b - 3$$

$$2) \quad 3.778.849,32 = 15a + 55b$$

$$1) \quad -3.576.681 = -15a - 45b$$

$$2) \quad 3.778.849,32 = 15a + 55b$$

$$202.168,32 = 10b$$

$$b = 20.216,8$$

Se reemplaza el resultado de b en Ecuación 1

$$1) \quad \sum y = an + b\sum x$$

$$1.192.227 = 5a + 15b$$

$$1.192.227 = 5a + 15(20.216,8)$$

$$1.192.227 = 5a + 303.252$$

$$a = 177.795$$

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE CREMA EN CAJAS

AÑOS	A	b	X	(b)(x)	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE CREMA EN CAJAS
2013	177.795,00	20.216,80	6	121.300,80	299.096
2014	177.795,00	20.216,80	7	141.517,60	319.313
2015	177.795,00	20.216,80	8	161.734,40	339.529
2016	177.795,00	20.216,80	9	181.951,20	359.746
2017	177.795,00	20.216,80	10	202.168,00	379.963

$$i = \sqrt[n-1]{\frac{pn}{pn} - 1}$$

$$i = \sqrt[4]{\frac{379.963}{399.096} - 1}$$

$$i = \sqrt[4]{1,270372235 - 1}$$

$$i = 0,061653383$$

$$i = 0,06,2$$

ANEXO F

DETERMINACIÓN DE LA TENDENCIA DE CRECIMIENTO DEL SUELDO BÁSICO.

AÑO	SUEDO BÁSICO	$i = \frac{C_n}{C_o} - 1$
2008	218	
2010	240	0,09
2011	264	0,10
2012	292	0,10
2013	318	0,11
TOTAL		$\sum i = 0,397$

$$\frac{\sum i}{n} = \frac{0,397}{4} = 0,099$$

$$i = 9,9\%$$

ANEXO G
GASTOS MENSUALES

ARRIENDO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Arriendo	1100	13200
TOTAL		13200

SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Luz	40	480
Agua	15	180
TOTAL		660

SERVICIOS DE COMUNICACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Teléfono	35	420
Internet	25	300
TOTAL		720

MANTENIMIENTO COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento computación	15	180
TOTAL		180

PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Radio	150,00	600,00
Hojas volantes	40,00	160,00
Página web	21,00	252,00
TOTAL	211,00	1012,00

COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Combustible	90	1080
Mantenimiento vehículo	30	360
TOTAL		1440

ANEXO H

INFLACIÓN BANCO CENTRAL



FECHA	VALOR
Octubre-31-2012	4.94 %
Septiembre-30-2012	5.22 %
Agosto-31-2012	4.88 %
Julio-31-2012	5.09 %
Junio-30-2012	5.00 %
Mayo-31-2012	4.85 %
Abril-30-2012	5.42 %
Marzo-31-2012	6.12 %
Febrero-29-2012	5.53 %
Enero-31-2012	5.29 %
Diciembre-31-2011	5.41 %
Noviembre-30-2011	5.53 %
Octubre-31-2011	5.50 %
Septiembre-30-2011	5.39 %
Agosto-31-2011	4.84 %
Julio-31-2011	4.44 %
Junio-30-2011	4.28 %
Mayo-31-2011	4.23 %
Abril-30-2011	3.88 %
Marzo-31-2011	3.57 %
Febrero-28-2011	3.39 %
Enero-31-2011	3.17 %
Diciembre-31-2010	3.33 %
Noviembre-30-2010	3.39 %

