



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 PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAN INTEGRAL DE ZANAHORIA BLANCA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.

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

AUTORA: DE LA TORRE, C. Marcela.

Director: Ing. HERRERA, Pedro

IBARRA, JULIO, 2014

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como objetivo principal determinar la factibilidad de la creación de una microempresa de producción y comercialización de pan integral de zanahoria blanca en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, para el cual se analizó varios aspectos. Se realizó el diagnóstico situacional de la ciudad de Ibarra donde se implantará la nueva unidad productiva, de igual forma es importante tener claro los conceptos y significados de los temas que se encuentran en la presente investigación lo que se sustenta las bases del marco teórico las cuales nos servirán en el desarrollo del proyecto. En el estudio de mercado podemos identificar las oportunidades de producir este producto, además de identificar la oferta, demanda y definir la demanda insatisfecha que servirá de base para poder dar inicio a la producción de pan integral, luego se realizó el estudio técnico para determinar la macro y micro localización de la microempresa, la ingeniería del proyecto donde se estableció el presupuesto de la inversión y el cálculo del capital con el que se dará inicio a las actividades del proyecto. En el estudio financiero se encuentran los estados financieros y los indicadores que garantizan la viabilidad del proyecto, seguidamente se procedió a realizar la estructura organizacional de la microempresa donde se encuentra detallado las funciones del personal que labora dentro de la misma, también se especifica la misión, visión, políticas, objetivos y valores organizacionales. Por último se realizó un análisis de los posibles impactos que el proyecto origina en cuanto al aspecto social, económico, ambiental y educativo; concluyendo con las respectivas conclusiones y recomendaciones del proyecto.

SUMMARY

The present project has like objective principal determine the feasibility of creating a micro production and marketing of bread integral the carrot white in the city of Ibarra, province Imbabura, to which was analyzed various aspects. Was performed the diagnosis situational of the city of Ibarra which will be implemented the new unit production is equally important to understand the concepts and meanings of issues found in this investigation as builds the foundation the framework theoretical which will help us in developing the project. In the study market, we can identify opportunities to produce this product, in addition to identifying the offer, demand and define demand unmet as a basis to begin the production of bread integral, then performed the study technician to determine the macro and micro, location of microenterprise, engineering project which established the budget investment and the capital calculation with which will start activities the project. The study financial found states financial and indicators that ensure the viability of the project then proceeded to make the structure organizational microenterprise is located detailed functions of personnel working within of the same, also specified mission, vision, policies, objectives and values organizational. Finally was performed an analysis of the possible impacts of the project originates as to aspect social, economic, environmental and education; concluding with the respective conclusions and recommendations of the project.

AUTORÍA

CERTIFICADO DE AUTORÍA ASESOR

Yo, **Irma Marcela De La Torre Cacuangó**, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100334146-6, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAN INTEGRAL DE ZANAHORIA BLANCA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

.....
MARCELA DE LA TORRE

Irma Marcela De La Torre Cacuangó

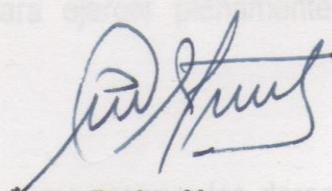
C.I. 100334146-6

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la estudiante Irma Marcela de la Torre Cacuangó, para optar por el título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría C.P.A con el tema: **“Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa Productora y Comercializadora de Pan Integral de Zanahoria Blanca, en la Ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura”**

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.



Ing. Pedro Herrera

DIRECTOR DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, **Irma Marcela De La Torre Cacuangó**, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100334146-6, 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 del trabajo denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAN INTEGRAL DE ZANAHORIA BLANCA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C. P. A.**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

DATOS DE CONTACTO

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.

DATOS DE LA OBRA

TÍTULO:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAN INTEGRAL DE ZANAHORIA BLANCA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA
AUTORA:	Irma Marcela De La Torre Cacuangó
FECHA:	C.I. 100334146-6
PROGRAMA:	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría C.P.A.
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ing. Pedro Herrera

Ibarra, 24 de Julio del 2014.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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:	100334146-6		
APELLIDOS Y NOMBRES:	De La Torre Cacuango Irma Marcela		
DIRECCIÓN:	Pugacho Bajo, Calle 10 de Agosto y 15 de Enero		
EMAIL:	mary_r7733@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062631577	TELÉFONO MÓVIL:	0986916003

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAN INTEGRAL DE ZANAHORIA BLANCA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”
AUTORA:	De La Torre Cacuango Irma Marcela
FECHA:	24/07/2014
PROGRAMA:	Pregrado
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A.
ASESOR/DIRECTOR:	Ing. Pedro Herrera

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Irma Marcela De La Torre Cacuangó, con cédula de identidad N° 100334146-6, 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 forma 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

Marcela De La Torre

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar los 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 del contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamo por parte de terceros.

Ibarra, 24 de Julio del 2014

AUTORA:

ACEPTACIÓN:

.....
MARCELA DE LA TORRE

Irma Marcela De La Torre Cacuangó
C.I. 100334146-6

.....
Betty Chávez

Ing. Betty Chávez
JEFA DE BIBLIOTECA

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a Dios por brindarme la salud y ser la luz que guía mi camino, a mi madre Rosario por ser la persona que día tras día ha sido ejemplo de perseverancia y me ha brindado su apoyo incondicional, a mis hermanos Janeth y Alejandro quienes son el motor que mueve mi vida y a quienes de una u otra manera estuvieron a mi lado brindándome su apoyo para la culminación de una más de mis metas.

Marcela De La Torre

AGRADECIMIENTO

Mi más sincero agradecimiento a mi madre quien es la inspiración de mi vida, a la Universidad Técnica del Norte, de manera especial a los docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas quienes impartieron sus conocimientos y experiencias durante mi etapa estudiantil.

A mi asesor Ing. Pedro Herrera quien con sus conocimientos, experiencia y guía profesional, supo brindarme su apoyo para la culminación del presente estudio.

A todos quienes forman parte de mi querida Facultad, donde encontré grandes amistades quienes contribuyeron a mi crecimiento personal y profesional, gracias por su paciencia, consejos y por su apoyo incondicional para la culminación de mi carrera estudiantil.

Marcela De La Torre

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

- Determinar la factibilidad de la creación de una microempresa productora y comercializadora de pan integral de zanahoria blanca en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional del entorno en el cual se va a implantar la microempresa para determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.
- Estructurar las bases teóricas y científicas para conformar un marco teórico que justifique el desarrollo del proyecto.
- Realizar un estudio de mercado mediante el cual se pueda establecer la demanda potencial insatisfecha de pan integral en la ciudad de Ibarra.
- Realizar un estudio técnico que permita determinar la localización y la infraestructura física adecuada del proyecto.
- Analizar la factibilidad económica del proyecto para determinar si es viable.
- Diseñar una estructura organizativa y funcional para la microempresa productora y comercializadora de pan integral de zanahoria blanca en la ciudad de Ibarra.
- Identificar los principales impactos positivos y negativos que generará la ejecución del proyecto en la ciudad de Ibarra para ejecutar medidas de prevención de aspectos negativos.

PRESENTACIÓN

El objetivo principal del presente proyecto es el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de pan integral de zanahoria blanca en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura. A continuación se presenta un resumen de los siete capítulos que conforman el análisis del proyecto para poder determinar su factibilidad.

En el primer capítulo se realizó un diagnóstico situacional mostrando antecedentes históricos sobre la ciudad de Ibarra, de igual forma del barrio San José de Cananvalle, se determinó aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que se encuentran en el entorno para así poder realizar un análisis de aspectos más importantes.

En el segundo capítulo se estructuró el marco teórico que comprende las bases teóricas y científicas relacionadas con los diferentes temas que abarca el proyecto que se obtuvo a través de libros, revistas, páginas en internet entre otros.

El tercer capítulo describe el estudio de mercado con la finalidad de establecer si en el mercado existe una demanda insatisfecha, a través de la aplicación de encuestas para determinar la oferta y demanda del producto, se analiza de igual forma a la competencia, el precio y las estrategias que serán necesarias para introducir el nuevo producto al mercado.

El cuarto capítulo presenta el estudio técnico para establecer la localización, distribución de la planta, el proceso de producción, el total de la inversión fija, requerimiento de talento humano, capital de trabajo y materias primas necesarias para la puesta en marcha de la microempresa de pan integral de zanahoria blanca.

En el quinto capítulo se realizó el estudio económico financiero indicando los datos de la inversión necesaria para dar inicio a las actividades de producción y comercialización de pan integral de zanahoria blanca, los estados financieros que sirven de base para realizar el respectivo análisis de los indicadores financieros para verificar la viabilidad del proyecto

El sexto capítulo muestra la propuesta organizacional de la microempresa detallándose la misión, visión, valores corporativos, políticas de distribución, las funciones del personal y todos los requerimientos necesarios para poner en marcha el proyecto.

El séptimo capítulo analiza los posibles impactos que genera la implementación del proyecto en el aspecto social, económico, ambiental, educativo y el impacto general que se causará en el entorno de la ciudad de Ibarra. Para finalizar se ha redactado conclusiones y recomendaciones a las cuales se ha llegado luego de culminar el presente trabajo.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD	viii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
OBJETIVOS DEL PROYECTO	xi
OBJETIVO GENERAL	xi
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	xi
PRESENTACIÓN	xii
ÍNDICE GENERAL	xiv
ÍNDICE DE CUADROS	xxi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxiv
CAPÍTULO I	25
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	25
Antecedentes	25
Ubicación geográfica	26
Extensión y límites	26
Superficie	26
Clima	26
Constitución de Ibarra	27
Objetivos	27
Objetivo general	27
Objetivos específicos	27

VARIABLES DIAGNÓSTICAS	27
Indicadores	28
Matriz de relación diagnóstica	29
Análisis de las variables diagnósticas	30
Antecedentes históricos	30
Población	31
Cultura	31
Costumbres	32
Inflación	33
Actividades económicas	33
Construcción de la matriz AOOD	34
Cruces estratégicos	35
Identificación de la oportunidad de inversión	36
CAPÍTULO II	37
MARCO TEÓRICO	37
Definición	37
Clasificación de las microempresas	38
Pan integral	39
Proceso de panificación	39
Zanahoria blanca	40
Propiedades de la zanahoria blanca	40
Morfología de la zanahoria blanca	41
Estudio de mercado	42
El producto	42
La oferta	43
El precio	43
La demanda	44
La comercialización	44
Mercado meta	45
Segmento de mercado	45
Estudio técnico	45
Tamaño del proyecto	46

Localización del proyecto.....	46
Macro localización	46
Micro localización.....	46
Ingeniería del proyecto	47
Procesos productivos.....	47
Flujo grama de procesos	47
Tecnología	47
Maquinaria y equipo.....	47
Estudio financiero	48
Materia prima	48
Costos indirectos de fabricación (CIF)	48
Gastos administrativos.....	48
Gastos de venta.....	48
Ingresos	49
Balance general	49
Estado de pérdidas y ganancias	49
Flujo de caja.....	50
Valor actual neto (VAN)	50
Tasa interna de retorno (TIR).....	50
Costo beneficio	51
Período de recuperación de la inversión.....	51
Punto de equilibrio	52
Orgánico estructural.....	52
Misión	52
Visión	52
Organización estructural	52
Organigrama estructural	53
Orgánico funcional.....	53
Impactos	53
Impacto económico.....	53
Impacto educativo y empresarial	53
Impacto ambiental.....	54

CAPÍTULO III.....	55
ESTUDIO DE MERCADO.....	55
Presentación.....	55
Objetivos.....	56
Objetivo general.....	56
Objetivos específicos.....	56
Identificación del producto.....	57
Identificación de la población a investigar.....	59
Cálculo de la muestra.....	60
Diseño de instrumentos de investigación.....	61
Información primaria.....	61
Información secundaria.....	61
Evaluación de la información.....	62
Identificación de los locales a investigar.....	72
Evaluación de la información.....	72
Identificación de la demanda.....	74
Proyección de la demanda.....	74
Identificación de la Oferta.....	75
Proyección de la oferta.....	76
Balance oferta-demanda.....	77
Capacidad de producción.....	77
Análisis de precios.....	78
Proyección de precios.....	78
Canal directo.....	79
Canal Indirecto.....	79
Promoción y publicidad.....	80
Estrategias de gestión del servicio.....	80
CAPÍTULO IV.....	81
ESTUDIO TÉCNICO.....	81
Localización del proyecto.....	81
Ubicación de la empresa.....	83
Ingeniería del proyecto.....	84

Flujogramas de producción y comercialización	88
Presupuesto técnico	90
CAPÍTULO V.....	97
ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO	97
Determinación de Ingresos	97
Determinación de egresos	97
Costos de producción	98
Gastos administrativos.....	100
Gastos de venta.....	102
Gastos financieros	103
Estados financieros.....	105
Estados de situación inicial.....	105
Estados de pérdidas y ganancias	107
Flujo de caja.....	107
Evaluación financiera.....	108
Tasa de rendimiento medio o costo de oportunidad	108
Valor actual neto.....	109
Tasa interna de retorno.....	110
Relación costo beneficio	111
Periodo de recuperación de la inversión.....	112
Punto de equilibrio	116
CAPÍTULO VI.....	119
PROPUESTA ORGANIZACIONAL.....	119
Base legal	119
Constitución jurídica.....	119
Aspectos legales.....	119
Denominación de la empresa	119
Razón social	119
Representante legal.....	120
Requisitos	120
Obtener el registro único de contribuyentes (RUC)	120
Obtener la patente municipal del GAD Ibarra	120

Permiso de funcionamiento del ministerio de salud pública.....	120
Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos	121
Aspecto tributario	121
Aspecto laboral	122
Aspecto ambiental	123
Seguridad industrial	124
Logotipo y slogan.....	124
Importancia	125
Elementos estratégicos.....	125
Misión	125
Visión	125
Valores corporativos	126
Políticas	127
Estructura organizacional	130
Nivel administrativo	131
Nivel ejecutivo.....	132
Nivel operativo	132
Manual de funciones.....	132
CAPÍTULO VII.....	137
IMPACTOS DEL PROYECTO	137
Impacto social.....	138
Fuente de trabajo.....	138
Impacto económico.....	139
Estabilidad económica	140
Impacto educativo.....	140
Fomentar la investigación	141
Impacto ambiental.....	142
Manejo de desechos.....	142
CONCLUSIONES	144
RECOMENDACIONES.....	145
BIBLIOGRAFÍA.....	146
LINKOGRAFÍA.....	147

ANEXOS.....	148
ANEXO N° 1	149
ANEXO N° 2	151
ANEXO N° 3	152

ÍNDICE DE CUADROS

1: Matriz de relación diagnóstica.....	29
2: Matriz AOOR.....	34
3: Cruce estratégico AOOR	35
4: Receta de pan integral de zanahoria blanca.....	58
5: Características nutricionales de la zanahoria blanca	59
6: Población urbana de la ciudad de Ibarra	59
7: Población del sector urbano de la ciudad de Ibarra por grupos de edad	60
8: Consumo de pan.....	63
9: Tipos de pan que consume.....	64
10: Consumo de pan en unidades	65
11: Consumiría pan integral de zanahoria blanca.....	66
12: Cuánto paga por unidad de pan.....	67
13: Precio máximo que pagaría por unidad de pan	68
14: Reemplazaría el pan que consume por el pan integral de zanahoria blanca	69
15: Conoce las propiedades de la zanahoria blanca	70
16: Presentación del pan	71
17: Venta de pan por quintales	72
18: Venta de pan en unidades	73
19: Consumo de pan.....	74
20: Proyección de la demanda.....	75
21: Oferta histórica.....	75
22: Proyección de la oferta	76
23: Balance oferta-demanda.....	77
24: Capacidad de producción	78
25: Proyección de precios.....	79
26: Área del proyecto	84
27: Simbología de flujogramas de producción	88
28: Maquinaria y equipo de producción	90

29: Equipos de computación.....	91
30: Muebles y enseres.....	91
31: Talento humano.....	91
32: Materiales de producción.....	92
33: Materiales indirectos.....	93
34: Otros costos indirectos.....	93
35: Gastos administrativos.....	94
36: Gastos de venta.....	94
37: Gastos financieros.....	94
38: Inversión fija.....	95
39: Resumen del capital de trabajo.....	95
40: Resumen total de la inversión.....	96
41: Composición del capital.....	96
42: Volumen de ventas.....	97
43: Materiales proyectados.....	98
44: Mano de obra directa.....	98
45: Costo de mano de obra directa.....	99
46: Materiales indirectos.....	99
47: Otros costos indirectos.....	99
48: Depreciaciones de producción.....	100
49: Resumen costos indirectos.....	100
50: Resumen de costos de producción.....	100
51: Suministros de oficina.....	101
52: Suministros de aseo y limpieza.....	101
53: Servicios básicos.....	101
54: Depreciaciones de administración.....	102
55: Resumen de gastos administrativos.....	102
56: Depreciaciones de venta.....	102
57: Resumen de gastos de venta.....	103
58: Tabla de amortización.....	104
59: Gasto interés.....	105
60: Resumen de egresos proyectados.....	105

61: Estado de situación inicial.....	106
62: Estado de pérdidas y ganancias	107
63: Flujo de caja.....	108
64: Costo de oportunidad.....	108
65: Valor actual neto	110
66: Tasa interna de retorno.....	110
67: Relación costo beneficio	112
68: Periodo de recuperación de la inversión	113
69: Estado de pérdidas y ganancias con una disminución en sus ventas de un 2%.....	114
70: Flujo de caja con una disminución en sus ventas de un 2%.....	114
71: Análisis TIR VAN	115
72: Estado de pérdidas y ganancias con una disminución en sus ventas del 4%.....	115
73: Flujo de caja con una disminución en sus ventas del 4%	116
74: Análisis.....	116
75: Cálculo del punto de equilibrio	117
76: Tabla de valoración de impactos	137
77: Matriz de impacto social	138
78: Matriz de impacto económico	139
79: Matriz de impacto educativo	140
80: Matriz de impacto ambiental	142
81: Matriz de impacto general.....	143

ÍNDICE DE GRÁFICOS

N° 1: Identificación del producto	57
N° 2: Consumo de pan.....	63
N° 3: Tipos de pan que consume.....	64
N° 4: Consumo de pan en unidades	65
N° 5: Consumiría pan integral de zanahoria blanca.....	66
N° 6: Cuanto paga por unidad de pan.....	67
N° 7: Precio máximo que pagaría por unidad de pan	68
N° 8: Reemplazaría el pan que consume por el pan integral de zanahoria blanca	69
N° 9: Conoce las propiedades de la zanahoria blanca	70
N° 10: Presentación del pan	71
N° 11: Venta de pan en unidades	73
N° 12: Mapa de la provincia de Imbabura.....	81
N° 13: Micro localización.....	82
N° 14: Diseño de la Infraestructura	83
N° 15: Flujograma de producción y comercialización	89
N° 16: Logotipo	125
N° 17: Organigrama estructural	131

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

Nuestro país se caracteriza por poseer una gran variedad de suelos los mismos que han permitido que se desarrolle la actividad agropecuaria, convirtiéndose así en una actividad primordial en los habitantes de la mayoría de los sectores ya sea urbano o rural.

Ibarra es la capital de la provincia de Imbabura (Ecuador), la ciudad se encuentra edificada en las faldas del volcán que lleva el mismo nombre de la provincia. Por su ubicación geográfica se la nombro sede administrativa de la región 1 conformada por las provincias de Esmeraldas, Carchi, Sucumbíos e Imbabura.

La Villa de San Miguel de Ibarra fue fundada por el Capitán Cristóbal de Troya por mandato del entonces Presidente de la Real Audiencia de Quito Miguel de Ibarra y bajo la orden del Rey Felipe de España, el 28 de septiembre de 1.606 en los terrenos donados por doña Juana Atabalipa, nieta de Atahualpa, el último de los incas.

La junta soberana de Quito, el 11 de noviembre de 1.811 dio a la Villa de San Miguel de Ibarra el título de ciudad, posteriormente el 11 de noviembre de 1.829 el libertador, Presidente de la República de Colombia Simón Bolívar, nombro a la ciudad capital de la provincia.

Fue prácticamente destruida por el terremoto del 16 de agosto de 1.868, donde fallecieron cerca de 20.000 personas, los sobrevivientes de este suceso se trasladaron a los llanos de Santa María de la Esperanza, donde

se reubicaron y vivieron por cuatro años. Finalmente el 28 de abril de 1.872, los Ibarreños regresaron a la rehecha ciudad.

1.2. Ubicación geográfica

Ibarra está ubicada en la zona norte del Ecuador, se ubica a 115 km al noreste de Quito y 125 km al sur de Tulcán. Su clima es subtropical de tierras altas, su temperatura oscila entre 12°C y los 25°C, a una altitud de 2.225 metros sobre el nivel del mar.

1.2.1. Extensión y límites

- a) Norte:** Provincia del Carchi
- b) Sur:** Provincia de Pichincha
- c) Este:** Provincia de Sucumbíos
- d) Oeste:** Provincia de Esmeraldas

1.2.3. Superficie

Ibarra cuenta con una superficie de 1.162.55 km² (mil ciento sesenta y dos con cincuenta y cinco kilómetros cuadrados).

1.2.4. Clima

Se caracteriza por poseer una variedad de climas que van desde el frío andino en la zona de Angochagua, hasta el tropical seco del valle del chota, pasando por el cálido húmedo de la zona de Lita y la Carolina, con una temperatura promedio de 18°C, considerado favorable para el avance de la agricultura donde se observan cultivos como: maíz, frejol, tomate, papas, yuca, hortalizas y verduras, entre otros.

1.2.5. Constitución de Ibarra

El cantón Ibarra está constituido por cinco parroquias urbanas: San Francisco, El Sagrario, Caranqui, Alpachaca y Priorato; y siete parroquias rurales: San Antonio, La Esperanza, Angochagua, Ambuqui, Salinas, La Carolina y Lita.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

- Realizar un diagnóstico situacional del entorno en el cual se va introducir la microempresa para identificar los principales aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

1.3.2. Objetivos específicos

- Establecer antecedentes históricos de la ciudad de Ibarra para destacar aspectos importantes del entorno donde se va a desarrollar el proyecto.
- Determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendría la nueva microempresa a implantarse para formular estrategias que permitan incorporarse en el mercado.
- Analizar la situación socio demográfica para identificar aspectos importantes para el desarrollo del proyecto.
- Establecer aspectos socioeconómicos del área en la cual se implantará el proyecto.

