



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA DE PAN,
MANÍ Y SÁBANAS PARA EL CENTRO DE
REHABILITACIÓN SOCIAL DE LA CIUDAD DE TULCÁN
PROVINCIA DEL CARCHI”.**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

AUTORA: MAGDALENA PATRICIA MOLINA BASTIDAS

DIRECTOR: ING. VINICIO GUERRA

IBARRA, ABRIL, 2014

RESUMEN EJECUTIVO

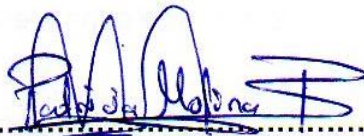
En la Ciudad de Tulcán Provincia del Carchi, se encuentra situado el Centro de Rehabilitación Social de Tulcán provincia del Carchi, lugar que reúne todas las características de clima, temperatura, vías de acceso, altitud, y comunicación a las principales ciudades del norte del país. Fue necesario Realizar un diagnóstico, mismo que permitió determinar los principales problemas y buscar sus posibles soluciones; dicho diagnóstico se lo realizó directamente a las personas que se encuentran privadas de la libertad en el Centro de Rehabilitación Social de Tulcán, tanto a los hombres como a las mujeres; así mismo se pudo determinar en este diagnóstico algunas fortaleza y oportunidades.; de allí que se partió con la determinación del problema principal. Una vez determinado lo que se puede hacer en el CRST, se consideró necesario levantar un Estudio de Mercado en la Ciudad; en el cuál se pudo conocer la demanda que hay en esta ciudad de productos como el Pan, Maní y Sábanas; con dichos resultados se pudo tomar decisiones e impulsar la presente propuesta; así mismo se conoció la necesidad y preferencias que tienen las personas en cuanto al consumo de estos productos. Luego se realizó un Estudio Técnico y determinar los procesos productivos que se implementarán en este Centro; con lo cual se optimizará los recursos que se inviertan en la ejecución de la presente propuesta. Para un adecuado manejo de los recursos económicos, se desarrolló un Estudio Económico; en el que se determinaron los principales Indicadores Financieros, que permitieran realizar un profundo análisis en la ejecución del proyecto y disminuir los riesgos. Para garantizar un adecuado manejo del proyecto y de la pequeña empresa se estableció una estructura administrativa, con el personal idóneo y las correctas actividades para la formación de la misma. Finalmente se analizó los principales impactos que tendrá al ejecutar la presente propuesta.

EXECUTIVE SUMMARY

In the city of Tulcán Carchi Province, is located Rehabilitation Center Tulcán Carchi province, a place that has all the characteristics of climate, weather, access roads, height, and communication to the main cities in the north. So it was necessary to make a diagnosis and to determine the main problems and find possible solutions; the diagnosis was made directly to the people who are deprived of freedom in the Centre, both men and women as well; well it could be determined in this analysis some strength and opportunities that can be in the center, hence it is left to the determination of the main problem and develop this proposal. Once you've determined what can be done at the Center for Social Rehabilitation of the City of Tulcán was considered necessary to build a market study in the City, in which one could meet the demand in this city of products such as Pan , Confectionery, Textiles, with those results could make decisions and drive this proposal, likewise directly knowing the need and preferences people have in the consumption of these products. With the results obtained in the Diagnosis and Market Study, Fune very necessary to make a technical study to determine production processes to be implemented at the Centre, thus optimize the resources invested in the implementation of this proposal . For proper management of financial resources to be invested in this proposal, the Economic Development Study, which identified the main financial indicators, which permitted a deep analysis on the project and reduce the risks you spend resources. Similarly, to ensure proper project management and microenterprise established adequate management structure, with the right people and right for the training activities of microenterprises. Finally we analyzed the main impacts will the implementation of this proposal.

AUTORÍA

Yo, **Magdalena Patricia Molina Bastidas**, portadora de la cédula de ciudadanía N° **040145659-5** declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además 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.



.....
Magdalena Patricia Molina Bastidas

0401456595

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada **Sra. Magdalena Patricia Molina Bastidas**, con cédula de identidad **No. 040145659-5**, para optar por el Título de Ingeniera Comercial, cuyo tema es: **“Estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa productora de pan, maní y sábanas para el centro de rehabilitación social de la ciudad de Tulcán provincia del Carchi”**, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 02 días del mes de Abril del 2014.



1001518644

ING. VINICIO GUERRA

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

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

Yo, **MAGDALENA PATRICIA MOLINA BASTIDAS**, con cédula de ciudadanía **Nro. 040145659-5** 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 de grado denominado: **“Estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa productora de pan, maní y sábanas para el centro de rehabilitación social de la ciudad de Tulcán provincia del Carchi”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA COMERCIAL en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



Magdalena Patricia Molina Bastidas
0401456595

Ibarra, a los 02 días del mes de Abril del 2014



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

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD
TÉCNICA DEL NORTE**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte, dentro del Proyecto Repositorio Digital institucional, determino 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 Técnica del Norte.

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	
Cedula de Identidad	040145659-5
Apellidos y Nombres	Molina Bastidas Magdalena Patricia
Dirección	Av. La Prensa y Aurelio Espinoza Polit OE4-389
Email	Patty_moly@hotmail.com
Teléfono Fijo	022533729
Teléfono Móvil	0982871925
DATOS DE LA OBRA	
Título	“Estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa productora de pan, maní y sábanas para el centro de rehabilitación social de la ciudad de Tulcán provincia del Carchi”
Autor	Magdalena Patricia Molina Bastidas
Fecha	09/01/2014
SOLO PARA TRABAJO DE GRADO	
Programa	Pregrado Posgrado
Título por el que opta	Ingeniera Comercial
Asesor/Director	Ing. Vinicio Guerra

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo Magdalena Patricia Molina Bastidas , con cedula de ciudadanía No 040145659-5, en calidad de autora y titula de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el repositorio digital institucional y uso del archivo digital en la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte 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. CONSTANCIA

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

Ibarra a los 02 días del mes de Abril del 2014

AUTOR

(Firma).....

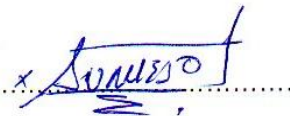


Magdalena Patricia Molina Bastidas

040145659-5

ACEPTACIÓN

(Firma).....



Ing. Bethy Chávez

JEFE DE BIBLIOTECA

Facultad Ciencias Administrativas y Económicas. Por Resolución del Concejo Universitario

DEDICATORIA

A Dios, a mis padres, quienes han sido las personas que ha estado dándome fuerzas desde el cielo mi Padre (+) y desde la tierra mi Madre para que termine con mi carrera; a mi esposo Henry Córdova, a mi hijo Juan Sebastián Córdova Molina quienes son la razón de mi vida, y a toda mi familia que de una u otra manera han estado animándome que termine mi carrera y que unidos somos fortaleza.

Patricia Molina

AGRADECIMIENTO

A todos mis maestros, de primaria, secundaria y superior quienes supieron demostrar su paciencia y profesionalismo al momento de compartir sus conocimientos.

Al Ing. Vinicio Guerra, mil gracias por su tiempo de fines de semana, paciencia y dedicación para poder terminar mi carrera profesional.

Al Ministerio de Inclusión Económica Social, a la Fundación Acción y Vida por la confianza depositada en mí, para la elaboración de este proyecto que será de gran ayuda para el Centro de Rehabilitación Social de Tulcán

Patricia Molina

PRESENTACIÓN

El presente proyecto denominado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA DE PAN, MANÍ Y SÁBANAS PARA EL CENTRO DE REHABILITACIÓN SOCIAL DE LA CIUDAD DE TULCÁN PROVINCIA DEL CARCHI”, nace de la necesidad de mejorar la calidad de vida de las personas privadas de la libertad.

Esta propuesta está estructurada de siete capítulos: Diagnóstico Situacional, Bases Teóricas y Científicas, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, La Evaluación Económica-Financiera, Estructura Administrativa y el Análisis de Impactos.

El primer capítulo se lo desarrolló mediante una investigación directa a los involucrados y con una aplicación de adecuados instrumentos de investigación que permitieron conocer lo que realmente se necesita en este Centro.

En el segundo capítulo se sustentó teóricamente, el desarrollo del presente proyecto y la importancia de ejecutar una pequeña empresa en el Centro de Rehabilitación Social de la Ciudad de Tulcán y su influencia que tendrá en la sociedad.

En el tercer Capítulo se realizó una investigación a los consumidores y ofertantes de pan, maní y sábanas en la ciudad de Tulcán, para establecer la demanda potencial a satisfacer y el nivel de participación del proyecto.

En el cuarto capítulo y con la ayuda de expertos, se estableció las bases técnicas del proyecto, la macro y micro localización, la ubicación, distribución y capacidad productiva de la planta y la maquinaria a utilizarse.

En el quinto capítulo se realizó la evaluación económica y financiera del proyecto, donde consta el presupuesto de la inversión, el cálculo del costo de oportunidad, las proyecciones de ventas, costos y gastos, el balance general, los flujos de caja proyectados, la evaluación financiera con el cálculo del VAN (Valor Actual Neto), TIR (Tasa Interna de Retorno), Período de Recuperación de Inversión, El Beneficio- Costo, y el Punto de Equilibrio.

Por otra parte se propone una estructura administrativa para la pequeña empresa en el sexto capítulo en el cuál se detalla cómo estará funcionando el proyecto y contiene el nombre de la pequeña empresa, visión, misión, objetivos, políticas y valores, un manual de funciones para el personal, sistemas de controles y algunos aspectos legales.

Y como último capítulo se efectuó un análisis de los posibles impactos del proyecto, como el impacto social, económico, el impacto social, el impacto educativo-cultural, el impacto comercial, y el impacto empresarial.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
THE SUMMARIZE EXECUTIVE	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN	v
CESIÓN DE DERECHOS	vi
AUTOTIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	vii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
ÍNDICE GENERAL	xiii
ÍNDICE DE CUADROS	xxii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxvii
INÍDICE DE ILUSTRACIÓN	xxix
INTRODUCCIÓN	xxx
JUSTIFICACIÓN	xxxí
OBJETIVOS DEL PROYECTO	xxxiv

CAPÍTULO I DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

DIAGNÓSTICO

Antecedentes	36
Objetivos	37
Objetivo general	37
Objetivos específicos	37
Identificación de variables e indicadores	38
Integración social y económica	38
Derechos ciudadanos	38

Estructura administrativa	38
Talento humano	39
Comercialización	39
Matriz de relación	39
Identificación de la población	42
Determinación del tamaño de la muestra	42
Diseño de técnicas e instrumentos de investigación	43
Observación directa	44
Encuesta	44
Encuestas dirigidas a los internos	44
Entrevistas a autoridades	63
Observación directa y participación de involucrados	67
Diagnóstico participativo	68
Instrumentos	68
Evaluación de la información	69
Reunión de coordinación y diagnóstico interno	69
Acercamiento e identificación de los involucrados	70
Matriz de involucrados	72
Determinación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos	74
Aliados	74
Oponentes	76
Oportunidades	78
Riesgos	80
Identificación de la oportunidad de inversión	81

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Estudio de factibilidad	83
Objetivos del estudio de factibilidad	83
Recursos del estudio de factibilidad	84
La pequeña empresa	85
Características de la pequeña empresa	85

Gestión de la pequeña empresa	87
Aspectos administrativos	88
La administración	88
Objetivos de la administración	89
Características de la administración	89
Planificación estratégica	90
La misión	90
La visión	91
Aspectos del mercado	91
El mercado	91
La demanda	92
La oferta	92
El producto	92
El precio	93
La promoción	93
La plaza	94
La comercialización	94
Aspectos técnicos	95
Localización del proyecto	96
La macrolocalización	96
La microlocalización	96
La ingeniería del proyecto	97
Aspectos contables	97
La contabilidad	99
Objetivos de la contabilidad	98
Campos de especialización de la contabilidad	99
Aspectos importantes de la contabilidad	99
Estados financieros	100
Estado de situación inicial	100
Estado de resultados	101
Estado de flujo del efectivo	101
Evaluadores financieros	102

Valor actual neto	102
Tasa interna de retorno	103
Periodo de recuperación	103
Costo beneficio	106
Punto de equilibrio	104
La rehabilitación	105
Centros de rehabilitación social	106
El pan	107
Ingredientes	107
Proceso de elaboración del pan	109
El maní	110
Aplicaciones del maní	111
Beneficios nutritivos de su consumo	112
Propiedades medicinales	112
Dulces elaborados con maní	113
Proceso de elaboración	114
Condiciones de almacenamiento para maní en granos para evitar el riesgo de aflatoxinas	115
Sábanas	115
Historia y actualidad	115
Tipo de sábanas	116
Características de las sábanas	117

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Presentación	118
Objetivos del estudio de mercado	118
Objetivo general	118
Objetivos específicos	119
Variables e indicadores	119
Demanda	119
Oferta	119

Precios	120
Estrategias comerciales	120
Matriz de relación estudio de mercado	120
Mecánica operativa del estudio de mercado	122
Identificación de la población	122
Fuentes de información	124
Tabulación, presentación e interpretación de los resultados	124
Estudio dirigido a los consumidores finales de panadería confitería y sábanas	124
Encuesta aplicada a los comerciantes de pan	144
Encuestas a los comerciantes de confites	153
Encuestas aplicadas a los comerciantes de sábanas	161
Identificación del producto	169
Naturaleza y uso de los productos	169
Características del producto	170
Pan	170
Maní	171
Sabanas	172
Mercado meta	173
Segmento de mercado	173
Análisis de la demanda	174
Identificación de la demanda	175
Demanda de pan	175
Demanda de maní	176
Demanda de sábanas	177
Proyección de la demanda	178
Identificación de la oferta	179
Oferta de pan de maíz	179
Oferta de pan de trigo	180
Oferta de pan en las panaderías	180
Oferta de maní	181
Oferta de sábanas	181

Proyección de la oferta	182
Balance de demanda y oferta	183
Pronóstico de ventas	184
Análisis de precios	184
Proyección de precios	185
Análisis de la competencia	185
Comercialización de los productos	187
Objetivo	187
Estrategias de comercialización	187
Estrategias del producto	187
Precio	188
Estrategias del precio	188
Plaza	189
Estrategias del plaza	189
Conclusiones del estudio	193

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Localización del proyecto	195
Macro localización del proyecto	195
Micro localización	197
Vías de acceso	198
Tamaño del proyecto	199
Rendimientos aproximados	199
Ubicación de la planta	200
Etapas de pre- operación	200
Diseño de instalaciones	201
Distribución de la planta	203
Flujo grama de procesos	205
Proceso de elaboración	209
Proceso producciones técnicas	212
Presupuesto técnico	215

Inversión fija	216
Capital de trabajo	220
Inversión total	220
Financiamiento	221
Talento humano	221
Seguimiento y monitoreo	222

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

Determinación de ingresos	224
Proyección de ventas	224
Determinación de egresos	225
Costos de producción	225
Materia prima e insumos	225
Mano de obra	226
Empaques	227
Servicios básicos	227
Consumo de gas	228
Vestimenta de trabajo	228
Reposición de menaje	228
Mantenimiento maquinaria	229
Gastos administrativos	229
Sueldos administrativos	230
Servicios básicos	231
Servicios de comunicación	231
Útiles de oficina	231
Mantenimiento de oficina	232
Gastos de ventas	233
Publicidad	233
Transporte	233
Financiamiento	234
Depreciaciones	236

Gastos de estudios y constitución	236
Estados financieros	237
Estado de situación financiera	237
Estado de resultados	237
Flujo de caja	238
Evaluación financiera	239
Tasa de rendimiento	239
Valor actual neto	240
Tasa interna de retorno	240
Periodo de recuperación de la inversión	242
Beneficio costo	242
Punto de equilibrio	243
Resumen de indicadores	244

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Nombre o razón social de la pequeña empresa	246
Denominación	246
Logotipo	246
Tipo de empresa	247
Misión	247
Visión	248
Políticas	248
Objetivos	249
Valores	249
Principios	250
Estructura organizacional	251
Organización Interna de la pequeña empresa	251
Manual de Funciones	253
Aspectos legales de constitución	262
Aspectos legales	262
Constitución jurídica	262

Pasos constitución de la pequeña empresa	263
Normativa tributaria y aspectos legales	264
RUC	264
Requisitos para obtener RUC	265
Actualización del RUC	265
Liquidación del RUC	266
Patente municipal	266
Obtención de la patente	267
Pago de bomberos	267
Permiso de intendencia de policía	268
Obligaciones tributarias	268

CAPÍTULO VII

IMPACTOS

Matriz de valoración	269
Impacto económico	270
Impacto social	272
Impacto Educativo- cultural	274
Impacto comercial	276
Impacto empresarial	278
Impactos general	280
CONCLUSIONES	281
RECOMENDACIONES	284
BIBLIOGRAFÍA	286
LINCOGRAFÍA	288
ANEXOS	290

ÍNDICE DE CUADROS

No.	Pág.
1. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	40
2. NACIONALIDAD	45
3. ESTADO CIVIL	46
4. NIVEL DE EDUCACIÓN	47
5. EDAD	48
6. TIEMPO DE RESIDENCIA	49
7. REALIZACIÓN DE TRABAJOS	50
8. TIPO DE TRABAJOS	51
9. JEFE DE HOGAR	52
10. PROFESIÓN U OCUPACIÓN	53
11. INGRESOS MENSUALES	54
12. ACTIVIDAD DE INGRESOS	55
13. DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS BÁSICOS	56
14. NUMERO DE COMIDAS	57
15. CALIDAD DE LA ALIMENTACIÓN	58
16. TIPO DE VIVIENDA	59
17. SERVICIOS DEL GOBIERNO	60
18. DISPONIBILIDAD DE DISTRIBUIDOR	61
19. ÁREAS DE CAPACITACIÓN	62
20. MATRIZ DE RELACIÓN ESTUDIO DE MERCADO	124
21. PREFERENCIA DEL TIPO DE PAN	128
22. PREFERENCIA DE PRODUCTOS DE CONFITERÍA	129
23. PREFERENCIA DE PRODUCTOS DE TEXTILERÍA	130
24. FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS DE PANADERÍA	131
25. FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE CONFITERÍA	132
26. FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE SABANAS	133
27. CANTIDAD ADQUIRIDA D PRODUCTOS DE PANADERÍA	134
28. CANTIDAD ADQUIRIDA EN CONFITERÍA MANÍ EN FUNDA	135
29. CANTIDAD ADQUIRIDA DE TEXTILERÍA JUEGO DE SABANAS	136

30. TIPO DE PRESENTACIÓN DEL PAN	137
31. TIPO DE PRESENTACIÓN DEL MANÍ	138
32. TIPO DE PRESENTACIÓN DE SABANAS	139
33. ASPECTOS PARA LA ADQUISICIÓN	140
34. LUGAR DE COMPRA	141
35. PRECIO DEL PAN	142
36. PRECIO DEL MANÍ DE DULCE	143
37. PRECIO DE SABANAS	144
38. MEDIOS DE COMUNICACIÓN	145
39. CREACIÓN DE PEQUEÑA EMPRESA	146
40. TIPO DE PAN	147
41. COMERCIALIZACIÓN DEL PAN DE MAÍZ	148
42. COMERCIALIZACIÓN DE PAN DE TRIGO	149
43. FRECUENCIA DE VISITA DE PROVEEDORES	150
44. ASPECTOS PARA LA ADQUISICIÓN	151
45. PREFERENCIA DE LOS PRODUCTOS	152
46. DISPONIBILIDAD DE COMPRA	153
47. DISPOSICIÓN DE PAGO	154
48. FORMA DE ABASTECIMIENTO	155
49. COMERCIALIZACIÓN DE CONFITERÍA	156
50. FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE CONFITES	157
51. ASPECTOS PARA LA ADQUISICIÓN	158
52. PREFERENCIA DE LOS PRODUCTOS	159
53. DISPONIBILIDAD DE COMPRA	160
54. DISPONIBILIDAD DE PAGO DE 10 GRAMOS	161
55. LUGAR DE ADQUISICIÓN	162
56. SUGERENCIA EN SU FABRICACIÓN	163
57. COMERCIALIZACIÓN DE SABANAS	164
58. CANTIDAD DE COMERCIALIZACIÓN DE SABANAS	165
59. FRECUENCIA DE ABASTECIMIENTO	166
60. ASPECTOS IMPORTANTES	167
61. PREFERENCIA DE SABANAS	168

62. DISPONIBILIDAD DE COMPRA	169
63. DISPONIBILIDAD DE PAGO	170
64. LUGAR DE ABASTECIMIENTO	171
65. DEMANDA ACTUAL DE PAN DE MAÍZ	178
66. DEMANDA ACTUAL DE PAN DE TRIGO	178
67. DEMANDA ACTUAL BISCOCHO	178
68. DEMANDA ACTUAL DE PAN INTEGRAL	179
69. DEMANDA ACTUAL DE MANÍ	180
70. DEMANDA ACTUAL DE SÁBANAS	181
71. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	182
72. OFERTA ACTUAL DE PAN DE MAÍZ	183
73. OFERTA ACTUAL DE PAN DE TRIGO	183
74. OFERTA DE PAN DE LAS PANADERÍAS	184
75. OFERTA ACTUAL DE MANÍ	185
76. OFERTA ACTUAL DE SÁBANAS	186
77. PROYECCIÓN DE LA OFERTA	186
78. DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER DE PAN	187
79. DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER DE MANÍ	187
80. DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER DE SÁBANAS	188
81. PROYECCIÓN DE PRECIOS	189
82. CAPACIDAD DEL PROYECTO	199
83. DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES	205
84. INFRAESTRUCTURA	216
85. MAQUINARIA Y EQUIPO	216
86. MENAJE PARA LA PRDUCCIÓN	217
87. MUEBLES Y ENSERES	218
88. EQUIPO DE COMPUTACIÓN	219
89. EQUIPO DE OFICINA	219
90. RESUMEN DE LA INVERSIÓN FIJA	219
91. CAPITAL DE TRABAJO	220
92. INVERSIÓN TOTAL	221
93. FINANCIAMINETO DEL PROYECTO	221