Fuente: Estadísticas BCE

ANEXO: I

PANADERIAS Y PASTELERIAS DE LA CIUDAD DE IBARRA

PANADERIAS DE LA CIUDAD DE IBARRA			
No.	NOMBRE DEL PROPIETARIO	NOMBRE DEL LOCAL	DIRECCIÓN
1	TEMBILA CASA NELSON ARTURO	PANADERIA PAN DE VIDA	VICTORIA CASTELLO 1-71
2	QUIRANZA VALENZUELA LUIS JAVIER	PANADERIA	QUILAGO 5-16 Y AV RETORNO
3	YAMBAY LUCERO ROSA	PANADERIA LAS ROSITAS	JACINTO COLLAHUAZO 100M IZQ.CENTRO ARTESANAL
4	PAEZ TAMAYO KATERINE PAMELA	PANADERIA PAN BRIOCHE	AV ATAHUALPA 29-047
5	AMAGUANA ROSERO ZAIRA YOMAR	PANADERIA	RIO QUININDE 04-017
6	ORTEGA GALINDO MARIA FERNANDA	PANADERIA	LA VICT P03 M244 1-102 Y C BARAHONA
7	ARMAS GUZMAN GLORIA ADRIANA	PANADERIA EL PANITA	MACHALA 06-37
8	VACA CARRANCO CARLOS ESTEBAN	PANADERIA	AV C DE TROYA 11-074
9	DIAZ HURTADO REINEL	PANADERIA	AV V M GUZMAN 03-008
10	ULCUANGO MEJIA BLANCA ESPERANZA	PANADERIA EL MOLINO	GUARANDA 6-22
11	CASTILLO GUACANES NELSON FABIAN	PANADERIA	AV CARCHI 1-250
12	CADENA ROMERO MARITZA BEATRIZ	PANADERIA TULIPAN	AV ATAHUALPA 14-088
13	CASTILLO RUIZ ALFREDO GOZALO	PANADERIA	SANCHEZ Y C 10-25
14	LEMA ROJAS MARCO EDUARDO	PANADERIA	RIO PASTAZA 7-009 Y RIO SANTIAGO
15	IBARRA CASTRO PATRICIO FERNANDO	PANADERIA MUNDO PAN	J DE LA ROCA 5-106
16	PUMA PUMA JOSE REINALDO	PANADERIA Y ABACERIA	OLMEDO 03-87
17	FARINANGO GAVIRIA PAOLA GEOVANNA	PANADERIA	AV F VACAS G 09-042
18	IRUA CUNGUAN CARLOS ENRIQUE	PANADERIA FAMIPAN	AV RIC SANCHEZ 08-018
19	QUINTEROS GAÓN NELSON ANDRES	PANADERIA PAN DE VIDA	VICTORIA CASTELLO 1-71
21	QUIRANZA VALENZUELA LUIS JAVIER	PANADERIA	QUILAGO 5-16 Y AV RETORNO
22	GODOY ZULETA WILLIAM OSWALDO	PANADERIA	PRIORATO ABDON CALDERON
23	VACA CARRANCO CARLOS ESTEBAN	PANADERIA	J DE LA ROCA 5-106
24	CASTILLO REALPE MARCO ANTONIO	PANADERIA OSITO GOLOSITO	SANCHEZ Y C 04-78
25	PAVON ANDRADE LIGIA JANNETH	PANADERIA	19 DE ENERO
26	AGUIRRE HERNANDEZ CARLA VANESS	PANADERIA	H GONZALEZ DE 16-098