1.4. Variables diagnósticas

Las variables que serán motivo de estudio del siguiente diagnóstico son las que presento a continuación:

- Antecedentes Históricos

- Análisis del Entorno
- Situación Demográfica
- Situación Socioeconómica

1.5. Indicadores

a) Antecedentes históricos

- Datos Históricos

b) Análisis del entorno

- Aliados
- Oponentes
- Oportunidades
- Riesgos

c) Situación demográfica

- Datos Poblacionales
- Datos Estadísticos

d) Situación socioeconómica

- Economía
- Inflación
- Actividades Comerciales

1.6. Matriz de relación diagnóstica

Cuadro 1 Matriz de relación diagnóstica

Objetivos	Variables	Indicadores	Fuentes de Información	Instrumentos
1.-Establecer antecedentes históricos de la ciudad de Ibarra para destacar aspectos importantes del entorno donde se va a desarrollar el proyecto.	Antecedentes Históricos	Datos Históricos	Secundaria	Municipio de Ibarra (página web)
2.-Determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendría la nueva microempresa a implantarse.	Análisis del entorno	Aliados Oponentes Oportunidades Riesgos	Primaria	Observación Directa
3.-Analizar la situación demográfica para identificar aspectos importantes para el desarrollo del proyecto.	Situación Demográfica	Datos Poblacionales	Secundaria	INEC
4.-Establecer aspectos socioeconómicos del área en la cual se implantará el proyecto.	Situación socioeconómica	Inflación Actividades Comerciales	Secundaria	Municipio de Ibarra (página Web) INEC

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

1.7. Análisis de las variables diagnósticas

1.7.1. Antecedentes históricos

Ibarra (Villa de San Miguel de Ibarra) es una ciudad ubicada en la región andina al norte del Ecuador. Conocida históricamente como "La Ciudad Blanca" llama la atención del turismo dada su historia colonial, su pasado español, las riquezas paisajísticas y la cercanía a otros núcleos turísticos como Otavalo, Cotacachi, Quito zona de los grandes valles, Cayambe y Atuntaqui. Ibarra cuenta con una historia que viene desde la época de los incas, e incluso antes, desde los quitus y caranquis, pasando por la extensa y monumental edad española, su colonia y la época de inmigración, los vestigios de luchas independentistas que cubrieron la Ibarra del siglo XIX, además, su grande clima mediterráneo, muy templado, soleado en verano y campañesco en invierno son los sellos atrayentes de la urbe andina. Es una ciudad cultural en donde predomina el arte, la escritura, la pintura, el teatro y la historia; además existe una gran producción turística y hotelera ofrecida para toda la zona y es el centro de desarrollo económico, educativo y científico de la zona norte del Ecuador.

El 17 de Julio de 1823 tuvo lugar la encarnizada Batalla de Ibarra, dirigida por Simón Bolívar, que liberó la región del dominio español. El coronel Agustín Agualongo, Comandante realista de Pasto, aprovechando un posible descanso de Bolívar en El Garzal, en la provincia de Los Ríos, se sublevó el 12 de julio de 1823. Bolívar, escuchando que Agualongo había vencido al coronel Juan José Flores, se pone en marcha para acabar con la insurrección de Pasto.

Simón Bolívar, después de 7 días de marchas forzadas vence a Agualongo. Bolívar reunió a sus tropas en Otavalo, y el 17 de julio de 1823 derrota a Agualongo en las calles de Ibarra y cerca de la hacienda La Victoria, que se ubica al otro lado del Río Tahuando, lugar donde está la famosa Piedra Chapetona, que recuerda el hecho. La leyenda, sin sustento práctico, dice

que sobre esta piedra se encaramó Bolívar para dirigir a sus tropas a la victoria. La batalla guarda especial importancia por ser la única dirigida personalmente por El Libertador en territorio ecuatoriano.

1.7.2. Población

La población de la ciudad de Ibarra según el último censo realizado por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) en el año 2010, es de 181.175 habitantes de los cuales 87.786 son hombres y 93.389 son mujeres.

1.7.3. Alimentación

En la ciudad de Ibarra con el paso del tiempo se ha dado preferencia por la comida rápida, pasando por alto la verdadera alimentación que nuestro organismo requiere, así en la localidad se observa la preferencia por los platos como la fritada, frituras, empanadas, helados y varios tipos de menú que sin control puede afectar a la salud de las personas. Lo positivo es que se ha ido incrementando el consumo de productos naturales y nutritivos que le den energía y vitalidad al organismo, en la actualidad existe la tendencia de atacar a la obesidad a través de una alimentación sana y que tenga vitaminas, proteínas, fibra, hierro que son elementos que benefician de manera positiva la diaria alimentación.

1.7.4. Cultura

Ibarra, es tan diverso y a lo mejor el único cantón en el país que contiene una riqueza étnica única. Atahualpa, la tierra de los Caranquis, donde encontramos pueblos como el Quichua Imbaya, que están ubicados en el sector urbano de la Ciudad de Ibarra, en lo que antes se conocía como "La Calle Larga" o "Callejón" hoy Avda. Atahualpa, en Ajaví y en otros lugares. Los Imbayas que según se dice vinieron de Otavalo y Quinchuquí. Hoy todavía es posible encontrar a sus herederos ubicados en esta ciudad de

Ibarra en el sector de Yacucalle y el redondel de Ajaví. El Pueblo Quichua Caranqui que está ubicado en la Parroquia Urbana de Caranqui, en la Parroquia de Santa María de la Esperanza, la Parroquia de Angochagua, parroquias urbanas de San Francisco, el Sagrario una parte de Ambuquí y en algunas parroquias de Pimampiro como el caso de la parroquia de Mariano Acosta.

El Pueblo Quichua Natabuela, ubicado en tres comunidades de la parroquia de San Antonio de Ibarra, lo que es san Vicente, el barrio La Cruz y Pucahuico. El Pueblo Mestizo, antes decíamos los blancos ahora nos dicen los blancos mestizos, ubicado en diferentes aéreas urbanas y rurales. El Pueblo Afro Ecuatoriano que está ubicado en la Cuenca del Río Mira y el tradicional Valle del Chota, El Juncal y otros sectores no menos importantes como la Parroquia Guayaquil de Alpachaca y bien podría decirse ahora en todas partes de la ciudad, la provincia y el país.

1.7.5. Costumbres

Las costumbres más importantes que se dan en la provincia es el Inti Raymi, la fiesta se celebra cada año en el mes de Junio, donde indígenas y pueblo en general se disfrazan, danzan y bailan al compás de del tambor y el rondador. Esta fiesta determina el final y el inicio de un año agradeciendo al Dios Sol, su grandeza y bondad con la naturaleza y sus cosechas.

San Juanes, durante esta época del año en varios lugares de la provincia se va festejando de diferentes maneras las fiestas de San Juan, según la historia tiene que ver con la celebración establecida por los españoles en la época de la conquista, celebrando el 24 de junio el natalicio de San Juan Bautista, pero se mezclaron con los rituales indígenas del Inti Raymi. Las calles de Ibarra se pintan de algarabía y color con el paso fino de los caballos que se encaminan al duro reto de la 'Cacería del Zorro', aproximadamente 400 participantes entre varias delegaciones de

haciendas y clubes del país se presentan en el desfile y tienen que enfrentarse a cinco pruebas de destreza y habilidad con sus equinos en las pendientes de tierra del vello paisaje en Yahuarcocha.

1.7.6 Inflación

En enero de 2014, el Índice de Precios al Consumidor (IPC) registró las siguientes variaciones: 0,72% la inflación mensual; 2,92% la anual y 0.72% la acumulada; mientras que para el mismo mes en el 2013 fue 0,50% la inflación mensual; 4,10% la anual y 0,50% la acumulada. La división de Alimentos y Bebidas no Alcohólicas es la que más contribuyó en la inflación. La inflación mensual de este grupo fue de 1,67%.

La variación mensual de los bienes transables fue de 1,12%, siendo superior a la variación general del IPC y a la de los bienes no transables (0,18%). El valor de la canasta familiar básica se ubicó en 628,27 dólares, mientras que el ingreso familiar (1,6 perceptores) en 634,67 dólares, esto implica una cobertura del 100% del costo de dicha canasta y un superávit del 1,02%.

1.7.7. Actividades económicas

En las actividades económicas dentro ciudad existe un incremento en los últimos años, principalmente en actividades comerciales tanto en grandes, medianas y pequeñas empresas, entre las que se destacan: construcción, ferreterías, cooperativas de ahorro y crédito, cooperativas de taxis, farmacias, panaderías, abastos, locales que prestan el servicio de internet, venta de vehículos, comida rápida, tiendas, entre otras. El turismo en la laguna de Yahuarcocha, la ruta de las iglesias, parques, balnearios, montañas, museos, comunidades y su variada gastronomía son otras de las riquezas culturales de Ibarra.

1.8. Construcción de la matriz AORR

Cuadro 2 Matriz AORR

ALIADOS	OPONENTES
<p>a) Contactos con proveedores de materia prima existentes en el sector.</p> <p>b) Condiciones geográficas adecuadas para el cultivo de zanahoria blanca en el sector.</p> <p>c) La creación de esta microempresa generará fuentes de trabajo.</p> <p>d) Infraestructura física adecuada.</p>	<p>a) Falta de organización dentro de la microempresa.</p> <p>b) Desconocimiento de los beneficios nutricionales del producto.</p> <p>c) Elevación de los costos de insumos.</p> <p>d) Mano de obra no cumpla con las políticas establecidas en la microempresa.</p>
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<p>a) Inexistencia de empresas dedicadas a la producción y comercialización de pan integral de zanahoria blanca.</p> <p>b) Instituciones financieras que proporcionan créditos.</p> <p>c) Convenio con entidades públicas y privadas.</p> <p>d) Preferencia de productos que sean nutritivos y naturales</p>	<p>a) Ordenanza municipal, cambio de leyes y nuevos impuestos.</p> <p>b) Una posible crisis económica afectaría el funcionamiento del proyecto.</p> <p>c) Plazos cortos y tasas de interés altas para obtener un préstamo.</p> <p>d) Condiciones climáticas adversas que no favorezcan el desarrollo de la zanahoria blanca en el sector.</p>

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: La Autora.

1.9 Cruces estratégicos

Cuadro 3 Cruce estratégico AOOD

ESTRATEGIAS AO (ALIADOS Y OPORTUNIDADES)	ESTRATEGIAS AR (ALIADOS Y RIESGOS)
<p>1.- Aprovechar las características del sector para incentivar la producción de zanahoria blanca que servirá de materia prima para la elaboración del producto.</p> <p>2.- Ofrecer un alimento saludable que contribuya a una mejor calidad de vida aprovechando el crecimiento poblacional y créditos de instituciones financieras.</p> <p>3.- La creación de esta microempresa generará fuentes de trabajo, además, se promoverá el consumo de un producto que es nutritivo y natural.</p>	<p>1.- Se debe buscar estrategias que permitan mejorar la atención al cliente e incrementar las ventas, de manera que se pueda minimizar el efecto de la inestabilidad de precios.</p> <p>2.- Aprovechar los recursos, insumos y materia prima disponible en el sector para lograr el posicionamiento en el mercado y la satisfacción del mismo.</p> <p>3.- Realizar capacitaciones al personal sobre nuevas formas de producción, además, obtener información sobre cambios en la política económica en el país.</p>
ESTRATEGIAS OO (OPONENTES Y OPORTUNIDADES)	ESTRATEGIAS OR (OPONENTES Y RIESGOS)
<p>1.- Al no existir competencia directa, lograr que el producto ingrese al mercado local a través de promociones de sus nutrientes y de los beneficios que proporciona en la alimentación diaria.</p> <p>2.- Implantar métodos y estrategias que permitan crear la necesidad de consumir alimentos sanos que brinden los suficientes nutrientes para el organismo.</p> <p>3.- Mejorar los canales de distribución para imponer el producto en el mercado, dando a conocer las propiedades y beneficios del pan integral de zanahoria blanca.</p>	<p>1.- Diseñar políticas acordes a la organización que permitan el desarrollo de una buena comunicación dentro de la microempresa logrando de esta manera un fortalecimiento en el ambiente laboral.</p> <p>2.- Analizar el mercado con el fin de establecer un precio adecuado para los futuros consumidores de manera que presentemos un equilibrio de precios con relación a la competencia.</p> <p>3.- Considerar las mejores alternativas para obtener un préstamo analizando tasas de interés y los beneficios que traerá a la microempresa.</p>

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: La Autora.

1.10. Identificación de la oportunidad de inversión

La mayoría de las pequeñas y medianas industrias panificadoras han utilizado la harina de trigo como la principal materia prima para la elaboración del pan, lo que ha constituido con el paso del tiempo el elemento más importante para su elaboración; la mayoría de personas recurren al pan tradicional como dieta diaria básica. La demanda de trigo ha ido superando a su producción causando complejidad para la adquisición de trigo por lo que su costo ha ido aumentando.

Es necesario promover la búsqueda de nuevas alternativas que permitan que el costo de producción de este producto disminuya o mantenerlo en un costo aceptable; el propósito del presente proyecto es proponer una alternativa para darle una nueva presentación al pan integral, utilizando harina de zanahoria blanca como base para la elaboración del pan integral.

El proyecto es original, porque se producirá un producto especial y nutritivo, la misma que aporta proteína, hierro y fibra, que son fundamentales en nuestra alimentación diaria.

Por lo tanto es necesario plantear un proyecto que permita hacer un **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PAN INTEGRAL DE ZANAHORIA BLANCA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Microempresa

2.1.1. Definición

Torres, Hernández, Zacarías, Teoría General de la Administración (2009) señala: La microempresa es la organización económica administrada por una o más personas emprendedoras, que tiene objetivos económicos, éticos y sociales, el número de trabajadores no sobrepasa las 10 personas.

(Hispanista, 2011) Se define como microempresa o pequeña empresa a aquella empresa que opera una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, y que desarrolla cualquier tipo de actividad de producción o de comercialización de bienes o de prestación de servicios.

Por lo anteriormente expuesto se puede definir lo siguiente: una microempresa es una asociación de personas que operan en una forma organizada, desarrollando actividades comerciales o de producción donde generalmente el dueño de la microempresa suele trabajar en la misma, quien a la vez tienen la necesidad de tomar las decisiones del negocio, utilizando poco equipo y capital.

2.2.2. Clasificación de las microempresas

1. Por su trabajo e importancia

a) La microempresa de producción

Son aquellas que transforman materiales, materias primas en productos elaborados, dentro de esta actividad se encuentra la elaboración de artesanías, son las más importantes ya que son las que generan empleo productivo.

b) La microempresa de comercio

Son las que tienen como actividad la compra venta de bienes y productos elaborados. Su actividad se reduce a la reventa de productos elaborados por las empresas de producción.

c) La microempresa de servicio

La cualidad de estas empresas es el hecho de ser inmateriales, es decir de consumo inmediato, es una acción que busca llenar o satisfacer una necesidad.

2. Por su organización

a) La microempresa individual

Es un solo dueño con responsabilidad ilimitada

b) La microempresa de sociedad de personas

Es la asociación de dos o más individuos como copropietarios que hacen negocios con fines de lucro, la responsabilidad es ilimitada, los beneficios

son repartidos en proporción a los aportes, por el trabajo de cada uno de los socios y por el riesgo asumido por cada socio.

2.2.3. Características de la microempresa

- a) El propietario o propietarios de la empresa laboran en la misma.
- b) El número total de trabajadores y empleados no excede de diez personas
- c) Bajo nivel tecnológico
- d) Bajo nivel organizativo
- e) Constituye el principal medio de vida de su titular
- f) Tiene un número limitado de clientes
- g) La microempresa no cuenta con el apoyo significativo de recursos privados por lo que tiene que recurrir al autofinanciamiento.

2.3. Pan integral

<http://www.biomanantial.com/pan-integral-sus-derivados-a-167es.html> *El pan es un alimento básico que forma parte de la dieta tradicional del ser humano, el pan hecho de harina de buen trigo, sin cernir, bien elaborado y perfectamente cocido, es el alimento que reúne las mejores condiciones para satisfacer las necesidades del organismo humano.*

2.3.1. Proceso de panificación

La elaboración del pan se realiza mediante un conjunto de varios pasos en cadena a continuación se muestra las etapas básicas de la elaboración del pan:

- Recepción de materia prima en producción
- Medición de la materia prima
- Mezclado y amasado

- División de la masa
- Formado
- Fermentación
- Acabados
- Horneado del pan
- Almacenamiento para su venta

2.4. Zanahoria blanca

http://www.ecured.cu/index.php/Zanahoria_blanca_o_Arracacha *La zanahoria blanca o la planta de la arracacha tienen un tronco cilíndrico corto con numerosos brotes en la parte superior de donde parten las hojas de peciolo largos y sus flores son de color púrpura. Su parte comestible es la raíz que asemeja a una zanahoria engrosada, ésta puede ser de color blanco, amarillo o morado según la variedad. Esta raíz tuberosa es apreciada no solo por su sabor sino también por su digestibilidad ya que contiene un almidón muy fino así como también un alto contenido de calcio y vitamina B3 (variedad amarilla). Los tallos jóvenes pueden ser consumidos en ensaladas y las hojas pueden ser utilizadas como forraje para ganado vacuno o porcino.*

2.4.1. Propiedades de la zanahoria blanca

Las propiedades de la zanahoria blanca son:

- De fácil digestión porque posee un almidón muy fino.
- Además, la zanahoria blanca tiene un alto contenido de calcio, vitamina A, niacina, ácido ascórbico y fósforo.
- Es muy recomendado en la dieta alimenticia de niños, ancianos y convalecientes dado su valor nutricional.

2.4.2. Morfología de la zanahoria blanca

La planta tiene cuatro fragmentos vegetativos o estructuras principales: las raíces de almacenamiento, la cepa, los tallos y las hojas.

1. Las raíces de almacenamiento

Constituyen el principal producto económico de la planta, pues allí se acumula la mayor parte del almidón y los demás nutrientes; regularmente tienen forma cónica, con longitud variable entre 5 y 25 centímetros y hasta 12 centímetros de diámetro, .son de color amarillo, crema o violáceo, pesan entre 100 y 300 gramos, aunque algunas pueden pesar más de un kilogramo. Las raíces de almacenamiento no regeneran brotes por lo cual no se les utiliza como material de propagación.

2. La cepa

<http://www.abcagro.com/hortalizas/zanahoria.asp> La cepa o tronco es una estructura cilíndrica gruesa de longitud y diámetro variables, dependiendo de factores genéticos y de manejo del cultivo. Las raíces de almacenamiento se conectan a la base de la cepa a través de cuellos o coronas comprimidas, las cuales se desprenden fácilmente de la cepa en el momento de la cosecha.

3. Los tallos

<http://www.abcagro.com/hortalizas/zanahoria.asp> son comúnmente llamados colinos, son estructuras que se desprenden de la parte superior de la cepa. Son estructuras específicas de la zanahoria blanca, los cuales presentan numerosas brotes y sirven como material de propagación. Cada uno carga de 3 a 7 hojas pecioladas.

4. Las hojas

Consisten en peciolo alargado con características de cada variedad, de 30 a 60 centímetros de longitud, de color verde intenso cuando jóvenes y amarillo cuando están maduras.

2.5. Estudio de mercado

<http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html> *El estudio de mercado trata de determinar la necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto en un área determinada, también identifica a las empresas productoras y las condiciones en que estas suministran el producto al mercado, así también el estudio de mercado, determina el régimen de formación del precio y de la manera como llega el producto de la empresa productora a los consumidores o usuarios.*

2.5.1. El producto

Anzola, Rojas Sérvulo, (2010) pág.347: *un producto puede ser definido desde muchos puntos de vista; es así como para la producción, producto es el resultado de la interacción entre mano de obra maquinaria y materiales, que intervienen en un proceso que se llama transformación de lo cual puede resultar un bien o un servicio.*

Según el concepto mencionado se puede definir que un producto es el resultado de la combinación de materiales, procesos precisados y mano de obra destinados a la satisfacción de los consumidores en cuanto a un bien o un servicio.

2.5.2. La oferta

<http://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>

la oferta es la cantidad de productos y/o servicios que los vendedores pueden y quieren vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado para satisfacer las necesidades y los deseos de los consumidores.

La oferta es una actividad mediante la cual se presenta en un mercado ciertas mercancías con el objeto de ser ofrecidas para su venta. Para realizar la oferta de un producto se debe analizar el mercado con el fin de establecer un mecanismo que permita lograr la un mercado satisfecho.

2.5.3. El precio

Kotler, Philip; ARMSTRONG, Gary; (2012) pág.747: la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de los valores que intercambian los consumidores por los beneficios de poseer o utilizar el producto o servicio.

<http://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>

el precio es un monto de dinero asignado a un producto o servicio, o la suma de los valores que los compradores intercambian por los beneficios de tener o usar un producto o servicio.

Luego de haber analizado las definiciones anteriores se puede definir que el precio es el valor expresado en dinero a cambio de un bien o servicio que causen satisfacción al comprador.

2.5.4. La demanda

Florés Uribe, Juan Antonio (2010) pág. 36 afirma: La demanda es el proceso mediante el cual se logran determinar las condiciones que afectan al consumo de un bien o servicio. Para su estudio es necesario conocer datos históricos que nos permitan analizar su comportamiento y así mismo, conocer la tendencia que muestra el bien o servicio que se va a comercializar y con base en esta información, poder proyectar el comportamiento futuro de la demanda.

Analizado el concepto anterior, la demanda es la una parte importante del proyecto ya que se requiere saber las necesidades de los clientes potenciales y sus deseos para determinar un producto o servicio que permita satisfacer las necesidades de una sociedad en común.

2.5.5. La comercialización

Garnica, Maubert (2009) pág. 239 afirma: La comercialización, en esta etapa se planea y finalmente, se ponen en práctica los programas de producción y marketing a gran escala. Una vez que el producto nace y entra en su ciclo de vida, el ambiente competitivo externo se convierte en el principal determinante de su destino.