94.	REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO	222
95.	PROYECCIÒN DE VENTAS DE PRODUCTOS	224
96.	MATERIA PRIMA E INSUMOS	225
97.	PROYECCIÒN DEL SALARIO BÀSICO UNIFICADO	226
98.	PROYECCIÒN DEL COSTO TOTAL DE MANO DE OBRA	226
99.	EMPAQUES	227
100.	SERVICIOS BÀSICOS	227
101.	CONSUMO DE GAS	228
102.	VESTIMENTA DE TRABAJO	228
103.	REPOSICIÒN MENAJE	228
104.	MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO	229
105.	RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÒN	229
106.	SUELDOS ADMINISTRATIVOS	230
107.	PROYECCIÒN SUELDOS ADMINISTRATIVOS	230
108.	SERVICIOS BÀSICOS	231
109.	SERVICIOS DE COMUNICACIÒN	231
110.	ÚTILES DE OFICINA	231
111.	MANTENIMIENTO COMPUTACIÒN	232
112.	RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	232
113.	PUBLICIDAD	233
114.	TRANSPORTE	233
115.	TABLA DE AMORTIZACIÒN	234
116.	INTERESES	235
117.	DEPRECIACIÒN	236
118.	GASTOS DE ESTUDIOS Y CONSTITUCIÒN	236
119.	ESTADO DE SITUACIÒN FINANCIERA	237
120.	ESTADO DE RESULTADOS	238
121.	FLUJO DE CAJA	238
122.	COSTO DE OPORTUNIDAD	239
123.	VALOR ACTUAL NETO	240
124.	TASA INTERNA DE RETORNO	241
125.	PERIODO DE RECUPERACIÒN DE LA INVERSIÒN	242

126.	COSTO BENEFICIO	242
127.	CLASIFICACIÓN DE COSTOS	243
128.	DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	244
129.	RESUMEN DE LA EVALUACIÓN	245
130.	MATRIZ DE VALORACIÓN	269
131.	IMPACTO ECONÓMICO	270
132.	IMPACTO SOCIAL	272
133.	IMPACTO EDUCATIVO-CULTURAL	274
134.	IMPACTO COMERCIAL	276
135.	IMPACTO EMPRESARIAL	278
136.	IMPACTO GENERAL	280

ÍNDICE DE GRÁFICOS

No.	Pág.
1. NACIONALIDAD	46
2. ESTADO CIVIL	47
3. NIVEL DE EDUCACIÓN	48
4. EDAD	49
5. TIEMPO DE RESIDENCIA	50
6. REALIZACIÓN DE TRABAJOS	51
7. TIPO DE TRABAJOS	52
8. JEFE DE HOGAR	53
9. PROFESIÓN U OCUPACIÓN	54
10. INGRESOS MENSUALES	55
11. ACTIVIDAD DE INGRESOS	56
12. DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS BÁSICOS	57
13. NUMERO DE COMIDAS	58
14. CALIDAD DE LA ALIMENTACIÓN	59
15. TIPO DE VIVIENDA	60
16. SERVICIOS DEL GOBIERNO	61
17. DISPONIBILIDAD DE DISTRIBUIDOR	62
18. ÁREAS DE CAPACITACIÓN	63
19. PREFERENCIA DEL TIPO DE PAN	128
20. PREFERENCIA DE PRODUCTOS DE CONFITERÍA	129
21. PREFERENCIA DE PRODUCTOS DE TEXTILERÍA	130
22. FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS DE PANADERÍA	131
23. FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE CONFITERÍA	132
24. FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE SABANAS	133
25. CANTIDAD ADQUIRIDA D PRODUCTOS DE PANADERÍA	134
26. CANTIDAD ADQUIRIDA EN CONFITERÍA MANÍ DE 1 FUNDA	135
27. CANTIDAD ADQUIRIDA DE TEXTILERÍA 1	

JUEGO DE SABANAS	136
28. TIPO DE PRESENTACIÓN DEL PAN	137
29. TIPO DE PRESENTACIÓN DEL MANÍ	138
30. TIPO DE PRESENTACIÓN DE SABANAS	139
31. ASPECTOS PARA LA ADQUISICIÓN	140
32. LUGAR DE COMPRA	141
33. PRECIO DEL PAN	142
34. PRECIO DEL MANÍ DE DULCE	143
35. PRECIO DE SABANAS	144
36. MEDIOS DE COMUNICACIÓN	145
37. CREACIÓN DE PEQUEÑA EMPRESA	146
38. TIPO DE PAN	147
39. COMERCIALIZACIÓN DEL PAN DE MAÍZ	148
40. COMERCIALIZACIÓN DE PAN DE TRIGO	149
41. FRECUENCIA DE VISITA DE PROVEEDORES	150
42. ASPECTOS PARA LA ADQUISICIÓN	151
43. PREFERENCIA DE LOS PRODUCTOS	152
44. DISPONIBILIDAD DE COMPRA	153
45. DISPOSICIÓN DE PAGO	154
46. FORMA DE ABASTECIMIENTO	155
47. COMERCIALIZACIÓN DE CONFITERÍA	156
48. FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE CONFITES	157
49. ASPECTOS PARA LA ADQUISICIÓN	158
50. PREFERENCIA DE LOS PRODUCTOS	159
51. DISPONIBILIDAD DE COMPRA	160
52. DISPONIBILIDAD DE PAGO POR FUNDITAS DE 10 GRAMOS	161
53. LUGAR DE ADQUISICIÓN	162
54. SUGERENCIA EN SU FABRICACIÓN	163
55. COMERCIALIZACIÓN DE SABANAS	164
56. CANTIDAD DE COMERCIALIZACIÓN DE SABANAS	165
57. FRECUENCIA DE ABASTECIMIENTO	166

58. ASPECTOS IMPORTANTES	167
59. PREFERENCIA DE SABANAS	168
60. DISPONIBILIDAD DE COMPRA	169
61. DISPONIBILIDAD DE PAGO	170
62. LUGAR DE ABASTECIMIENTO	171
63. LUGAR DONDE SE ABASTECE	

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

No.	Pág.
1. REUNIÓN DE COORDINACIÓN	71
2. ACERCAMIENTO DE INVOLUCRADOS	72
3. SNACKS ELABORADOS CON MANÍ	116
4. PAN	174
5. MANÍ	174
6. SÁBANAS	175
7. HOJA VOLANTE	195
8. PRENSA	196
9. MACROLOCALIZACIÓN	201
10. FOTOGRAFÍA	205
11. DISEÑO DE INSTALACIONES	206
12. LOGOTIPO	251

INTRODUCCIÓN

La provincia del Carchi tiene una población aproximada de 162.041 habitantes que corresponde al 1,2% de la población nacional, de los cuales el 50,46% que corresponde a 77.175 habitantes están ubicados en el Cantón Tulcán, a nivel provincial el 16,1% que corresponde a 26.052 habitantes.

En el Centro de rehabilitación social del Carchi se encuentran cumpliendo la sentencia 320 hombres y 51 mujeres. La participación del Ministerio de Inclusión Económica y social (MIES) tiene como objetivo el financiamiento de proyectos de desarrollo social y de protección social integral y familiar y donaciones, ayudas o subvenciones; el Ministerio de Inclusión Económica y Social, tiene como finalidades entre las principales, prestar ayuda, elaborar programas y ejecutar proyectos en beneficio de los grupos más vulnerables de la sociedad.

Para el caso de la Provincia del Carchi, ante este problema, el Ministerio de Inclusión Económica y social las autoridades locales y organizaciones no gubernamentales, se han propuesto unir sus esfuerzos para iniciar un proceso de atención integral y personalizada a estas personas. Actualmente en el centro de rehabilitación social del Carchi, se encuentran 371 detenidos, algunos de ellos se acogerán al indulto por encontrarse en graves condiciones de salud, las restantes están cumpliendo con su condena respectiva.

En este sentido el proyecto “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CRECION DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA DE PAN, MANÍ, Y SABANAS PARA EL CENTRO DE REHABILAITACION SOCIAL DE LA CIUDAD DE TULCAN PROVINCIA DEL CARCHI”, tiene por objetivos facilitar la integración social y económica de la población detenida y en proceso de libertad del Centro de Rehabilitación Social de Tulcán (CRST), pretende facilitar el derecho a esta población a

la protección social y especial, de modo que no sufran privaciones que afectan negativamente sus vidas.

El valor de ejecución del proyecto es de sesenta y nueve mil ciento noventa (USD: 69.198,41) que será financiado de la siguiente manera, el 42,20% será aporte entre algunas instituciones cooperantes en el proyecto, por una parte se tiene al Ministerio de Inclusión Económica y Social con un aporte de (USD. 27.000,00), con cargo a la partida presupuestaria No 580204 0400 001, denominada “Al Sector Privado No financiero”, 2.198,41 a cargo de la Fundación Acción y vida que le corresponde (FUNDESAV); y el 57,8% se financiará mediante un crédito en la Corporación Financiera Nacional.

JUSTIFICACION

EL “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CRECION DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA DE PAN, MANÍ, Y SABANAS PARA EL CENTRO DE REHABILITACION SOCIAL DE LA CIUDAD DE TULCAN PROVINCIA DEL CARCHI”., nace como respuesta a la grave situación social y económica de las mujeres detenidas y sus familia, si bien se ha dado cumplimiento al rescate de las y los niños, y adolescentes que venían compartiendo la cárcel o encierro de sus progenitores, las condiciones laborales en las mismas al salir libres o acogerse al programa de pre libertad acorde al cumplimiento del Código de Ejecución de penas, las condiciones generadas por el encierro o condena , como son el abandono de su entorno socio familiar, limita la inclusión de los excarcelados al mercado laboral generándose por el contrario el campo propicio de los factores pre disponentes para el acometimiento de delitos, forjándose una reincidencia y consecuentemente el reingreso a los Centros de Rehabilitación, la violación de sus derechos, restricción de la restitución inmediata de los mismos en lo niños, niñas y adolecentes

La creación de la empresa es importante este proyecto porque dinamiza la economía generando fuentes de ocupación para las personas que sean contratadas y por ende incrementando sus ingresos y el consumo en otros sectores de la economía el presente proyecto es factible, ya que en la ciudad no existen empresas dedicadas a esta actividad, debido a que la modificación laboral de los maestros se produjo en este año y es propio para generarlo el proyecto, se plantea la organización de este negocio por que generara beneficios en la salud de los maestros contribuyendo a su nutrición adecuada y evitando que estos dejen de almorzar por el corto periodo que tienen para este propósito. también se producirá beneficios económicos para sus propietarios y trabajadores que se determinaran en el desarrollo del estudio económico.

Con esta implementación de la empresa en la ciudad generara gran interés e incentivará a los pobladores, ya que contribuirá a mejorar su situación económico mediante la generación de fuentes de trabajo en la actualidad el país está en constante incertidumbre por la inestabilidad económica y política, situación que nos obliga a buscar nuevas alternativas de trabajo , por lo cual este proyecto tiene su originalidad al ser un nuevo camino a seguir y que nos permita ser competentes en medio de la sociedad .

Los aspectos citados justifican el desarrollo del estudio de factibilidad pudiendo en el futuro ampliar la cobertura del mismo para proveer almuerzos en las instituciones financieras empresas privadas familias entre otras

Se iniciará con el acercamiento e identificación de los y las involucradas, seguidamente se realizará un diagnóstico de las habilidades y destrezas personales y grupales e inmediatamente se iniciará un proceso de capacitación en temas como organización, revalorización, derechos, relaciones humanas, motivación con el fin de garantiza el involucramiento

decidido y generar confianza entre la agencia ejecutora y los involucrados.

Este proceso o círculo de acometimiento de delitos, debe ser interrumpido de manera abrupta, mediante la prevención en sus progenitores, si bien en los Centros de Rehabilitación Social, especialmente femeninos durante su permanencia y como forma de obtener rebajas en el tiempo de reclusión, es instruirse , para ello hemos visto la necesidad de la: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CRECION DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA DE PAN, MANÍ, Y SABANAS PARA EL CENTRO DE REHABILAITACION SOCIAL DE LA CIUDAD DE TULCAN PROVINCIA DEL CARCHI”; para que se capaciten y tengan conocimientos en algún oficio, y al salir de los centros de rehabilitación ya sea libres o en el proceso de pre libertad puedan reinsertarse en el mundo laboral ya sea en una empresa pública, empresa privada o con su propio negocio.

La rehabilitación al interior de los Centros de Rehabilitación Social resulta una mera utopía, varios tratadistas y experto han señalado a estos centros como la especialización o escuela del delito, donde los reos y reas en vez de encontrar la rehabilitación encuentran la especialización y contactos para el acometimiento de nuevos y sofisticados delitos

El 100% de las personas involucradas en el proyecto mejoraran sus conocimientos productivos y de servicios, al finalizar el proyecto, por lo menos el 75% de la población del Centro de Rehabilitación de Tulcán estarán en capacitada y con posibilidades de independizarse laboralmente

Esta actividad es una opción para mejorar la calidad de vida de los internos del Centro de Rehabilitación Social de la Ciudad de Tulcán, porque se crea una fuente de ingresos que no depende excesivamente de los cambios de mercado.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa dedicada a la producción de pan, maní y sábanas para el Centro de Rehabilitación Social de la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi.

Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional interno para identificar los aliados, oponentes, oportunidades, y riesgos en el Centro de Rehabilitación Social de la Ciudad de Tulcán.
- Elaborar el marco teórico en base a información actualizada para validar la investigación.
- Realizar un estudio de mercado en la ciudad e Tulcán, para determinar la demanda, oferta existente en el mercado y los precios de los productos elaborados en el Centro de Rehabilitación Social.
- Realizar el estudio técnico para determinar el tamaño, localización del proyecto productivo, tecnología, inversiones y el talento humano.
- Realizar el estudio económico financiero para determinar la rentabilidad o no del proyecto.

- Determinar la estructura organizacional que identifique las funciones de la pequeña empresa productora de pan, maní y sábanas.
- Establecer técnicamente los principales impactos que generaran la aplicación del proyecto, en los ámbitos social, económico, educativo -cultural, comercial y empresarial

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

La sociedad Ecuatoriana desde años pasados ha venido demandando la construcción de sociedades democráticas, equitativas y solidarias, es por eso que el Ministerio de Inclusión Económica y Social conforme a su decreto ejecutivo 580, publicado en el registro oficial 158, tiene como misión desarrollar planes, programas y proyectos de atención de calidad a la población vulnerable y en riesgo, para lo cual se encuentra implementando un modelo de inclusión económico y social a favor de la población que se encuentra privada de su libertad.

Las personas que han sido detenidas por el cometimiento de múltiples delitos, en especial las mujeres, sus hijos y familias necesitan de una atención integral, basada en un proceso de valoración personal, de integración social, fortalecimiento de sus capacidades e inserción laboral, cerrar brechas de desigualdad e implementación de políticas de protección social integral y familiar, de los derechos humanos de niños y niñas, adolescentes, jóvenes, adultos mayores, personas con capacidades diferentes y mujeres en situación de riesgo sin distinción alguna; de esta manera se podrá eliminar la indigencia, superar la pobreza, reducir la pobreza, mitigar el desempleo y subempleo, incentivar el empleo y de esta manera se podrá mejorar la calidad de vida de las personas que se reintegran a la sociedad.

El 100% de los beneficiarios en el proyecto mejorarán sus conocimientos productivos en la elaboración de pan maní y sábanas; por lo que las personas involucradas en el proyecto, en los procesos de presentación, aprobación, ejecución, seguimiento, evaluación y cierre del proyecto

serán individual y solidariamente responsables del cumplimiento de los objetivos propuestos y de los recursos públicos entregados.

Para dar inicio la investigación se realizó un diagnóstico situacional en el Centro de Rehabilitación Social de la Ciudad de Tulcán con la participación de los internos y los empleados de éste centro.

1.2. OBJETIVOS DEL DIGNÓSTICO

1.2.1. Objetivo general

Realizar un diagnóstico situacional interno para identificar los aliados, oponentes, oportunidades, y riesgos en el Centro de Rehabilitación Social de la Ciudad de Tulcán.

1.2.2. Objetivos específicos

- Fomentar la integración social y económica de la población detenida y en proceso de libertad de CRS del Carchi.
- Aportar al ejercicio de los derechos ciudadanos, generando oportunidades de inserción laboral.
- Examinar la estructura administrativa del Centro de Rehabilitación Social.
- Analizar la calidad del talento humano que labora en el Centro de Rehabilitación Social.
- Identificar los canales de comercialización y distribución del producto.

1.3. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES

1.3.1. Integración Social y Económica

- Tiempo de residencia
- Realización de trabajos
- Servicios del gobierno
- Tipo de trabajos
- Ingreso mensual
- Actividad de ingresos
- Tipo de vivienda
- Jefe de hogar
- Áreas de capacitación
- Entrega de recursos
- Programas de reeducación y rehabilitación
- Condiciones para la rehabilitación

1.3.2. Derechos Ciudadanos

- Disponibilidad de servicios básicos
- Número de comidas
- Calidad de la alimentación
- Programas de rehabilitación
- Conocimiento de la vida de los internos
- Sanciones impuestas en la rehabilitación
- Infraestructura física

1.3.3. Estructura Administrativa

- Sistema penitenciario
- Políticas de rehabilitación

- Formas de administración.
- Canal de Información.

1.3.4. Talento Humano

- Personal calificado
- Personal capacitado
- Capacitación.
- Trabajo en Equipo

1.3.5. Comercialización

- Disponibilidad de distribuidor
- Talleres participativos
- Actitud de los internos
- Lugares aptos

1.4. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

CUADRO No. 1 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVO	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
<p>Fomentar la integración social y económica de la población detenida y en proceso de libertad de CRS del Carchi.</p>	<p>Integración Social y Económica</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo de residencia • Realización de trabajos • Servicios del gobierno • Tipo de trabajos • Ingreso mensual • Actividad de ingresos • Tipo de vivienda • Jefe de hogar • Áreas de capacitación • Entrega de recursos • Programas de reeducación y rehabilitación • Condiciones para la rehabilitación 	<p>Encuesta Entrevista Observación Directa</p>	<p>Internos Autoridades CRS CRS</p>
<p>Aportar al ejercicio de los derechos ciudadanos, generando oportunidades de inserción laboral</p>	<p>Derechos Ciudadanos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad de servicios básicos • Número de comidas • Calidad de la alimentación • Programas de rehabilitación • Conocimiento de la vida de los internos • Sanciones impuestas en 	<p>Encuesta Entrevista Observación Directa</p>	<p>Internos Autoridades CRS CRS</p>

		<p>la rehabilitación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura física 		
Examinar la estructura administrativa del Centro de Rehabilitación	Estructura Administrativa	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema penitenciario • Políticas de rehabilitación • Formas de administración. • Canal de Información. 	Encuesta Entrevista	Internos Autoridades CRS
Analizar la calidad del talento humano que labora en el CRS	Talento Humano	<ul style="list-style-type: none"> • Personal calificado • Personal capacitado • Capacitación. • Trabajo en Equipo. 	Encuesta Entrevista Observación Directa	Internos Autoridades CRS
Identificar los canales de comercialización y distribución del producto.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad de distribuidor • Talleres participativos • Actitud de los internos • Lugares aptos 	Encuesta Entrevista Observación Directa	Internos Autoridades CRS CRS

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

1.5. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

Con la finalidad de identificar la población que será beneficiada de éste proyecto se procedió a recopilar información existente en el Centro de Rehabilitación de la Ciudad de Tulcán y en la Defensoría del Pueblo de la Provincia del Carchi

Los datos obtenidos en las estadísticas de Centro de Rehabilitación Social a nivel nacional de las personas que han sido detenidas por el acometimiento de múltiples delitos, hombres, mujeres y sus hijos, mismas que necesitan de una atención integral basada en un proceso de valoración personal, integración social, fortalecimiento de capacidades e inserción laboral, dan cuenta que al inicio del proyecto se hallan 13.000 Privados de la libertad a nivel nacional, personas que deberán incursionar en el campo laboral.

A nivel de Tulcán existen 371 personas privadas de la libertad de las cuales 320 son hombres y 51 mujeres, en este sentido el Ministerio de Inclusión Económica y Social, con el fin de satisfacer las demandas de este grupo poblacional firmaran un convenio que permitirá la ejecución de éste proyecto.

1.5.1. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

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

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

e = Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0,05)

σ = Varianza 0,25

Z = Nivel de Confianza

Datos:

N = 371

$d^2 = 0,25$

Z = 95% 1,96

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25) (371)}{(0,05)^2 (371-1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

e = 5%

n= 189

Por lo que con esta muestra se realizó el diagnóstico participativo y se consideró los casos prioritarios y necesarios, ya que los recursos gestionados en el Ministerio de Inclusión Económica y Social son solo para los sectores más vulnerables de éste centro.

1.5.2. DISEÑO DE TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo exitoso de éste proyecto se tuvo que formular diferentes instrumentos de investigación, con los cuales se impulsó su desarrollo a través de un proceso participativo en el cual se involucraron directamente todos los sectores que velan por la seguridad y el bienestar de todas las personas que se encuentran privadas de la libertad y de la sociedad en general, con el apoyo de la “FUNDESAV” que busca contribuir a la solución de los múltiples problemas que aquejan a todos los Centros de Rehabilitación Social del país.

1.5.3. Encuesta

Este instrumento permite recopilar información de la población sujeta a estudio las cuales fueron dirigidas a los internos del Centro de Rehabilitación Social de Tulcán.

1.5.4. Entrevista

La entrevista se la realizó a operadores de justicia y funcionarios del Centro de Rehabilitación Social de Tulcán.

1.5.5. Observación directa

Esta técnica consistió en efectuar una visita personal al Centro de Rehabilitación Social.

1.6. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

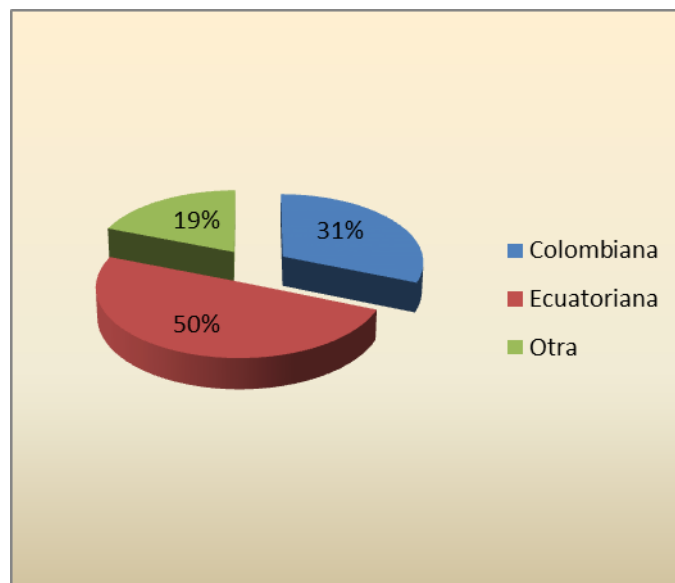
1.6.1. ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS INTERNOS DEL CENTRO DE REHABILITACIÓN SOCIAL DE TULCÁN.