27	SALAZAR HIDALGO PATRICIA JERNALUD	CAFETERIA HELADERIA Y PANADERIA	AV ATAHUALPA 28-120 NATURAL
28	UVIDIA REASCOS ALEX GIOVANNY	PANADERIA	AV J ROLDOS 08-020
29	CARVAJAL PEREZ DIEGO FRANCISCO	PANADERIA SAN FRANCISCO	AV RETORNO 13-087
30	CARVAJAL PEREZ DIEGO FRANCISCO	PANADERIA SAN FRANCISCO	LUIS VARGAS T 2-05
31	CHUMA GUEVARA ROMAN JOSELURO	PANADERIA	CHICA NARVAEZ 02-055
32	TORRES MEJIA SANDRA ELIZABETH	PANADERIA MAZAPANES	LATACUNGA 05-47
33	GUBIO CUASPA SONIA LUCIA	PANADERIA	2 DE AGOSTO 5-27
34	CEVALLOS ANRANGO SEGUNDO RUBEN	PANADERIA ECUAPAN	AV ATAHUALPA 30-049
35	CARVAJAL PEREZ LUIS ALBERTO	PANADERIA SAN LUIS	AV V M GUZMAN 11-115
36	DELGADO MAFLA EDISON XAVIER	PANADERIA	S ANT 27 NOVBR 07-092
37	ALBA TUQUERRES MARIA ERLINDA	PANADERIA	J F CEVALLOS 2-64
38	ENDARA MORALES JUAN CARLOS	PANADERIA ECUAPANES	MALDONADO 14-007 Y O MOSQUERA
39	CALDERON CELIN NIXON LEODAN	PANADERIA LA BOLA VERDE	BARRIO BOLA VERDE VIA STA ROSA
40	OCAÑA MAZON RUTH MARITZA	PANADERIA SU PALADAR	AV RIVADENEIRA Y J J FLORES
41	ROSETO ARCOS JESUS OLIVA	PANADERIA YESSUA	13 DE ABRIL SN
42	DUEÑAS ROSADO MARTHA LORENA	PANIFICADORA LA VICTORIA	LA VICT H GUZMAN L Y E GARZON F
43	GUAMIALAMA PAEZ SEGUNDO ERNESTO	PANADERIA	10 DE AGOSTO SN
44	BRUCIL CARLOSAMA MARIA PASTOERA	PANADERIA BRUSS PAN S	ANT LOS NOGALES
45	UBE CAICEDO LORENA BEATRIZ	PANADERIA TULIPAN 1	AV RIVADENEIRA Y J J FLORES
46	MONTERO PEREZ FRANCISCO ANDRES	PANADERIA	J ANDRADE 1-068
47	BENAVIDES TREJO GERMAN DAVID	PANADERIA DULCES SECRETOS	RAFAEL LARREA 10-12
48	TORRES ALVAREZ ALEX GIOVANNY	PANADERIA	SANCHEZ Y C 06-90
49	GUERRA CHANDI MONICA MAGALI	PANADERIA	BRASIL 9-34
50	ZAMBRANO RAMON LUPE AMPARITO	PANADERIA CROISSANT'S	AV ATAHUALPA 18-142
51	LOPEZ CHAMORRO FANNY LUCIA	PANADERIA CIUDAD BLANCA	SANCHEZ Y C 02-85
52	SALAZAR CHACON REINALDO FLORENCIO	PANADERIA PAN SELECTO ELABORACION DE PAN	SUCRE 14-032