Córdova, Marcial, (2011) pág. 78 afirman: es la transferencia de un bien o de un servicio del productor al consumidor o usuario. Las decisiones sobre el canal de distribución o comercialización se encuentran entre los más importantes que debe tomar la administración pues afectan de manera directa todas las demás decisiones de mercadotecnia.

Según los conceptos anteriormente expuestos se pueden establecer lo siguiente, la comercialización es una etapa donde se planea y se ejecuta programas de producción necesarios para la introducción de un nuevo producto en el mercado, tomando en cuenta los gastos de publicidad y otras actividades de marketing.

2.5.6. Mercado meta

El mercado meta es un conjunto de compradores que presentan características comunes a los que la empresa luego de un estudio toma la decisión de dirigir el producto o servicio.

2.5.7. Segmento de mercado

Garnica, Maubert (2009) pág. 141 dice: la segmentación del mercado es la división del mercado total en una serie de submercados de compradores o de posibles compradores.

De acuerdo a la definición anterior se define; la segmentación de mercado consiste en la división del mercado total en mercados más pequeños de acuerdo a sus gustos y preferencias.

2.6. Estudio técnico

<http://admluisfernando.blogspot.com/2009/04/ii-estudio-tecnico.html> *El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, y se determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción.*

2.6.1. Tamaño del proyecto

Se refiere a la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio durante la vigencia del proyecto. Es importante definir la unidad de medida del tamaño del proyecto para establecer la cantidad de producción o de prestación del servicio por un tiempo determinado.

2.6.2. Localización del proyecto

El estudio de la localización del proyecto consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas de locación con el fin de buscar la solución en la cual el resultado de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario.

2.6.3. Macro localización

<http://www.aulafacil.com/proyectos/curso/Lecc-7.htm> Es poder comparar alternativas entre las zonas del país y seleccionar la que ofrece mayores ventajas para el desarrollo del proyecto tomando en cuenta factores importantes como: costo de transporte de insumos y productos, recurso humano, disponibilidad de insumos, entre otros.

El estudio de la localización del proyecto tiene como objetivo encontrar la ubicación más ventajosa, cubriendo las exigencias y requerimientos necesarios los cuales contribuyan a minimizar costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto.

2.6.4. Micro localización

emprenderagrofitec2miraflores.wikispaces.com/ Conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, selección y delimitación precisa del área en que se localizará y operará el proyecto dentro del marco zona.

Con respecto a la micro localización del proyecto consiste en elegir el punto preciso, dentro de la zona en donde se ubicara definitivamente la empresa o negocio.

2.6.5. Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto se refiere a aquella parte del estudio técnico, que se relaciona con su fase de producción; que permita optimizar los recursos disponibles para la fabricación del producto o la presentación del servicio.

2.6.6. Procesos productivos

Es el conjunto de elementos, personas y acciones que transforman materiales o brindan servicios de cualquier índole, es decir que se agrega algún tipo de valor.

2.6.7. Flujo grama de procesos

Consiste en la representación gráfica de los pasos de un proceso para realizar un producto, un servicio o una información determinada tomando en cuenta el grado de detalle de la información, las limitaciones, los símbolos, los inicios y terminación de actividades, conectar todos los pasos, revisar y poner en marcha el flujo grama.

2.6.8. Tecnología

Es el conjunto de conocimientos técnicos, equipos y procesos que se emplean para obtener un bien o prestar un servicio.

2.6.9. Maquinaria y equipo

Son bienes adquiridos para el uso de los mismos, en beneficio de la entidad para la transformación de materiales en bienes o servicios que permita venderlos en el curso normal de operaciones de la entidad.

2.7. Estudio financiero

2.7.1. Materia prima

Son los materiales que serán sometidos a operaciones de transformación o manufactura para su cambio físico y/o químico, antes de que puedan venderse como productos terminados.

2.7.2. Mano de obra

Es el esfuerzo humano que interviene en el proceso de transformar las materias primas en productos terminados.

2.7.3. Costos indirectos de fabricación (CIF)

También llamados gastos de fabricación o costos indirectos, son el conjunto de costos fabriles que intervienen en la transformación de los productos y que no se identifican o cuantifican plenamente con la elaboración de partidas específicas de productos, procesos productivos o centros de costo determinados.

2.7.4. Gastos administrativos

Los gastos administrativos son valores destinados al normal desarrollo de este departamento por ejemplo: arriendo del departamento de administración, útiles de oficina, sueldos y beneficios sociales de administración, aporte patronal, entre otros.

2.7.5. Gastos de venta

Son valores destinados al normal desarrollo de este departamento, por ejemplo: sueldos y beneficios sociales del departamento de ventas, gastos de viaje y movilización de vendedores, comisiones en ventas, publicidad y propaganda, entre otros.

2.7.6. Ingresos

Sarmiento, Rubén (2010) pág.36: son todos los ingresos monetarios, los que van a estar en función de la actividad de la empresa y su estructura (un ejercicio económico).

Según la definición anterior los ingresos son las que van depender de la actividad de la empresa y se presenta en términos monetarios.

2.7.7. Egresos

Sarmiento, Rubén (2010) pág.37: *son todos los gastos monetarios, que significan desembolsos para la empresa, los que van a estar en función de su organización.*

De acuerdo a la definición anterior se establece que los egresos son gastos o desembolsos para la empresa, los mismos que van a estar en función de la empresa.

2.7.8. Balance general

El balance general es un documento que muestra la situación financiera de una entidad económica a una fecha fija. El balance proporciona información sobre los activos, pasivos y neto patrimonial de la empresa en una fecha determinada (el último día del año natural o fiscal).

2.7.9. Estado de pérdidas y ganancias

El estado de pérdidas y ganancias, es un estado contable de circulación económica que muestra en una sola relación vertical los ingresos costos, gastos o pérdidas ocurridas en un ejercicio económico con la finalidad de establecer la utilidad o pérdida del ejercicio.

2.7.10. Flujo de caja

Es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y por esta razón constituye un indicador importante para medir la liquidez de una empresa en un periodo determinado.

2.7.11. Valor actual neto (VAN)

Prieto, Jorge Eliécer (2009) pág. 194 dice: es el flujo de caja actualizado, es decir la diferencia entre los ingresos y egresos actualizados del proyecto. Es la suma algebraica de ingresos y egresos, medida en dinero de hoy, es decir en el momento cero. Es el índice más seguro y puede asumir un valor positivo, negativo o nulo

Meza Orozco, Jhonny de Jesús (2010) pág. 149 afirma: el valor actual neto es una cifra monetaria que resulta de comparar el valor presente de los ingresos con el valor presente de los egresos, es decir, es la diferencia de los ingresos y los egresos en la misma fecha.

Según las definiciones anteriores establecen; el valor actual neto es la diferencia entre los ingresos y egresos actualizados del proyecto mediada en dinero de hoy.

2.7.12. Tasa interna de retorno (TIR)

Orozco, Jhonny de Jesús (2010) pág. 165 afirma: la tasa interna de retorno se define como la tasa de interés que hace el valor actual neto sea cero o también la tasa de interés que iguala el valor presente de los flujos descontados con la inversión. Es la máxima tasa de interés a la que un inversionista estaría dispuesto a pedir prestado dinero para financiar la totalidad del

proyecto, pagando con los beneficios la totalidad del capital y de sus intereses, y sin perder un solo centavo.

Floréz Uribe, Juan Antonio (2010) pág. 130 afirma: la tasa interna de retorno permite calcular el rendimiento esperado del plan de negocios antes de iniciar cualquier inversión. Si este llena las expectativas del inversionista, hará una realidad el plan de negocio. Si por el contrario, este no colma las expectativas financieras del inversionista, no realizará la inversión.

De acuerdo a los conceptos anteriores la tasa interna de retorno es la máxima tasa de interés que un inversionista estaría dispuesto a pedir financiamiento para la inversión total del proyecto.

2.7.13. Costo beneficio

Es un razonamiento basado en el principio de obtener los mejores resultados, es un planteamiento formal para tomar decisiones que cotidianamente se nos presentan. La valoración se hace comparando los beneficios obtenidos que ocasionan tal decisión y el costo de renunciar a las demás alternativas. Como resultado, determinamos nuestras alternativas y elegimos aquella que mayores beneficios nos entrega según nuestras preferencias.

2.7.14. Período de recuperación de la inversión

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial, es decir, permite medir el número de años que la organización tarda en recuperar la inversión del proyecto, permitiendo mejorar el proceso de toma de decisiones.

2.7.15. Punto de equilibrio

Meza, Orozco, Johnny de Jesús (2010) pág. 138 dice: El punto de equilibrio se define como aquel punto o nivel de ventas en el cual los ingresos totales son iguales a los costos totales y por lo tanto no genera ni utilidad ni pérdida contable en la operación.

El punto de equilibrio es el nivel de producción dentro del cual los ingresos que resultan de las ventas son exactamente necesarios para cubrir los costos de producción, administración y venta, por lo tanto la empresa no genera ni utilidad, ni pérdida.

2.8. Orgánico estructural

2.8.1. Misión

Es la razón de ser de la empresa, el motivo por el cual existe, es la determinación de las funciones básicas que la empresa va a desempeñar en un entorno determinado para conseguir tal misión. Las características que debe tener una misión son: amplia, concreta, motivadora y posible.

2.8.2. Visión

Es un elemento complementario de la misión que impulsa y dinamiza las acciones que se llevan a cabo en la empresa, es una exposición clara que indica hacia donde se dirige la empresa a largo plazo y en que se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y de las expectativas cambiantes de los clientes.

2.8.3. Organización estructural

El estudio organizacional permite identificar y cuantificar el talento humano requerido para el desarrollo del proyecto. La estructura organizacional es

el patrón de diseño o modelo con que se organiza una entidad a fin de cumplir las metas propuestas y lograr los objetivos deseados.

2.8.4. Organigrama estructural

Un organigrama estructural es la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas, en las que se muestran las relaciones que guardan entre si los órganos que la componen.

2.8.5. Orgánico funcional

El orgánico funcional se refiere a la especificación de las tareas y requisitos necesarios a cada uno de los miembros y unidades administrativas de la organización.

2.8.6. Impactos

Los impactos forman parte de un plan de negocios ya que en él se analizan aspectos positivos y negativos que generara en diferentes áreas.

2.8.7. Impacto económico

El impacto económico es considerado muy importante porque en él se centra el interés de la población, con miras a incrementar los ingresos de las familias implicadas en el proyecto.

2.8.8. Impacto educativo y empresarial

El impacto educativo del proyecto se basa en darle una mejor utilización a los alimentos que brinda la naturaleza adecuando la tecnología para obtener un producto de calidad, así crear una visión empresarial de motivación a emprender aprovechando los recursos de la mejor manera.

2.8.9. Impacto ambiental

El impacto ambiental se debe a cualquier modificación de las condiciones ambientales, que afecten de manera directa a la naturaleza o que causen daños permanentes al ecosistema en el cual se desarrolla el proyecto.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Presentación

En el presente capítulo se tiene como objetivo realizar un estudio de mercado para la creación de una microempresa productora y comercializadora de pan integral de zanahoria blanca en la ciudad de Ibarra como meta inicial, por lo que se requiere efectuar el siguiente estudio de mercado para analizar el consumo de pan integral en la ciudad.

El estudio de mercado es la parte técnica más importante de todo el plan de negocios, ya que enfrenta diferentes determinantes que imponen segmentos de mercado distintos, la información que es proporcionada a través de fuentes secundarias como el INEC, MAGAP y la fuente primaria que se realiza mediante encuestas que son aplicadas en la ciudad de Ibarra que es el mercado destino del proyecto.

En el Ecuador el cultivo de zanahoria blanca se distribuye a lo largo del callejón interandino, en la actualidad la principal zona de producción del país está en San José de Minas, ubicada en el cantón Quito, Provincia de Pichincha en el límite con la provincia de Imbabura, la producción se concentra entre los 2000 y 2500 m de altitud, en propiedades de mediana extensión (alrededor de 10 ha). Los agricultores de esta zona realizan siembras comerciales de esta raíz en rotación con maíz; la cercanía al mercado de Quito, desde donde se distribuye el producto a otras ciudades y la mejora de los caminos hacia la capital han hecho que esta zona surja como el principal centro de producción. Otras zonas como Baños en la provincia de Tungurahua cuya producción está dedicada a la zona centro del país, en Pimampiro e Imantag también se observa un buen potencial de

producción, además de Cotacachi, Otavalo e Imbabura en donde la mayor parte de este producto son utilizados como autoconsumo.

La zanahoria blanca es una raíz no tradicional y poco conocida a nivel nacional, con este proyecto se busca una alternativa para dar a conocer las distintas propiedades e incentivar al consumo de productos no tradicionales que permitan activar el desarrollo socioeconómico del país abriendo nuevos mercados en los que se ofrezca un producto sano, de calidad cumpliendo con todas las normas para que nuestro producto sea conocido de en el mercado nacional e internacional.

3.2. Objetivos

3.2.1. Objetivo general

Realizar un estudio de mercado para la creación de la microempresa productora y comercializadora de pan integral de zanahoria blanca.

3.2.2. Objetivos específicos

- Identificar los diferentes aspectos del mercado de pan integral en la ciudad de Ibarra.
- Analizar los canales de distribución que serán utilizados para la ejecución del proyecto.
- Identificar el nivel de aceptación de pan integral con el fin de determinar la demanda insatisfecha.

3.3. Identificación del producto

Gráfico N° 1: Identificación del producto



Fuente: Investigación Directa 2014 (pan integral de zanahoria blanca).

El presente proyecto tiene como elemento principal la zanahoria blanca que es considerada una de las plantas domesticas más antiguas en virtud de su gran variabilidad y la existencia de formas silvestres, se puede encontrar esta planta en nuestra ciudad en pocas cantidades en el sector de Cananville donde es utilizada para el autoconsumo de los pobladores.

El sabor de la zanahoria blanca es agradable y de fácil digestibilidad ya que posee un almidón muy fino, alto contenido de calcio, vitamina B3, niveles adecuados de fósforo y hierro; dado su valor nutricional el consumo de zanahoria blanca es recomendado en la dieta alimenticia de niños en sus primeros meses de vida, jóvenes, adultos, ancianos convalecientes, madres luego del parto es considerado un estimulante para ayudar a restablecer el normal funcionamiento del cuerpo y normalizar el fluido sanguíneo, además para todas las personas que deseen en su dieta un producto sano y natural.

El pan integral de zanahoria blanca es recomendado para todos los miembros de la familia ya que ayuda a disminuir los niveles de colesterol y glucosa, combate el estreñimiento, ayuda a combatir enfermedades cardiacas al igual que la diabetes.

Los ingredientes para obtener el pan integral de zanahoria blanca son los siguientes:

Cuadro 4 Receta de pan integral de zanahoria blanca

Ingredientes	Porciones
Harina Integral de Trigo	8lb.
Harina de Trigo	2lb.
Agua	2ltr.
Levadura	6oz.
Huevos	15
Sal	3oz.
Azúcar	1lb.
Margarina	3lb.
Zanahoria Blanca	1/2lb.

Fuente: Investigación Directa 2014

Elaborado por: La Autora

La presente receta se realizó con la ayuda del Sr. Fernando Imbaquingo (Maestro Panificador) quien explica que las porciones de harina y de zanahoria blanca son las adecuadas ya que la zanahoria blanca tiene un proceso de oxidación rápida por lo que se requiere equilibrar las porciones para obtener una textura adecuada del producto, la presentación del pan se la realizará en forma de rosita, redondo y gusanito, cada unidad pesará 55 gramos, con las diez libras de harina de la receta anterior se podrá obtener 110 unidades de pan integral de zanahoria blanca.

Este tipo de pan presenta los siguientes beneficios:

- Es de fácil digestión
- Contiene fibra y vitamina
- Combate el estreñimiento
- Ayuda a restablecer el normal funcionamiento del cuerpo

Cuadro 5 Características nutricionales de la zanahoria blanca

Valor nutricional de la zanahoria en 100 gramos de sustancia comestible	
Composición	Cantidad
Valor energético (cal)	104.00
Humedad (%)	73.00
Proteína (g)	0.80
Grasa (g)	0.10
Carbohidratos (g)	24.90
Fibra (g)	0.60
Calcio (mg)	29.00
Hierro (mg)	1.20
Tiamina (mg)	0.06
Riboflavina (mg)	0.04
Vitamina B3 (mg)	31.00

Fuente: Investigación Características Botánicas www.infoagro.com
Elaborado por: Capitán Haya (Madrid).

3.4. Identificación de la población a investigar

Se ha podido identificar para el presente estudio la población que se constituye por 139.856 habitantes, los mismos que se encuentran ubicados en la ciudad de Ibarra como lo muestra el siguiente cuadro:

Cuadro 6 Población urbana de la ciudad de Ibarra

Urbano	Población
San Francisco	53.188
Sagrario	54.886
Caranqui	13.422
Alpachaca	8.618
Priorato	1.742
TOTAL URBANO	131.856

Fuente: INEC (Censo de Población y Vivienda 2010)
Elaborado por: La Autora

El mercado en el que se va a introducir el producto es en el sector urbano de la ciudad de Ibarra, los niños jóvenes y adultos podrán adquirir el

producto para lo cual se realizará una encuesta a la población identificada la misma que se obtendrá a través de la aplicación de una muestra.

Cuadro 7 Población del sector urbano de la ciudad de Ibarra por grupos de edad

Edad	Hombre	Mujer	Total
5 a 9	6.438	6.253	12.691
10 a 14	6.617	6.400	13.017
15 a 24	11.976	12.416	24.392
25 a 34	9.795	11.145	20.940
35 a 44	8.000	9.460	17.460
45 a 54	6.073	7.107	13.180
55 a 64	4.007	4.651	8.658
Más de 65	4.468	5.399	9.867
TOTAL	57.374	62.831	120.205

Fuente: INEC (Censo de Población y Vivienda 2010)
Elaborado por: La Autora

3.5. Cálculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra hacemos uso de la siguiente formula:

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

Dónde:

n= Tamaño de la muestra, número de unidades a determinarse.

N= Universo o población a estudiarse.

Z= Valor aceptable mediante niveles de confianza con el que se va a realizar el tratamiento de estimaciones. Es un valor constante que se toma en relación al 95% que equivale al 1.96.

e= Limite aceptable de error.

d= Varianza

A continuación se presentan los datos para el cálculo de la muestra:

N	120.205
e	0,05
d ²	0,25
Z	1,96

Reemplazando en la fórmula:

$$n = \frac{(1,96)^2(0,25)120.205}{(0,05)^2 (120.205 - 1) + (1,96)^2(0,25)}$$

$$n = \frac{115.444,882}{301,4704}$$

$$n = 383 \text{ Encuestas}$$

3.6. Diseño de instrumentos de investigación

Para el desarrollo del presente trabajo se utilizará el desarrollo de la investigación primaria y secundaria que permitirá recolectar la información.

3.6.1. Información primaria

Para obtener la información primaria se utilizará la encuesta, misma que fue diseñada de acuerdo a distintas variables que serán dirigidas a los habitantes de la ciudad de Ibarra

3.6.2. Información secundaria

La información secundaria que se va a utilizar en el presente proyecto es extraída de libros así como también se obtendrá información a través de las páginas web de diferentes instituciones como el INEC, Municipio de Ibarra en el internet.

3.7. Evaluación de la información

Resultado y análisis de las encuestas dirigidas a los habitantes del sector urbano de la ciudad de Ibarra.

Para el análisis de la información, los datos obtenidos de las encuestas se organizan en tablas estadísticas en la que se observa el comportamiento de cada uno de los indicadores de las variables consultadas.

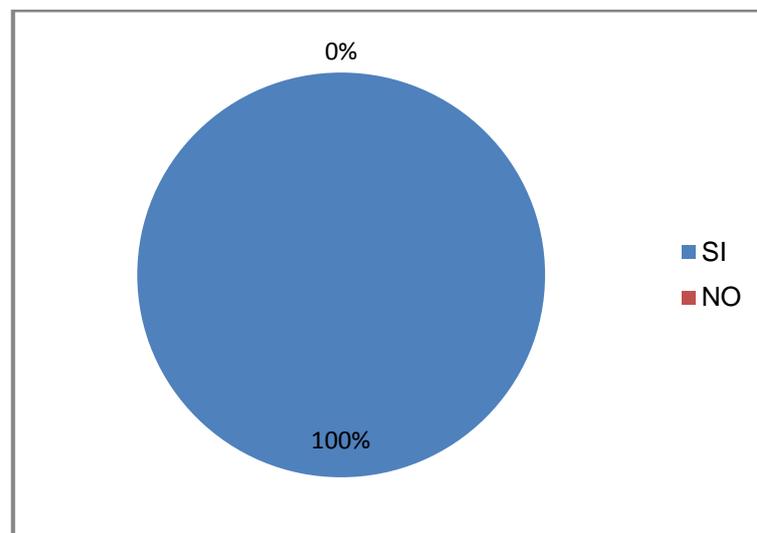
1 ¿Consume usted pan?

Cuadro 8 Consumo de pan

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
SI	383	100%
NO	0	0%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta realizada a consumidores
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 2: Consumo de pan



Fuente: Encuesta a los habitantes de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La Autora

Análisis

Se observa que de la población investigada de Ibarra, el 100% señala que consume pan en su dieta alimenticia, como lo demuestra el gráfico anterior.

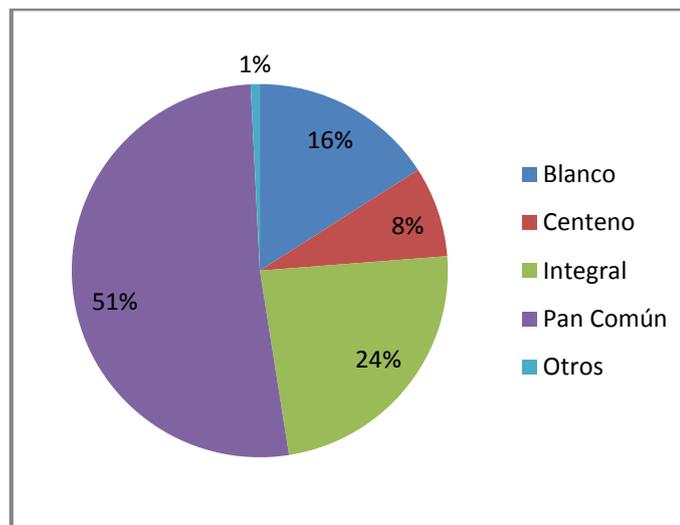
2 ¿Qué tipo de pan consume?