1. ¿Cuál es su nacionalidad?

**CUADRO No.2
NACIONALIDAD**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Colombiana	59	31
Ecuatoriana	94	50
Otra	36	19
TOTAL	189	100

**GRÁFICO No.1
NACIONALIDAD**



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS:

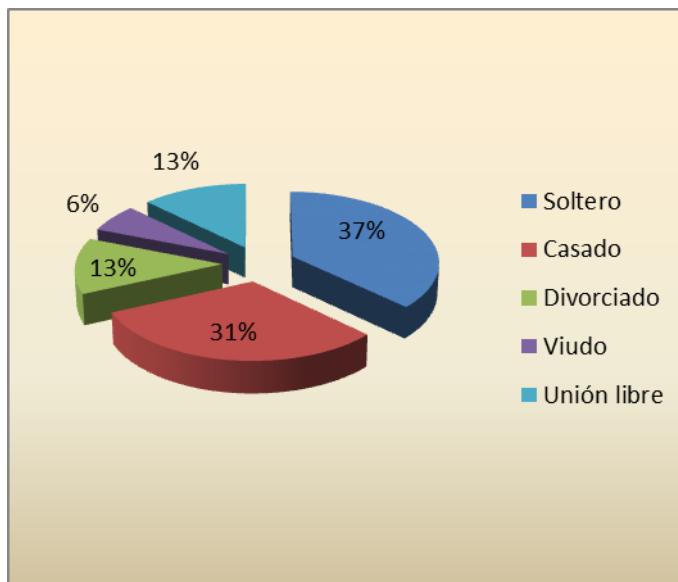
En los resultados del diagnóstico realizado en el centro de rehabilitación se puede ver que mayoritariamente, los internos son de nacionalidad Ecuatoriana; por otra parte se tiene en alto porcentaje de nacionalidad Colombiana y también existen de otra nacionalidad.

2. ¿Cuál es su estado civil?

**CUADRO No.3
ESTADO CIVIL**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Soltero	70	37
Casado	59	31
Divorciado	24	13
Viudo	12	6
Unión libre	24	13
TOTAL	189	100

**GRÁFICO No.2
ESTADO CIVIL**



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS:

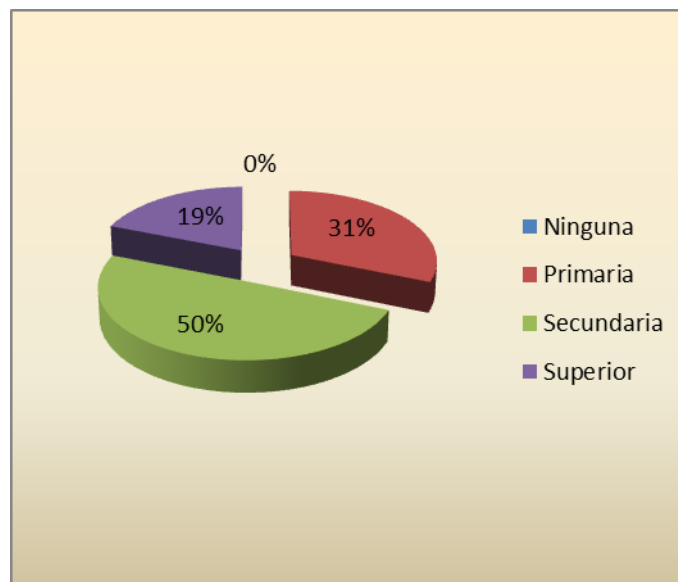
De la investigación realizada con respecto al estado civil de los internos de éste Centro se tiene que la mayoría son casados; un menor porcentaje son solteros; de igual manera existen personas privadas de la libertad que se encuentra en unión libre y viudos.

3. ¿Su nivel educativo es?

**CUADRO No.4
NIVEL EDUCATIVO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Ninguna	0	0
Primaria	59	31
Secundaria	94	50
Superior	36	19
TOTAL	189	100

**GRÁFICO No.3
NIVEL EDUCATIVO**



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS:

En cuanto al nivel de educación de los internos de éste Centro de Rehabilitación Social, se presentan los siguientes resultados: la mitad han terminado la secundaria, la tercera parte de los internos tiene terminado la primaria y existe un buen número que tiene estudios superiores lo cual es una ventaja para la ejecución del presente proyecto.

4. ¿Qué edad tiene?

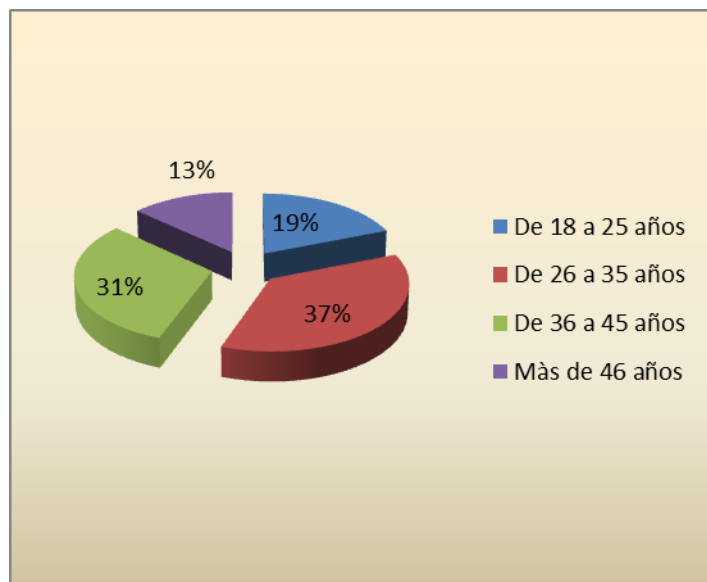
CUADRO No.5

EDAD

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
De 18 a 25 años	36	19
De 26 a 35 años	69	37
De 36 a 45 años	59	31
Más de 46 años	25	13
TOTAL	189	100

GRÁFICO No.4

EDAD



Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS:

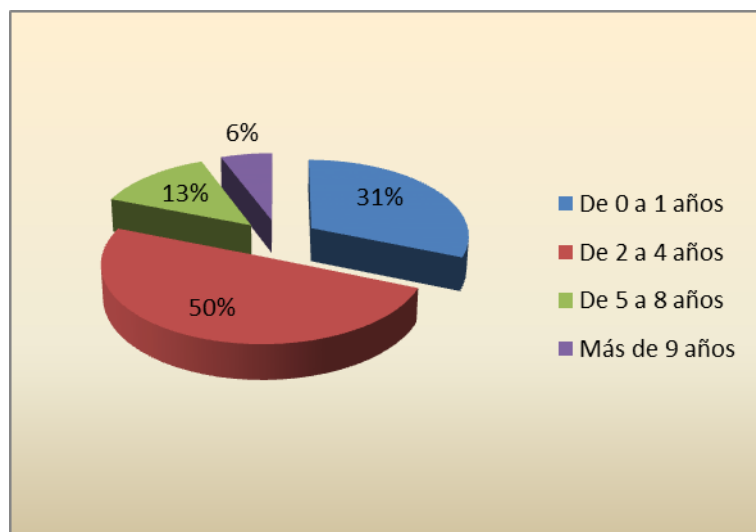
En cuanto a la edad de las personas que se encuentran privadas de la libertad, existe un alto porcentaje de personas jóvenes y en mínima tiene una edad avanzada.

5. ¿Qué tiempo reside en este Centro de Rehabilitación Social?

CUADRO No.6
TIEMPO DE RESIDENCIA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
De 0 a 1 años	59	31
De 2 a 4 años	94	50
De 5 a 8 años	25	13
Más de 9 años	11	6
TOTAL	189	100

GRÁFICO No.5
TIEMPO DE RESIDENCIA



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS:

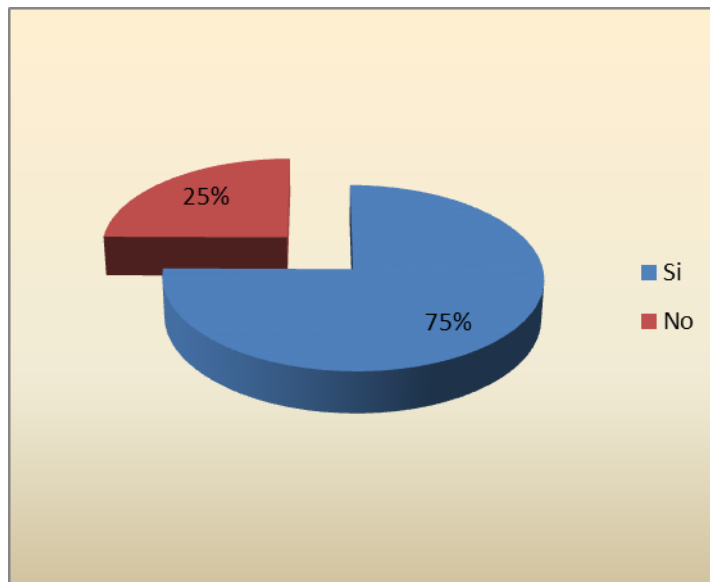
En este Centro de Rehabilitación Social, la mitad de los internos tiene un tiempo de 2 y 4 años, la tercera parte se encuentra un tiempo de hasta un año y los demás menos de un año y más de 9 años

6 ¿Realiza trabajos productivos en este lugar?

**CUADRO No.7
REALIZACIÓN DE TRABAJOS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	142	75
No	47	25
TOTAL	189	100

**GRÁFICO No.6
REALIZACIÓN DE TRABAJOS**



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS:

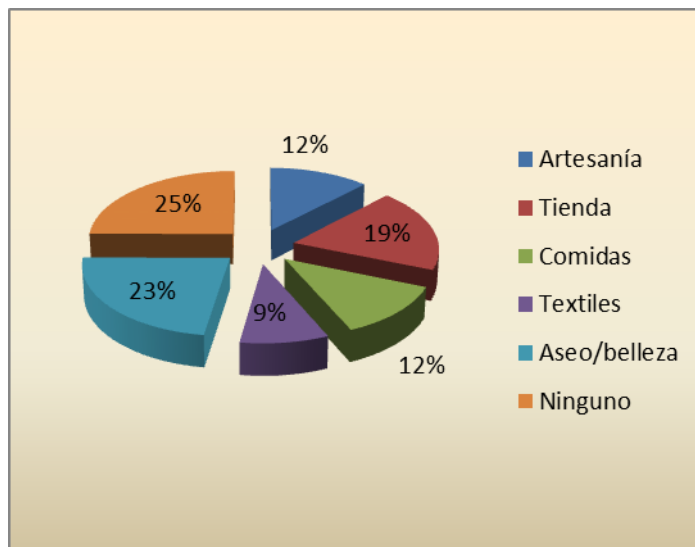
Del total de las personas que se encuentra privadas de la libertad en éste centro la mayor parte realizan actividades productivas que les permiten generar recursos.

7 ¿Qué tipo de trabajos productivos realiza en este centro?

CUADRO No.8
TIPO DE TRABAJOS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Artesanía	23	12
Tienda	36	19
Comidas	23	12
Textiles	17	9
Aseo/belleza	43	23
Ninguno	47	25
TOTAL	189	100

GRÁFICO No.7
TIPO DE TRABAJOS



Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS

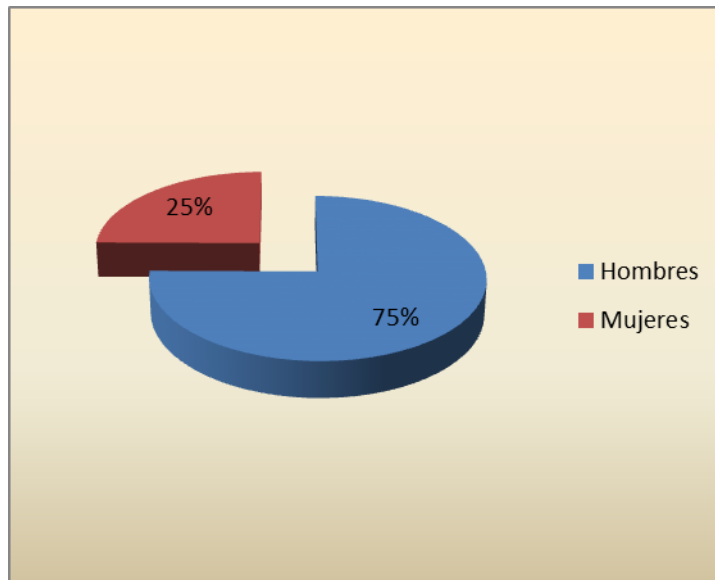
A pesar de ser personas privadas de la libertad, se puede ver que en dentro de éste Centro se realiza actividades productivas; entra las cuales se tiene artesanías, instalación de pequeñas tiendas dentro del Centro, a vender comidas, actividades de aseo y belleza, actividades textiles y un buen porcentaje no realiza ninguna actividad productiva.

8. ¿Es usted jefe de hogar?

CUADRO No.9
JEFE DE HOGAR

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Hombres	142	75
Mujeres	47	25
TOTAL	189	100

GRÁFICO No.8
JEFE DE HOGAR



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS:

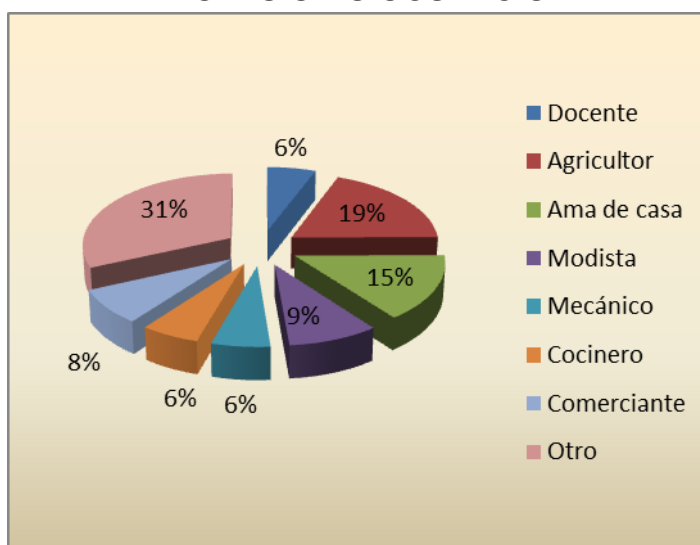
De total de las personas que se encuentran privadas de la libertad en este Centro, las dos terceras partes son hombres jefes de hogar y en menor proporción son jefas de hogar en su familia

9. ¿Cuál es su profesión u ocupación?

CUADRO No.10
PROFESIÓN U OCUPACIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Docente	11	6
Agricultor	36	19
Ama de casa	28	15
Modista	17	9
Mecánico	11	6
Cocinero	11	6
Comerciante	15	8
Otro	60	32
TOTAL	189	100

GRÁFICO No.9
PROFESIÓN U OCUPACIÓN



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS:

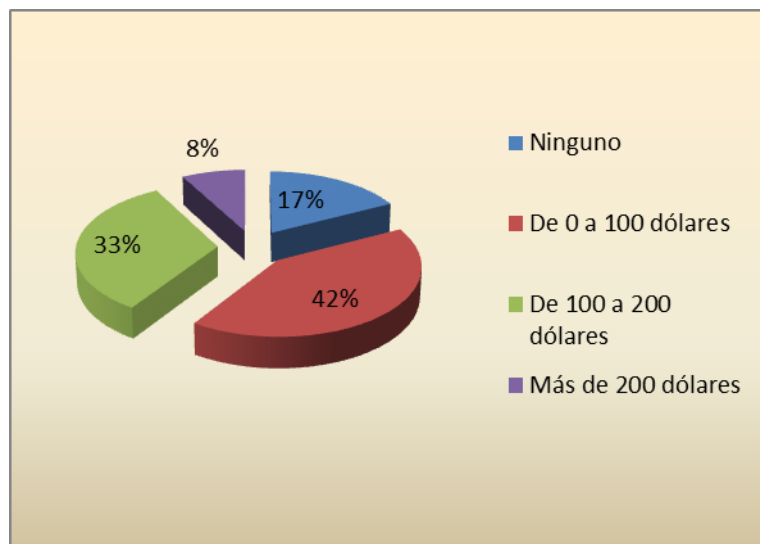
Del total de las personas que se encuentran privadas de la libertad en éste centro una gran cantidad de internos no tiene bien definido su actividad o profesión; entre los demás se tiene agricultores, quehaceres domésticos, modistas, comerciantes, docentes, mecánico y cocineros.

10. ¿Cuál es su ingreso mensual?

CUADRO No.11
INGRESO MENSUAL

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Ninguno	33	17
De 0 a 100 dólares	79	42
De 100 a 200 dólares	62	33
Más de 200 dólares	15	8
TOTAL	189	100

GRÁFICO No.10
INGRESO MENSUAL



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS:

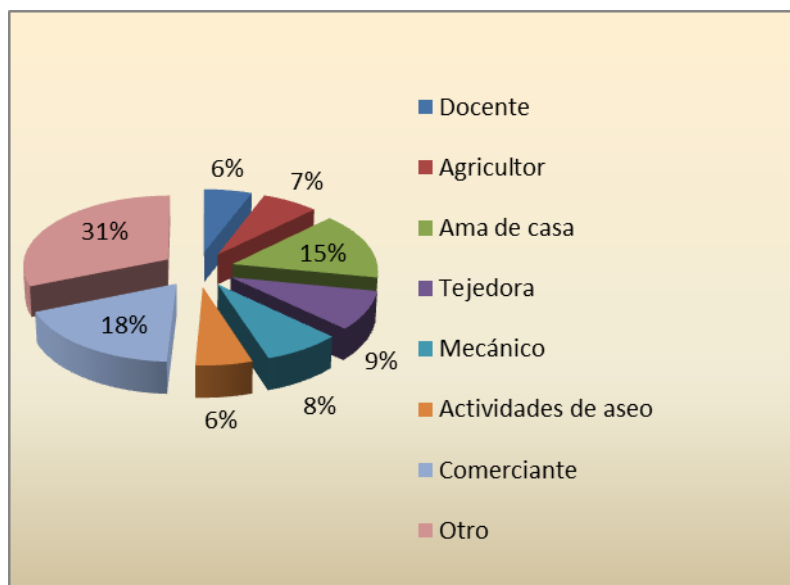
La mayoría de las personas que se encuentran privadas de la libertad tienen alguna actividad productiva sus ingresos mensuales son muy bajos, casi la mitad de las personas que tienen alguna actividad generan un ingreso mensual de hasta 100 dólares, la tercera parte tienen un ingreso de 100 a 200 dólares mensual, pocas personas privadas de la libertad tienen un ingreso de más de 200 dólares mensual y un 17% de los internos no tiene ningún ingreso.

11. ¿Qué actividades le generan éstos ingresos?

**CUADRO No. 12
ACTIVIDAD DE INGRESOS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Docente	11	6
Agricultor	13	7
Ama de casa	29	15
Tejedora	17	9
Mecánico	15	8
Actividades de aseo	11	6
Comerciante	34	18
Otro	59	31
TOTAL	189	100

**GRÁFICO No.11
ACTIVIDAD DE INGRESOS**



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS:

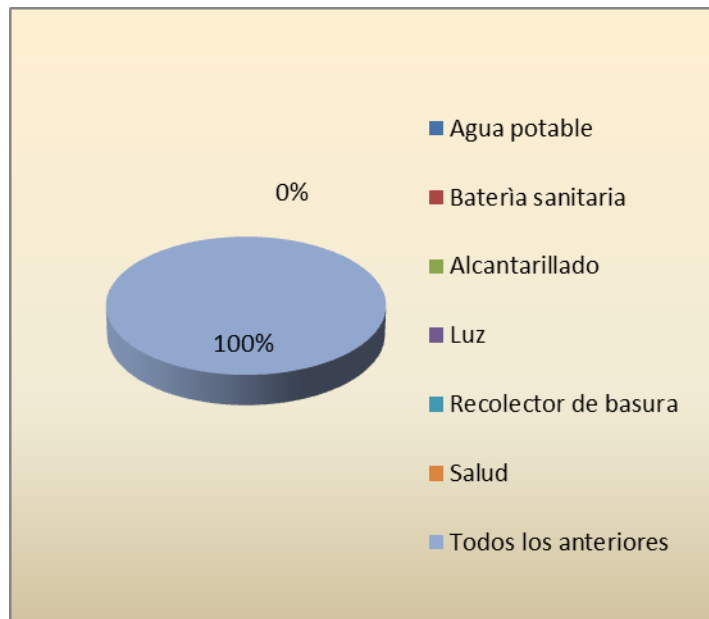
Una tercera parte de los internos realiza actividades no muy bien definidas, el resto de los internos son comerciantes, amas de casa, tejedoras, mecánicos, agricultura desde el centro, docentes y actividades de aseo lo cual hace posible emprender alguna actividad productiva para todos los internos.

12. ¿Qué servicios básicos dispone en el centro?