53	CHALEN RAMIREZ FELIX HUMBERTO	PANADERIA	CHORLAVI 01-04
54	MORENO QUIMBIA WILSON PATRICIO	PANIFICADORA REY PAN	S ANT 27 NOVBR 09-088
55	PAILACHO ARTEAGA EDMUNDO XAVIER	PANADERIA PANAN	AV F VACAS G 07-010
56	ULCUANGO CATUCUAMBA CARLOS VICENTE	PANADERIA ALVIPAN	AV T GOMEZ 03-020
57	LOPEZ GARCIA LUIS RENAN	PANADERIA RICO PAN	AV RIC SANCHEZ 07-035
58	GONZALEZ VILLAGRAN EDISON IVAN	PANADERIA TIO IVAN	AV M ACOSTA 23-024
59	SANDOVAL PUPIALES ANA LUCIA	PANADERIA	LA ESPERANZA BATALLON YAGUACHI CALLE2
60	JIMENEZ CHAMORRO ROSA ELVIRA	PANADERIA	TANGUARIN DOS CUADRAS ANTES LINEA FERREA
61	GORDILLO ARTIEDA ALICIA MARGARITA	PANADERIA	TIO SAM AV RETORNO 15-056
62	ANDRIMBA QUILLO MARIA CLEMENCIA	PANADERIA FRESH PAN	AV RETORNO 20-010
63	PORTILLA NARVAEZ MARCIA CLAUDINA	PANADERIA Y TIENDA	GABRIELA MISTRAL 2-031
64	ALBARRAN CACERES MANUEL	PANADERIA TIENDA INTI	S ANT 27 NOVBR LA Y FRENTE AL PARQUE
65	ORTIZ CONDO DIANA PATRICIA	PANADERIA FRESH PAN	AV C DE TROYA 08-033
66	GUBIO QUISPE WALTER OMAR	PANADERIA	CHICA NARVAEZ 08-015
67	ESCANTA QUIGUANGO MAURO	PANADERIA ALEXANDER	S ANT E RIVADENEIRA 2-020
68	NARVAEZ TORRES FERNANDO JOSE	PANADERIA LA ESPECIAL	AV RETORNO 20-010
69	FERNANDEZ PAVÓN MARIA GABRIELA	PANADERIA SU PAN	AV F VACAS G 07-010
70	MONTENEGRO VACA OSCAR PATRICIO	PANADERIA ESQUISITA	J ANDRADE 1-068
71	MEJIA ALVAREZ MARIA CRISTINA	PANADERIA RICO PAN	AV C DE TROYA 11-074
72	TAMAYO PEREZ JUAN CARLOS	PANADERIA LA ESPIGA	AV V M GUZMAN 03-008
73	TORRES NARVAEZ ESPERANZA VIVIANA	PANADERIA LA UNION	J DE LA ROCA 5-106
74	TERAN ESPINOZA CARLOS DAVID	PANADERIA LA DELICIA	SANCHEZ Y C 04-78
75	MARTINEZ SOTO CARLOS VALENTIN	PANADERIA EL PRADO	19 DE ENERO
76	GONZALEZ TABOADA MARIA ESPERANZA	PANADERIA MASORCA DE ORO	VICTORIA CASTELLO 1-71
77	BOLAÑOS GAÓN MONICA PATRICIA	PANADERIA SU PAN	QUILAGO 5-16 Y AV RETORNO
78	CASTILLO MONTENEGRO MARIA SOLEDAD	PANADERIA PAN DE CASA	2 DE AGOSTO 5-27