Cuadro 9 Tipos de pan que consume

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Blanco	61	16%
Centeno	30	8%
Integral	91	24%
Pan Común	198	52%
Otros	3	1%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 3: Tipos de pan que consume



Fuente: Encuesta a los habitantes de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La Autora

Análisis

Del cuadro anterior y tomando en consideración el porcentaje se puede decir que el 52% de la población consume pan popular y un 24% manifiesta consumir pan integral, mientras que un 16% consume pan blanco, por lo que se llega a la conclusión de que el pan integral tiene un alto porcentaje de consumo en la población de Ibarra.

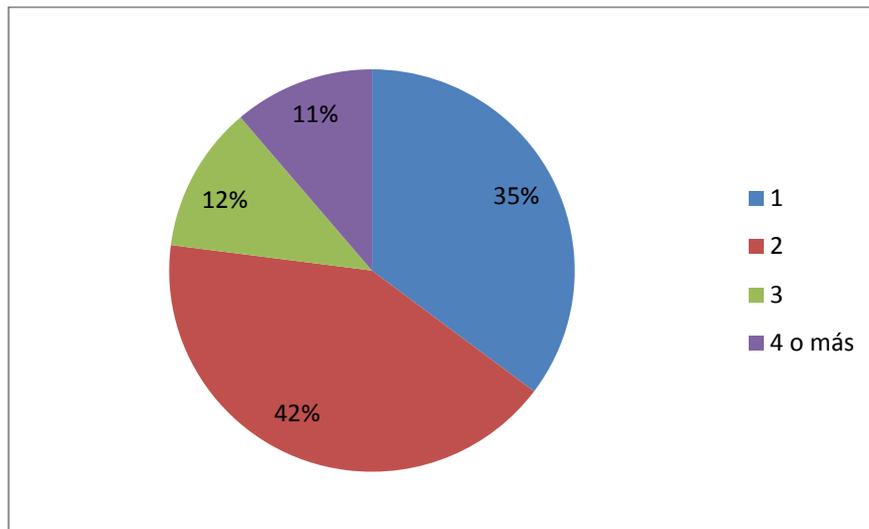
3 ¿Cuántos panes consume diariamente?

Cuadro 10 Consumo de pan en unidades

VARIABLES	TOTAL	PORCENTAJE
1	135	35%
2	160	42%
3	45	12%
4 o más	43	11%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 4: Consumo de pan en unidades



Fuente: Encuesta a los habitantes de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La Autora

Análisis

Una vez aplicadas las encuestas se llegó a la conclusión que: El 42% de la población encuestada prefiere consumir dos panes diariamente, el 35% consume 1 pan diario, el 12% de la población come 3 panes y el 11% consumen cuatro o más panes diarios en el hogar.

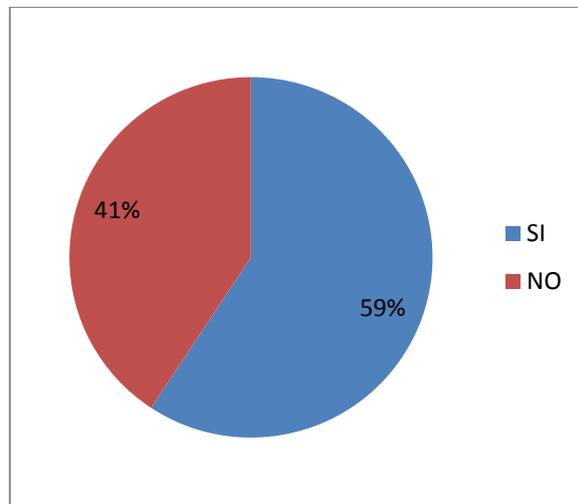
4 ¿Consumiría pan integral de zanahoria blanca?

Cuadro 11 Consumiría pan integral de zanahoria blanca

VARIABLES	TOTAL	PORCENTAJE
SI	227	59%
NO	156	41%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 5: Consumiría pan integral de zanahoria blanca



Fuente: Encuesta a los habitantes de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La Autora

Análisis

Según la presente información el producto tiene una buena aceptación por parte de los futuros clientes ya que el 59% de la población encuestada si estaría dispuesta a consumir pan integral de zanahoria blanca.

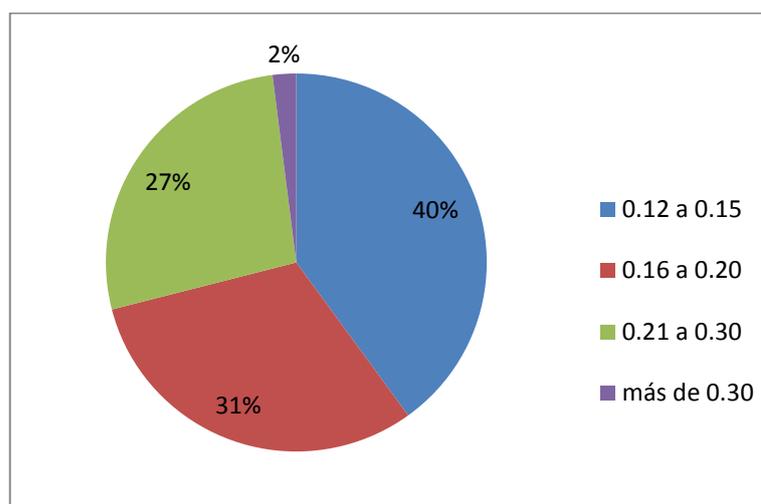
5 ¿Cuánto paga por unidad de pan que consume?

Cuadro 12 Cuánto paga por unidad de pan

VARIABLES	TOTAL	PORCENTAJE
0.12 a 0.15	153	40%
0.16 a 0.20	119	31%
0.21 a 0.30	103	27%
más de 0.30	8	2%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 6: Cuanto paga por unidad de pan



Fuente: Encuesta a los habitantes de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La Autora

Análisis

Según la información de la encuesta aplicada se determina que un 40% de la población paga por cada unidad de pan que consume entre un rango de 0.12 a 0.15 centavos de dólar, un 31% de 0.16 a 0.20 centavos, el 27% de la población paga de 0.21 a 0.30 centavos por unidad de pan y el 2% de los encuestados paga más de 0.30 centavos por unidad de pan.

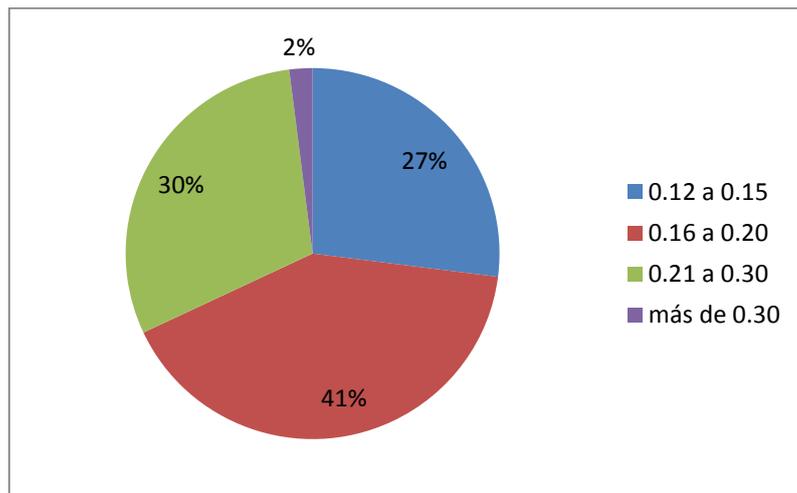
6 ¿Cuál sería el precio máximo que estaría dispuesto a pagar por cada unidad de pan integral de zanahoria blanca?

Cuadro 13 Precio máximo que pagaría por unidad de pan

VARIABLES	TOTAL	PORCENTAJE
0.12 a 0.15	103	27%
0.16 a 0.20	157	41%
0.21 a 0.30	115	30%
más de 0.30	8	2%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 7: Precio máximo que pagaría por unidad de pan



Fuente: Encuesta a los habitantes de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La Autora

Análisis

El precio máximo que están dispuestos a pagar es de 0.15 a 0.20 centavos el precio siguiente de la preferencia de los futuros consumidores es de 0.21 a 0.30 centavos, el 2% de la población están dispuestos a pagar un precio de más de 0.30 centavos de dólar por el pan que consumen en su dieta diaria.

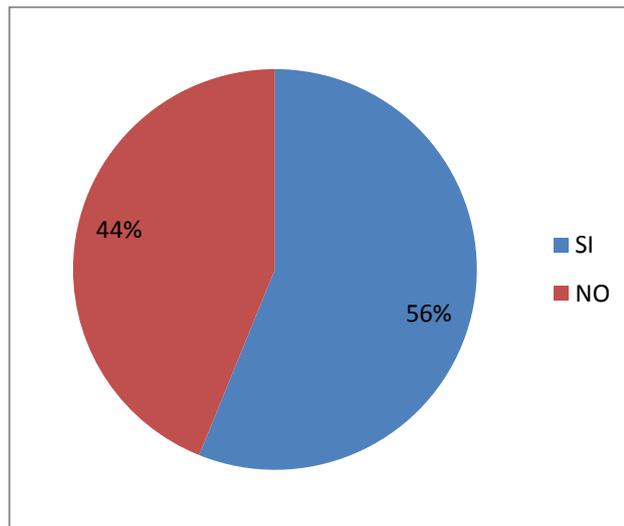
7 ¿Estaría dispuesto a reemplazar el pan que consume diariamente, por el pan integral de zanahoria blanca?

Cuadro 14 Reemplazaría el pan que consume por el pan integral de zanahoria blanca

VARIABLES	TOTAL	PORCENTAJE
SI	215	56%
NO	168	44%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 8: Reemplazaría el pan que consume por el pan integral de zanahoria blanca



Fuente: Encuesta a los habitantes de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La Autora

Análisis

El 56% de la población investigada está de acuerdo con cambiar el pan que consumen diariamente por el pan integral de zanahoria blanca y el 44% manifiesta que no está de acuerdo a cambiar su pan general de su dieta alimenticia.

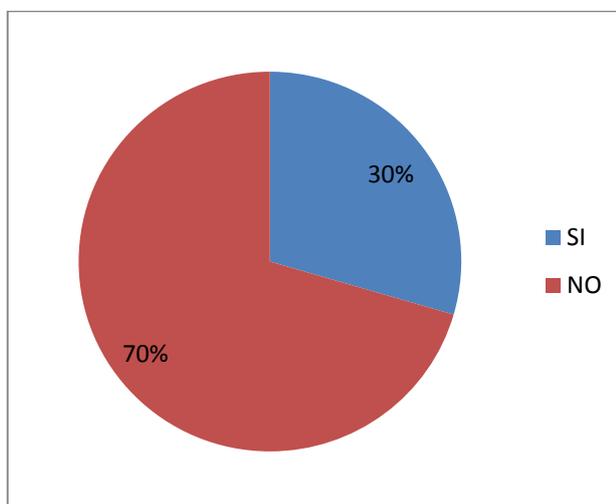
8 ¿Conoce las propiedades curativas de la zanahoria blanca?

Cuadro 15 Conoce las propiedades de la zanahoria blanca

VARIABLES	TOTAL	PORCENTAJE
SI	113	30%
NO	270	70%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 9: Conoce las propiedades de la zanahoria blanca



Fuente: Encuesta a los habitantes de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La Autora

Análisis

De la población encuestada un 70% de las personas hacen referencia a que no conocen las propiedades curativas de la zanahoria blanca mientras que un 30% de las personas expresan su conocimiento acerca de las propiedades de la zanahoria blanca.

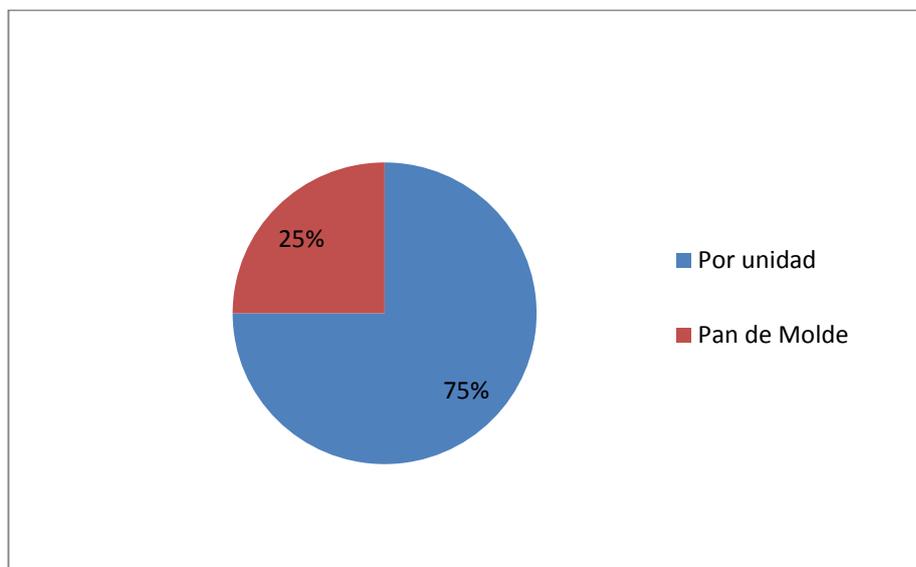
9 ¿Cómo le gustaría la presentación del pan integral de zanahoria blanca?

Cuadro 16 Presentación del pan

VARIABLES	TOTAL	PORCENTAJE
Por unidad	242	75%
Paquete (5 unidades)	141	25%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 10: Presentación del pan



Fuente: Encuesta a los habitantes de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La Autora

Análisis

Al 75% de los consumidores de pan les gustaría la presentación del pan integral de zanahoria blanca por unidades, al 25% de las personas encuestadas le gustaría la presentación del pan integral en paquete de 5 unidades.

3.8. Identificación de los locales a investigar

Para poder analizar la oferta se realizó una encuesta a los productores de pan en la ciudad de Ibarra, habiendo identificado el total de actividades económicas al año 2013 se ubicaron un total de 156 panaderías, proporcionado por el departamento de Rentas del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Miguel de Ibarra, debido a que es un universo pequeño la encuesta se realizará a todos los productores para poder obtener un resultado que permitirá determinar con mayor exactitud el comportamiento de la oferta actual.

3.9. Evaluación de la información

1 ¿Cuántos quintales de harina utilizó para su producción en los años?

Cuadro 17 Venta de pan por quintales

Descripción	2009	2010	2011	2012	2013
300 a 400qq	113	92	74	67	69
401 a 501qq	2	23	35	31	15
502 a 602qq	7	7	13	24	38
No se pronuncia	34	34	34	34	34
TOTAL	156	156	156	156	156

Fuente: Encuesta a los habitantes de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La Autora

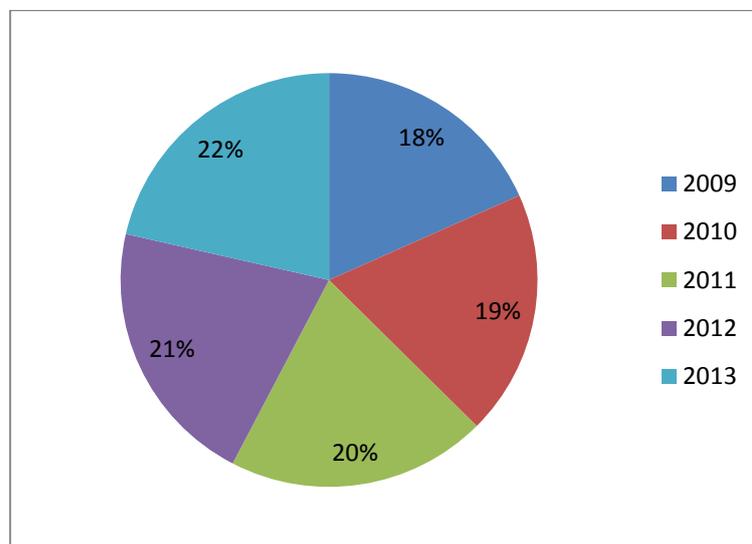
Para poder desarrollar este tema se multiplico el número de quintales por las unidades que generalmente se obtienen de un quintal la cual es de 1.100 panes, es importante mencionar que la información obtenida es una aproximación ya que no existen datos estadísticos que nos ayude a trabajar con mayor exactitud.

Cuadro 18: Venta de pan en unidades

Descripción	2009	2010	2011	2012	2013
300 a 400	31.640.000	25.760.000	20.720.000	18.760.000	19.320.000
401 a 501	721.600	8.298.400	12.628.000	11.184.800	5.412.000
502 a 602	3.091.200	3.091.200	5.740.800	10.598.400	16.780.800
TOTAL	35.452.800	37.149.600	39.088.800	40.543.200	41.512.800

Fuente: Encuesta a los propietarios de los locales de Ibarra
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 11: Venta de pan en unidades



Fuente: Encuesta a los propietarios de los locales de Ibarra
Elaborado por: La Autora

Análisis

Se ha llegado a determinar mediante la investigación realizada que la venta de pan en la ciudad de Ibarra ha ido incrementando en los últimos años, lo cual es beneficioso para poder introducir al mercado el pan integral de zanahoria blanca por la calidad nutricional de la materia prima y su alto valor nutricional.

3.10. Identificación de la demanda

Mediante la investigación se ha determinado que el 59% de la población investigada estarían dispuestos a adquirir el nuevo producto ya que la zanahoria blanca es muy nutritiva y el pan se encuentra elaborado con harina integral que lo hace aún más acogido para la dieta alimenticia.

Cuadro 19: Consumo de pan

Población	% Consumo de pan diariamente	Número de Personas	N° de panes	Cantidad Total	Total anual
120.205*El 59% de aceptación del consumo de pan integral de zanahoria blanca	35%	24.822	1	24.822	7.446.600
	42%	29.786	2	59.573	17.871.840
	12%	8.510	3	25.531	7.659.360
	11%	7.801	4	31.205	9.361.440
Total Demanda Anual					42.339.240

Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

3.11. Proyección de la demanda

Para establecer la demanda futura, se tomó como base los datos de la encuesta realizada, para lo cual se establece una tasa de crecimiento poblacional del sector urbano de la ciudad de Ibarra la cual asciende a 2,02% según el INEC, para el calcular la proyección de la demanda se utilizará la siguiente fórmula:

Fórmula:

$$D_p = DA (1+i)^n$$

Dónde:

D_p= Demanda proyectada

DA= Demanda actual

1= Valor constante

i= Tasa de crecimiento

n= Tiempo

$$D_p = 42.339.240 (1 + 0,02)^1$$

$D_p = 43.194.493$ panes para el año 2014

Cuadro 20: Proyección de la demanda

Años	Cantidad de pan
2013	42.339.240
2014	43.194.493
2015	44.067.021
2016	44.957.175
2017	45.865.310
2018	46.791.789

Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

*2013: año base para la proyección de la demanda

3.12. Identificación de la Oferta

Para analizar la oferta se realizó una encuesta a los principales productores de pan en la ciudad de Ibarra, habiendo obtenido como resultado la siguiente información:

Cuadro 21: Oferta histórica

Años	Unidades de pan vendidas al año
2009	35.452.800
2010	37.149.600
2011	39.088.800
2012	40.543.200
2013	41.512.800

Fuente: Encuesta a los propietarios de los locales de Ibarra
Elaborado por: La Autora

3.13. Proyección de la oferta

Para apreciar la oferta proyectada que posteriormente será puesta en comparación con la demanda proyectada se ha tomado el 1.54% según el INEC que corresponde a la tasa de crecimiento de las pequeñas y medianas empresas con relación a las panaderías de la ciudad de Ibarra

Fórmula:

$$Op = Oa(1+i)^n$$

Dónde:

Op= Oferta proyectada

Oa= Oferta actual

1= Valor constante

i= Tasa de crecimiento

n= Tiempo

$$Dp = 41.512.800 (1 + 0,0154)^1$$

Dp= 42.152.097 panes para el año 2014

Cuadro 22: Proyección de la oferta

Años	Oferta Anual de pan
2013	41.512.800
2014	42.152.097
2015	42.801.239
2016	43.460.379
2017	44.129.668
2018	44.809.265

Fuente: Encuesta a los propietarios de los locales de Ibarra
Elaborado por: La Autora

3.14. Balance oferta-demanda

En el siguiente cuadro se presenta un balance que muestra el estudio realizado en la ciudad de Ibarra para el cálculo de la oferta y la demanda que permitirán conocer la demanda insatisfecha.

Cuadro 23: Balance oferta-demanda

Años	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2013	42.339.240	41.512.800	826.440
2014	43.194.493	42.152.097	1.042.396
2015	44.067.021	42.801.239	1.265.782
2016	44.957.175	43.460.379	1.496.796
2017	45.865.310	44.129.668	1.735.642
2018	46.791.789	44.809.265	1.982.524

Elaborado por: La Autora

Los resultados del cuadro anterior muestran que la demanda es mayor que la oferta del producto, por lo que emprender en este campo de la panificación es garantizado, por lo cual proyecto formulará estrategias para lograr establecerse en el mercado.

3.15. Capacidad de producción

Para determinar las unidades a producir se ha tomado en cuenta la capacidad instalada de la panadería y otras variables importantes, concluyendo que se dará inicio con un 50% de su capacidad y en los próximos años aumentar la producción, a continuación se detalla el siguiente cuadro.

Cuadro 24: Capacidad de producción

Años	Demanda Insatisfecha	Producción
2014	1.042.396	396.000
2015	1.265.782	435.941
2016	1.496.796	479.160
2017	1.735.642	527.076
2018	1.982.524	579.784

Elaborado por: La Autora

3.16. Análisis de precios

Con el análisis respectivo de las encuestas aplicadas para determinar el precio del pan integral, se concluye que el 30% de la población encuestada estaría dispuesta a pagar de 0.21 a 0.30 centavos de dólar por unidad de pan integral de zanahoria blanca.

Para fijar el costo de venta del producto se tomara en cuenta el costo que implique producir cada pan integral, se obtendrá el costo total al que se le agregara un margen de utilidad razonable, el costo unitario que implica la producción y comercialización es de 0,12 centavos al que se le incrementara un porcentaje de utilidad con lo cual determinamos que el precio del producto es de 0,24 centavos de dólar.