CUADRO No.13
DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS BÁSICOS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Agua potable	0	0
Batería sanitaria	0	0
Alcantarillado	0	0
Luz	0	0
Recolector de basura	0	0
Salud	0	0
Todos los anteriores	189	100
TOTAL	189	100

GRÁFICO No.12
DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS BÁSICOS



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS:

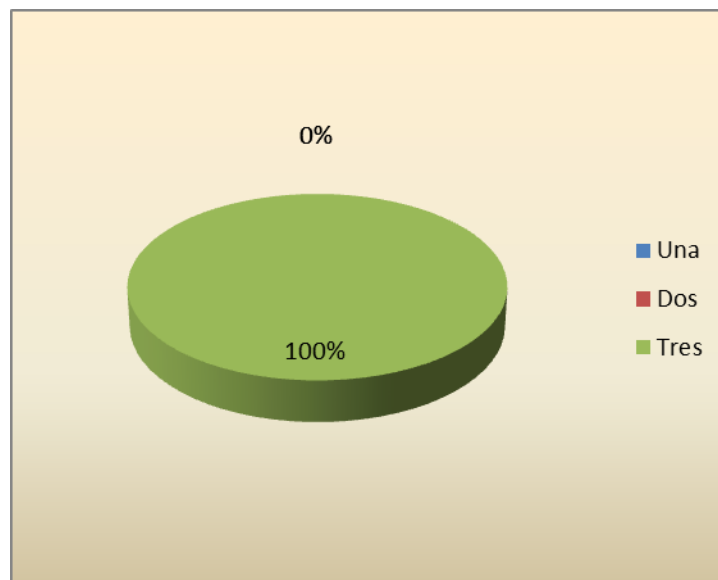
Al consultarle a las personas privadas de la libertad que están en este centro sobre la disponibilidad de servicios, todos manifiestan que si tienen todos los servicios básicos necesarios para vivir con dignidad, entre ellos se tiene: Agua potable, baterías sanitarias, alcantarillado, luz, recolección de basura y salud.

13. ¿Cuántas comidas le dan en el día?

CUADRO No.14
NÚMERO DE COMIDAS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Una	0	0
Dos	0	0
Tres	189	100
TOTAL	189	100

GRÁFICO No.13
NÚMERO DE COMIDAS



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS:

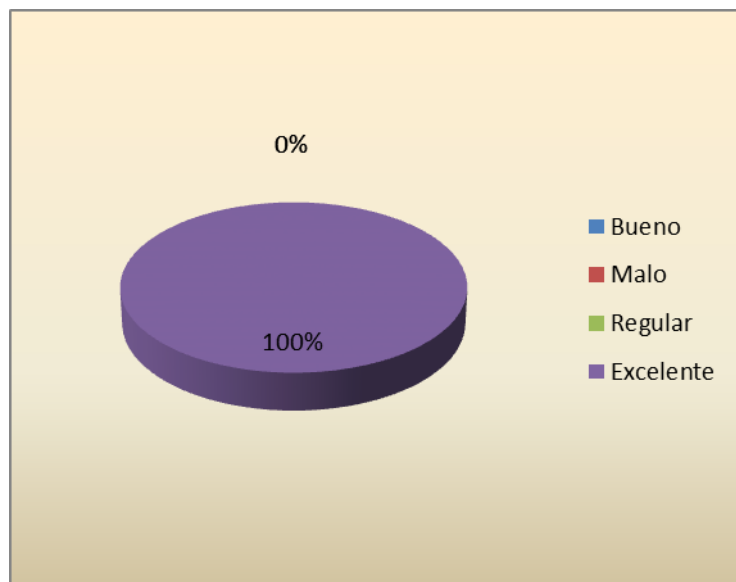
Todas las personas que se encuentran privadas de la libertad, manifiestan que se les da tres comidas al día: el desayuno, almuerzo y la cena.

14. ¿La alimentación que recibe es?

**CUADRO No.15
CALIDAD DE LA ALIMENTACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Bueno	0	0
Malo	0	0
Regular	0	0
Excelente	189	100
TOTAL	189	100

**GRÁFICO No.14
CALIDAD DE LA ALIMENTACIÓN**



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS:

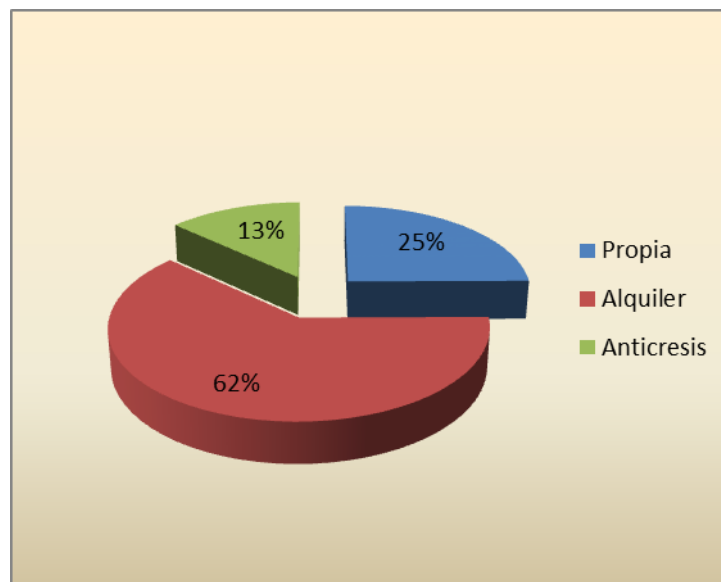
Del total de las personas que se encuentran privadas de la libertad en este Centro, todos dicen que la comida que allí les dan es buena.

15. ¿La vivienda en la cual está su familia es?

CUADRO No.16
TIPO DE VIVIENDA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Propia	47	25
Alquiler	117	62
Anticresis	25	13
TOTAL	189	100

GRÁFICO No.15
TIPO DE VIVIENDA



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANALISIS:

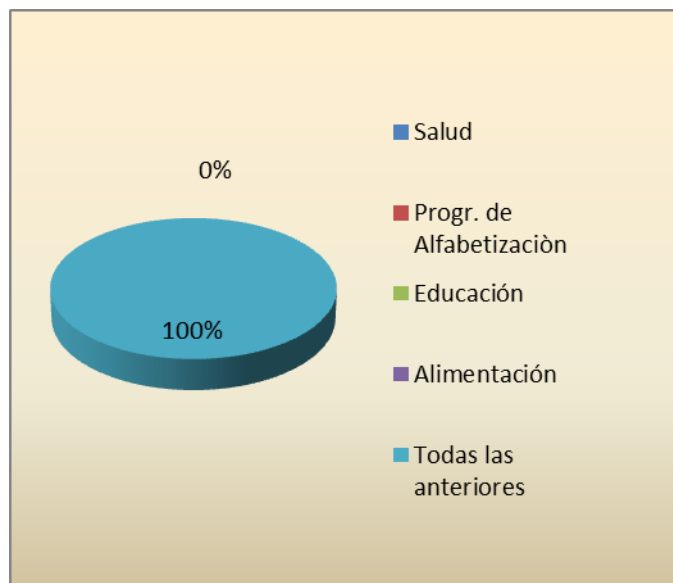
Del total de las personas que habitan en este Centro de Rehabilitación Social, la mayoría manifiesta que la vivienda en la cual habita su familia es de alquiler, un mínimo porcentaje dice que la vivienda es propia y otro grupo dice que que la vivienda en la cual habita es de anticreses.

16. ¿Que servivios recibe del Gobierno en este Centro de Rehabilitación?

CUADRO No.17
SERVICIOS DEL GOBIERNO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Salud	0	0
Progr. de Alfabetización	0	0
Educación	0	0
Alimentación	0	0
Todas las anteriores	189	100
TOTAL	189	100

GRÁFICO No.16
SERVICIOS DEL GOBIERNO



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS:

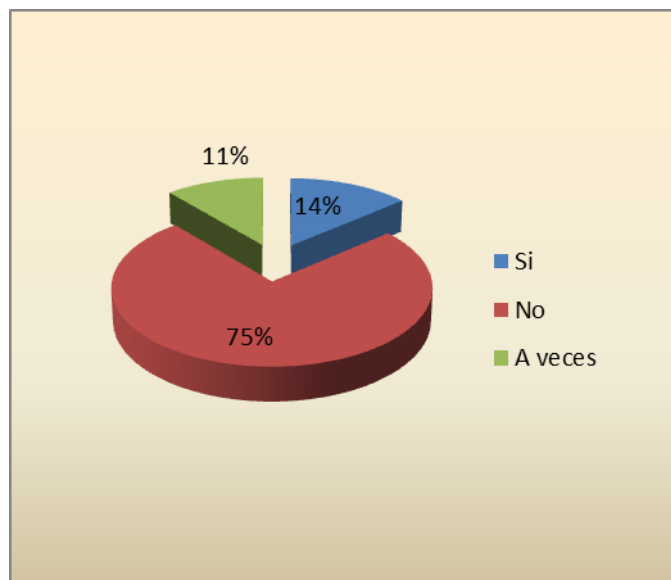
En este aspecto todos las personas privadas de la libertad dicen que si reciben ayuda de parte de los programas de Gobierno.

17. ¿Tiene quien le dé distribuyendo lo que produce en este centro?

CUADRO No.18
DISPONIBILIDAD DE DISTRIBUIDOR

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	26	14
No	142	75
A veces	21	11
TOTAL	189	100

GRÁFICO No.17
DISPONIBILIDAD DE DISTRIBUIDOR



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS:

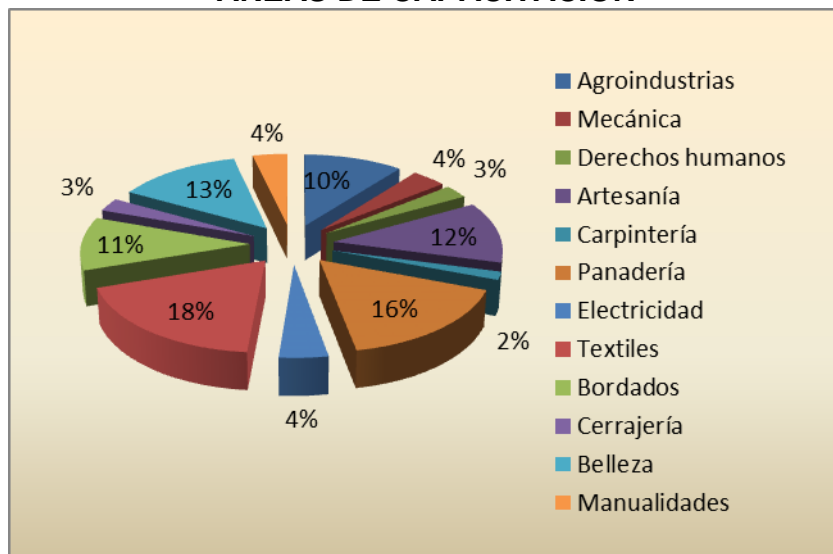
Del total de las personas que están en este centro, las dos terceras partes dice que no tiene quien les dé distribuyendo lo que ellos producen en este centro, solamente unos cuantos internos manifiestan que si tiene quien le dé distribuyendo y unos pocos afirman que de vez en cuando tiene quien le dé distribuyendo lo que ellos producen.

18. ¿En qué áreas le gustaría capacitarse?

CUADRO No.19
ÁREAS DE CAPACITACIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Agroindustrias	20	11
Mecánica	7	4
Derechos humanos	5	3
Artesanía	23	12
Carpintería	3	2
Panadería	31	16
Electricidad	8	4
Textiles	35	19
Bordados	20	11
Cerrajería	5	3
Belleza	25	13
Manualidades	7	4
TOTAL	189	100

GRÁFICO No.18
ÁREAS DE CAPACITACIÓN



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS:

El total de las personas que se encuentra en este centro manifiestan que necesitan capacitarse en el área de textilería, panadería, artesanía, electricidad, belleza, mecánica, derechos humanos, carpintería y cerrajería.

1.6.2. ENTREVISTAS A OPERADORES Y FUNCIONARIOS

La entrevista se la realizó a ocho personas entre operadores de justicia y funcionarios del Centro de Rehabilitación Social de Tulcán, siendo en mayor número a operadores de justicia, obteniendo las siguientes respuestas a las preguntas realizadas:

1. ¿Conoce usted la realidad en que viven los internos/as de los Centros de Rehabilitación Social del país. ¿Cuál es su criterio al respecto?

Debido a la situación de vulnerabilidad de este sector, se tiene una situación deplorable, donde se presentan hacinamiento, falta de infraestructura física; no existen fuentes de trabajo, no se tienen adecuados programas de rehabilitación y viven en un ambiente que propicia su contaminación social y peligrosidad.

2. ¿En el Centro de Rehabilitación Social de Tulcán, existen las condiciones adecuadas para llevar adelante una rehabilitación efectiva a favor de los internos/as. ¿Si su respuesta es afirmativa o negativa indique por qué?

En este centro no se cuenta con las condiciones adecuadas para realizar una rehabilitación efectiva; ya que por una parte no hay espacios adecuados que permitan llevar adelante programas deportivos, sociales, como tampoco de capacitación y rehabilitación; por lo que no se puede hablar de rehabilitación de los internos ya que no se promueve la reinserción de los presos a la sociedad.

Por lo que se tiene que crear talleres de capacitación y utilizar las habilidades y aptitudes de los internos para su normal rehabilitación.

3. ¿El Centro de Rehabilitación Social de Tulcán, cuenta con infraestructura física adecuada; y, personal capacitado, que posibilite la educación, rehabilitación y reinserción de los internos/as a la sociedad?

En cuanto a la infraestructura que cuenta este Centro de Rehabilitación, no es suficiente para la estadía y una verdadera rehabilitación de las personas privadas de la libertad; además de que es insuficiente no es adecuada y el personal no está capacitado.

4. ¿En el Centro de Rehabilitación Social de Tulcán, existen programas de rehabilitación, a favor de quienes han sido privados de la libertad; y, aún no han sido sentenciados. ¿En qué consisten esos programas?

En este tema los entrevistados manifiestan que en el centro de rehabilitación no existen este tipo de programas; solamente se cuenta con cursos esporádicos que son dictados por instituciones del estado y ONGs.

Los pocos programas que se han podido impulsar son rudimentarios, no tienen objetivos claros, así como la oportunidad de estudiar en el interior de los centros no constituye una verdadera motivación de rehabilitación y no son programas permanentes que fortalezcan la formación profesional y técnica de los internos.

5. ¿En el Centro de Rehabilitación Social del Tulcán, existe programas de reeducación y rehabilitación que contribuya a que el interno/a una vez cumplida la condena se reinserte como un ente positivo a la sociedad y no reincida en el delito?

Este tipo de programas existen pero son voluntarios para los internos; lo cual no ha permitida una adecuada rehabilitación para los ciudadanos y puedan reinsertarse en la sociedad;

Además de lo cual, existe una apatía generalizada de parte de los internos, lo que genera descontento de parte de quienes dirigen el centro.

Por lo que la mayoría de personas privadas de la libertad, salen nuevamente a delinquir y reinciden en delitos, por lo que difícilmente pueden encontrar un trabajo.

6. ¿Considera que las sanciones impuestas, a los internos/as luego de un proceso penal, contribuyen a la rehabilitación del interno. ¿Por qué?

Se considera que no, porque en la sanción de algunos delitos no se respeta el principio de proporcionalidad.

Además este tipo de sanción, según la normativa legal de nuestro país, permite que se dé un verdadero programa de rehabilitación, más bien este tipo de sanción genera un resentimiento a la sociedad y es considerada como una forma de castigo.

Además este tipo de sanción no permite fortalecer un proceso para reinsertar a los penados a la sociedad, ya que la sanción por sí sola no cumple con la rehabilitación de un interno, debe haber un objetivo dentro de la privación de libertad esto es llegar a la conciencia del internos para que califique su acto y tome las medidas necesarias para no caer otra vez.

7. ¿Considera que el estado entrega los recursos suficientes para la ejecución de un programa de reeducación, rehabilitación y reinserción de los internos/as a la sociedad?

No, ya que ni siquiera se les dota de un área física adecuada para que puedan permanecer como seres humanos y la entrega de recursos es insuficiente; ya que se recibe solo para la alimentación y no se direcciona actividades en los centros para que puedan existir recursos propios.

8. ¿Considera que el sistema penitenciario en el país, garantiza la rehabilitación integral del ser humano. ¿Cuál es su opinión al respecto?

No, cuando un interno sea considerado como una persona, como un ser humano se estaría hablando de rehabilitación integral para las personas que han sido privadas de la libertad; más bien estos centros se ha convertido en escuelas de profesionalización del crimen.

Desde el Estado se tiene que realizar una verdadera política penitenciaria en donde se mire al interno como una persona que puede ser rehabilitada y no como se dice en la actualidad delincuente en perfeccionamiento.

9. ¿Considera Ud. Que se pueden impulsar políticas de una adecuada rehabilitación de los internos de su Centro?

Considero que si se puede fortalecer políticas públicas a favor de este sector; porque así lo establece la constitución y como una obligación moral de parte de las autoridades de turno, tanto de parte de las autoridades locales como las nacionales.

10. ¿El Centro de Rehabilitación Social cuenta con personal calificado para rehabilitación de las personas privadas de la libertad?

Solamente se tienen un 10% de funcionarios que tienen el perfil adecuado para este tipo de trabajo; el resto de funcionarios no lo dispone, por lo que es urgente que de parte del estado se impulse un programa de profesionalización e incremento de personal calificado para que se conviertan en verdaderos Centros de Rehabilitación.

Una vez revisadas las respuestas dadas por los entrevistados, se concluye que la gran mayoría de ellos, coincide en que la situación en que viven los internos del país y específicamente el Centro de Rehabilitación Social de Tulcán, es bastante deplorable ya que no existe infraestructura

física, no existen fuentes de trabajo, como tampoco existen programas de rehabilitación integral del interno y que por lo mismos no se cumple el objetivo de la rehabilitación, pues el hacinamiento existente es otra limitante para la rehabilitación; el personal administrativo no está capacitado y en el centro esporádicamente se dicta uno que otro taller, lo que se traduce a falta de rehabilitación y que la mayoría de personas privadas de la libertad una vez que cumplen su sentencia y obtienen su libertad reinciden en el delito.

La sanción en muchos de los casos no es proporcional; y que los recursos con los que cuenta el Centro de Rehabilitación Social de Tulcán son limitados ya que el estado jamás se ha preocupado por la rehabilitación de este grupo de personas que cumplen una condena.

Fianalmente, se considera que el personal que labora en el Centro no tiene la formación en esa àrea y consideran que se tiene que impulsar un programa de profesionalización de todos los funcionarios.

1.6.3. Observación directa y participación de involucrados

La observación directa de los acontecimientos, hechos, sucesos, circunstancias que tengan otras microempresas de producción, permitirá captar y recopilar la suficiente información real y confiable para poner en marcha una pequeña empresa; de igual manera la participación activa de los involucrados permitió una recopilación amplia de información para la buena marcha del proyecto.

En el proceso de socialización de la propuesta se pudo observar el tipo de actitud y comportamiento de todas las personas que están privadas de la libertad, con lo cual se pudo determinar la metodología de trabajo que se puede aplicar en el desarrollo de la propuesta

Así mismo, la observación directa se la realizó en todo el centro de Rehabilitación Social, por lo que se pudo determinar los lugares que pueden ser adecuados para fortalecer una pequeña empresa y para motivar a los Internos se realizó talleres participativos en el desarrollo del diagnóstico y se les impartió temas organizativos y el trabajo en equipo con un enfoque micro-empresarial.

Con el fin de que las personas privadas de la libertad tengan una visión empresarial en su proceso productivo, se procedió a involucrar a su familia, ya que se facilitaría la comercialización de lo que ellos producirían.

1.6.4. DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO

Para el desarrollo de esta herramienta de investigación se procedió a trabajar con el formato de diagnóstico propuesto, mediante asambleas con los internos y el uso de papelógrafos en los cuales se tomó nota del desarrollo del cuestionario, esto permitió dinamizar el proceso y darle credibilidad a la propuesta. Se lo realizó de esta manera ya que en forma individual se incomoda a los internos por la situación de vulnerabilidad que ellos tienen por estar en el Centro

1.6.5. INSTRUMENTOS

Los instrumentos que se utilizaron en el proceso de investigación en el presente diagnóstico, fueron formales, mecánicos, entre otros; en los formales se aplicó, las Fichas de observación, cuestionarios, guías de entrevistas, y fichas nemotécnicas, en los instrumentos mecánicos se tuvo, la cámara fotográfica, computadora, calculadora, filmadora, y celular; se utilizó también otros instrumentos como el internet y videos documentales.

1.7. EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

En el Centro de rehabilitación social del Carchi se encuentran cumpliendo la sentencia 320 Hombres y 51 Mujeres. La participación del Ministerio de Inclusión Económica y social tiene como objetivo el financiamiento de proyectos de desarrollo social y de protección social integral y familiar y donaciones, ayudas o subvenciones; el Ministerio de Inclusión Económica y Social, tiene como finalidades entre las principales, prestar ayuda, elaborar programas y ejecutar proyectos en beneficio de los grupos más vulnerables de la sociedad.

en este sentido el Ministerio de Inclusión Económica y Social, con el fin de satisfacer las demandas de este grupo poblacional , firmará un convenio de cooperación con la fundación desarrollo acción y vida, y con la cooperación de una estudiante egresada de la universidad técnica del norte con el fin de llevar acabo la ejecución del proyecto denominado : “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA DE PAN, MANÍ Y SÁBANAS PARA EL CENTRO DE REHABILITACIÓN SOCIAL DE LA CIUDAD DE TULCÁN PROVINCIA DEL CARCHI”, a ejecutarse en un periodo de 9 meses.

Para alcanzar las actividades propuestas en el proyecto y lograr en los internos un proceso de revalorización personal y actitud a través de la ejecución de eventos de capacitación personal y familiar se realizó la continuación del diagnóstico con los internos, con una metodología que no incomode ni lastime la susceptibilidad de las personas que se encuentran privadas de la libertad.

1.7.1. Reunión de coordinación y diagnóstico interno

Para el inicio del diagnóstico y poder desarrollar el proyecto se hizo un acercamiento con el Director del CRS del Carchi Dr. Jorge Malta para dar

a conocer cómo se va a llevar a cabo el proyecto propuesto. Además se realizó posteriores reuniones para coordinar la socialización del proyecto con otras instituciones, como también la identificación de los y las involucrados.

Para el desarrollo del diagnóstico institucional se hizo la entrega de invitaciones a diferentes instituciones tales como fueron: Gobierno Provincial del Carchi, Pastoral Social de Tulcán, Gobierno Municipal de Tulcán, Defensoría del Pueblo, Cámara de Comercio de Tulcán, Consulado de Colombia, Policía Nacional, Ministerio de Industria y Comercio, SECAP, HIAS, y ACNUR de la ciudad de Ibarra, se realizó el 19 de noviembre del 2012 a las 15H00 (tres de la tarde), con las mismas que se logró establecer lazos de comunicación, como también el apoyo de ellas.