79	ESPAÑA QUIROZ MARIA DEL ROCIO	PANADERIA LOS CEIBOS	AV ATAHUALPA 30-049
80	FUENTES ROBLES MARIO JOSÉ	PANADERIA EL GOLOSITO	AV V M GUZMAN 11-115
81	VILLAREAL GÓMEZ TERESA CAROLINA	PANADERIA EL PAN VASO	
82	ANDRADE ANDINO WILLIAM ALFREDO	PANADERIA LA PALANQUETA	RAFAEL LARREA 10-12
83	OÑA TORREZ GABRIELA LISETH	PANADERIA LA ESQUINA	HONDURAS
84	YEPEZ MORALES LUIS DANIEL	PANADERIA EL BUEN SABOR	CUENCA
85	JARRIN JIMENEZ SANDRO RAFAEL	PANADERIA MI RICO PAN	CALLE S/N PUCAHUAICO
86	MORAN DE LA CRUZ ANDRÉS RENE	PANADERIA EL HORNEADOR	DR. LUIS CRISTOBAL TOBAR SUBIA
87	GALLEGOS RUIZ JORGE EDMUNDO	PANADERIA BOLIVAR	RAFAEL LARREA ANDRADE
88	LEÓN TORREZ ANDREA LIS	PANADERIA LOS GEMELOS	AV. VICTOR MANUEL GUZMAN
89	GRIJALVA MENA IRMA SUSANA	PANADERIA	VENEZUELA SAN ANTONIO
90	TAPIA MEJIA MARIA CECILIA	PANADERIA LA DELICIA	PURUHANTA
91	LOPEZ ANDRADE MARIO RUBEN	PANADERIA	AV. 17 DE JULIO
92	ÁVILA GUERRERO BYRON DANIEL	PANADERIA EL DULCE SABOR	POMPILLO MIDEROS
93	ESPIÑOZA MONTENEGRO JOVA FABIOLA	PANADERIA	QUILAGO 5-16 Y AV RETORNO
94	VASQUEZ PORTILLAROSA ELVIRA	PANADERIA SU CONFIANZA	PRIORATO ABDON CALDERON
95	CICEDO BURBANO ALBA GARDENIA	PANADERIA	AV. FRAY VACAS GALINDO
96	PAREDES FLORES JUANA DOLORES	PANADERIA	AV. JORGE GUZMAN RUEDA
97	CASTRO MOLINA ANA LUCÍA	PANADERIA	POMPILLO MIDEROS
97	RUEDA BASTIDASEDISON GERARDO	PANADERIA	DEL TUCAN
99	VACA NEGRETE MIRIAN ROCIO	PANADERIA EL TRIGAL	ANTONIO JOSE DE SUCRE
100	ARBOLEDA ARAGON MONICA PATRICIA	PANADERIA	AV. TEODORO GOMEZ DE LA TORRE
101	ARMAS GUERRÓNVALERIA DEL PILAR	PANADERIA SU MESA	JUANA ATABALIPA
102	HURTADO CEVALLOSROSARIO ELIZABETH	PANADERIA	JUAN DE LA ROCA
103	INBAQUINGO CHULDECRISTINA BEATRIZ	PANADERIA	COLOMBIA
104	CUASAPAS MOROCHO MARTHA TERESA	PANADERIA TIO SAM	AV. EL RETORNO
105	PANTOJA RUIZSANDRO FABIAN	PANADERIA	27 DE NOVIEMBRE
106	MENA ZULETAWASHINGTON MARCELO	PANADERIA	AV. EL RETORNO
107	TORREZ GUERRA SANDRA GEOBANA	PANADERIA	ISLA SANTA ISABEL
108	IBUJES PRADOGILDA MARIA	PANADERIA	CALLE S/N
109	CERÓN PADILLA AMANDA VERONICA	PANADERIA	AV. CAP. CRISTOBAL DE TROYA
110	LEÓN ORBEGABRIELA PAULINA	PANADERIA	GALÓ PLAZA SN
111	MENA ANDRADE BLANCA ESPERANZA	PANADERIA	AMBUQUI LA PLAYA FRENTE A GASOLINERA AMBUQUI
112	MENDEZ LOMAS	PANADERIA	O MOSQUERA 09-011
113	VALDIVIESO ESCOBAR	PANADERIA	LA ESPERANZA MANUEL FREIRE S/N FRENTE ESC M ACOSTA
114	TIRADO FUENTESCARLOS ANDRES	PANADERIA	S ANT 27 NBVRE 8-46
115	MORALES PINTO MARIANA DE JESUS	PANADERIA	19 DE ENERO