3.17. Proyección de precios

Para proyectar el precio de venta se utilizó la tasa de inflación promedio del periodo 2013 que es del 3,98% según el Ministerio de Finanzas, datos que se pueden observar en la siguiente tabla:

Cuadro 25: Proyección de precios

Año	Precio
2014	0,24
2015	0,25
2016	0,26
2017	0,27
2018	0,28

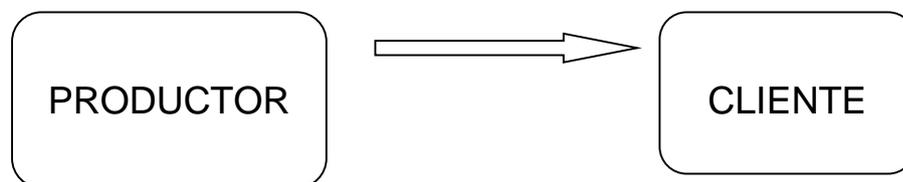
Elaborado por: La Autora

3.18. Comercialización del producto

3.18.1. Canal directo

Para que el producto llegue al consumidor final la microempresa ha considerado utilizar un sistema directo, lo que permitirá tener un precio final más bajo y conveniente para el consumidor final.

COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO “PAN INTEGRAL DE ZANAHORIA BLANCA”



3.18.2. Canal Indirecto

Para lograr una mejor captación de clientes la microempresa también distribuirá mediante intermediarios con el fin de lograr mayor aceptación del producto en el mercado.



3.19. Promoción y publicidad

- Para atraer a los futuros, clientes la oferta será por cada 10 unidades de pan integral, tiene derecho a un pan adicional.
- Realizar degustaciones gratis, colocando varias muestras de pan en donde se podrá mostrar los nutrientes del pan, para una futura compra.
- Dar a conocer el producto a través de hojas volantes y por medio de tarjetas de presentación.

3.20. Estrategias de gestión del servicio

- La atención al cliente es lo primordial en la decisión de compra, razón por la cual en “Nutripan” se ofrecerá una atención de calidad y sobre todo con amabilidad y cordialidad.
- Para satisfacer las necesidades del consumidor “Nutripan” ofrecerá un producto fresco, nutritivo y de calidad.
- Contar con una base de datos de los clientes más frecuentes, para realizar un sorteo mensual de una pequeña canasta de los productos de “Nutripan”.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Localización del proyecto

4.1.1. Macro localización

El proyecto estará ubicado en la provincia de Imbabura que se encuentra ubicada en la Sierra Norte del Ecuador, es conocida como la provincia de los lagos, por la cantidad de lagos que posee. Está conformada por seis cantones: Ibarra, Otavalo, Cotacachi, Pimampiro, Atuntaqui y Urcuqui.

La microempresa de producción y comercialización de pan integral de zanahoria blanca estará asentada en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, ciudad de Ibarra, en el Barrio San José de Cananvalle, en la cual se busca enfocar la importancia de los tubérculos andinos como fuente de alimentación, permitiendo de esa manera obtener mayores beneficios y contribuir al desarrollo de la ciudad.

Gráfico N° 12: Mapa de la provincia de Imbabura



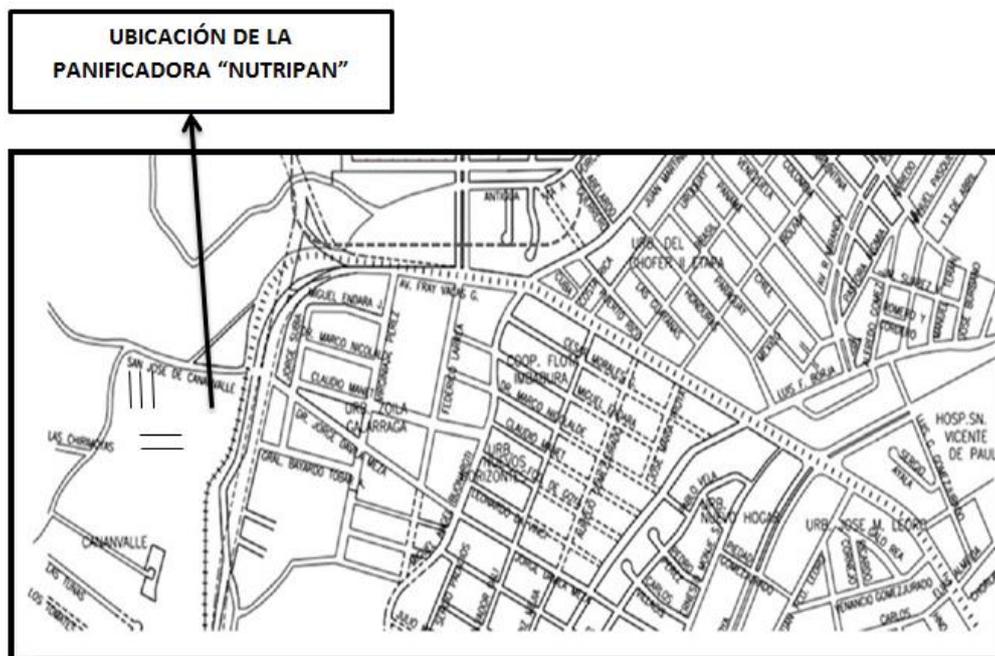
Fuente: <http://Imbabura.wordpress.com>

4.1.2. Micro localización

Para realizar este proyecto se ha considerado ubicar la Panificadora en un local comercial disponible en la propiedad del Señor Miguel Rosero ubicada en el barrio San José de Cananvalle, junto a la Fundación Unidad Educativa Pensionado Mixto Atahualpa, y la comercialización del producto también se realizará en la ciudad de Ibarra mediante intermediarios como son: supermercados Gran Aquí, Tía, Santa María, mediante convenios y de igual manera en las diferentes tiendas y micro mercados del barrio y de la ciudad de Ibarra.

El transporte que existe en la zona es variado cuenta con transporte público de dos cooperativas, transportes Urcuqui y 28 de Septiembre con frecuencias promedio de 10 minutos, por lo que resulta económico transportar la materia prima ya que se encuentra en un sitio accesible, a quince minutos del centro de la ciudad.

Gráfico N° 13: Micro localización



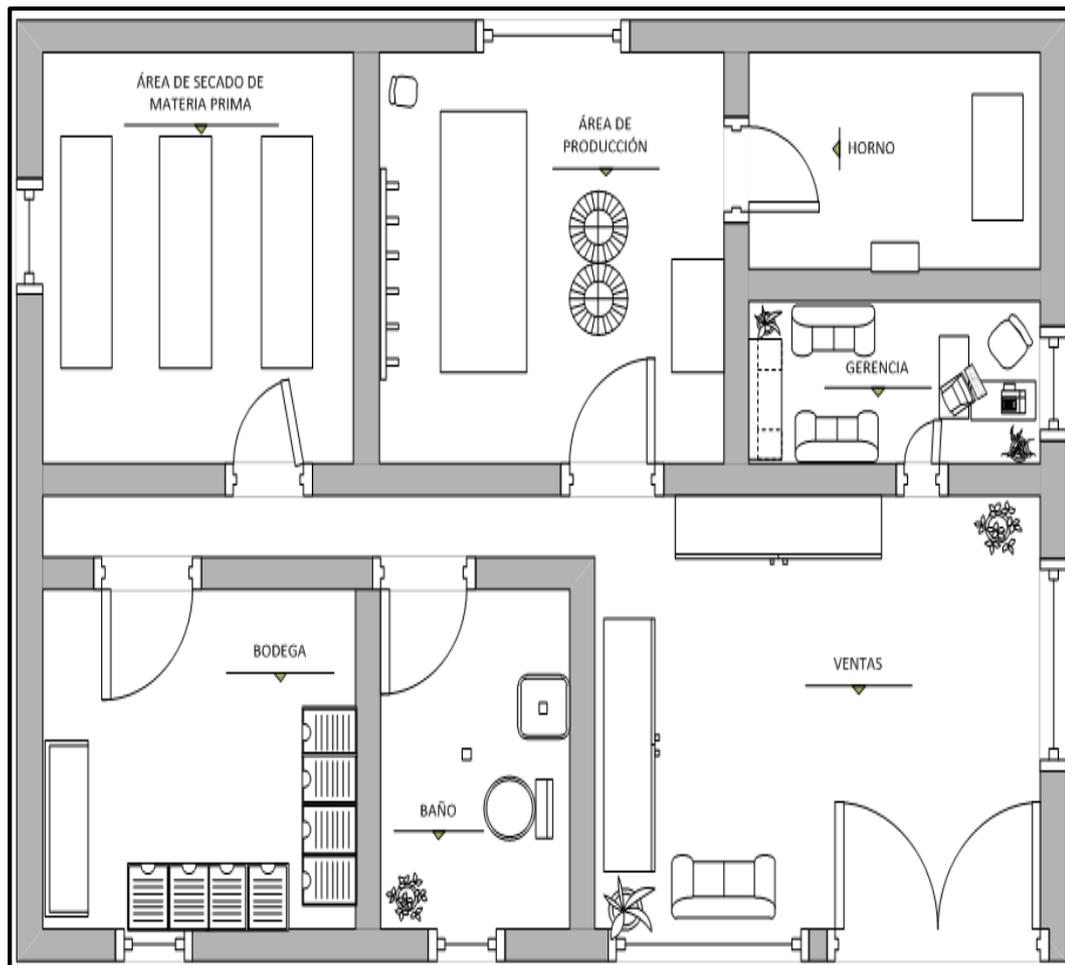
Fuente: Ilustre Municipio de Ibarra
Elaborado por: Equipo Técnico PDOTS.

En la parroquia El Sagrario se encuentra ubicado El barrio San José de Cananvalle, al cual es muy fácil acceder gracias al buen estado de sus vías, cuenta con todos los servicios básicos: luz eléctrica, agua potable, alcantarillado y teléfono además se encuentran realizando proyectos de conjuntos habitacionales, existen actualmente ofertas turísticas y gastronómicas en la Hacienda Cananvalle lo cual atrae al turista lo que resulta beneficioso para la panificadora “Nutripan”.

4.2. Ubicación de la empresa

4.2.1. Diseño y distribución de la planta

Gráfico N° 14: Diseño de la Infraestructura



Elaborado por: Xavier Cabascango (estudiante de arquitectura Universidad Central del Ecuador)

El proyecto se iniciara en una superficie de 80 m², misma que constará de las siguientes áreas:

Cuadro 26: Área del proyecto

ÁREAS	METROS
Gerencia	6m ²
Horno	12m ²
Producción	12m ²
Ventas	20m ²
S.S.H.H.	2m ²
Reposado Materia Prima	4m ²
Bodega	12m ²
Área Peatonal	12m ²
ÁREA TOTAL	80m²

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Javier Cabascango

4.3. Ingeniería del proyecto

4.3.1. Flujogramas de producción

El proceso que se realizará para la producción de pan de zanahoria blanca es el siguiente:

1 Recepción de la materia prima

La materia prima es el principal insumo del producto por lo cual tendrá que ser revisada para que pueda ser almacenada en la bodega de la microempresa, se deberá tener total cuidado con la harina ya que se puede romper el costalillo en el proceso de descargue con este proceso estamos evitando que la harina se humedezca por posibles agujeros.

Para la elaboración del pan integral de zanahoria blanca es muy importante seleccionar minuciosamente los ingredientes a utilizar, tomando en cuenta

dos pasos fundamentales que son la fermentación y el horneado, es muy importante seleccionar la zanahoria de color blanco pálido con una textura firme, esto nos mostrara que esta lista para el consumo, de igual manera hay que cerciorarse que el estado de la harina sea de calidad y este en excelentes condiciones.

2 Proceso de producción

a) Revisión y control

Es necesario volver a revisar que los sacos de harina no estén rotos, además se debe tener mucho cuidado de que no se caigan hilachas del tejido en la harina ya que puede afectar los siguientes pasos de la producción de pan integral.

b) Medición de la materia prima

Se debe efectuar esta operación en forma precisa para dar uniformidad en los tiempos de fermentación, producción y calidad de producto terminado además esto podrá servir para poder llevar un buen control de costos.

c) Mezclado y amasado

En la preparación de pan integral, se requiere un proceso de mezclado en el que se reparten uniformemente los ingredientes, la encargada de hacer este trabajo es la maquina amasadora, gracias a ella se puede variar la velocidad de amasado, que influirá en el tiempo.

En la primera etapa se agrega los ingredientes secos; harinas, levadura y a continuación los líquidos como el sumo de zanahoria blanca, cabe recalcar que el agua se debe encontrar a una temperatura entre 5°C y 7°C para evitar la fermentación acelerada o una masa pegajosa.

Cuando se mezclan los ingredientes, las proteínas de la harina comienzan a hidratarse para formar gluten, de una buena mezcla depende que el tiempo de fermentación sea ligeramente más corto, una máxima absorción, un buen volumen del pan lo que nos permitirá un mayor tiempo de conservación en vitrina.

d) División de la masa

Consiste en obtener piezas de masa de igual peso, el mismo que dependerá del tipo de pan que se va a elaborar, la masa se introduce en la divisora de pan y se procede a realizar el corte por lo general se obtendrá 36 piezas de masa de 55 gramos cada uno.

e) Formado

Este proceso tiene como finalidad fortalecer la formación del gluten, la cual es una sustancia pegajosa que sirve para unir los ingredientes utilizados, la masa adquiere diferentes características para el desarrollo físico del producto final.

Es una operación generalmente manual, donde se da una forma concreta y definitiva de acuerdo al tipo de pan, es de vital importancia controlar las condiciones higiénicas para tener un producto de calidad.

f) Fermentación

Es uno de los procesos más importantes comprende todo el periodo desde que termina la mezcla hasta que entra al horno.

La fermentación se produce debido a la presencia de la levadura, la cual favorece la maduración del pan al hacer elevar su tamaño, es importante someter al pan a temperaturas no superiores a 30°C- 35°C para facilitar su fermentación.

Se deja reposar la masa, cubriendo con una funda plástica para evitar la formación de costras, la evaporación del agua y para facilitar el armado del pan.

En esta etapa se da los últimos acabados, que podrá ser con semillas secas o realizando cortes para dar una figura especial al pan integral, luego pasara a ser colocado en bandejas de acero inoxidable las cuales albergan 20 panes.

g) Horneado del pan

El proceso de cocción de las piezas de masa consiste en una serie de transformaciones de tipo físico, químico y bioquímico que permite obtener al final del mismo un producto comestible y de excelentes características nutritivas.

Es de gran importancia pre-calentar el horno antes de poner el pan, la temperatura del horno y la duración de la cocción varían según el tamaño y tipo de pan, para el producto final adecuado se tendrá en cuenta una temperatura de 160°C y una duración de 15 a 20 minutos para el pan integral.

h) Enfriado y almacenamiento para la venta

Una vez retirado el pan del horno, se dará paso al enfriamiento por 25 minutos luego se colocaran en las estanterías para la venta. Los productos de panificación al igual que todos los alimentos tienen una corta vida de anaquel desde que sale del horno hasta que el cliente los consume, por lo cual se contara con la estrategia de distribución con lo que se lograra aumentar el volumen de ventas y tener una mayor cobertura en el mercado.

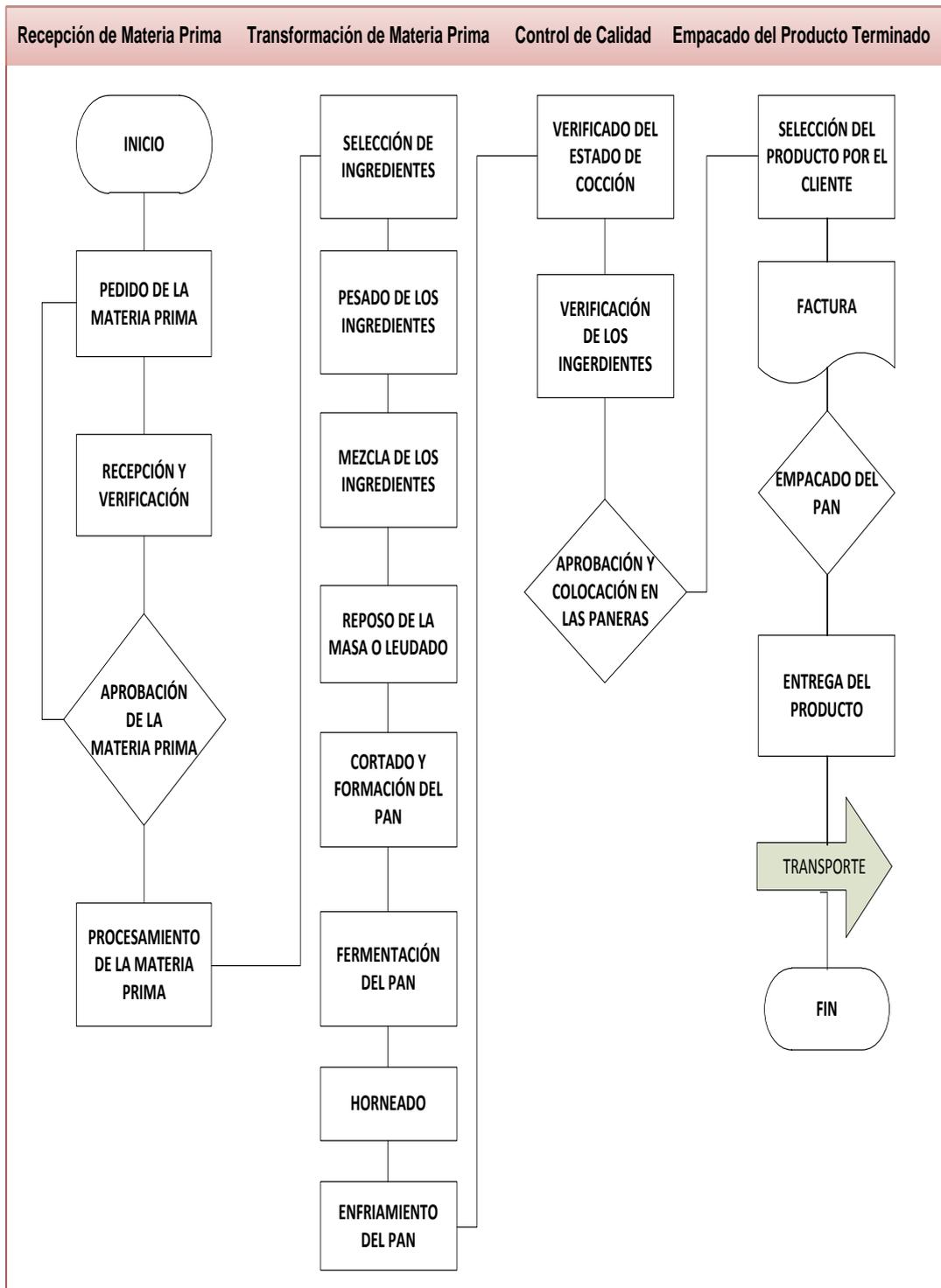
4.3.2 Flujogramas de producción y comercialización

Cuadro 27: Simbología de flujogramas de producción

Simbología	Descripción
	Inicio o Finalización
	Proceso
	Decisión
	Documento
	Transporte
	Conector de Procesos

Elaborado por: La autora

Gráfico N° 15: Flujograma de producción y comercialización



Elaborado por: La Autora

4.4. Presupuesto técnico

“NUTRIPAN” con el objetivo de brindar un producto de calidad y en las mejores condiciones se ha destinado maquinaria y equipo que satisfagan la producción de pan integral de zanahoria blanca.

4.4.1. Inversiones fijas

Para dar inicio al proyecto ya se cuenta con el espacio adecuado para el funcionamiento de la panadería, sin embargo, hay que invertir adecuaciones mediante la adquisición de maquinaria de equipo, equipos de computación, muebles y enseres para brindar un servicio de calidad.

La infraestructura con la que se cuenta será arrendada a un valor de 200,00 dólares mensuales, con la cual se dará lugar a la puesta en marcha de la panadería para elaborar un producto que satisfaga las necesidades de los futuros clientes como es el pan integral de zanahoria blanca.

A continuación se presenta la inversión necesaria para la puesta en marcha del proyecto.

Cuadro 28: Maquinaria y equipo de producción

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Horno	1	4.500,00	4.500,00
Amasadora Industrial	1	1.330,36	1.330,36
Mesón Acero Inoxidable	1	200,00	200,00
Balanza	1	40,00	40,00
TOTAL			6.070,36

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro 29: Equipos de computación

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Computadora	2	500,00	1.000,00
Impresora Multifunción	1	150,00	150,00
Teléfono	1	60,00	60,00
TOTAL			1.210,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Cuadro 30: Muebles y enseres

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Sillas	4	16,00	64,00
Vitrina	2	300,00	600,00
Escritorios	1	170,00	170,00
Archivador	1	100,00	100,00
TOTAL			934,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

4.4.2. Talento humano

El requerimiento del talento humano que se necesita para la empresa en su etapa operativa será el necesario para dar cumplimiento al desarrollo de la producción y comercialización de zanahoria blanca, a continuación se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro 31: Talento humano

Cargo	Cantidad	Sueldo (USD)	Valor Total (USD)
Producción			
Maestro Panificador	1	400,00	400,00
Ventas			
Vendedor	1	340,00	340,00
Distribuidor	1	400,00	420,00
Administración			
Gerente	1	480,00	480,00
Contador	1	380,00	380,00
TOTAL			2.000,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Bajo las condiciones del código de trabajo se realizará el pago de las remuneraciones correspondientes más los beneficios de ley, los cuales son: décimo tercero, décimo cuarto, afiliación al IESS, vacaciones, fondos de reserva, utilidades entre otros.

4.4.3. Materiales de producción, costos y gastos indirectos

Para la elaboración del pan integral de zanahoria blanca, el costo de la materia prima ha sido determinado en base a las cantidades requeridas y al precio que tienen en el mercado estos elementos tan importantes para realizar el producto.

Es de gran importancia tomar en cuenta la distribución completa proporcional en todos y cada uno de los materiales utilizados en la elaboración del producto ya que son indispensables para obtener el producto deseado y que cumpla con los paladares más exigentes de la ciudad de Ibarra.