ILUSTRACIÓN No.1

REUNIÓN DE COORDINACIÓN Y DIAGNÓSTICO INTERNO



Fuente: Fotografía
Elaborado por: La autora

1.7.2. Acercamiento e identificación de los involucrados

Para lograr esta actividad se tuvo una reunión con el director del CRS del Carchi, con el que se llegó a establecer el día y la hora para la identificación de los involucrados, esta reunión se realizó el día viernes 21

de noviembre del año 2012 a las 14H00 (dos de la tarde), realizando las siguientes actividades:

ILUSTRACIÓN No.2 ACERCAMIENTO DE INVOLUCRADOS



Fuente: Fotografía
Elaborado por: La autora

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	OBJETIVO	METODOLOGÍA
1.- Palabras de bienvenida por parte del técnico de la Fundación.	Ing. Gandhi Vásquez	Establecer lazos de amistad y confianza con los participantes.	*Comunicación y confianza con todos los involucrados.
2.- Exposición del proyecto a todas las personas participantes en la reunión.	Ing. Gandhi Vásquez	Socializar el proyecto con todos los participantes.	*Explicación Técnica de la metodología del diagnóstico y la finalidad que tiene el mismo. *Participación de los presentes (debates) *Tomar nota de sugerencias (secretario relator)
3.- Participación por parte de internos (as) del CRS para establecer las áreas en que estarían dispuestos a ejecutar.	Internos (as) del CRS	Realizar un trabajo participativo con todos los involucrados.	*Establecer reglas de participación (explicación) *Lluvia de ideas escritas en papelotes por los participantes (mesa redonda) *Priorizar y generalizar ideas *Conclusiones por todos los involucrados

1.8. MATRIZ DE INVOLUCRADOS

Identificación de involucrados	Intereses	Problemas percibidos	Recursos y mandatos
<p>Centro de Rehabilitación de la Ciudad de Tulcán</p> <p>Internos del Centro de Rehabilitación Social de Tulcán</p>	<p>-Atención Integral a las personas privadas de la libertad por el acometimiento de delitos</p> <p>-Mejorar su situación en cuanto a la calidad de vida y trato</p>	<p>-Limitación de recursos.</p> <p>-Infraestructura inadecuada</p> <p>-Falta de planes y programas vayan en beneficio de la rehabilitación de los Internos</p> <p>-Deficiente compromiso de los profesionales con el bienestar del centro</p> <p>-Desvalorización personal</p> <p>-Desintegración familiar</p> <p>-Conflictos entre los internos</p> <p>-Carencia de recursos económico</p> <p>-Internos con peligrosos antecedentes</p> <p>-Internos desprotegidos del sistema judicial</p> <p>-Deficientes servicios básicos de supervivencia y rehabilitación</p> <p>- Hay demasiados internos extranjeros, principalmente Colombianos</p> <p>- Vulnerabilidad de derechos</p>	<p>-Estructura administrativa del Centro.</p> <p>-Disponibilidad de conseguir recursos de otras instituciones</p> <p>-Constitución Política del Estado</p> <p>-Apoyo de otras Instituciones</p> <p>-Personal que labora en el Centro</p> <p>-Constitución que los protege</p> <p>-Talento humano</p> <p>-Varios profesionales como detenidos</p>
<p>Identificación de involucrados</p>	<p>Intereses</p>	<p>Problemas percibidos</p>	<p>Recursos y mandatos</p>

Ministerio de Inclusión Económica y Social	Financiar proyectos de desarrollo social y productivo que vayan en beneficio de los sectores más vulnerables del país	-Agilidad en el financiamiento de los proyectos -Falta de voluntad política para ejecutar los proyectos - Técnicos con poco compromiso social	-Estructura organizativa - Disponibilidad de recursos - Persona capacitado -Actividades descentralizadas - Constitución Política del Estado - Infraestructura y logística
Fundación de Desarrollo Acción y Vida	Ejecutar proyectos de protección social como organismo proponente.	-Le falta efectividad en el cumplimiento de responsabilidades. - Inestabilidad de su equipo técnico	-Personería jurídica - Experiencia - Talento humano - Estatutos - Constitución Política del Estado
Pastoral Social de la Ciudad de Tulcán	Proteger a los sectores sociales más vulnerables	-Limitación de recursos económicos	-Personería jurídica - Talento Humano - Experiencia en el proceso de protección
Gobierno Municipal de Tulcán	Contribuir al bienestar de todas las instituciones que están dentro de la ciudad de Tulcán	-Poco interés para contribuir con éste Centro - Falta de voluntad política - No se optimiza recursos -Deficiente formación académico de sus empleados	-Infraestructura - Disponibilidad de recursos -Estructura organizativa - Personal - Constitución política - Leyes afines
Identificación de involucrados	Intereses	Problemas percibidos	Recursos y mandatos
SECAP	-Prestar el servicio de capacitación en todos los	-Desconfianza en los internos	-Disponibilidad de recursos económicos -Profesionales en

	rincones de la Provincia		todas las áreas y bien capacitados -Respaldo del gobierno -Leyes y reglamentos
ACNUR	Proteger a las personas en situaciones de desplazamiento y migración.	-Limitación en recursos económico -Demasiadas responsabilidades a su cargo	-Apoyo gubernamental -Poder internacional en la toma de decisiones a favor de las personas desplazadas -Leyes -Estructura e infraestructura

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

1.9. DETERMINACIÓN DE ALIADOS, Oponentes, Oportunidades y Riesgos.

1.9.1. ALIADOS

•Equipo multidisciplinario:

Dentro de este centro se cuenta con una variedad de internos que tienen formación académica y con estudios por culminar, por lo que es una gran fortaleza destacarlo; así mismo las instituciones cooperantes disponen de profesionales en todas las áreas.

•Voluntad para organizarse:

Es importante destacar que en la mayoría de los internos existe la predisposición para organizarse y trabajar en bien de mejorar la calidad de vida de los mismos.

•Entendimiento:

Con el involucramiento de otras instituciones en esta propuesta se ha logrado el entendimiento entre los involucrados y las organizaciones involucradas.

•Se cuenta con un espacio físico dentro del Centro:

En éste centro existe un espacio físico en el cual se podría implementar una microempresa de diferentes actividades y que es necesario para iniciar un proceso de producción.

•Apoyo Moral:

Con el apoyo constante que ha existido por parte de algunas instituciones como la Pastoral Social de la Ciudad de Tulcán hay apoyo moral para las personas privadas de la libertad de éste centro, lo cual permite que estas personas acepten la realidad y vivan mejor.

•Expectativa por la creación de fuentes de trabajo:

Existe la expectativa por parte de los internos de que se pueden crear fuentes de trabajo y mejorar la calidad de vida de los mismos, con lo cual garantiza la ejecución de cualquier proyecto.

•Acuerdos y convenios:

Es de gran importancia que existan acuerdos con otras organizaciones tanto públicas como privadas, que están interesadas en mejorar la situación de los internos mediante la ejecución de planes y programas.

•Mano de Obra Calificada y no Calificada:

Por la situación de privación de la libertad en que viven las personas de éste centro, se cuenta con mano de obra suficiente para implementar un proyecto de desarrollo social, y esto permitiría invertir en actividades productivas y micro-empresariales.

•Aportar al desarrollo:

Con la organización de éste sector vulnerable de la sociedad y la implementación de proyectos, se contribuiría al desarrollo económico de la sociedad y dejaría de ser un problema de la misma; y, finalmente se tendría personas rehabilitadas, productivas y reinsertadas en la sociedad.

1.9.2. OPONENTES

•Inexistencia empresarial de infraestructura propia:

Debido a la situación de vulnerabilidad no se cuenta con infraestructura operativa ni empresarial, para fortalecer actividades productivas en el centro, lo cual limita la ejecución de algún proyecto, por lo que se complica la inversión en todos los Centros de Rehabilitación Social de nuestro país.

•Falta de capacitación:

En el centro no se cuenta con políticas que fortalezcan la capacitación de los internos en áreas productivas, ni existen organizaciones que quieran invertir en capacitación para el centro y sin conocimientos las personas no tienen en qué ocuparse.

•Deficiente calidad de vida de los internos:

Por la poca atención que existe para los Centros de Rehabilitación Social a nivel de todo el país, el nivel de vida en los centros es muy bajo, ya que las personas que viven allí no tienen ningún ingreso económico por la inexistencia de procesos productivos, considerando que la mayoría de personas de estos centros tiene familia.

•Desintegración Familiar:

La situación de detenidos y con antecedentes de toda índole hace que las familias de los mismos se hayan desintegrado y en algunos casos hasta son olvidados y abandonados por parte de sus familias, con lo cual su situación se hace más delicada.

•Critica de las personas:

Por los antecedentes y por su situación de detenidos las personas de este centro son víctimas de críticas negativas por parte de la sociedad, por lo que la implementación de proyectos se dificulta un poco.

•Actitud Negativa de los Internos:

Debido a los múltiples problemas que han tenido que enfrentar las personas privadas de la libertad, en su mayoría tienen actitud negativa y ya no creen en ninguna promesa de parte de alguna institución y eso dificulta la ejecución de planes y programas a favor de éstas personas.

•Discriminación:

Las personas que son privadas de la libertad, en cuanto ya salen de éste centro son discriminadas por parte de la sociedad y no tienen la oportunidad de insertarse en la sociedad.

•Bajo nivel académico:

Un porcentaje muy alto de las personas que están en éste centro tienen un nivel académico muy bajo esto complica trabajar exitosamente y su nivel de cultura y respeto con los demás es muy negativo.

•Poco involucramiento e insuficiencia económica:

Cuando se implemente algún programa en el centro existe el poco involucramiento de los internos en los procesos y la disponibilidad de recursos en el centro para planes y programas es muy mínimo y en algunos hasta no existe recursos para invertir en rehabilitación.

•Distancia:

Las personas privadas de la libertad de éste centro son de diferentes provincias y países y esto dificulta el entendimiento entre ellos; así mismo dificulta el apoyo moral de parte de sus familiares.

1.9.3. OPORTUNIDADES

•Vinculación con organismos nacionales y no gubernamentales:

Por el estado de vulnerabilidad de los Centros de Rehabilitación social, se tiene la oportunidad de implementar proyectos con organizaciones que velan por los derechos humanos y el bienestar de la colectividad; como es el caso del MIES, el ACNUR, entre otras.

•Implementar Programas de capacitación:

Por estar en un solo lugar se tiene la oportunidad de implementar planes y programas de capacitación continuos e incentivar al fortalecimiento de actividades productivas

•Intercambio y exploración de conocimientos:

La oportunidad de compartir conocimientos entre los internos puede ser de gran valía para los mismos y con lo cual se podría consolidar equipos de trabajo.

•Vinculación y apoyo de sus familiares:

Se podría realizar una campaña de concienciación ciudadana y se tendría el apoyo de sus familiares en un proceso de conformación de pequeñas empresas y ayudarían en la comercialización de lo que ellos produzcan.

•Internos liberados y pre liberados:

Se podría implementar como estrategia de comercialización y de servicio a los clientes; ya que con los internos liberados y pre liberados se podría coordinar actividades, para que estos sean quienes hagan llegar los productos a al mercado y se tendría el servicio de entrega a domicilio a los comerciante o potenciales clientes.

•Interés de organismos seccionales:

En los últimos años, el sistema jurídico es más humanitario y se preocupa por el bienestar de los derechos de los ciudadanos, lo cual permite que las autoridades de los gobiernos locales y provinciales se sensibilicen a favor de éste sector e inviertan recursos para fortalecer actividades productivas en los centros de Rehabilitación Social de todo el país.

•Entendimiento:

Con un adecuado sistema de capacitación a los internos se llegaría a tener un buen entendimiento tanto entre las personas que allí habitan como con las autoridades y organizaciones que se interesen en implementar procesos productivos y de bienestar de la sociedad.

- Buena comunicación:**

Se puede fortalecer la comunicación entre los internos con las instituciones que puedan invertir recursos en el centro; así mismo se puede aprovechar los medios de comunicación que contribuirían con la difusión de los planes y programas productivos que se implementen en el centro, con lo cual la sociedad se sensibiliza y apoyo los procesos.

1.9.4. RIESGOS

- Desconfianza de instituciones financieras:**

Por el estado de vulnerabilidad, los antecedentes y por la imagen negativa que tienen los centros de Rehabilitación, existe una desconfianza total de las instituciones financieras para invertir recursos en éstos centros, lo cual complica que se puedan tener créditos y disponibilidad de recursos.

- Inestabilidad Política:**

El cambio constante de autoridades en los Centros de rehabilitación Social y de las instituciones públicas, dificultan dar el seguimiento necesario a los proyectos e iniciativas productivas que allí se pueden implementar.

- Incumplimiento de acuerdos y compromisos por parte de las instituciones involucradas:**

El incumplimiento por parte de las instituciones involucradas en el desarrollo de proyectos no permitiría trabajar con normalidad y con resultados inmediatos.

•Falta de recursos económicos:

Por la inexistencia de políticas para fortalecer actividades productivas en los Centros de Rehabilitación Social del país, no se tiene recursos económicos en ningún centro y eso debilita establecer convenios con otras organizaciones para implementar algún proyecto.

•Rechazo de la sociedad con los productos que se elaboren en el centro:

El nivel de cultura y educación de la sociedad, aún tiene prejuicios y existe resistencia por aceptar el trabajo que realizan las personas privadas de la libertad y eso limita o dificulta los procesos operativos y distribución de lo que ellos producen.

•Incremento de la delincuencia:

El incremento delincencial aumentaría considerablemente el rechazo de la ciudadanía hacia las personas con antecedentes o que recién salgan de un Centro.

1.10. IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

Una vez analizado el diagnóstico respectivo con los cuáles se pudo priorizar algunos problemas los cuales se los resume de la siguiente manera:

Como problema principal se puede notar que existe la carencia de recursos y las malas condiciones de vida de los internos del Centro de Rehabilitación Social de Tulcán; así mismo se tiene problemas secundarios como: Desarticulación familiar y desocupación de los mismos, desvalorización personal y débil proceso de inserción laboral, desconfianza de los ciudadanos en los internos y los productos que ellos

elaboran, deficiente calidad de vida de los internos por la poca atención que existe para los Centros de Rehabilitación Social a nivel de todo el país, crítica de las personas por los antecedentes y por su situación de detenidos, estas personas son víctimas de críticas negativas por parte de la sociedad, actitud negativa de los internos debido a los múltiples problemas que han tenido que enfrentar las personas privadas de la libertad, en su mayoría tienen actitud negativa y ya no creen en ninguna promesa de parte de alguna institución y eso dificulta la ejecución de planes y programas a favor de estas personas, desintegración familiar la situación de detenidos y con antecedentes de toda índole hace que las familias de los mismos se desintegre y en algunos casos hasta son olvidados y abandonados por parte de su familia y amigos, por lo que su situación se hace aún más delicada. Estos problemas causan una baja autoestima, un trato inadecuado a los internos y una eminente desocupación de los mismos.

Luego de analizado estos antecedentes nace la oportunidad de efectuar un “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA DE PAN, MANÍ Y SÁBANAS PARA EL CENTRO DE REHABILITACIÓN SOCIAL DE LA CIUDAD DE TULCÁN PROVINCIA DEL CARCHI”. Mismo que mejora el nivel de vida de los y las internas del Centro de Rehabilitación Social de Tulcán, ya que con la implementación de un proyecto de esta magnitud se puede crear varias fuentes de trabajo.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Estudio de factibilidad

DÍAZ P. Flor Nancy, (2009). Afirma: *“El estudio de factibilidad es el estudio de detección de necesidades que consiste en examinar el ambiente socio-económico que rodea el proyecto, la exigencia de la vida moderna y el grado de desarrollo de la tecnología para determinar si existe o no una necesidad de realizar el proyecto”*. Pág. 8

El estudio de factibilidad busca la aplicación de información que sea necesaria para enfocar el problema de una forma sistemática, como primer enfoque no limita conscientemente la solución de problemas, el objeto que se persigue es obtener un conjunto de probables soluciones que satisfagan la necesidad establecida.

2.1.1. Objetivos del estudio de factibilidad

DÍAZ P. Flor Nancy, (2009). Manifiesta que la empresa cuenta con una serie de objetivos que determinan la posibilidad de factibilidad de un proyecto sin ser limitativos. Estos objetivos son los siguientes:

- Reducción de errores y mayor precisión en los procesos.
- Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de recursos no necesarios.
- Integración de todas las áreas y subsistemas de la empresa.
- Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios

- Aceleración en la recopilación de datos.
- Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de tareas.
- Automatización óptima de procedimientos manuales.

El estudio de factibilidad permite establecer los aspectos positivos y negativos que influenciarán en el proyecto, como también definir los aspectos de mercado, técnicos y financieros que determinaran la rentabilidad del proyecto.

2.1.2. Recursos del estudio de factibilidad

FONTAINE R. Ernesto, (2008). Presenta la determinación de los recursos para un estudio de factibilidad sigue el mismo patrón considerado por los objetivos vistos anteriormente, el cual deberá revisarse y evaluarse previo a su aplicación. Los recursos a realizarse son:

- **Factibilidad Operativa:** Se refiere a todos aquellos recursos donde interviene algún tipo de actividad (Procesos), depende de los recursos humanos que participen durante la operación del proyecto.
- **Factibilidad Técnica:** Se refiere a los recursos necesarios como herramientas, conocimientos, habilidades, experiencia, etc., que son necesarios para efectuar las actividades o procesos que requiere el proyecto.
- **Factibilidad Económica:** Se refiere a los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar o llevar a cabo las actividades o procesos y/o para obtener los recursos básicos que deben considerarse.

Los recursos que se identifican en la parte de mercado, técnico y financiero ayudan a tener mayor confiabilidad en la gestión.

2.2. La pequeña empresa

ANZOLA ROJAS. Servulo, (2010). *“La pequeña empresa es aquella que se centra en desarrollar varios factores con miras a lograr un desarrollo sostenido dentro de la sociedad”*. Pág. 22

La pequeña empresa es creada para ser rentable, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope, además está conformada por un número de personas que no excede un determinado límite, con aspiraciones, realizaciones para satisfacer determinadas necesidades y deseos existentes en la sociedad.

2.2.1. Características de la pequeña empresa

ANZOLA ROJAS. Servulo, (2010). Manifiesta las características comunes de las comunes han sido identificadas por los expertos

- **Participación de la familia:** La mayoría de las pequeñas empresas tienen una estructura familiar están involucradas directamente en las actividades de la organización.
- **Giro personal:** Una estrecha relación con los clientes y los consumidores siendo así muy efectiva para evitar en lo posible la participación de intermediarios.
- **Hombre orquesta:** Una de las características más significativas de la pequeña empresa es que su dueño es el socio mayoritario, es una persona madura, de edad avanzada quien aplica sus conocimientos empíricos y se guía por sus corazonadas.

- **Nepotismo:** La participación tan estrecha de los familiares dentro de la pequeña empresa ocasiona que se fomente el nepotismo, que es el trato especial o protección desmedida que se da a los protegidos dentro de la organización.
- **Administración:** Los miembros de la familia ocupan el papel principal sin importar mucho si tienen o no capacidad y habilidad para desempeñar sus funciones.
- **Capital y financiamiento:** En las empresas familiares el capital lo aportan sobre todo el dueño y en algunos casos también aportan los familiares cercanos.
- **Empleo:** Es importante destacar que las empresas medianas y grandes absorben un gran porcentaje de la actividad productiva.
- **Ubicación:** En un inicio la ubicación de la pequeña empresa se la realiza de manera empírica y no se consideran variables importantes que pueden determinar el éxito o fracaso de la organización.
- **Constitución Legal:** La constitución legal más común en la pequeña empresa es la sociedad anónima aunque esta solo sea por requisito legal y su función no se cumpla por completo.
- **Mercado:** La pequeña empresa se distingue por atender al mercado local en pocas ocasiones se aboca al mercado regional, ya que su estructura no puede detener sus actividades requeridas para expandirse a tal grado.

La pequeña empresa está formada en su mayoría por capitales pequeños cuya administración es familiar, con objetivos a corto plazo, que generan pocas plazas de empleo.

2.2.1. Gestión de la pequeña empresa

ANZOLA ROJAS. Servulo, (2010). Menciona de manera general algunos aspectos sobre las áreas básicas de la administración que ocurren con frecuencia en las pequeñas empresas:

- **Planeación:** El tiempo de planeación que prefieren las pequeñas empresa es a corto plazo, y se enfoca en los aspectos contables, laborales y tributarios, con ayuda de un contador contratado por unas horas. La planeación se concentra en las áreas de producción y ventas atendidas por el dueño personalmente.
- **Producción:** Esta área es una de la pocas en que la pequeña empresa tiene políticas y reglas para las operaciones normales, centradas en el proceso de producción, siguiendo en importancia el área de ventas.
- **Finanzas:** Una buena proporción de la pequeña empresa es que el (30%) utiliza como herramientas de planeación los presupuestos, pero al igual que los estándares, no los consideran en su aplicación y control.
- **Control:** El pronóstico como herramienta de estimaciones o predicciones futuras se emplea en cerca del 45% de las empresas que lo centran en las ventas futuras esperadas y con su experiencia.

- **Recursos humanos:** En el área de personal el procedimiento más frecuente es el reglamento interno, aun cuando no se especifique por escrito.

2.3. Aspectos administrativos

2.3.1. La administración

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

JANY CASTRO José Nicolás, (2009). Afirma: *“La administración es una herramienta fundamental de marketing que a su vez es esencial para la investigación de marketing, la administración ayuda a evaluar la rentabilidad de las empresas frente a los fenómenos de capital, oferta, demanda, costo, precios”*.Pág.41

La administración de una empresa productora de pan, maní y sábanas implica de tiempo que deben tener quienes esté a cargo, ya que deberá encargarse a través de sus dirigidos, de buscar clientes y atenderlos en el tiempo que ellos lo necesiten, para lo cual deberá contar con una estructura administrativa.

2.3.2. Objetivos de la administración

Según DÍAS CALLEJAS Osmin, (2009). Señala los objetivos de la administración:

- Alcanza de forma eficiente y eficaz los objetivos de un organismo social donde se plantean planes de desarrollo.