116	CHACA REVELO OLGA SENEIDA	PANADERIA	13 DE ABRIL 29-124
117	YAR TAPIAMONICA PATRICIA	PANADERIA EL ROSARIO	ISLA SANTA ISABEL 02-59
118	RUALES ENRARAVEONICA PATRICIA	PANADERIA	URB PILANQUI PD MZ19 2-36
119	AGUIRRE CHAVEZ FLERIDA MARCELA	PANADERIA	LITA 200M ANTES GASOLINERA
120	BURBANO BENAVIDES SONIA GUADALUPE	PANADERIA SU PAN	IBARRA COND PACARI 2 CASA 24
121	PADILLA TIPANTUÑA ELVIA LUCILA	PANADERIA	PRINCESA PACCHA 8-148
122	FLORES SARANGO ADRIANA ALEXANDRA	PANADERIA	PRIORATO MOJANDA 4-01
123	JUSTICIA ARIAS LEONARDO FABIO	PANADERIA TU ELECCIÓN	S ANT 200M IZQ.DE LA "Y" CALLE A LA COMPANIA
124	NICOLALDE NAVARRETE ROSA ELVIRA	PANADERIA	S ANT LOT.S AGUSTIN PERU Y VENEZUELA
125	BASTIDAS CARDENAS MARIA DEL CARMEN	PANADERIA	SAN JOSE DE CHORLAVI
127	CASTILLO CORTEZ EMER FERNANDO	PANADERIA	A CORDERO 02-046
128	CABASCANGO BEDOYA ROSA YOLANDA	PANADERIA LAS CUATRO ESQUINAS	OTTO TORRES 5-15
PANADERIAS Y PASTERELIAS DE LA CIUDAD DE IBARRA			
No.	NOMBRE DEL PROPIETARIO	NOMBRE DEL LOCAL	DIRECCIÓN
1	TORO CAÑAREZ HUGO GALO	PANADERIA Y PASTERELIA	BELLAVISTA DE CARANQUI
2	CAICEDO PLAZA TULA DEL PILAR	PANADERIA Y PASTERELIA	CISNE 1-141 Y PUYO
3	ALVAREZ RECALDE MARIA DEL CONSUELO	PANADERIA Y PASTERELIA SU DULCE PAN	CUENCA S/N
4	RUIZ RUIZ ROSA INES	PANADERIA Y PASTERELIA	OVIEDO 11-65
5	CHEZA PUENTESTAR FANNY ELENA	PANADERIA Y PASTERELIA	OVIEDO 11-12
6	BERMEJO CALLE KARLA MARIA	PANADERIA Y PASTERELIA	AV LUIS TAFUR 03-069
7	ROSETO ERAZO CLAUDIA MABEL	PANADERIA Y PASTERELIA	SALINAS
8	RODRIGUZ MOREANO JESSICA ROSA	PANADERIA Y PASTERELIA MI PAN	JUAN L MERA 01-083
9	FRANCO CLAUDIO IBETH MARGARITA	PANADERIA Y PASTERELIA	SEGUNDO LUIS MORENO 5-82
10	CASTRO IPIALES JENNY ROCIO	PANADERIA Y PASTERELIA	TANGUARIN ALEJANDRO LOPEZ 6-007 LINEA FERREA
11	BENAVIDES GARCIA JOSE PATRICIO	PANADERIA Y PASTERELIA	AV ATAHUALPA 18-097
12	CUASAPAZ DUARTE NARCIZA DE JESUS	PANADERIA Y PASTERELIA	S ANT BELLAVISTA
13	VALLEJO BENALCAZAR SHOYANI DEL ROSARIO	PANADERIA Y PASTERELIA	PRIORATO PURUHANTA 2-248
14	BARAHONA MURILLO MARIA DEL CARMEN	PANADERIA Y PASTERELIA RICO SABOR	GALO REA S/N
PASTERELIAS DE LA CIUDAD DE IBARRA			
No.	NOMBRE DEL PROPIETARIO	NOMBRE DEL LOCAL	DIRECCIÓN
1	CHAVEZ JARRIN DORA JUDITH	PASTERELIA LA SABROSITO	AV M ACOSTA 16-051
2	ALBA ANGAMARCA CARMEN MARINA	PASTERELIA LA DULCE MIEL	EL MILAGRO LOS GUAYABOS 1-12
3	SANTACRUZ VASQUEZ MARIA ELENA	PASTERELIA LOS BOCADITOS	ZUMBA 06-25
4	VALLEJO MAHECHA DELFA EDILMA	PASTERELIA EL ROSAL	LA PRIMAVERA D DE ALMAGRO 3-50