Cuadro 32: Materiales de producción

Concepto	Valor unitario (USD)	Valor por unidad de pan	Total
Harina Integral (qq)	16,50	0,01500	5.940,00
Harina Integral de Trigo (qq)	37,00	0,03364	13.320,00
Levadura (lb)	2,10	0,00191	756,00
Huevos (cubeta)	3,00	0,00273	1.080,00
Azúcar (qq)	35,00	0,03182	12.600,00
Sal (lb)	0,60	0,00055	216,00
Margarina Alesina (bloque)	41,70	0,03791	15.012,00
Zanahoria Blanca pulpa (lb)	1,50	0,00136	540,00
TOTAL		0,12	49.464,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Los materiales de producción son determinados en base a las cantidades requeridas para la elaboración de pan integral de zanahoria blanca,

además es importante tomar en cuenta los costos y gastos los servicios básicos como se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro 33: Materiales indirectos

Detalle	Cantidad	Valor Unitario (USD)	Valor Total (USD)
Menaje			150,00
Cilindro de Gas	190	2,5	475,00
TOTAL			625,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Es importante mencionar que dentro del menaje se ha considerado utilizar materiales como: bolillo, corta pizza, brocha pelo de Martha, rasquetas de plástico, pala de pesar harina, reposteros plásticos, gavetas y algunos otros implementos que permitirán dar una presentación excelente hacia nuestros futuros clientes.

Cuadro 34: Otros costos indirectos

Detalle	Costo Mensual (USD)	Valor Total (USD)
Energía Eléctrica	15,00	180,00
Agua Potable	7,00	84,00
Mantenimiento Maquinaria	100,00	100,00
TOTAL		364,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

4.4.4. Gastos administrativos, de venta y financieros

Los gastos considerados para las diferentes áreas del presente estudio de detallan a continuación:

Cuadro 35: Gastos administrativos

Detalle	Valor
Personal Administrativo	13.543,88
Suministros de oficina	31,60
Suministros de aseo y limpieza	56,75
Servicios Básicos	264,00
Arriendo	2400,00
Mantenimiento de Equipo de Computación	150,00
Gastos de Constitución	500,00
TOTAL	16.946,23

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Cuadro 36: Gastos de venta

Detalle	Valor
Personal de Ventas	11.748,92
Publicidad	720,00
TOTAL	12.468,92

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Cuadro 37: Gastos financieros

Detalle	Valor Anual
Gasto Interés	952,94

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

4.5. Inversión total del proyecto y financiamiento

4.5.1. Inversión fija

Es necesario contar con maquinaria y equipos que nos permitan dar inicio a las operaciones de la panadería a continuación se presenta un detalle de lo dicho anteriormente.

Cuadro 38: Inversión fija

Detalle	Valor
Maquinaria y Equipo	6.070,36
Equipo de Computación y Oficina	1.210,00
Muebles y Enseres	934,00
TOTAL	8.214,36

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

4.5.2. Capital de trabajo

El siguiente cuadro muestra la inversión variable del proyecto para el primer mes de funcionamiento ya que es un producto alimenticio de alta rotación formando parte de la canasta básica de todas las familias.

Cuadro 39: Resumen del capital de trabajo

Detalle	Valor Mensual
Materia Prima Directa	4.122,00
Mano de Obra Directa	526,93
Costos Indirectos de Fabricación	82,42
Gastos Administrativos	1412,19
Gastos de Venta	60,00
Gastos Financieros	79,41
TOTAL	6.282,95

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

4.5.3. Inversión total del proyecto

La inversión total necesaria para la producción y comercialización de pan integral de zanahoria blanca es la siguiente:

Cuadro 40: Resumen total de la inversión

Detalle	Valor
Inversión Fija	8.214,36
Maquinaria	6.070,36
Equipo de Computación y Oficina	1.210,00
Muebles y Enseres	934,00
Capital de Trabajo	6.282,95
Materia Prima Directa	4.122,00
Mano de Obra Directa	526,93
Costos Indirectos de Fabricación	82,42
Gastos Administrativos	1.412,19
Gastos de Venta	60,00
Gastos Financieros	79,41
Total Inversión	14.497,31

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

4.5.4. Composición del capital

La inversión total del proyecto asciende a 14.497,31 de los cuales 4.497,31 constituye capital propio y el saldo restante de 10.000,00 se obtendrá con recursos mediante un crédito en la Corporación Financiera Nacional.

Cuadro 41: Composición del capital

Detalle	Valor	Porcentaje
Aporte de Capital	4.497,31	31,02%
Crédito	10.000,00	68,98%
TOTAL	14.497,31	100,00%

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO

5.1. Determinación de Ingresos

En el presente capítulo se procederá a realizar el análisis económico financiero del proyecto. De esta manera el análisis que se expondrá a continuación permitirá conocer la factibilidad del proyecto.

En primer lugar se procederá a determinar los ingresos y egresos del proyecto, esto permitirá cuantificar la cantidad de ingresos que se va a obtener en los años de vida útil del proyecto.

Cuadro 42: Volumen de ventas

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades de pan	396.000	435.600	479.160	527.076	579.784
Precio	0,24	0,25	0,26	0,27	0,28
Ventas Anuales	95.040,00	108.900,00	124.581,60	142.310,52	162.339,52

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

5.2. Determinación de egresos

Se han estimado los precios futuros tomando en cuenta la variación de la tasa de inflación, de los últimos cinco años y sacando un promedio al año 2013 del 3.98%. La inversión inicial que el proyecto necesita para ejecutarlo requiere de la consideración de varios costos y gastos necesarios para el funcionamiento de la panadería.

A continuación se procederá a calcular la proyección de los costos de producción.

5.2.1 Costos de producción

➤ Materia prima directa

La materia prima indispensable que se requiere para la elaboración del producto como es el pan integral de zanahoria blanca, se detallan a continuación.

Cuadro 43: Materiales proyectados

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades de pan	396.000	435.600	479.160	527.076	579.784
Costo	0,12	0,13	0,14	0,15	0,16
TOTAL	47.520,00	56.628,00	67.082,40	79.061,40	92.765,44

Elaborado por: La Autora

➤ Mano de obra directa

La mano de obra directa está conformada por los trabajadores de la producción que elaboran el pan, estos rubros son proyectados tomando en cuenta el sueldo, décimo tercero, décimo cuarto, aporte al IESS, vacaciones, Fondos de reserva como se detalla a continuación:

Cuadro 44: Mano de obra directa

Cargo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maestro Panificador	4.800,00	5.246,21	5.733,90	6.266,93	6.849,50
TOTAL	4.800,00	5.246,21	5.733,90	6.266,93	6.849,50

Elaborado por: La Autora

Cuadro 45: Costo de mano de obra directa

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salario Básico Unificado	4.800,00	5.246,21	5.733,90	6.266,93	6.849,50
Aporte Patronal	583,20	637,41	696,67	761,43	832,21
Fondo de Reserva	0,00	437,18	477,83	522,24	570,79
Décimo Tercero	400,00	437,18	477,83	522,24	570,79
Décimo Cuarto	340,00	371,61	406,15	443,91	485,17
Vacaciones	200,00	218,59	238,91	261,12	285,40
TOTAL	6.323,20	7.348,19	8.031,28	8.777,88	9.593,87

Elaborado por: La Autora

➤ Costos indirectos de producción

Cuadro 46: Materiales indirectos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Menaje	150,00	-	155,97	-	162,18
Gas	475,00	493,91	513,56	534,00	555,26
TOTAL	625,00	493,91	669,53	534,00	717,43

Elaborado por: La Autora

Cuadro 47: Otros costos indirectos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía Eléctrica	180,00	187,16	194,61	202,36	210,41
Agua Potable	84,00	87,34	90,82	94,43	98,19
Mantenimiento Maquinaria	100,00	103,98	108,12	112,42	116,90
TOTAL	364,00	378,49	393,55	409,21	425,50

Elaborado por: La Autora

Cuadro 48: Depreciaciones de producción

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Horno	405,00	405,00	405,00	405,00	405,00
Amasadora Industrial	119,73	119,73	119,73	119,73	119,73
Mesón Acero Inoxidable	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00
Balanza Digital	3,60	3,60	3,60	3,60	3,60
TOTAL	546,33	546,33	546,33	546,33	546,33

Elaborado por: La Autora

Cuadro 49: Resumen costos indirectos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materiales Indirectos	625,00	493,91	669,53	534,00	717,43
Energía Eléctrica	180,00	187,16	194,61	202,36	210,41
Agua potable	84,00	87,34	90,82	94,43	98,19
Mantenimiento Maquinaria	100,00	103,98	108,12	112,42	116,90
Depreciaciones	546,33	546,33	546,33	546,33	546,33
TOTAL	1.535,33	1.418,72	1.609,42	1.489,55	1.689,27

Elaborado por: La Autora

Cuadro 50: Resumen de costos de producción

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materiales Directos	47.520,00	56.628,00	67.082,40	79.061,40	92.765,44
Mano de Obra Directa	6.323,20	7.348,19	8.031,28	8.777,88	9.593,87
Costos Indirectos de Fabricación	1.535,33	1.418,72	1.609,42	1.489,55	1.689,27
TOTAL	55.378,53	65.394,92	76.723,10	89.328,83	104.048,58

Elaborado por: La Autora

5.2.2. Gastos administrativos

Los rubros considerados para gastos administrativos comprenden, el sueldo del personal administrativo, suministros y materiales de oficina, servicios básicos, suministros de aseo y limpieza entre otros.

Cuadro 51: Suministros de oficina

Detalle	Medida	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Papel bond	Resma	2	4,60	9,20
Perforadora	Unidad	1	2,00	2,00
Grapadora	Unidad	1	1,80	1,80
Archivadores	Unidad	3	2,80	8,40
Lápiz	Unidad	6	0,70	4,20
Esferográficos	Caja	2	3,00	6,00
TOTAL				31,60

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Cuadro 52: Suministros de aseo y limpieza

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Escoba	2	2,50	5,00
Trapeador	2	3,00	6,00
Desinfectante	5	5,00	25,00
Jabón	6	3,00	18,00
Pala Recogedor	1	2,75	2,75
TOTAL ANUAL			56,75

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Cuadro 53: Servicios básicos

Detalle	Valor
Agua potable	60,00
Energía eléctrica	108,00
Teléfono	96,00
Total Anual	264,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Cuadro 54: Depreciaciones de administración

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Computadora	55,83	55,83	55,83	55,83	55,83
Sillas	2,88	2,88	2,88	2,88	2,88
Escritorio	15,30	15,30	15,30	15,30	15,30
Archivadores	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00
TOTAL	83,01	83,01	83,01	83,01	83,01

Elaborado por: La Autora

Cuadro 55: Resumen de gastos administrativos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Personal	13.543,88	15.179,16	17.206,34	18.805,85	20.554,05
Suministros de Oficina	31,60	32,86	34,17	35,53	36,94
Suministros de Aseo y Limpieza	56,75	59,01	61,36	63,80	66,34
Servicios básicos	264,00	274,51	285,43	296,79	308,61
Arriendo	2.400,00	2.495,52	2.594,84	2.698,12	2.805,50
Mantenimiento equipo de computo	150,00	155,97	162,18	168,63	175,34
Gastos de Constitución	500,00	-	-	-	-
Depreciaciones	83,01	83,01	83,01	83,01	83,01
TOTAL	17.029,24	18.280,03	20.427,33	22.151,73	24.029,79

Elaborado por: La Autora

5.2.3. Gastos de venta

Para el cálculo de tomo en cuenta el sueldo del vendedor, del distribuidor y la publicidad a realizarse.

Cuadro 56: Depreciaciones de venta

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Computadora	55,83	55,83	55,83	55,83	55,83
Impresora	16,75	16,75	16,75	16,75	16,75
Teléfono	6,70	6,70	6,70	6,70	6,70
Sillas	2,88	2,88	2,88	2,88	2,88
Vitrina	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00
TOTAL	136,16	136,16	136,16	136,16	136,16

Elaborado por: La Autora

Cuadro 57: Resumen de gastos de venta

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Personal	11.748,92	13.649,90	14.918,80	16.305,66	17.821,44
Publicidad	720,00	748,66	778,45	809,43	841,65
Depreciaciones	136,16	136,16	136,16	136,16	136,16
TOTAL	12.605,08	14.534,72	15.833,41	17.251,26	18.799,25

Elaborado por: La Autora

5.2.4. Gastos financieros

Los gastos financieros que tiene la empresa es el interés que se genera con el préstamo que se realizará en la Corporación Financiera Nacional, a continuación se expone la tabla de amortización de la deuda.

Amortización del crédito

Monto del Préstamo	10.000,00
Tasa de Interés	11%
Periodo en meses	36

Cuadro 58: Tabla de amortización

Periodos	Pago	Interés	Capital	Saldo	Capital Amortizado
0				10.000,00	
1	327,39	91,67	235,72	9.764,28	235,72
2	327,39	89,51	237,88	9.526,40	473,60
3	327,39	87,33	240,06	9.286,34	713,66
4	327,39	85,12	242,26	9.044,07	955,93
5	327,39	82,90	244,48	8.799,59	1.200,41
6	327,39	80,66	246,72	8.552,87	1.447,13
7	327,39	78,40	248,99	8.303,88	1.696,12
8	327,39	76,12	251,27	8.052,61	1.947,39
9	327,39	73,82	253,57	7.799,04	2.200,96
10	327,39	71,49	255,90	7.543,14	2.456,86
11	327,39	69,15	258,24	7.284,90	2.715,10
12	327,39	66,78	260,61	7.024,29	2.975,71
13	327,39	64,39	263,00	6.761,30	3.238,70
14	327,39	61,98	265,41	6.495,89	3.504,11
15	327,39	59,55	267,84	6.228,05	3.771,95
16	327,39	57,09	270,30	5.957,75	4.042,25
17	327,39	54,61	272,77	5.684,98	4.315,02
18	327,39	52,11	275,27	5.409,70	4.590,30
19	327,39	49,59	277,80	5.131,90	4.868,10
20	327,39	47,04	280,34	4.851,56	5.148,44
21	327,39	44,47	282,91	4.568,64	5.431,36
22	327,39	41,88	285,51	4.283,13	5.716,87
23	327,39	39,26	288,13	3.995,01	6.004,99
24	327,39	36,62	290,77	3.704,24	6.295,76
25	327,39	33,96	293,43	3.410,81	6.589,19
26	327,39	31,27	296,12	3.114,69	6.885,31
27	327,39	28,55	298,84	2.815,85	7.184,15
28	327,39	25,81	301,58	2.514,28	7.485,72
29	327,39	23,05	304,34	2.209,94	7.790,06
30	327,39	20,26	307,13	1.902,81	8.097,19
31	327,39	17,44	309,94	1.592,87	8.407,13
32	327,39	14,60	312,79	1.280,08	8.719,92
33	327,39	11,73	315,65	964,43	9.035,57
34	327,39	8,84	318,55	645,88	9.354,12
35	327,39	5,92	321,47	324,41	9.675,59
36	327,39	2,97	324,41	0,00	10.000,00

Elaborado por: La Autora

Cuadro 59: Gasto interés

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3
Gasto Interés	952,94	608,60	224,40

Elaborado por: La Autora

Cuadro 60: Resumen de egresos proyectados

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de Producción	55.378,53	65.394,92	76.723,10	89.328,83	104.048,58
Gastos Administrativos	17.029,24	18.280,03	20.427,33	22.151,73	24.029,79
Gastos de Venta	12.605,08	14.534,72	15.833,41	17.251,26	18.799,25
Gastos Financieros	952,94	608,60	224,40	-	-
TOTAL	85.965,80	98.818,26	113.208,24	128.731,81	146.877,63

Elaborado por: La Autora

5.3. Estados financieros

5.3.1. Estados de situación inicial

Para el inicio de las actividades de producción y comercialización de la microempresa Nutripan, se cuenta con el siguientes Estado de Situación Financiera.

Cuadro 61: Estado de situación inicial

**Panadería “Nutripan”
Estado de situación inicial
USD. Dólares**

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	6.282,95	PASIVOS NO CORRIENTES	10.000,00
Capital de Trabajo	6.282,95	Préstamo Bancario	10.000,00
ACTIVOS NO CORRIENTES		TOTAL PASIVO	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	8.214,36	PATRIMONIO	4.497,31
Maquinaria	6.070,36	Aporte de Capital	4.497,31
Equipo de Computación y Oficina	1.210,00		
Muebles y Enseres	934,00		
		TOTAL PATRIMONIO	
TOTAL ACTIVO	<u>14.497,31</u>	TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO	<u>14.497,31</u>

5.3.2. Estados de pérdidas y ganancias

El Estado de Pérdidas y Ganancias se proyectara para cinco años con lo cual se podrá observar la utilidad generada durante este periodo.

Cuadro 62: Estado de pérdidas y ganancias

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	95.040,00	108.900,00	124.581,60	142.310,52	162.339,52
(-) Costo de Producción	55.378,53	65.394,92	76.723,10	89.328,83	104.048,58
Utilidad Bruta	39.661,47	43.505,08	47.858,50	52.981,69	58.290,94
(-) Gastos Administrativos	17.029,24	18.280,03	20.427,33	22.151,73	24.029,79
(-) Gastos de Venta	12.605,08	14.534,72	15.833,41	17.251,26	18.799,25
Utilidad Operativa	10.027,14	10.690,33	11.597,76	13.578,71	15.461,89
(-) Gastos Financieros	952,94	608,60	224,40	0,00	0,00
Utilidad Antes de 15% Participación Trabajadores	9.074,20	10.081,74	11.373,36	13.578,71	15.461,89
(-)15% Participación Trabajadores	1.361,13	1.512,26	1.706,00	2.036,81	2.319,28
Utilidad Antes de Impuestos	7.713,07	8.569,48	9.667,35	11.541,90	13.142,61
(-)22% Impuesto a la Renta	1.696,88	1.885,29	2.126,82	2.539,22	2.891,37
Utilidad Neta Proyectada	6.016,19	6.684,19	7.540,54	9.002,68	10.251,24

Elaborado por: La Autora

5.3.3. Flujo de caja

El flujo de caja mostrara la liquidez de la empresa Nutripan, las obligaciones financieras serán canceladas durante tres años, a continuación se detalla el flujo de caja proyectado.

Cuadro 63: Flujo de caja

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión	-14.497,31					
Ingresos:						
Utilidad neta Proyectada		6.016,19	6.684,19	7.540,54	9.002,68	10.251,24
Depreciación de Activos		765,51	765,51	765,51	765,51	765,51
Total de Ingresos		6.781,70	7.449,70	8.306,04	9.768,19	11.016,74
Egresos:						
Pago del Préstamo		2.975,71	3.320,05	3.704,24		
Total Egresos		2.975,71	3.320,05	3.704,24		
Total Flujo de Caja Neto Proyectado	-14.497,31	3.806,00	4.129,65	4.601,80	9.768,19	11.016,74

Elaborado por: La Autora

5.4. Evaluación financiera

5.4.1. Tasa de rendimiento medio o costo de oportunidad

Es un procedimiento que nos permite actualizar los flujos netos de efectivo futuros, representa el sacrificio de la rentabilidad cuando se analizan diferentes alternativas de colocación de dinero en el mercado financiero. Para el cálculo se ha tomado como referencia la tasa pasiva referencial de 4.53%, publicada por el Banco Central del Ecuador y la tasa de interés del crédito la cual es del 11% en la Corporación Financiera Nacional.

Cuadro 64: Costo de oportunidad

Descripción	Valor	Porcentaje	Tasa ponderada	Valor Ponderado
Aporte de Capital personal	4.497,31	31,02%	4,53%	1,41%
Crédito	10.000,00	68,98%	11%	7,59%
Costo de Oportunidad				8,99%

Elaborado por: La Autora

$$TRM = (1 + CK)(1 + IF) - 1$$

Dónde:

CK= Costo de Capital

IF= Inflación anual año 2013= 3,98%

TRM= (1+0,0899)(1+0,0398)-1

TRM= 13,33%

5.4.2. Valor actual neto

Mediante en VAN se determinará el valor presente de los flujos futuros de efectivo, tomando en cuenta la tasa de rendimiento medio que es de 13,33%.

$$VAN = -Inv.Ini. + \frac{FNC}{(1+i)^1} + \frac{FNC}{(1+i)^2} + \frac{FNC}{(1+i)^3} + \frac{FNC}{(1+i)^4} + \frac{FNC}{(1+i)^5}$$

Dónde:

FNC= Flujos Netos de Caja

i = Tasa de Rendimiento Medio

VAN=	-14.497,31	$\frac{3358,33}{(1+0,1333)^1}$	$+$	$\frac{3215,32}{(1+0,1333)^2}$	$+$	$\frac{3161,50}{(1+0,1333)^3}$	$+$	$\frac{5921,54}{(1+0,1333)^4}$	$+$	$\frac{5892,90}{(1+0,1333)^5}$
------	------------	--------------------------------	-----	--------------------------------	-----	--------------------------------	-----	--------------------------------	-----	--------------------------------

Cuadro 65: Valor actual neto

Años	Inversión Inicial	Flujos Netos	Factor (13,33%)	Flujos de Caja Actualizados
0	-14.497,31			-14.497,31
1		3.806,00	1,1333	3.358,33
2		4.129,65	1,2844	3.215,32
3		4.601,80	1,4556	3.161,50
4		9.768,19	1,6496	5.921,54
5		11.016,74	1,8695	5.892,90
VAN				7.052,28

Elaborado por: La Autora

VAN>0; Es Viable
VAN=0; Es Indiferente
VAN<0; No es Viable

El Valor Actual Neto es mayor a cero, por lo tanto el proyecto si es factible.

5.4.3. Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno mide la rentabilidad del proyecto como un porcentaje hasta que el VAN resulte negativo, para que el proyecto sea aceptado el porcentaje tiene que ser mayor a la tasa de rendimiento medio.

Cuadro 66: Tasa interna de retorno

Años	Flujos Netos	Tasa de Descuento	
		0,27	0,29
0	-14.497,31	-14.497,31	-14.497,31
1	3.806,00	2.996,85	2.950,39
2	4.129,65	2.560,39	2.481,61
3	4.601,80	2.246,55	2.143,67
4	9.768,19	3.754,91	3.527,41
5	11.016,74	3.334,53	3.083,93
VAN		395,92	-310,30

Elaborado por: La Autora

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

Dónde:

Ti= Tasa inferior de Redescuento

Ts= Tasa superior de redescuento

VANTI= VAN calculado con la tasa inferior de redescuento

VANTS= Van calculado con la tasa superior de redescuento

Reemplazando:

TIR=	$0,27+(0,29-0,27) \frac{395,92}{395,92 -(-310,30)}$
------	---

TIR= 27,52% tasa mayor a la tasa de rendimiento media, lo que indica que el proyecto es viable.