- Conseguir de manera eficiente las metas con el con el mínimo de sus recursos
- Permite a la empresa tener una perspectiva más amplia del medio en el cual se desarrolla.
- Asegurar que la empresa produzca o preste sus servicios de calidad tomando en cuenta que el principal factor son los clientes.
- El objetivo principal de la Administración es aprovechar los recursos que posee la empresa para lograrlo de una manera eficiente y eficaz.

El principal propósito de la administración es aprovechar en forma eficiente los pocos recursos que se encuentran al alcance, para generar mayor rentabilidad.

2.3.3. Características de la administración

MUNCH Lourdes, (2010).Manifiesta que la administración posee ciertas características que la diferencia de otras disciplinas:

- **Universalidad:** Es indispensable en cualquier grupo social, ya sea una empresa pública o privada o en cualquier tipo de institución

- **Valor instrumental:** Su finalidad es eminentemente práctica, siendo la administración un medio para lograr los objetivos de un grupo
- **Multidiciplina:** Utiliza y aplica conocimientos de varias ciencias y técnicas
- **Especificidad:** Aunque la administración se auxilia de diversas ciencias, su campo de acción es específico, por lo que no puede confundirse con otras disciplinas
- **Versatilidad:** Los principios administrativos son flexibles y se adaptan a las necesidades de cada grupo social en donde se aplican

2.4. Planificación estratégica

Para HINDLE Tim (2008). Menciona: *“La planificación estratégica es la articulación de objetivos a largo plazo y la adjudicación de los recursos necesarios para lograr tales objetivos”*. Pág. 207.

La planificación estratégica está encaminada al proceso de ejecución de los objetivos de la empresa a través de la planeación y buen manejo de las actividades a realizarse durante su periodo.

2.4.1. La misión

HERNÁNDEZ Sergio, (2011). Manifiesta: *“La misión es el punto de partida para la estrategia, la organización y su alineamiento, pues la empresa actúa como sistema productivo encadenado, cuya expresión más sencilla es la relación proveedor- procesador, empresarios-clientes”*. Pág.24

Según, LAMB Charles W, (2008). Afirma "*Misión es una descripción o afirmación del porque una empresa está en operación*". Pág. 11

La misión es la razón de ser de la empresa que declara a qué clientes sirve, qué necesidades satisface, qué tipos de productos ofrece y en general, cuáles son los límites de sus actividades; por tanto, es aquello que todos los que componen la empresa u organización se sienten impulsados a realizar en el presente y futuro para hacer realidad la visión.

2.4.2. La visión

Para D' ALESSIO, Ipinza Fernando (2008). Afirma: "*La visión de una organización es la definición deseada de su futuro responde a la pregunta ¿Qué queremos llegar a ser?, implica un enfoque de largo plazo*". Pág. 61.

FRIEND, Graham, (2008). "*La visión es la redacción de lo que la empresa intenta alcanzar en el futuro utilizando todos sus recursos mediante un trabajo eficaz*". Pág. 14

La visión muestra una imagen del futuro que tendrá la pequeña empresa y ayuda a las personas a comprender por qué y cómo deben apoyar a la empresa; además formula las aspiraciones y propósitos fundamentales de la empresa.

2.5. Aspectos del mercado

2.5.1. El mercado

BACA, Gabriel. Manifiesta (2013). Manifiesta: "*Mercado es el lugar donde se encuentran ofertantes y demandantes de productos o servicios a precios determinados*". Pág. 23

KOTLER, Philip. (2009). Menciona: *“Es el conjunto de compradores actúales y potenciales de un producto o servicio”*. Pág. 9

El mercado es conocido como el lugar donde se encuentran tanto los compradores como los vendedores de un producto o servicio, el mercado es el principal factor que se analiza para la venta de un productos porque depende de que exista un número significativo de compradores para que el nuevo producto tenga existo.

2.5.2. La demanda

KOTLER Philip, (2009). Manifiesta *“La demanda del mercado para un producto es el volumen total que se adquirirá un grupo de clientes definido, en un área geográfica establecida, dentro de un periodo definido, en u ambiente de mercado específico”*. Pág. 217

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio y cantidad dado en un momento determinado. La demanda está determinada por factores como el precio del bien o servicio, la renta personal y las preferencias individuales del consumidor.

2.5.3. La oferta

DÍAS P., Flor Nancy , (2009). Afirma: *“La oferta es la cantidad de unidades de un producto que las empresas manufactureras o prestadoras de servicio están dispuestas a intercambiar a un precio determinado”*. Pág.45

La oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio dado en un momento determinado. Está determinada por factores como el precio del capital, la

mano de obra y la mezcla óptima de los recursos mencionados, entre otros.

2.5.4. El producto

MUNCH Lourdes, (2010). Menciona: *“Un producto es el conjunto de atributos y cualidades tangibles, tales como: Presentación, empaque, diseño, contenido, e intangibles como: marca, imagen, ciclo de vida y prestigio”*. Pág. 229

Producto es lo que se ofrece al consumidor final; es decir lo que está destinado para la venta, el mismo que al momento de ser distribuido tiene un precio el cual debe ser pagado por quienes tienen la necesidad de dicho bien.

2.5.5. El precio

GIL ESTALLO María de los Ángeles, (2012). Manifiesta: *“El precio es un elemento del marketing del que se derivan las ventas, la rentabilidad y la tasa de penetración en el mercado, el precio muchas veces no compatible con estos objetivos. A mayor precio, mayor rentabilidad, por otra parte el precio es una variable que permite una comparación fácil entre productos y marcas competidoras”*. Pág.42

ANZOLA ROJAS Sérvulo, (2010). Menciona: *“El precio es una variable que proporciona al vendedor su ganancia necesaria y refleja la satisfacción y utilidad del comprador por la compra realizada. Los precios que se asignan a los bienes o servicios contribuyen a formar la imagen de la empresa”*. Pág. 171

El precio de un bien es su relación de cambio por dinero, esto es, el número de unidades monetarias que se necesitan obtener a cambio una unidad del bien.

2.5.6. La promoción

MUNCH Lourdes, (2010). Afirma: *“La promoción incluye una serie de técnicas que se utilizan para estimular las preferencias de los consumidores, con el propósito de inducir las ventas, por ejemplo la entrega de muestras, degustaciones y regalos entre otros”*. Pág.230

Promoción podemos definirla como un sinnúmero de incentivos para aumentar el consumo de un producto o servicio. La promoción es una estrategia del marketing que se utiliza para dar a conocer el producto o servicio que a través de incentivos como regalos, descuentos especiales.

2.5.7. La plaza

PALAO Jorge, GOMEZ GARCIA Vicent, (2009). Afirma: *“La plaza es la variable de mercadotecnia que se encarga de lograr que los productos de la empresa estén disponibles para los consumidores”*. Pág.92

Por medio de este elemento se da a conocer el producto, bien o servicio a los clientes, posibles compradores; pero tomando en cuenta que para esto se necesita establecer canales distribución, planificación, formas de transporte, agentes o personas que intervienen en este proceso.

2.5.8. La comercialización

NÚÑEZ, Z. Rafael (2008). Manifiesta: *“La comercialización es la actividad que le permite al productor hacer llegar su producto o servicio al consumidor, obteniendo los beneficios correspondientes en materia de tiempo y lugar”*. Pág. 57.

El análisis de la comercialización es un factor esencial en la marcha de una empresa, ya que permite establecer la forma de cómo llegar con el

producto o servicio en un tiempo y lugar oportuno, teniendo en cuenta la necesidad, el alcance y la satisfacción del consumidor.

Dentro de comercialización se debe de considerar aspectos claves ya que la empresa debe estar siempre orientada al cliente con el propósito de ofrecer productos acordes con lo que ellos necesitan, con la finalidad de obtener ganancias que se constituye como el objetivo principal de la toda empresa.

La empresa que va a lanzar su producto en el mercado debe considerar los siguientes aspectos:

- Definir el momento más oportuno para lanzar el producto en el mercado, analizando el entorno interno y externo.
- La empresa deberá elegir el lugar idóneo donde lanzar el producto sea: un lugar pequeño, una región, varios lugares, o si decide cubrir el mercado nacional o internacional considerando aspectos como económicos, capacidad de empresa.
- Decidir en base a estudios de mercado los mejores prospectos de mercado y del consumidor final, una vez selecto estos aspectos se procederá a ejecutar un plan de distribución y promoción al grupo objetivo.
- Se debe considerar un plan de acción enfocado a introducir el producto en el mercado definido, tomando en cuenta el presupuesto me mercadotecnia, el mismo que incluirá lo que se va a destinar para plan de marketing.

2.6. Aspectos técnicos

En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada de la misma con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcionar.

2.6.1. Localización del proyecto

ORTEGA CASTRO Alfonso, (2010). Menciona: *“La localización del proyecto es el estudio de localización que tienen el propósito de encontrar la ubicación más ventajosa, tomando en cuenta las exigencias y requerimientos necesarios, para que contribuyan a minimizar los costos de inversión y gastos durante el periodo productivo del proyectos”*. Pág.126

El estudio de localización comprende diversos criterios y requisitos para ubicar el lugar donde se instalara el proyecto, para su elección se la realiza en dos etapas. La primera etapa se la define como la macrolocalización y la segunda como la microlocalización.

2.6.2. La macrolocalización

ORTEGA CASTRO Alfonso, (2010). Manifiesta: *“La microlocalización es la selección del área donde se ubicara el proyecto a realizarse”*. Pág.127

Consiste en decidir la zona o la región en donde se instalara el proyecto (empresa o negocio), puede estar compuesta por la ubicación del mercado de consumo; las fuentes de materias primas y la mano de obra disponible; además, cuenta con todos los servicios básicos para el funcionamiento del proyecto.

2.6.3. La microlocalización

ARAUJO ARÉVALO David, (2012). Menciona: *“La microlocalización es la definición de la zona de localización que determina el terreno o predio conveniente para la ubicación definitiva del proyecto. Pág. 71*

Se trata del lugar específico, dentro de la macro zona; donde se ubicará definitivamente el proyecto; dentro del cual se tomará en cuenta tipo de terreno donde se ubicará el proyecto; el tipo de edificio; si existe la necesidad de líneas férreas, carreteras, seguridad, cercanía a los mercados y consumidores y otros medios.

2.6.4. La ingeniería del proyecto

Para los autores SAPAG, CH. Nassir y SAPAG, CH. Reinaldo (2008). Afirma: *“Es el que ayuda a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado”*. Pág. 144.

La ingeniería del proyecto tiene como finalidad resolver todo lo concerniente a la instalación y al funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria que se utilizara en el desarrollo de las actividades.

2.7. Aspectos contables

2.7.1. La contabilidad

PALAO Jorge, GOMEZ GARCIA Vicent, (2009). *“La contabilidad es un sistema que se encarga de recabar y registrar toda la información necesaria de las operaciones de una empresa, su objetivo principal es reunir datos necesarios que permitan posteriormente ser capaces de tomar buenas decisiones en la empresa”*. Pág.14

POMBO José Rey, (2009). Menciona: “*La contabilidad es la ciencia que estudia el patrimonio y las variaciones que se producen, es la medición adecuada que se realiza en los diversos aspectos que se presentan*”. Pág.4

La contabilidad es considerada como una ciencia o una técnica que tiene la finalidad de brindar información que será utilidad para la toma de decisiones de los directivos de una empresa, además se dedica al análisis del patrimonio para presentar un resumen de la situaciones financiera económicas.

2.7.2. Objetivos de la contabilidad

BRAVO VALDIVIESO Mercedes, (2009). La contabilidad es importante porque radica en la necesidad de registrar, clasificar y analizar las transacciones comerciales y controlar las finanzas de un ente contable, aplicando la partida doble:

- Toda empresa tiene la necesidad de llevar un control d sus negociaciones mercantiles y financieras para corregir errores o desviaciones del capital.
- Además de planificar, controla e informa sobre la situación económica de una empresa y sirve de apoyo a los ejecutivos en la toma de decisiones.
- A través del resultado del proceso contable con la interpretación de los estados financieros dará a los inversionistas una información sobre la situación de la empresa, si existen pérdidas o ganancias
- Brindar información financiera en cualquier momento para uso interno y externo

- Establecer el momento de los activos, pasivos y patrimonios
- Llevar control de los ingresos y egresos de la organización
- Facilitar el proceso de planeación de la empresa
- Determinar las utilidades o perdidas de la compañía

2.7.3. Campos de especialización de la contabilidad

ZAPATA, Sánchez Pedro, Año (2011). Menciona los campos de especialización de la contabilidad.

- **Contabilidad general:** Es aquella que se utiliza en los negocios de compra y venta de mercadería y servicios no financieros.
- **Contabilidad de costo:** Se aplica sobre todo en empresas manufactureras , mineras, agrícola, pecuarias
- **Contabilidad gubernamental:** Se aplica en empresa y organismos del estado
- **Contabilidad bancaria:** Es aquella utilizadas en entidades financieras para depositar depósitos en cuentas corrientes y de ahorros.

2.7.4. Aspectos importantes de la contabilidad

POMBO José Rey, (2009). Presenta los aspectos más importantes de la contabilidad

- **Estático:** Es el valor del patrimonio en una fecha determinada por la empresa.

- **Dinámico:** Es la variación del patrimonio a lo largo de un periodo de tiempo.
- **Cuantitativo:** Es el valor de los elementos integrantes del patrimonio.
- **Cualitativo:** Son los elementos que componen el patrimonio de una empresa.
- **Económico:** Son la inversiones realizadas por la empresa con los fondos obtenidos.
- **Financiero:** Es donde se ha obtenido los fondos con los ue se realizaron las inversiones.

2.8. Estados financieros

Los estado financieros son resúmenes de la información contable que reflejan la situación financiera de la empresa, dirigidos a los usuarios internos y externos para que puedan evaluar y tomar decisiones con respecto a las actividades y responsabilidades que tienen con los movimientos operacionales y económicos.

2.8.1. Estado de situación inicial

ROMERO, Javier (2011). Manifiesta: *“Es un estado financiero que muestra los recursos de que dispone la entidad para la realización de sus fines (activo) y las fuentes externas e internas de dichos recursos (pasivo más capital contable), a una fecha determinada”*. Pág. 257.

SINISTERRA V Gonzalo, (2011). Menciona: “*El balance de situación inicial presenta la situación del ente económico en una fecha determinada*”. Pág. 95

El estado de situación inicial contiene los rubros que constituirán los activos de la empresa, es decir los bienes adquiridos para materializar el proyecto. Por otra parte están los activos esperados de la empresa, es decir las obligaciones financieras que adquirirán los socios del proyecto, y el patrimonio o capital social.

2.8.2. Estado de resultados

RINCÓN SOTO, Carlos Augusto, (2009). Manifiesta: “*El estado de resultados es el informe financiero que presenta los ingresos obtenidos y los gastos, costos incurridos por la empresa, para reflejar en último, la rentabilidad de esta en las actividades desarrolladas, este informe se debe presentar una vez al año con cierre de las cuentas dominicales*”. Pág. 294

PALAO Jorge, GOMEZ GARCIA Vicent, (2009). Manifiesta: “*El estado de resultados es el que restando los costos los costos directos y gastos de las ventas, le permiten conocer las ganancias. Los gastos empiezan con el personal, luego viene el alquiler, servicios, equipamiento, y probablemente algo de publicidad, talves comisiones, relaciones públicas, y los otros gasto*”. Pág.85

- **Ecuación del estado de resultados**

Utilidad o Perdida del Ejercicio = Ingresos – Costos – Gastos

El estado de resultados integra todas las cuentas de ingresos y gastos en donde se confrontarán los costos y gastos con los ingresos en un período definido con el objeto de definir la utilidad o pérdida.

2.8.3. Estado de flujo del efectivo

Para GALINDO, R. Carlos Julio (2008). Afirma: *“El flujo de efectivo es un estado financiero donde se refleja los movimientos de efectivo en un periodo determinado.”* Pág. 45

RIVERA MARTINEZ Francisco, HERNANDEZ CHAVEZ Gisel, (2010). Manifiesta: *El flujo de caja o el flujo del efectivo es un documento que nos permite dejar en claro cómo se moverán los recursos financieros del proyecto, es decir los ingresos y los egresos, durante su ejecución. Puede determinarse por semana, mes u otro periodo convencional.* Pág.165

El estado de flujo de efectivo es un informe contable sobre las actividades de operación, inversión y financiamiento de una empresa mismo que proporciona a los usuarios de estados financieros una base para evaluar la habilidad de la empresa, para generar efectivo y sus equivalentes y las necesidades de la empresa para utilizar dichos flujos de efectivo.

2.9. Evaluadores financieros

Los evaluadores financieros son los métodos actuales de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo.

2.9.1. Valor actual neto

Según SAPAG Nassir (2008). Manifiesta: *“El VAN plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor anual es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos expresados en moneda actual”.* Pág. 321

DÍAZ, M. Ángel. (2008). Afirma: *“Es la diferencia entre los flujos de tesorería actualizados a una tasa de interés*

prefijado (tasa de referencia) y las inversiones actualizadas a esa misma tasa". Pág. 175.

El valor actual neto es un término monetario que representa la rentabilidad con poder adquisitivo y da a conocer la factibilidad del proyecto, ya que se espera de la inversión obtener utilidades y seguir progresando en el proyecto.

La fórmula aplicarse es:

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

2.9.2. Tasa interna de retorno

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

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

La tasa Interna de retorno permite calcular el rendimiento esperado del proyecto antes de iniciar cualquier inversión, si el caso es positivo el proyecto es confiable. Además es conveniente realizar la inversión cuando la tasa de interés es menor que la tasa interna de retorno.

La fórmula a utilizarse es:

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

2.9.3. Periodo de recuperación

Según FONTAINE Ernesto (2008). Dice: “Este indicador es aquel que *permite conocer en qué tiempo se recupera tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados, es un indicador bastante significativo, siempre y cuando existe certidumbre en lo pronosticado, lo cual en la realidad no es muy cierto porque la condición económica son flotantes o cambiantes*”. Pág. 111

Según los autores SAPAG, CH. Nassir y SAPAG, CH. Reinaldo. (2008). Manifiestan: “*Ayuda a determinar el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de períodos aceptables por la empresa*”. Pág. 329.

El periodo de recuperación es un método que determina el número de periodos, generalmente en años, requeridos para recuperar la inversión inicial emitida, por medio de los flujos efectivos futuros que generara el proyecto. La forma correcta de utilizar el método consiste en tomar en cuenta el cambio del dinero a través del tiempo.

2.9.4. Costo beneficio

Según SAPAG Nassir (2008). Manifiesta: “*El análisis del costo beneficio es una técnica de evaluación genérica que se emplea para determinar la conveniencia y oportunidad de un proyecto*”. Pág. 278

El costo benéfico es un método alternativo de evaluar económicamente un proyecto, el cual consiste en dividir todos los costos del proyecto sobre todos los beneficios económicos que se van a obtener, para aceptar un proyecto de inversión el cociente debería tener un valor de uno, lo cual

indica que no era necesario la rentabilidad económica de la inversión , simplemente es necesario que se recuperen los costos en que se habían incurrido.

Su Fórmula es la siguiente:

$$B / C = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

2.9.5. Punto de equilibrio

BACA URBINA Gabriel, (2013). Menciona. *“El punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar la relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los ingresos. Si los costos de la una empresa solo fueran variables, en si el punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables”*. Pàg.179

El punto de equilibrio muestra la utilidad o la perdida de la empresa cuando las ventas acceden o caen por debajo de este punto, de tal forma este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta genera utilidades, pero también un decremento ocasionara perdida

2.10. LA REHABILITACIÓN

<http://definicion.de/rehabilitacion/>. Menciona: *“La rehabilitación es la especialidad médica que engloba el conjunto de procedimientos médicos, psicológicos, sociales, dirigidos a ayudar a una persona a alcanzar el más completo potencial físico”*.

Según los autores se considera a un centro de rehabilitación al procedimiento especializado que busca ayudar a una persona a alcanzar una buena preparación física, psicológica, social, laboral y educativa. La

meta de los programas de Rehabilitación es obtener el máximo nivel de independencia de sus pacientes, tomando en cuenta sus capacidades y aspiraciones de vida.

Es importante considerar cuan necesario es regenerar aspectos sociales en nuestra sociedad, buscando necesariamente el cambio de mentalidad en las personas que necesitan de una rehabilitación y optar por generar gente positiva de un ambiente generador de ideas, principios morales, sociales que busquen a gran escala a formar una sociedad solidaria, positiva, emprendedora, libre de corrupción.

La rehabilitación o programas de rehabilitación busca alcanzar el máximo nivel de independencia, elevando su autoestima y volverle al discapacitado como un apersona autosuficiente e idónea para cualquier actividad. Es importante considerar que estas personas con discapacidades pueden cumplir a cabalidad actividades labores y a la vez contribuir con las empresas a su mejora y desarrollo empresarial.

En el Ecuador se ha desarrollado un programa impulsado por la Vicepresidencia de la República, en donde se da la validez y el puesto adecuado a las personas con discapacidad dentro del ámbito laboral, evitando desempleo, discriminación y baja de autoestima de estas personas especiales.

2.10.1. Centros de rehabilitación social

<http://definicion.de/rehabilitacion/>. Define: *“Los Centros de Rehabilitación buscan la rehabilitación integral de los internos, proyectada hacia su reincorporación a la sociedad, y la prevención de la reincidencia con miras a obtener la disminución de la delincuencia”*.

Según el Código de Ejecución de penas y rehabilitación se considera que los centros de rehabilitación son lugares donde las personas que hayan

sido juzgadas por incumplimiento de la ley son trasladadas a cumplir la pena que le ha sido impuesta en centros determinados en la ley o parte de un proceso progresivo.

Dentro de todo este proceso de rehabilitación social, la pre libertad es el inicio o parte indispensable del tratamiento en la que el interno que ha cumplido los requisitos y normas del sistema progresivo, desarrolla su actividad controlada por el régimen fuera del Centro de Rehabilitación Social, conforme al reglamento pertinente, lo que indica que todo depende del comportamiento o conducta del interno.