5.4.4. Relación costo beneficio

Esta relación refleja el valor que tiene el valor que tiene el proyecto en relación a los beneficios y costos, la fórmula a utilizarse es la siguiente:

BC>1= los ingresos son mayores que los egresos, proyecto aconsejable.

BC=1 los ingresos son iguales a los egresos, proyecto indiferente.

BC<1= los ingresos son menores que los egresos, proyecto no aconsejable.

Cuadro 67: Relación costo beneficio

Años	Ingreso	Egresos	Ingresos Actualizados 13,33%	Egresos Actualizados 13,33%
1	95.040,00	85.965,80	83.861,29	75.854,41
2	108.900,00	98.818,26	84.788,72	76.939,16
3	124.581,60	113.208,24	85.589,25	77.775,60
4	142.310,52	128.731,81	86.269,53	78.038,03
5	162.339,52	146.877,63	86.836,00	78.565,38
TOTAL			427.344,80	387.172,58

Elaborado por: La Autora

$$RB/C = \frac{\sum \text{INGRESOS NETOS ACTUALIZADOS}}{\sum \text{EGRESOS NETOS ACTUALIZADOS}}$$

$$RB/C = \frac{427.344,80}{387.172,58}$$

$$RB/C = 1,10$$

El costo beneficio de la empresa es de 1,10 lo que significa que por cada dólar de gasto se generará 0,10 centavos de ingresos.

5.4.5. Periodo de recuperación de la inversión

Para obtener el periodo de recuperación de la inversión, se relacionará los flujos netos de efectivo con la inversión inicial.

Cuadro 68: Periodo de recuperación de la inversión

Años	Flujos Netos	Flujos de Caja Actualizados
0	-14.497,31	
1	3.806,00	3.358,33
2	4.129,65	3.215,32
3	4.601,80	3.161,50
4	9.768,19	5.921,54
5	11.016,74	5.892,90
TOTAL	18.825,08	21.549,58

Elaborado por: La Autora

$$\text{PRI} = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\text{Promedio de Flujos Netos Actualizados}}$$

PRI= 3,40

PRI= 3 año, 5 meses y 12 días.

De esta manera se obtiene que el periodo de recuperación de la inversión sea de 3 años, 5 meses y 12 días, el mismo que es un tiempo considerable, ya que entre más tiempo tarde en recuperarse la inversión menos atractivo es el proyecto.

5.4.6. Análisis de sensibilidad

En el proyecto se ha tomado dos posibles situaciones para realizar el análisis de sensibilidad, uno de los cuales se muestra con la reducción de las ventas en un dos por ciento y el otro en un cuatro por ciento de las ventas para determinar hasta qué punto el proyecto se muestra aceptable.

- Proceso número uno

Cuadro 69: Estado de pérdidas y ganancias con una disminución en sus ventas de un 2%

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	93.139,20	106.722,00	122.089,97	139.464,31	159.092,73
(-) Costo de Producción	55.378,53	65.394,92	76.723,10	89.328,83	104.048,58
Utilidad Bruta	37.760,67	41.327,08	45.366,87	50.135,48	55.044,15
(-) Gastos Administrativos	17.029,24	18.280,03	20.427,33	22.151,73	24.029,79
(-) Gastos de Venta	12.605,08	14.534,72	15.833,41	17.251,26	18.799,25
Utilidad Operativa	8.126,34	8.512,33	9.106,13	10.732,50	12.215,10
(-) Gastos Financieros	952,94	608,60	224,40	0,00	0,00
Utilidad Antes de 15% Participación Trabajadores	7.173,40	7.903,74	8.881,72	10.732,50	12.215,10
(-)15% Participación trabajadores	1.076,01	1.185,56	1.332,26	1.609,87	1.832,27
Utilidad Antes de Impuestos	6.097,39	6.718,18	7.549,47	9.122,62	10.382,84
(-)22% Impuesto a la Renta	1.341,43	1.478,00	1.660,88	2.006,98	2.284,22
Utilidad Neta Proyectada	4.755,96	5.240,18	5.888,58	7.115,65	8.098,61

Elaborado por: La Autora

Cuadro 70: Flujo de caja con una disminución en sus ventas de un 2%

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión	-14.497,31					
Ingresos:						
Utilidad Neta Proyectada		4.755,96	5.240,18	5.888,58	7.115,65	8.098,61
Depreciación de Activos		765,51	765,51	765,51	765,51	765,51
Total de Ingresos		5.521,47	6.005,69	6.654,09	7.881,16	8.864,12
Egresos:						
Pago del Préstamo		2.975,71	3.320,05	3.704,24		
Total Egresos		2.975,71	3.320,05	3.704,24		
Total Flujo de Caja Neto Proyectado	-14.497,31	2.545,77	2.685,64	2.949,85	7.881,16	8.864,12

Elaborado por: La Autora

Cuadro 71: Análisis TIR VAN

AÑOS	FLUJOS NETOS	ANALISIS	PORCENTAJE
0	-14.497,31	TRM	13,33%
1	2.545,77	VAN	1.385,69
2	2.685,64	TIR	16%
3	2.949,85	Aceptable	
4	7.881,16		
5	8.864,12		

Elaborado por: La Autora

En este caso al reducir las ventas en un 2% tenemos como resultado una TIR de 16% siendo mayor a la tasa de rendimiento medio lo que significa que el proyecto sigue siendo aceptable.

➤ Proceso número dos

Cuadro 72: Estado de pérdidas y ganancias con una disminución en sus ventas del 4%

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	91.238,40	104.544,00	119.598,34	136.618,10	155.845,94
(-) Costo de Producción	55.378,53	65.394,92	76.723,10	89.328,83	104.048,58
Utilidad Bruta	35.859,87	39.149,08	42.875,24	47.289,27	51.797,36
(-) Gastos Administrativos	17.029,24	18.280,03	20.427,33	22.151,73	24.029,79
(-) Gastos de Venta	12.605,08	14.534,72	15.833,41	17.251,26	18.799,25
Utilidad Operativa	6.225,54	6.334,33	6.614,49	7.886,29	8.968,31
(-) Gastos Financieros	952,94	608,60	224,40	0,00	0,00
Utilidad Antes de 15% Participación Trabajadores	5.272,60	5.725,74	6.390,09	7.886,29	8.968,31
(-)15% Participación Trabajadores	790,89	858,86	958,51	1182,94	1345,25
Utilidad Antes de Impuestos	4.481,71	4.866,88	5.431,58	6.703,35	7.623,07
(-)22% Impuesto a la Renta	985,98	1070,71	1194,95	1474,74	1677,07
Utilidad Neta Proyectada	3.495,73	3.796,16	4.236,63	5.228,61	5.945,99

Elaborado por: La Autora

Cuadro 73: Flujo de caja con una disminución en sus ventas del 4%

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión	-14.497,31					
Ingresos:						
Utilidad neta Proyectada		3.495,73	3.796,16	4.236,63	5.228,61	5.945,99
Depreciación de Activos		765,51	765,51	765,51	765,51	765,51
Total de Ingresos		4.261,24	4.561,67	5.002,14	5.994,12	6.711,50
Egresos:						
Pago del Préstamo		2.975,71	3.320,05	3.704,24		
Total Egresos		2.975,71	3.320,05	3.704,24		
Total Flujo de Caja Neto Proyectado	-14.497,31	1.285,54	1.241,62	1.297,90	5.994,12	6.711,50

Elaborado por: La Autora

Cuadro 74: Análisis

AÑOS	FLUJOS NETOS	ANALISIS	PORCENTAJE
0	-14.497,31	TRM	13,33%
1	1.285,54	VAN	-4.280,91
2	1.241,62	TIR	3%
3	1.297,90	No Aceptable	
4	5.994,12		
5	6.711,50		

Elaborado por: La Autora

En este caso al reducir las ventas en un 4% tenemos como resultado que la TIR es de 3%, siendo menor a la tasa de rendimiento medio y con un valor actual neto negativo lo que significa que no se debe realizar ninguna inversión en el proyecto ya que no es aceptable.

5.4.7. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es aquel nivel de actividad en el que la empresa ni gana, ni pierde dinero por debajo de ese nivel de actividad la empresa

tendría pérdidas y si el nivel de actividad es superior, la empresa obtendría beneficios.

Cuadro 75: Cálculo del punto de equilibrio

RUBROS	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
INGRESOS	95.040,00	
Costos Indirectos de Fabricación	910,33	
Gastos Administrativos	17.029,24	
Gasto Publicidad	720,00	
Gasto Interés	952,94	
Materiales Directos		47.520,00
Mano de Obra Directa		6.323,20
Materiales Indirectos		625,00
Personal Ventas		11.748,92
TOTAL	19.612,52	66.217,12

Elaborado por: La Autora

$$PE(\text{dólares}) = \frac{\text{COSTO FIJO}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE}}{\text{VENTAS}}}$$

$$PE(\text{dólares}) = \frac{19.612,52}{1 - \frac{66.217,12}{95.040,00}}$$

PE= 64.669,93

$$PE(\text{Unidades}) = \frac{PE(\text{dólares})}{\text{Precio de venta Unitario}}$$

$$PE(\text{Unidades}) = \frac{64.669,93}{0,24}$$

PE= 269.458 unidades

El punto de equilibrio nos indica que la empresa debe tener ingresos de 64.669,93 dólares y venta de 269.458 unidades del producto para comenzar a recuperar lo invertido, caso contrario la microempresa tendrá pérdida.

CAPÍTULO VI

6 PROPUESTA ORGANIZACIONAL

6.1. Base legal

6.1.1. Constitución jurídica

La constitución jurídica de la microempresa panadería Nutripan, se registrará a los artículos estipulados en la ley de compañías, la cual manifiesta como contrato de compañía aquel por el cual dos o más personas unen su capital para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Se estipula la forma adecuada de la constitución de la “**Panadería Nutripan**” como una compañía de responsabilidad limitada.

Este contrato se rige por las disposiciones de esta ley, por las del código de trabajo y por los convenios de las partes.

La empresa se constituirá con cinco socios, los cuales aportaran cada uno con un valor de 899,46 dólares.

6.1.2. Aspectos legales

Para el funcionamiento de la Microempresa “NUTRIPAN” se basará en las leyes y reglamentos que rigen las actividades productivas y comerciales.

6.2. Denominación de la empresa

6.2.1. Razón social

El nombre designado hará referencia a la calidad de pan, como también a la materia prima que se utiliza en la elaboración de este producto como es

la zanahoria blanca producida en los terrenos fértiles de nuestra ciudad; para el presente proyecto se define el nombre de “Panadería Nutripan Cía. Ltda.”, y estará ubicada en la ciudad de Ibarra, sector Cananvalle.

6.2.2. Representante legal

Para la Panadería Nutripan la representante legal es la Srta. Irma Marcela De La Torre Cacuango.

6.2.3. Requisitos

6.2.3.1. Obtener el registro único de contribuyentes (RUC)

Los requisitos para la puesta en marcha del proyecto son:

- Original y copia de la cédula y papeleta de votación
- Registro de Patente
- Original de la planilla de servicios básicos

6.2.3.2. Obtener la patente municipal del GAD Ibarra

La patente municipal es obligatoria y grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad económica, los requisitos son los siguientes:

- Comprobante del último pago del impuesto predial donde se ubicara la Panadería.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Documentos personales del representante legal de la empresa

6.2.3.3. Permiso de funcionamiento del ministerio de salud pública

Es un documento en el cual se abaliza que el local cumple con las normas de higiene y está sujeta al control sanitario, los requisitos son:

- Formulario solicitud
- Copia de la cédula y papeleta de votación
- Copia del RUC
- Permiso de Bomberos
- Plano ubicación del establecimiento
- Carnet de salud de todos los trabajadores
- Pago de tasa de permiso de acuerdo a la actividad económica
- Estudio y emisión del permiso de funcionamiento, el cual tiene vigencia de un año.

6.2.3.4. Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos

Los requisitos para obtener el permiso del Cuerpo de Bomberos son:

- Solicitud de inspección
- Informe de inspección aprobada (Bombero)
- Copia de cédula y papeleta de votación
- Copia del RUC
- Copia de patente comercial municipal
- Copia del pago del impuesto predial

6.3. Aspecto tributario

El proyecto se ajustara a las leyes y reglamentos actuales que rige en nuestro país a través del Servicio de Rentas Internas se debe aplicar los siguientes pasos:

6.3.1. Obtener el Ruc

El propietario debe acercarse a las oficinas de Servicio de Rentas Internas a sacar el Registro Único de Contribuyentes RUC para iniciar sus actividades económicas.

6.3.2. Emisión de facturas

Para el correcto funcionamiento de la microempresa se debe emitir factura, las cuales deben ser elaboradas en imprentas autorizadas por el SRI.

6.3.3. Registros contables

Todos los negocios están obligados a llevar un registro de ingresos y egresos o la contabilidad, dependiendo de sus ingresos, costos - gastos y de capital.

6.3.4. Presentar declaraciones

Las declaraciones y el respectivo pago del impuesto se realizara de forma semestral ya que el bien que se está ofertando es gravado con la tarifa del cero por ciento, se deberá realizar la correspondiente declaración en el formulario 104 el cual se presenta de acuerdo al noveno dígito del RUC, además está obligada a presentar una declaración anual de impuesto a la renta basado en los porcentajes que publique el SRI.

6.4. Aspecto laboral

La microempresa tendrá que cumplir con lo estipulado en los siguientes documentos: Código de Trabajo, Ministerio de Relaciones Laborales, Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, de acuerdo a lo dispuesto por las entidades la microempresa está obligada a cumplir lo siguiente:

- Celebrar un contrato de trabajo de acuerdo al tipo de actividades que realice.
- Inscribir el contrato de trabajo en el Ministerio de Relaciones Laborales
- Afiliar al trabajador al seguro social
- Tratar a los trabajadores con la debida consideración, no infiriéndoles maltratos de palabra u obra.

- Pagar el sueldo básico correspondiente a cada periodo
- Asumir el 12,15% que corresponde al empleador por la seguridad social
- Pagar los décimos tercer y cuarto sueldo
- Pagar fondos de reserva a partir del segundo año
- Pagar utilidades en caso de obtener beneficio al final del periodo fiscal, correspondiente al 15% de las utilidades liquidas.
- Pagar una compensación por el salario digno.

6.5. Aspecto ambiental

En lo que se refiere al aspecto ambiental la microempresa debe cumplir con controles ambientales de: Consejo Nacional de Desarrollo Sustentable, Ministerio del Ambiente, Sistema Nacional Descentralizado de Gestión Ambiental, Reguladores Ambientales Sectoriales, Municipalidad y Consejos Provinciales, los aspectos más importantes de los estatutos que encierra la ley ambiental y su reglamento son:

- Realizar un análisis de las variables que intervienen en el proceso de producción y evaluar los posibles impactos ambientales que pueda causar dicha actividad.
- No descargar, sin sujetarse a las normas técnicas correspondientes y regulaciones, a las redes de alcantarillado, quebradas, acequias, ríos lagos naturales o artificiales, así como infiltrar en terrenos y suelos las aguas residuales que contengan contaminantes que sean nocivos a la salud humana, a la fauna, a la flora y a las propiedades.
- Manejo adecuado de los desperdicios orgánicos e inorgánicos producidos por la actividad económica.
- En el caso que lo amerite, efectuar el reciclaje y reutilización de los desperdicios de origen orgánico.

6.6. Seguridad industrial

Todas las empresas están obligadas a cumplir las leyes de seguridad y salud en el trabajo, independientemente de su actividad económica las empresas pueden aumentar el nivel de seguridad, poniendo en práctica las acciones preventivas que reduzcan el riesgo de accidentes laborales. La legislación de interés en seguridad industrial y salud ocupacional es:

- Código de trabajo
- Código de salud
- Decreto 2393. Reglamento de Seguridad y Salud de los trabajadores y mejoramiento del medio ambiente del trabajo.
- Resolución 741. Reglamento General de Seguros de Riesgos del Trabajo
- Resolución 333. Reglamento para el Sistema de Auditorías de Riesgo del Trabajo.
- Decisión 584. Instrumento Andino de Seguridad y Salud en el Trabajo
- Resolución 957. Reglamento de Instrumento Andino de Seguridad y Salud en el Trabajo

6.7. Logotipo y slogan

El nombre considerado para la Panadería es "NUTRIPAN" que hace referencia a los nutrientes que posee la zanahoria blanca como ingrediente del pan y su slogan es ingredientes de calidad lo que se presenta en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 16: Logotipo



Fuente: <http://www.forofantasiasmiguel.com/>

6.7.1 Importancia

Existe la participación y aceptación de los pobladores de este sector quienes serán los beneficiarios directos con la creación de la microempresa y la satisfacción de la demanda insatisfecha existente ofertando productos con calidad y variedad.

6.8. Elementos estratégicos

6.8.1. Misión

La microempresa panadería "NUTRIPAN" será una unidad de producción y comercialización de pan integral, aprovechando y manteniendo las propiedades de la zanahoria blanca, para brindar un producto nutritivo y de excelente calidad, orientado a satisfacer las necesidades de los clientes, proveedores y comunidad tanto del producto como del servicio.

6.8.2. Visión

"NUTRIPAN" para el año 2018 logrará ser líder de alimentos nutritivos, basados en la constante innovación con la actividad integral de la

panificación, cumpliendo las expectativas del cliente brindando un producto de calidad y a precios competitivos.

6.8.3. Valores corporativos

La cultura organizativa se basa en los siguientes valores: responsabilidad, compromiso, responsabilidad al elaborar productos con calidad y servicio, comunicación, competencia, honestidad y la innovación.

➤ Responsabilidad

El deber y compromiso con el trabajo es lo primero, el cumplimiento de las funciones dentro de la autoridad asignada.

➤ Compromiso

Se refleja en el trabajo y desempeño, el compromiso con la empresa y con las zonas que se trabaja.

➤ Responsabilidad al elaborar los productos con calidad y servicio.

La seriedad en el cumplimiento tareas designadas para brindar un producto y servicio de calidad.

➤ Comunicación

La comunicación es poner en común información y experiencia debe existir en toda la empresa y en cada uno de los departamentos, la misma que ayudara en la toma de decisiones.

➤ **Competencia**

Hacer el trabajo cumpliendo objetivos, reduciendo costos, obteniendo el máximo rendimiento de los recursos con los que cuenta la empresa.

➤ **Honestidad**

Respetar la ley, la moral y el compromiso con la empresa. Proceder con honradez e integridad en nuestras actividades diarias correspondiendo a la confianza que la empresa ha depositado en nosotros.

➤ **Innovación**

La innovación, la mejora continua y la calidad son la clave para el cumplimiento del compromiso con el progreso y por ende satisfacer las necesidades de los clientes.

6.8.4. Políticas

Las políticas de la panificadora NUTRIPAN serán las directrices básicas de la organización, que orientaran al gerente a través de guías y procedimientos en la toma de decisiones.

A continuación se desarrollan políticas encaminadas al logro de los objetivos de la organización:

➤ **Políticas de distribución**

En la panificadora NUTRIPAN se realizara las actividades de distribución de acuerdo a lo siguiente:

- ✓ Implementar un sistema de entrega de producto en cada uno de los puntos de venta a fin de no ocasionar desabastecimiento.

- ✓ Diseñar un sistema de retroalimentación que permita a la panadería conocer a través los distribuidores las quejas y sugerencias de los clientes.
- ✓ Desarrollar formas de entrega, para hacer llegar el producto con puntualidad y de la forma más atenta hacia los intermediarios.

6.8.5. Políticas de venta

Los siguientes términos comerciales se aplicaran para la venta del pan tanto a distribuidores y consumidores finales.

➤ **Precios**

Los precios se fijaran de acuerdo a lo establecido para el año 2013, y para los años posteriores se proyectaran con la tasa de inflación del 3,98%.

➤ **Tiempo de entrega**

El tiempo de entrega es importante en la actividad de la panificación, ya que tanto los distribuidores necesitan el producto a una hora determinada para comercializar.

➤ **Fletes**

El flete o costo de distribución es cubierto por la panificadora NUTRIPAN, ya que el pan es entregado en los locales de comercialización.

6.8.6. Políticas de producción

Se trata de utilizar ante todo la potencialidad de la producción para reforzar la competitividad de la empresa.

➤ **Productos**

Existen 156 panaderías en la ciudad de Ibarra que representan la oferta del pan en general. Sus microempresarios conocen la importancia de la calidad del producto y calidad del servicio al cliente.

Al momento de demostrar la calidad al cliente cometen un gran error muy grave, ya que los microempresarios los panes que no se vende con el objetivo de no perder dinero lo vuelven a mezclar en la siguiente producción, lo cual baja la calidad de los productos y por ende que los consumidores finales busquen otros proveedores.

➤ **Mercados**

El mercado está representado por un punto de encuentro entre tenderas y consumidores.

➤ **Canales de distribución**

Los canales de distribución que constituyen la Panificadora es:

- ✓ Clientes: mediante el mostrador en la propia planta de producción.
- ✓ En tiendas de la localidad
- ✓ En supermercados

6.8.7. Estrategia de producto

Es necesario poner en marcha las siguientes estrategias:

➤ **Estrategia de posicionamiento**

Comunicar los beneficios de los productos de panadería posicionándolos como los más frescos, de mayor variedad y excelente servicio.

➤ **Estrategia de diseño**

Mantener e incrementar los niveles de calidad, incorporando formas y acabados llamativos a los diferentes tipos de presentación de pan.

➤ **Estrategia de promoción**

Realizar combos promocionales (pan integral de zanahoria blanca con jugo natural) a fin de incrementar la frecuencia de compra de los clientes jóvenes.

Programar “semana de producto” pan integral de zanahoria con mermeladas de fruta natural a fin de atraer el deseo de consumo de los niños.

➤ **Estrategias de estilo**

Desarrollar empaques sugestivos para la línea de empacados con el objetivo de diferenciarlos de los productos de la competencia.

6.9. Estructura organizacional

La aplicación de un proceso administrativo permite que los elementos que forman parte del manejo de la organización sean utilizados de manera más eficientes, optimizando costos y maximizando rendimiento de tales recursos además permite un desarrollo institucional.

La estructura organización ayudará a determinar las obligaciones, deberes y responsabilidades, de los miembros que conformaran las distintas unidades dentro de la organización.

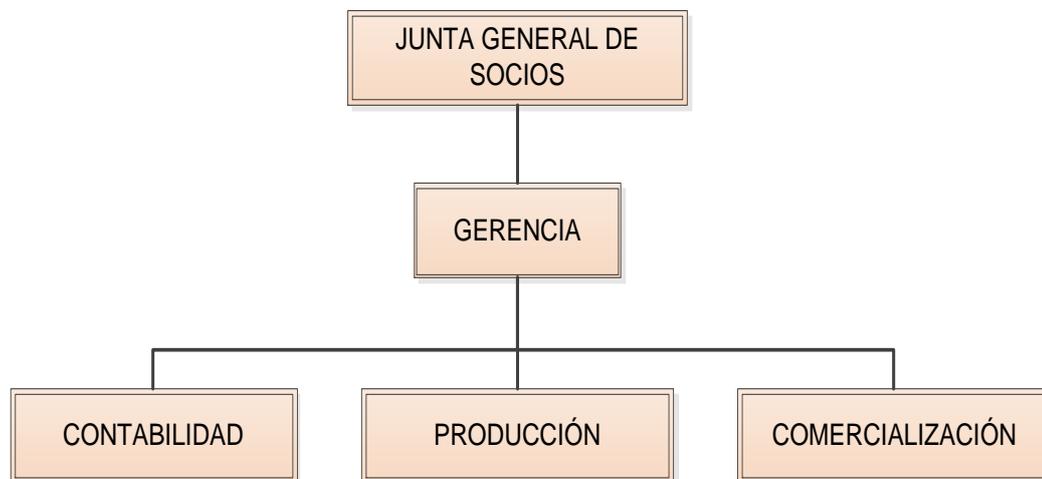
Para el presente proyecto el organigrama no es muy extenso ya que al iniciar las actividades no sé tendrá mucho personal y se tratará de que las

personas que estén en la microempresa realicen todas las labores en forma ordenada y colaborando con las actividades.

Para el siguiente proyecto se utilizará el organigrama lineal en donde las personas que trabajan en cada área se complementan, por medio de consejos, recomendaciones y la autoridad de línea que ejecuta las actividades propuestas en dirección a los objetivos que la organización se ha propuesto, por lo tanto para las actividades interviene todos los integrantes, por esta razón se deben concienciar sobre la necesidad de compromisos total de cada uno de los empleados en la organización para el cumplimiento de los objetivos.

6.9.1. Organigrama estructural

Gráfico N° 17: Organigrama estructural



Elaborado por: La Autora

6.9.2. Nivel administrativo

Son aquellos niveles por los cuales están estructuradas las organizaciones y están representadas por funciones que realiza cada nivel.

6.9.2.1. Nivel ejecutivo

Dentro de este nivel se encuentra la toma de decisiones y políticas generales además de planificar, orientar, y dirigir las actividades de la empresa.

6.9.2.2. Nivel operativo

Es el encargado de ejecutar las actividades básicas de la operación como: producción, supervisión, control, atención al cliente aquí de encuentran los obreros y los vendedores

6.9.3. Manual de funciones

Se presenta esta guía para permitir que las operaciones que se realicen en la empresa no contengan duplicidad de tareas o funciones, también permite adaptar cambios que se generen en el transcurso del tiempo dentro de la empresa.

a) Gerente

Perfil

- Excelente relaciones humanas
- Ser responsable y cumplir sus funciones
- Capacidad de liderazgo
- Saber motivar al personal
- Trabajar y coordinar actividades en equipo
- Agilidad para la buena toma de decisiones

Funciones

- Ser el representante legal de la microempresa
- Cumplir y hacer cumplir las políticas de la microempresa

- Trabajar y coordinar las actividades en beneficio de la microempresa
- Revisar, disponer y controlar los balances, de las operaciones económicas de la microempresa.
- Revisar y firmar los acuerdos, órdenes de pago, órdenes de compra, cheques, planillas y otros documentos similares por los montos autorizados.
- Administrar de buena manera los recursos de la microempresa.
- Establecer adecuados canales de comercialización, promoción y desarrollo de los productos que ofrece la microempresa.

Requerimientos

- Estudios superiores en Administración de Empresas o carreras afines.
- Experiencia mínima de 1 años.
- Conocimiento en administración y manejo de personal.

b) Contador

Perfil

- Responsabilidad en sus funciones
- Analítico y reflexivo en su desempeño
- Ética moral y profesional
- Respeto y honestidad
- Capacidad para la buena toma de decisiones

Funciones

- Elaborar los estados financieros e informes contables
- Llevar correctamente el registro de las operaciones de la microempresa
- Cumplir las obligaciones tributarias a tiempo

- Informar a gerencia y cumplir con el pago de remuneraciones, servicios básicos y otros gastos

Requerimientos

- Estudios superiores en contabilidad
- Experiencia mínima de 2 años en cargos similares
- Conocimiento y manejo de programas contables

c) Maestro panadero

Perfil

- Ser puntual y responsable en las tareas encomendadas
- Analizar y detectar errores en la producción
- Tener iniciativa, ser creativo y dinámico
- Facilidad de comunicación y buenas relaciones humanas

Funciones

- Responsable de la elaboración de pan integral de zanahoria blanca
- Optimizar el tiempo y dar buen uso de todos los materiales y maquinaria que se utiliza
- Aplicar de manera eficiente cada proceso establecido para la elaboración del producto
- Comunicar el requerimiento de materia prima y materiales de aseo.

Requerimientos

- Estudios en el área de la panificación
- Experiencia mínima 1 año
- Experiencia en elaboración de pan integral

d) Vendedor

Perfil

- Responsable en las tareas que le han asignado
- Facilidad de comunicación y buenas relaciones humanas
- Habilidad para dirigir personal distribuidor
- Tener iniciativas en su trabajo

Funciones

- Llevar a cabo un adecuado control de las ventas
- Controlar el cumplimiento de pedido de los clientes
- Mantener un carácter adecuado para la atención al cliente
- Verificar los cobros por venta y facturación

Requerimiento

- Experiencia en trato al personal y al cliente
- Estudios superiores en marketing o carreras afines
- Conocimiento en comercialización en el área de panificación
- Experiencia mínima 1 año

e) Distribuidor

Perfil

- Responsable y puntual
- Tener iniciativa en su trabajo
- Tener facilidad de palabra y buenas relaciones con los clientes

Funciones

- Verificar que el producto este en buenas condiciones para entregarlo a los clientes
- Transportar el producto y entregarlo conforme a los pedidos
- Comunicarse con los clientes para los pedidos del producto
- Tener experiencia en conducción

Requerimientos

- Conocer la ciudad y sus diferentes parroquias
- Especialización en ventas o carreras afines
- Experiencia mínima 1 año
- Poseer vehículo y licencia de conducir
- Experiencia en trato al cliente

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

Los impactos constituyen posibles consecuencias que pueden causar en el momento de la implantación del proyecto. Para que las actividades de la empresa “Nutripan” sean sostenibles deben serlo desde el punto de vista ambiental, educativo cultural, empresarial y económico social.

Para expresar los resultados de los impactos es importante asignar un parámetro de valoración utilizando la siguiente escala.

Cuadro 76: Tabla de valoración de impactos

Valoración cualitativa	Valoración cuantitativa
Impacto positivo alto	3
Impacto positivo medio	2
Impacto positivo bajo	1
No hay impacto	0
Impacto negativo bajo	-1
Impacto negativo medio	-2
Impacto negativo alto	-3

Elaborado por: La Autora

Se determinara el nivel de impacto aplicando la siguiente fórmula:

$$NI = \frac{\Sigma}{N}$$

Dónde:

NI = Nivel de Impactos

Σ = Sumatoria de calificación

N = Numero de indicadores

7.1. Impacto social

Cuadro 77: Matriz de impacto social

Impactos	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Fuente de Trabajo						X		2
Estabilidad Laboral							X	3
Mejoramiento de calidad de vida							X	3
Total								8

Elaborado por: La Autora

Nivel de Impacto = $\frac{\sum \text{de las Calificación de los indicadores}}{\text{Número de Indicadores Estudiados}}$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{8}{3}$$

Nivel de Impacto = 2,67 aproximado = 3 (Impacto positivo alto)

7.1.1. Fuente de trabajo

Con la implantación del proyecto se generará fuentes de empleo lo cual es positivo para la sociedad ya que se garantiza la estabilidad económica de la persona.

7.1.2. Estabilidad laboral

A través de la creación de este proyecto los trabajadores tendrán estabilidad laboral con lo que podrán cubrir sus necesidades básicas y las de su familia.

7.1.3. Mejoramiento de calidad de vida

En el proyecto se propone la alternativa de consumo de pan integral de zanahoria blanca ya que contribuye de mejor manera a la salud por los nutrientes y vitaminas que posee, a través, del consumo de este producto se pretende mejorar la calidad de vida alimenticia de las personas de la ciudad de Ibarra.

7.2. Impacto económico

Cuadro 78: Matriz de impacto económico

Impactos	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Estabilidad Económica							X	3
Desarrollo Productivo							X	3
Integración de pequeños proveedores							X	3
Total								9

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \text{de las Calificación de los indicadores}}{\text{Número de Indicadores Estudiados}}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{9}{3}$$

Nivel de Impacto= 3 (Impacto positivo alto)

7.2.1 Estabilidad económica

En el presente trabajo existirá fuentes de trabajo con lo cual se disminuirá la tasa de desempleo ayudando a mantener la estabilidad económica de los trabajadores y de la microempresa.

7.2.2 Desarrollo productivo

Al ingresar la nueva microempresa en el mercado se promueve la producción de zanahoria blanca en el sector y de esta manera poder elaborar el producto para la venta ayudando al desarrollo económico de la ciudad.

7.2.3 Integración de pequeños proveedores

Se busca el fortalecimiento de pequeños proveedores del sector de Cananville para adquirir la materia prima que necesita la microempresa y dar a conocer los diferentes productos para el beneficio económico de la localidad.

7.3. Impacto educativo

Cuadro 79: Matriz de impacto educativo

Impactos	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Fomentar la investigación							X	3
Conocimientos y experiencias en el área de panificación						X		2
Innovación de la cultura y salud nutricional							X	3
Total								8

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\Sigma \text{ de las Calificación de los indicadores}}{\text{Número de Indicadores Estudiados}}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{8}{3}$$

Nivel de Impacto= 2,66 (Impacto positivo medio)

7.3.1 Fomentar la investigación

Fomentar la investigación a través de la aplicación de conocimientos adquiridos en el aspecto académico para el desarrollo de diferentes proyectos productivos e innovadores.

7.3.2 Conocimientos y experiencias en el área de panificación

El presente trabajo servirá como fuente de consulta y apoyo para futuras investigaciones de quienes deseen emprender un proyecto de panificación servirá para el conocimiento de nuevas de recetas de pan integral.

7.3.3 Innovación de la cultura y salud nutricional

El pan integral de zanahoria blanca es un producto innovador para crear una cultura de consumo de productos nutritivos y de esta manera contribuir a la dieta diaria de las personas manteniendo la buena salud.

7.4. Impacto ambiental

Cuadro 80: Matriz de impacto ambiental

Impactos	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Manejo de Desechos					X			1
Contaminación Ambiental			X					-1
Clasificación de la Basura							X	3
Total								3

Elaborado por: La Autora

Nivel de Impacto = $\frac{\sum \text{de las Calificación de los indicadores}}{\text{Número de Indicadores Estudiados}}$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{3}{3}$$

Nivel de Impacto = 1 (Impacto bajo positivo)

7.4.1 Manejo de desechos

Se desarrollará técnicas de manejo de desechos para evitar la contaminación ya que los desechos de la producción pasan por sifones que llegan a desembocar en ríos o mares del país, se buscará alternativas para no contaminar el medio ambiente.

7.4.2 Contaminación ambiental

La microempresa no generará desechos tóxicos y se busca alternativas de la utilización de desechos comunes como abono para plantas y las hojas de la zanahoria blanca como alimento para animales de granja.

7.4.3 Clasificación de la basura

De acuerdo a los resultados de la matriz elaborada, obtenemos un impacto bajo positivo, la microempresa cuidara de aspectos como la clasificación de la basura, colocando letreros en los tachos y de esta manera clasificar la basura orgánica de la inorgánica y darle una mejor utilidad cuidando el medio ambiente.

7.5 Impacto general del proyecto

Cuadro 81: Matriz de impacto general

Impactos	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Impacto Social							X	3
Impacto Económico							X	3
Impacto Educativo							X	3
Impacto Ambiental					X			1
Total								10

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \text{de las Calificación de los indicadores}}{\text{Número de Indicadores Estudiados}}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{10}{4}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 2,50 \text{ (Impacto alto positivo)}$$

El impacto en general es alto positivo lo cual se refiere a que el proyecto contribuirá de manera positiva al sector donde se implantara al igual que a la ciudad de Ibarra.

CONCLUSIONES

- A través de un análisis del diagnóstico se pudo conocer la situación actual de la ciudad de Ibarra y se determinó a través de indicadores aliados, oponentes, oportunidades y riesgos en el mercado en el cual se desarrollará el presente proyecto.
- La información bibliográfica fue muy necesaria para elaborar el proyecto ya que es la base fundamental para conocer significados de algunos términos inmersos en el presente trabajo.
- En el estudio de mercado se determinó que existe demanda insatisfecha lo que representa una oportunidad para la producción y comercialización de pan integral de zanahoria blanca.
- Con el estudio técnico se determinó la localización del proyecto, los detalles de la infraestructura, los costos y gastos iniciales para identificar la inversión total del proyecto.
- El estudio financiero muestra que el estudio es viable ya que el Valor Actual Neto es positivo y la Tasa Interna de Retorno supera a la Tasa de Rendimiento Medio, estos indicadores muestran que el proyecto es factible. En vista de que la evaluación financiera refleja valores que fortalecen la idea de emprendimiento en la rama de la panificación; hace que el proyecto sea factible siendo una fuente de significativas cifras de rentabilidad que brindara fuentes de trabajo para las personas del sector.
- Se elaboró una estructura orgánica funcional con el objetivo de que no exista duplicidad de funciones y brindar un mejor servicio al cliente.
- Se concluye manifestando que los impactos que genera el proyecto representan un valor positivo, en el ámbito social, económico, educativo y ambiental, lo cual es ventajoso porque tenemos diferentes aspectos de rentabilidad.

RECOMENDACIONES

- En el diagnóstico situacional se debe llevar a cabo una investigación profunda que resalte los aspectos más importantes que influyen en el proyecto.
- Las bases científicas deben ser actualizadas y detallar lo más importante que ayude a comprender de mejor manera los términos utilizados.
- Se debe realizar un estudio de mercado aplicando varias herramientas que permitan obtener más información acerca de oferentes y demandantes. Hay que resaltar el valor nutritivo, las bondades nutricionales a la hora de emprender en un negocio de productos alimenticios, en el sentido de que esto ayuda a captar mucho más la atención de las personas y lograr una cultura de consumo.
- Elaborar un presupuesto de costos y gastos tomando en cuenta lo necesario para poner en marcha la microempresa.
- Es recomendable que se realice controles periódicos y evaluaciones financieras para observar niveles de rendimiento de la microempresa.
- El punto clave para mejorar a la competencia que existe en este mercado es mejorar la calidad del producto para que más personas prefieran consumir el pan integral de zanahoria blanca ya que es muy nutritivo y recomendado nuestra diaria alimentación, además, hay que brindar una correcta atención al cliente poniendo atención a los requerimientos del producto y recomendaciones sobre el mismo.
- Impulsar y motivar a que las personas se involucren en el mejoramiento de la calidad de vida. Aprovechar la capacidad de la microempresa e impulsar al desarrollo cuidando el medio ambiente.

BIBLIOGRAFÍA.

- ANZOLA ROJAS, S (2010). Administración de Pequeñas Empresas. McGraw Hill.
- BRAVO, M. (2010) Contabilidad General. Editorial Nuevo Día.
- CÓRDOVA, Marcial. (2011). Formulación y Evaluación de Proyectos. ECO Ediciones.
- FLORES URIBE, Juan A. (2010). Proyectos de Inversión para las PYME. ECO Ediciones.
- Hernández, A, G. (2010). Libro Blanco del Pan. Editorial Médica Panamericana.
- HELLRIEGEL, Jackson, (2009). Administración un Enfoque Basado en Competencias. ECO Ediciones.
- KLOTLER Philip & ARMSTRONG, Gary, (2012). Principios de Marketing. Copyright.
- MEZA, OROZCO, Jhony de Jesús. (2010) Evaluación Financiera de Proyectos. ECO Ediciones.
- ROBBINS, S P. (2010) Administración. Pearson Education.
- TORRES, HERNÁNDEZ, Zacarías, (2009) Teoría General de la Administración. Grupo Editorial Patria S.A

LINKOGRAFÍA

- <http://alimentos.org.es/aminoacidos-pan-integral>
- [https://es.wikipedia.org/wiki/Ibarra_\(Ecuador\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Ibarra_(Ecuador))
- http://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Imbabura
- <http://www.salud.gob.ec/permiso-de-funcionamiento-de-locales/>
- http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_content&view=article&id=575%3Aecuador-registra-una-inflacion-mensual-de-044-en-marzo&catid=68%3Aboletines&Itemid=51&lang=es
- http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion
- http://www.jezlaudidores.com/index.php?option=com_content&view=article&catid=55&id=104&Itemid=71
- <http://www.infoagro.com/hortalizas/zanahoria.htm>
- <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>
- <http://ibarraenterate.gob.ec/index.php/2013-09-19-17-02-38/descargas/167-registro-de-actividades-economicas-2013>
- <http://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>
- <http://www.biomanantial.com/pan-integral-sus-derivados-a-167es.html>
- http://www.ecured.cu/index.php/Zanahoria_blanca_o_Arracacha
- <http://www.abcagro.com/hortalizas/zanahoria.asp>
- <http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>
- <http://admluisfernando.blogspot.com/2009/04/ii-estudio-tecnico.html>
- <http://www.aulafacil.com/proyectos/curso/Lecc-7.htm>
- <http://emprenderagrofitec2miraflores.wikispaces.com/>
- <http://www.forofantasiasmiguel.com/>

Anexos

ANEXO N° 1

1. DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1.1. Diseño de la encuesta para consumidores

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

ENCUESTA DIRIGIDA A CONSUMIDORES DE LA CIUDAD DE IBARRA

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

OBJETIVO

Identificar la demanda de pan integral en la ciudad de Ibarra y establecer tanto el grado del conocimiento del producto, como sus beneficios.

MARQUE CON UNA X SU RESPUESTA

1. ¿Consume usted pan?

Si

No

2. ¿Qué tipo de pan consume?

Blanco

Centeno

Integral

Pan Común

Otros.....

3. ¿Cuántos panes consume diariamente?

1

2

3

4 o MÁS

4. ¿Consumiría pan integral de zanahoria blanca?
SI
NO
5. ¿Cuánto paga por unidad de pan que consume?
0.12 a 0.15
0.16 a 0.20
0.21 a 0.30
Más de 0.30
6. ¿Cuál sería el precio máximo que estaría dispuesto a pagar por cada unidad de pan?
0.12 a 0.15
0.16 a 0.20
0.21 a 0.30
MÁS DE 0.30
7. ¿Estaría dispuesto a reemplazar el pan que consume diariamente, por el pan integral de zanahoria blanca?
Si
No
8. ¿Conoce las propiedades curativas de la zanahoria blanca?
Si
No
9. ¿Cómo le gustaría la presentación del pan integral de zanahoria blanca?
Por unidad
Paquete (5 unidades)

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO N° 2

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

ENCUESTA DIRIGIDA A PRODUCTORES DE LA CIUDAD DE IBARRA

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

OBJETIVO

Identificar la oferta de pan integral en la ciudad de Ibarra y establecer tanto el grado del conocimiento del producto, como sus beneficios.

MARQUE CON UNA X SU RESPUESTA

1.- ¿Cuántos quintales de harina utilizo para su producción en los años?

Descripción	2009	2010	2011	2012	2013
300 a 400					
401 a 501					
502 a 602					
No se pronuncia					
TOTAL					

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO N° 3

METALICAS "VACA CORTES"

MARIA VIRGINIA CORTES ALFONSO

VENTA AL POR MAYOR Y MENOR: Artículos de Metal,
Artefactos del Hogar, Electrodomésticos y Artículos de Bazar

Matriz: Velasco 927 y Sánchez y Cifuentes

Dir.: Velasco 927 y Sánchez y Cifuentes Telf.: 2611 065 Ibarra - Ecuador

PROFORMA

001-001

N° 0000482

RUC: 1001890860001

CLIENTE: <i>Marcela de la Torre</i>	FECHA: <i>05/03/2014</i>
DIRECCION: <i>Pugacho bajo</i>	CODIGO:
PLAZO DE PAGO:	RUC.: <i>100339196-6</i>
OBSERVACIONES ESPECIALES:	TELF: <i>0990943272</i>

CANT.	DETALLE	P. UNIT.	V. TOTAL
1	Combo para desca (Horno turbo 10 litros + Camarada de lecho + 2 gradilleros + 1 portacoches + 20 latas aluminio liso)		4500
1	Panera de 6 canastillas en Acero Inoxidable		630
1	Amasador repiela de 15 a 20 l/horas en 5 minutos motor de 2Hp a 110V Automático		1330.36
1	Divisora de masa de 36 porciones con acabillas en Acero inoxidable		960
1	Mesa de trabajo de 1,30 x 0,60, 80 alt en Acero Mate patas en tubo con tornillos reguladores de altura		390
		Subtotal \$	1330.36
		12 % I.V.A.	159.641
		0% I.V.A.	6480
		Descuento	
		TOTAL \$	7970



MARCELA DE LA TORRE
CLIENTE

Edgar Anibal Ruales Villarruel - Imprenta "Eloy Alfaro" RUC: 00031570001 Aut. No. 1147 Telf.: 2950 133
Ima 2481-500

Original Adquirente
Copia: Emisor