Los internos deben cumplir con puntualidad a las reuniones individuales o grupales preparadas por el Director del centro de confianza o con los profesionales que dan apoyo en estos lugares, esto se hace con la finalidad de que el interno se vaya adaptando y mejorando su estilo de vida y más facilidad para que se reintegre a la sociedad y a la libertad.

2.11. EL PAN

Según <http://es.wikipedia.org/wiki/Pan>. Manifiesta: *“El pan es un alimento básico que forma parte de la dieta tradicional de las familias de todo el planeta”*.

Se suele preparar mediante el horneado de una masa elaborada fundamentalmente con harina de cereales, sal y agua. La mezcla en algunas ocasiones suele contener levaduras para que fermente la masa y sea más esponjosa y tierna. El cereal más utilizado para la elaboración del pan es la harina de trigo, también se utiliza el centeno, la cebada, el maíz, el arroz. Existen muchos tipos de pan que pueden contener otros ingredientes, como grasas de diferentes tipos (tocino de cerdo o de vaca, mantequilla, aceite de oliva), huevos, azúcar, especias, frutas, frutas secas (como por ejemplo pasas), verduras (como cebollas)”.

2.11.1. Ingredientes

<http://www.directoalpaladar.com/ingredientes-y-alimentos/el-pan-un-alimento>. Menciona los ingredientes del pan.

- **Harina:** El trigo es la planta más ampliamente cultivada del mundo. El trigo que crece en la Tierra puede incluso superar la cantidad de todas las demás especies productoras de semillas, silvestres o domesticadas.
- **Harina de trigo:** La harina normal se usa para hacer pastas, salsas y galletas, mientras la harina de fuerza, que contiene un agente leudante, se usa para hacer pasteles, bollos y budines.
- **Harina fuerte blanca:** Para casi todas las formas de elaboración de pan, el mejor tipo de harina a usar es el procedente de trigo con un contenido alto en proteínas.
- **Harina integral de molienda:** Este tipo de harina es el que ha sido molido siguiendo la técnica tradicional de las muelas de piedra. El salvado y el germen son molidos.
- **Harina integral fuerte:** Se obtiene moliendo trigo orgánico, que es el trigo producido sin usar fertilizantes artificiales o pesticidas.
- **Harina morena:** La harina morena es la que contiene un 85 por ciento del grano original, tras extraer parte del salvado y del germen.
- **Agua:** El agua tiene como misión activar las proteínas de la harina para que la masa adquiera textura blanda y moldeable. Posee además la capacidad disolvente acuoso de las sustancias añadidas a la masa.

- **Levadura:** Según Quimi Net afirma que: “Se entiende por levaduras un grupo particular de hongos unicelulares caracterizados por su capacidad de transformar los azúcares.
- **Materia grasa:** Según Quimi Net afirma que: “Las grasas son una de las sustancias que con más frecuencia se emplean en pastelería y en la elaboración de productos de horneado.
- **Leche:** Según Quimi Net afirma que: “La leche utilizada comúnmente en panificación es la leche en polvo descremada, por sus múltiples razones de orden práctico.
- **Sal:** La sal común, conocida popularmente como sal corresponde a la sal denominada cloruro sódico (o cloruro de sodio), cuya fórmula química es
- **Edulcorante:** Según Teba afirma que: “Edulcorante por definición es cualquier sustancia con sabor dulce.
- **Huevos:** Según Soto, afirma que: “Muchos panes de levadura se hacen sin huevo. Cuando los huevos se incluyen en la masa hacen que el producto se vea más atractivo.
- **Mejorador:** “En los últimos años aparecieron en el mercado nuevos productos derivados de la harina, con mayor valor agregado destinados al industrial panadero.

Respecto a las materias primas e insumos que se utiliza en el proceso de producción del pan, lo importante es seleccionar los insumos considerando la calidad, el tiempo de uso, políticas de almacenaje; ya que el resultado será un pan apetecible y de acuerdo a las necesidades del Consumidor.

2.11.2. Proceso de elaboración del pan

<http://www.nutricionbimbo.com/Nutrinotas-.html>. Según Manifiesta: *“En la preparación de pan, se requiere un proceso de mezclado en el que se reparten uniformemente los ingredientes. Hay maquinas amasadoras, que realizan este proceso. Gracias a ellas se puede variar la velocidad de amasado, que influirá en el tiempo”*

- **Primera fase de fermentado:** Esta fase de fermentación puede durar varias horas. Consiste en que las levaduras actúen fermentando parte de los componentes del pan.
- **Segunda fase de fermentado:** Después que la masa se haya fermentado durante varias horas, se corta y se le da la forma al pan para que resulte una superficie lisa.
- **Horneado:** Es un proceso muy importante, pues se somete a la masa a unas temperaturas determinadas y durante su cocción se determina el tipo de pan.

2.12. EI MANÍ

Según <http://www.taringa.net/posts/salud-bienestar/6920276/El-mani-y-sus-propiedades-beneficiosas.html>. Es una oleaginosa que contribuye al desarrollo agrícola e industrial de los países donde se cultiva. En Ecuador, para impulsar su cultivo se han desarrollado variedades mejoradas como INIAP 380 e INIAP 381-Rosita para las zonas de Loja y El Oro, con rendimientos de 2956 y 2600 kg/ha de maní en cáscara, respectivamente, con lo cual se espera cubrir, en parte, las necesidades de las industrias de aceites, grasas vegetales y confitería. Los derivados del maní se encuentran en muchos artículos de uso diario: tabla de fibra de prensado para paredes, combustible para chimeneas, papel, detergente, ungüento, limpia metales, blanqueador, tinta, grasa para mecánicos, crema de

afeitar, jabón, caucho, cosméticos, pintura, explosivos, champú, y medicamentos (The Great American Peanut, citado por Ullaury, et al.(2004)

.
El cultivo de maní, a pesar de ser una oleaginosa de extraordinaria rusticidad, requiere de prácticas de manejo oportunas para alcanzar una mayor producción y rentabilidad. En términos generales se adapta hasta una altura máxima de 1250 msnm, la temperatura óptima está entre 25 y 30° C, por debajo de 20° C y sobre 35° C se afecta la producción de flores, tolera la sequía y requiere de una precipitación de 500 y 1000 mm (Ullaury, et al, 2004)

.
El maní, como planta leguminosa, aporta nitrógeno al suelo (50 a 60 kg/ha), elemento que queda disponible para el siguiente cultivo, mejora las propiedades físicas del suelo y es rentable. La rotación con gramíneas o solanáceas, es aconsejable y permite romper el ciclo de enfermedades como es el caso de los nematodos agalladores M .incógnita y N. aberrans.

2.12.1. Aplicaciones del maní

<http://www.alquimiadelasalud.com/beneficios-del-mani/>. Menciona, las semillas del cacahuete constituyen un alimento de primer orden, muy rico en proteínas y grasas. La manera más corriente de ingerirlo es tostando las semillas y añadiendo un poco de sal. También se pueden consumir directamente crudos. En cualquier caso, se considera un alimento muy nutritivo y está altamente recomendado para el paciente que debe tomar alimentos grasos. Además de ser nutritivo y dietético se considera idóneo para combatir cólicos hepáticos y nefríticos, así como determinadas inflamaciones intestinales. Los tegumentos del maní contienen catecoles con propiedades antihemorrágicas a nivel de los capilares sanguíneos.

En definitiva, el cacahuate se consume directamente, salado, azucarado, tostado. También destinada a la alimentación humana, se obtiene del cacahuate harina, con la que también se fabrica una torta para la elaboración de colas para encuadernación y papeles engomados. Del cacahuate se extrae aceite, gracias a la elevada riqueza en materia grasa de los cotiledones, así como mantequilla, mediante un proceso de torrefacción, blanqueo y molturación fina de los frutos, y una proteína que es empleada en la fabricación de fibra textil, obteniéndose un producto de propiedades similares a las de la lana (salerón).

2.12.2. Beneficios nutritivos de su consumo

<http://www.ehowenespanol.com/cultivar-mani/>. Presenta los beneficios nutritivos de su consumo.

- **Alimento funcional:** Un puñado de maní al día puede proporcionar buen impulso nutricional a la dieta, y lejos de causar incremento de peso, es una gran ayuda para el control diario.
- **El maní rico en antioxidantes:** El maní tostado es casi tan rico en antioxidantes como las moras y las fresas, y mucho más ricos en estas sustancias que las manzanas, las zanahorias y las remolachas. Aunque es sabido que el maní es una buena fuente de vitamina E.
- **La lonchera escolar:** La lonchera escolar no reemplaza a ninguna de las comidas habituales (desayuno, almuerzo o cena), sin embargo es una excelente oportunidad para alimentar a los niños.

2.12.3. PROPIEDADES MEDICINALES

<http://laguiadelasvitaminas.com/propiedades-del-mani/>. Menciona recientes investigaciones demuestran que la dieta de la pérdida de peso

del “maní y mantequilla de maní” reduce el riesgo de enfermedades cardíacas en un 14%. Un estudio de Harvard demostró que el consumo regular de maní puede reducir el riesgo de diabetes tipo 2. Otros estudios han demostrado que:

- Disminuye el colesterol de la sangre, esencial para un corazón sano.
- Provee más satisfacción (calma el hambre), por períodos de tiempo más largos, que los carbohidratos complejos.
- Contiene Phytosterol, que ayuda a combatir las enfermedades del corazón y el cáncer.
- Consumir regularmente maní disminuye los triglicéridos y mejora la calidad de la dieta total aumentando los nutrientes asociados a la prevención de las enfermedades cardiovasculares, incluyendo el magnesio, la vitamina E, el cobre y la fibra.
- El maní provee grasa de buena calidad y además su sabor puede fascinar a muchas personas.
- Otra conclusión de los beneficios de su ingesta es que el índice de masa corporal (IMC) es menor en los consumidores de maní, ya que no cambia con un mayor consumo del grano, según lo demuestra el hecho de que más del tercio de los consumidores muestreados comen más de 2 y hasta 3 porciones por día.

2.12.4. Dulces elaborados con maní

<http://naturalmedicina.net/mani.html>. Manifiesta el aroma de miel y esencia de vainilla inunda las mañanas a las calles Rocafuerte y García Moreno en la ciudad de Quito. Todos quienes transitan por el lugar no pueden resistirse a este agradable olor y degustar del famoso maní de dulce, entre los más grandes y originales productos quiteños tradicionales elaborados con maní, también los turrone de maní, el maní de sal, el inigualable maní enconfitado y las conocidas melcochas con maní.

ILUSTRACIÓN No.3 SNACKS ELABORADOS CON MANÍ



2.12.5. Proceso de elaboración

<http://naturalmedicina.net/mani.html>. Durante la elaboración de productos elaborados en base al maní (*Arachis hypogaea L.*) se conjugan parámetros tales como: inversión de azúcares (elaboración de jarabe), temperatura, humedad, tiempo, entre otros que se verán a continuación de acuerdo al producto elaborado.

- ✓ **Desgranado:** Se puede realizar de 2 formas: a mano para autoconsumo o a máquina para mayores cantidades. A mano el rendimiento por persona es de 2kg/hora, a máquina 10-15 kg/hr.
- ✓ **Tostado:** El maní es tostado con la ayuda de una tostadora manual, o en un perol.
- ✓ **Ventilado:** El maní tostado es colocado en un batán (envase de madera) para que se enfríe y pueda ser frotado y presionado para quitar la cascarilla roja del grano (descascarillar los granos).
- ✓ **Inversión del azúcar o miel:** En forma paralela a la etapa anterior, se derrite la chancaca (melaza de caña de azúcar), para alcanzar la “inversión” del azúcar.

- ✓ **Cocido:** Esta etapa es la misma que la anterior pero en un proceso más detallado es decir que en una olla se coloca la chancaca y se calienta usando un poco de agua tan sólo para diluirla, hasta alcanzar la temperatura de 154°C.
- ✓ **Mezclado:** Cuando la azúcar diluida da la impresión de estar hirviendo se le agrega el maní tostado limpio, y se mezcla hasta que alcance una masa uniforme. Luego se vierte en un molde o en una mesa simple.
- ✓ **Envasado o embolsado:** Posteriormente se envasa en pequeñas bolsas, se sella y etiqueta. luego se sellan térmicamente y se etiquetan para la comercialización.

2.12.6. Condiciones de almacenamiento para maní en granos para evitar el riesgo de aflatoxinas

<http://naturalmedicina.net/mani.html>. Manifiesta las condiciones de almacenamiento.

- **Para una conservación a corto plazo: (valores máximos)**

- ✓ Humedad del grano: 8 %
- ✓ Humedad relativa ambiente: 70 %
- ✓ Temperatura ambiente: 20° C

- **Para una conservación a mediano plazo:(valores máximos)**

- ✓ Humedad del grano: 8 %
- ✓ Humedad relativa ambiente: 60 %
- ✓ Temperatura ambiente: 5° C

2.13. SÁBANAS

2.13.1. Historia y actualidad

<http://es.wikipedia.org/wiki/S%C3%A1bana>. Los inicios de la industria textil ecuatoriana se remontan a la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos.

Posteriormente, las primeras industrias que aparecieron se dedicaron al procesamiento de la lana, hasta que a inicios del siglo XX se introduce el algodón, siendo la década de 1950 cuando se consolida la utilización de esta fibra. Hoy por hoy, la industria textil ecuatoriana fabrica productos provenientes de todo tipo de fibras, siendo las más utilizadas el ya mencionado algodón, el poliéster, el nylon, los acrílicos, la lana y la seda. A lo largo del tiempo, las diversas empresas dedicadas a la actividad textil ubicaron sus instalaciones en diferentes ciudades del país. Sin embargo, se puede afirmar que las provincias con mayor número de industrias dedicadas a esta actividad son: Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas.

2.13.2. Tipo de sábanas

<http://www.burritoblanco.com/cama/sabanas>. Presentan a continuación, algunas de los principales factores a tener en cuenta en el momento de comprar telas para sábanas. Como normas generales, se suelen tener en cuenta cuatro factores de gran importancia, los cuales son, el diseño, los colores, el precio y sobre todo la facilidad del cuidado, sumado a la resistencia y duración.

- **Sábanas de algodón:** Las sábanas de algodón son las más comunes y vienen en diferentes tipos, de mezcla de algodón egipcio. Entre más pesado sea el hilo de algodón es mejor, para la fabricación de fundas.

- **Sábanas de mezclilla:** Las sábanas de mezclilla son normalmente más gruesas que la mayoría de los tipos de sabana. Como el algodón, las sábanas pueden ser de baja densidad en el hilo o una combinación de mezclilla y otros tejidos, o son simplemente la mezclilla en el patrón.
- **Sábanas de Poliéster:** Mientras que el poliéster y la tela sintética están más propensos a ser los menos costosos que se pueden comprar para tu proyecto de fundas, este tipo de telas es más propensa a tener un aspecto como de la píldora.
- **Sábanas Tejidas:** El satén y pinpoint son tejidos de bajas calidad y por lo tanto no se recomiendan para un proyecto de fundas. El percal, que es una tela cruzada y sábanas de tejido Jacquard se recomiendan para proyectos de fundas.

Si tomamos en consideración estos factores es muy probable que obtengamos muy buenos resultados en la compra de telas para sábanas. Pero antes de iniciar la búsqueda uno debe tener muy claro lo que necesita, ya que el tipo de sábanas que escojamos, partirá de esa base, las necesidades individuales de cada hogar.

2.13.3. CARACTERÍSTICAS DE LAS SÁBANAS

<http://www.linguee.es/espanol-ingles/traduccion/sabanas+cama.html>. La sábana es algo muy sencillo de hacer, pero tenemos que tener nociones básicas de cómo hacerlo, una máquina de coser y mucha paciencia. La calidad de los hilos con los que están confeccionadas las sábanas, es muy importante, porque de ello dependerá la suavidad o no, de las sábanas con la que contaremos. Las sábanas con más de 140 hilos, por pulgada cuadrada tienen una terminación fuerte, suave y lustrosa, con lo cual tendremos una sábana con una textura aterciopelada y muy

duradera. Cuando se trabaja una tela para sábanas con hilos muy delgados tendremos como resultado sábanas de muy buena calidad. La confección de sabanas depende del tamaño y medidas de cama entre ellas tenemos:

- Individual
- Matrimonial
- Cunas
- King Size

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. PRESENTACIÓN

Para diseñar un proyecto es indispensable realizar un estudio de mercado, con el fin de cuantificar la demanda, la oferta y precios, con la información suficiente del mercado. Es necesaria también la cuantificación de la demanda insatisfecha y buscar el espacio de mercado de los productos que se pretende elaborar y poner a disposición de los consumidores. También se hará un análisis de la competencia y los posibles canales de distribución.

El presente estudio se lo realizó, en la ciudad de Tulcán dirigido tanto a la población como a las empresas consideradas competencia; se empezó con un proceso de recopilación de información visitando a diferentes lugares y se concretó con el trabajo de campo; éste estudio tuvo la finalidad de identificar la oferta y la demanda de los productos que se pretende comercializar desde el Centro de Rehabilitación Social de la ciudad de Tulcán, con dichos resultados se pudo determinar la factibilidad que existe para comercializar estos productos. Por lo que se consideró necesario levantar información tanto a las tiendas como locales comerciales para conocer la oferta y a los consumidores finales para conocer la demanda.

3.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.2.1. Objetivo general

Realizar un estudio de mercado en la ciudad e Tulcán, para determinar la demanda, oferta existente en el mercado y los precios de los productos elaborados en el Centro de Rehabilitación Social.

3.2.2. Objetivos específicos

- Efectuar un análisis de la demanda de los productos elaborados en el Centro de Rehabilitación Social.
- Conocer la oferta de los productos elaborados en el Centro de Rehabilitación Social.
- Analizar y determinar el precio de los productos elaborados en el Centro de Rehabilitación Social.
- Diseñar las estrategias comerciales para la introducción y posicionamiento de los productos.

3.3. VARIABLES E INDICADORES

3.3.1. Demanda

- Preferencia de los productos
- Frecuencia de adquisición
- Cantidad adquirida
- Tipo de presentación
- Aspectos para la adquisición
- Lugar de compra
- Medio de comunicación
- Aceptación de la pequeña empresa

3.3.2. Oferta

- Tipo de producto
- Cantidad promedio
- Frecuencia de adquisición

- Aspectos para la adquisición
- Preferencia de los productos
- Disponibilidad de compra
- Forma de abastecimiento

3.3.3. Precios

- Precio de compra
- Precio de venta
- Análisis del precio
- Determinación del precio

3.3.4. Estrategias comerciales

- Estrategias de producto
- Estrategias de precio
- Estrategias de plaza
- Estrategias de publicidad

3.4. MATRÍZ DE RELACIÓN ESTUDIO DE MERCADO

CUADRO No. 20 MATRÍZ DE RELACIÓN ESTUDIO DE MERCADO

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADORES	FUENTES	TÉCNICA	INFORMANTE
Efectuar un análisis de la demanda de los productos elaborados en el Centro de Rehabilitación Social.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Preferencia de los productos • Frecuencia de adquisición • Cantidad adquirida • Tipo de presentación • Aspectos para la adquisición • Lugar de compra • Medio de comunicación 	Primaria	Encuesta	Población de la ciudad de Tulcán
Conocer la oferta de los productos elaborados en el Centro de Rehabilitación Social.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de producto • Cantidad promedio • Frecuencia de adquisición • Aspectos para la adquisición • Preferencia de los productos • Disponibilidad de compra • Forma de abastecimiento 	Primaria	Encuesta	Tiendas Panaderías Locales comerciales
Analizar y determinar el precio de los productos elaborados en el Centro de Rehabilitación Social.	Precios	<ul style="list-style-type: none"> • Precio de compra • Precio de venta • Análisis del precio • Determinación del precio 	Primaria	Encuesta	Población de la ciudad de Tulcán Tiendas Panaderías Locales comerciales
Diseñar las estrategias comerciales para la introducción y posicionamiento de los productos	Estrategias comerciales	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de producto • Estrategias de precio • Estrategias de plaza • Estrategias de publicidad 	Secundaria	Bibliográfica	Libros especializados

ELABORACIÓN: Patricia Molina

3.5. MECÁNICA OPERATIVA DEL ESTUDIO DE MERCADO

Para el estudio de mercado se aplicó el siguiente procedimiento.

3.5.1. Identificación de la Población

Para el estudio de mercado se investigó a cinco poblaciones:

La primera fue, la población de la ciudad de Tulcán representada por familias, para esto se dividió la población total de 86.498 personas para 5 como valor del componente familiar dato extraído del INEC, dando como resultado a 17.299 familias.

Como segunda población fue a 472 tiendas de la ciudad donde comercializa pan, la tercera fue a 8 panaderías, la cuarta a 274 tiendas donde se comercializa confites, por último a 15 establecimientos donde se comercializa sábanas, datos extraídos de las patentes municipales y contrastadas mediante investigación directa.

Cálculo de la muestra

Para la población de familias, y tiendas fue necesario obtener una muestra, por considerarse grandes, para esto se aplicó la siguiente fórmula:

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

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

e = Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0,05)

σ = Varianza 0,25

Z = Nivel de Confianza

Muestra para la población de familias

Datos:

N = 17.299

$d^2 = 0,25$

Z = 95% 1,96

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25) (17.299)}{(0,05)^2 (17.299 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

e = 5%

n= 376

Aplicando la fórmula, da como muestra a 376 familias a las que se debe levantar la información.

Muestra para la población de tiendas donde se comercializa pan

Datos:

N = 472

$d^2 = 0,25$

Z = 95% 1,96

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25) (472)}{(0,05)^2 (472 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

e = 5%

n= 212

Aplicando la fórmula, da como muestra a 212 tiendas a las que se debe levantar la información.

Muestra para la población de tiendas donde se comercializa confites

Datos:

N = 274

$d^2 = 0,25$

$$Z = 95\% \quad 1,96$$

$$n = \frac{(96\% \cdot 0,25 \cdot 74)}{(0,05 \cdot (74 - 1) \cdot (96\% \cdot 0,25))}$$

$$e = 5\%$$

$$n = 160$$

Aplicando la fórmula, da como muestra a 160 tiendas a las que se debe levantar la información.

Inmediatamente se procedió a distribuir el número de encuestas considerando el número de manzanas existente en el sector Norte, Centro y Sur de la Ciudad de Tulcán. Con el soporte de información proporcionada por el INEC y un mapa proporcionado por el Ilustre Municipio.

3.5.2. Fuentes de Información

Se utilizó las siguientes fuentes de información

- **Información primaria**

La encuesta: fue aplicada a las familias de la ciudad de Tulcán, tiendas y locales comerciales.

Observación directa: consistió visitar personalmente los lugares en estudio

- **Información secundaria**

Para la información de carácter secundario se utilizó: libros especializados, INEC, registros de patentes.

3.6. TABULACIÓN, PRESENTACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

3.6.1. Estudio dirigido a los consumidores finales de panadería confitería y sábanas.

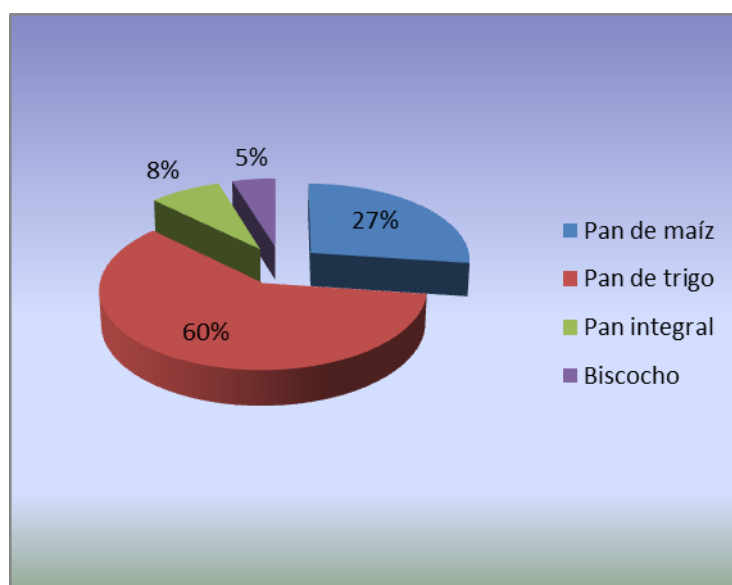
1) ¿De los siguientes productos su preferido es?

PANADERÍA (Pan)

**CUADRO No.21
PREFERENCIA DEL TIPO DE PAN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Pan de maíz	102	27
Pan de trigo	226	60
Pan integral	30	8
Biscocho	18	5
TOTAL	376	100

**GRÁFICO No. 19
PREFERENCIA DEL TIPO DE PAN**



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS:

En el consumo de pan en la ciudad de Tulcán, la mayoría de las familias manifiestan que el pan que más prefieren adquirir es el de trigo y el de maíz y en menor proporción el pan integral y el Biscocho

CONFITERÍA (Maní, Turrones)

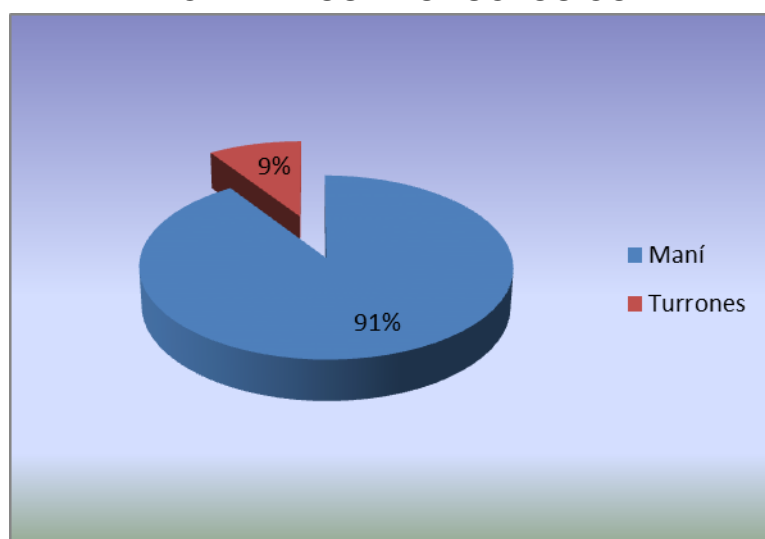
CUADRO No. 22

PREFERENCIA DE LOS PRODUCTOS CONFITERÍA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Maní	341	91
Turrones	35	9
TOTAL	376	100

GRÁFICO No.20

PREFERENCIA DE LOS PRODUCTOS CONFITERÍA



Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS

En el consumo de confitería en la Ciudad de Tulcán, se puede ver que la mayoría de familias prefiere comprar el Maní, por lo que este es el producto que más se lo debe producir y promocionar.

TEXTILERIA (sábanas)

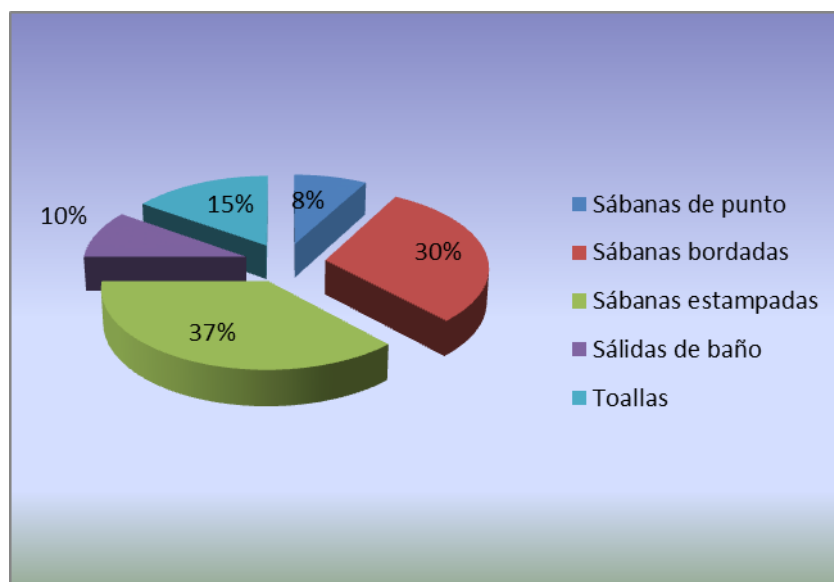
CUADRO No.23

PREFERENCIA DE LOS PRODUCTOS TEXTILERIA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Sábanas de punto	30	8
Sábanas bordadas	113	30
Sábanas estampadas	139	37
Salidas de baño	37	10
Toallas	57	15
TOTAL	376	100

GRÁFICO No. 21

PREFERENCIA DE LOS PRODUCTOS TEXTILERIA



Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS

Para determinar la preferencia en la compra de estos productos textiles en la ciudad de Tulcán; el estudio realizado demuestra que las familias, mayoritariamente prefieren comprar los productos textiles en el siguiente orden: estampadas, bordadas, toallas, salidas de baño y sábanas de punto.

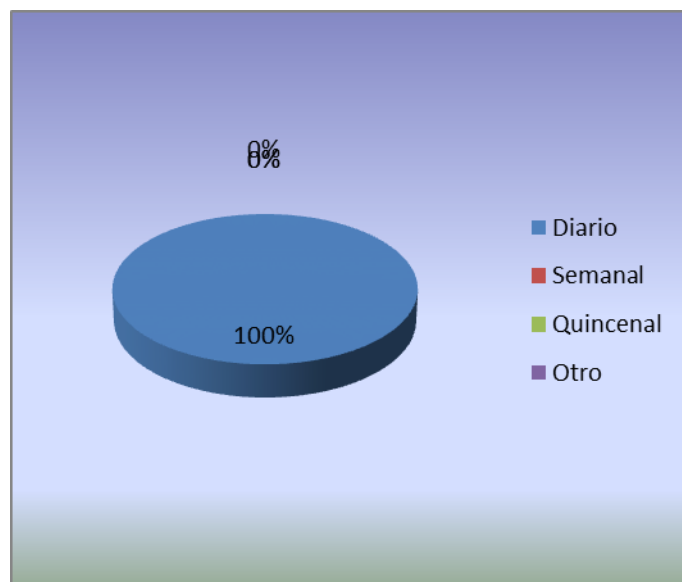
2) ¿Con qué frecuencia adquiere los productos?

PANADERÍA

CUADRO No.24
FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS DE PANADERÍA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Diario	376	100
Semanal	0	0
Quincenal	0	0
Otro	0	0
TOTAL	376	100

GRÁFICO No.22
FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS DE PANADERÍA



Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS

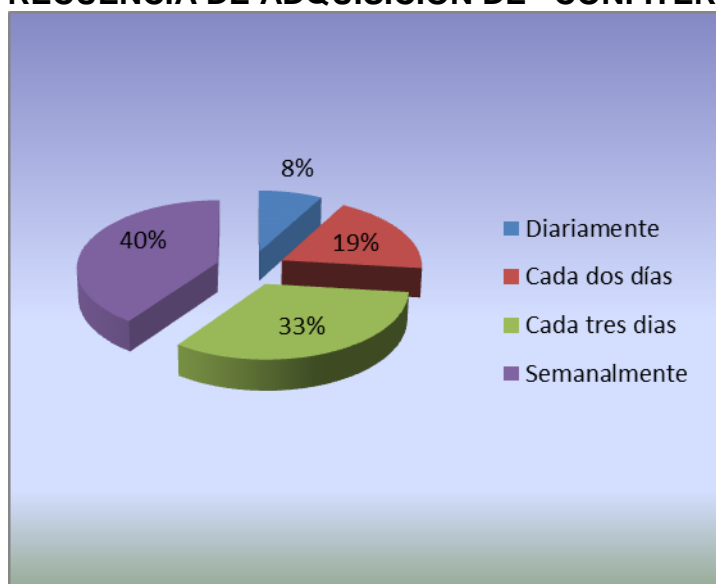
Como se puede notar en las ilustraciones, los consumidores de pan adquieren este producto todos los días, por lo que se tienen que determinar estrategias para llegar con el producto cada día.

CONFITERÍA

CUADRO No.25
FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE CONFITERÍA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Diariamente	30	8
Cada dos días	71	19
Cada tres días	124	33
Semanalmente	151	40
TOTAL	376	100

GRÁFICO No.23
FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE CONFITERÍA



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS

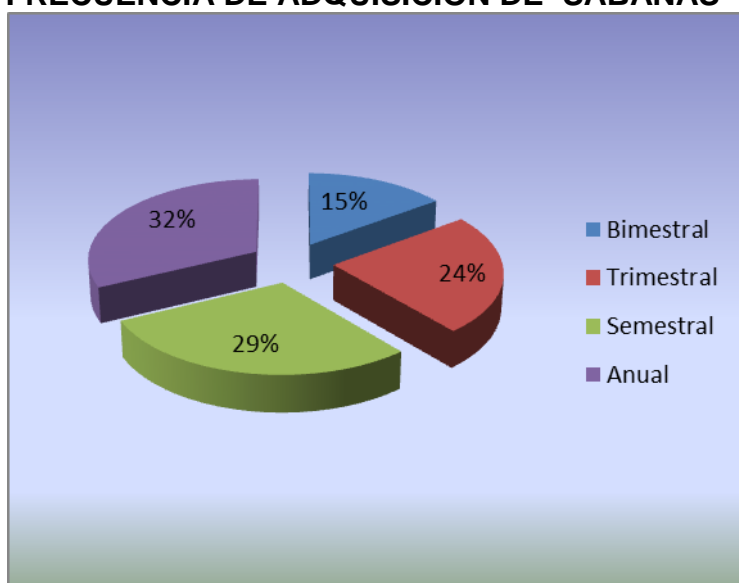
En cuanto al consumo de confitería, las familias de la ciudad de Tulcán, el consumo de este producto más lo realizan semanalmente y cada 3 días; por lo que es muy importante tomar en cuenta para su abastecimiento en el mercado.

SÁBANAS

CUADRO No. 26
FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE SÁBANAS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Bimestral	56	15
Trimestral	90	24
Semestral	109	29
Anual	121	32
TOTAL	376	100

GRÁFICO No.24
FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE SÁBANAS



Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS

La forma de adquirir las sábanas por parte de los consumidores finales, mayoritariamente manifiesta que lo hace cada año; de igual manera manifiestan que se lo realiza semestralmente; por lo que para la producción e implementación de estrategias de comercialización se tiene que considerar estos datos y de esta manera garantizar la disponibilidad de los productos y la rentabilidad de la misma.

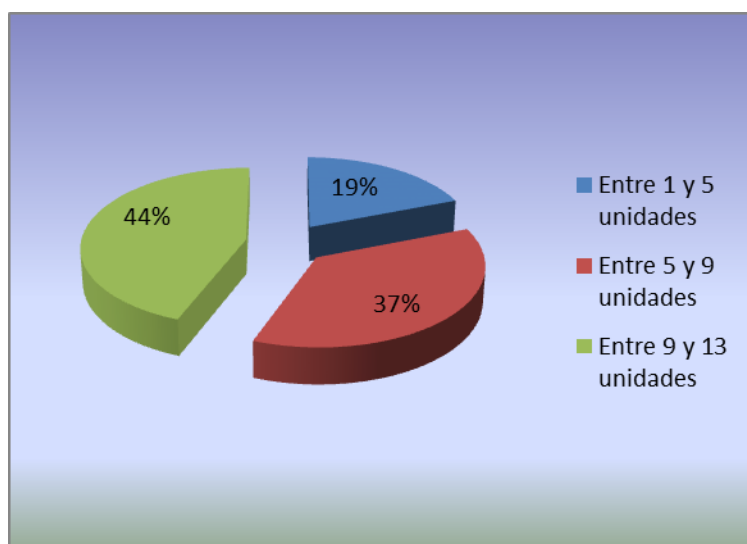
3) Indique generalmente cuantos productos (unidades) adquiere su familia en:

PANADERÍA

CUADRO No.27
CANTIDAD ADQUIRIDA EN PRODUCTOS DE PANADERÍA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Entre 1 y 5 unidades	72	19
Entre 5 y 9 unidades	138	37
Entre 9 y 13 unidades	166	44
TOTAL	376	100

GRÁFICO No.25
CANTIDAD ADQUIRIDA EN PRODUCTOS DE PANADERÍA



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS

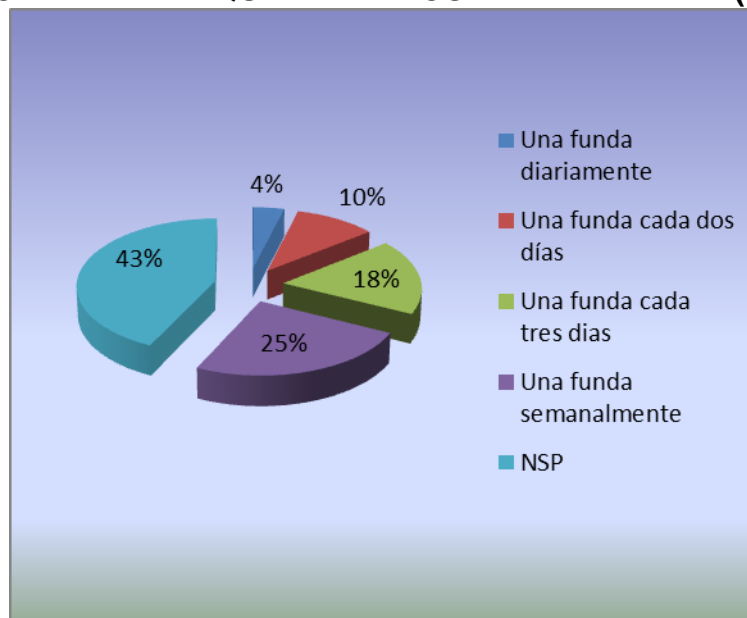
En el consumo directo de pan en la ciudad de Tulcán, mayoritariamente las familias manifiestan que adquieren entre 9 y 13 panes al día, seguido por 5 a 9 unidades, dependiendo la necesidad del consumo.

CONFITERÍA - MANÍ (1 funda)

CUADRO No.28
CANTIDAD ADQUIRIDA EN CONFITERÍA - MANÍ (1 FUNDA)

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Una funda diariamente	15	4
Una funda cada dos días	39	10
Una funda cada tres días	68	18
Una funda semanalmente	92	25
NSP	162	43
TOTAL	376	100

GRÁFICO No. 26
CANTIDAD ADQUIRIDA EN CONFITERÍA - MANÍ (1 FUNDA)



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS

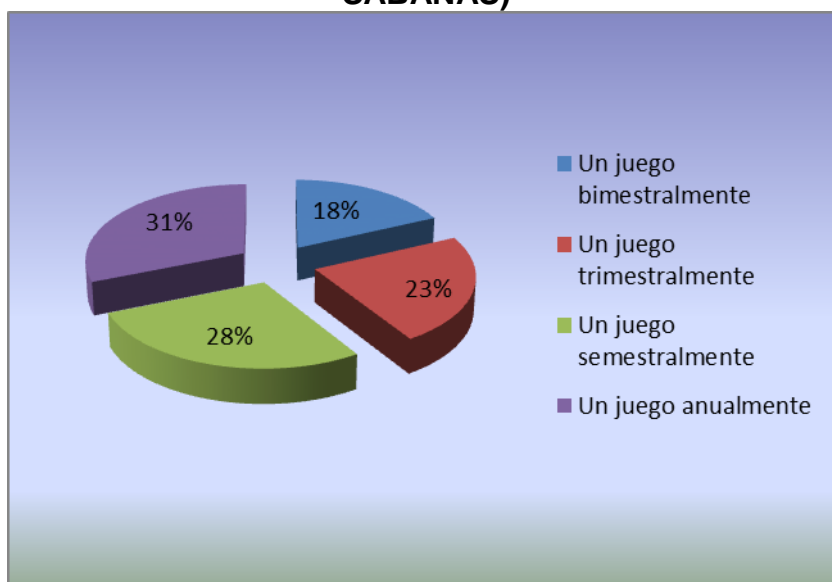
En el consumo de confites, mayoritariamente no se pronuncian en la adquisición, seguido por quienes lo compran una funda cada semana por lo que estos resultados favorece para la producción y comercialización de los productos.

TEXTILERÍA (1 JUEGO DE SÁBANAS)

CUADRO No.29
CANTIDAD ADQUIRIDA DE TEXTILERÍA (1 JUEGO DE SÁBANAS)

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Un juego bimestralmente	68	18
Un juego trimestralmente	86	23
Un juego semestralmente	105	28
Un juego anualmente	117	31
TOTAL	376	100

GRÁFICO No. 27
CANTIDAD ADQUIRIDA DE TEXTILERÍA (1 JUEGO DE SÁBANAS)



Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS:

El consumo de textiles, esta que adquiere un juego de sábanas anualmente, porque es un producto duradero que no se desgasta fácilmente, seguido por el consumo de un juego cada semestre, son quienes les gusta varias sus juegos de cama.

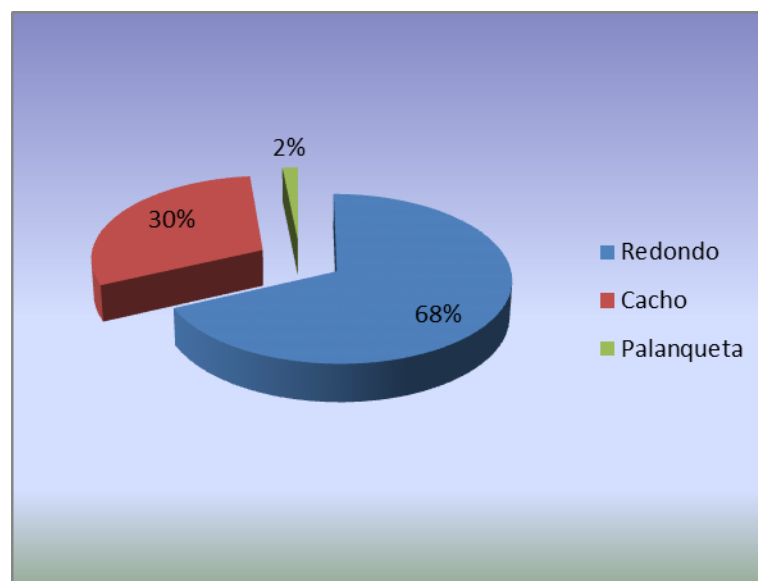
4) ¿Cuáles son las dimensiones que usted elige al momento de comprar estos productos?

PANADERÍA (Pan)

CUADRO No.30
TIPO DE PRESENTACIÓN DEL PAN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Redondo	256	68
Cacho	114	30
Palanqueta	6	2
TOTAL	376	100

GRÁFICO No.28
TIPO DE PRESENTACIÓN DEL PAN



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS

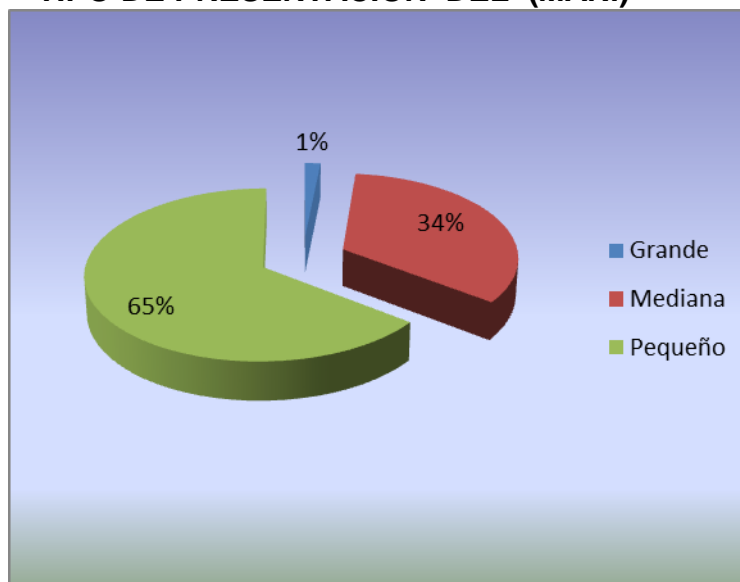
Los consumidores finales de panadería en la ciudad de Tulcán, manifiestan que en el momento de adquirir el producto le dan preferencia al pan redondo y en menor proporción el pan en forma de cacho y la palanqueta; por lo que para la producción se debe tomar en cuenta estas características.

CONFITERÍA (Maní)

CUADRO No.31
TIPO DE PRESENTACIÓN DEL (MANÍ)

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Grande	6	2
Mediana	127	34
Pequeño	243	65
TOTAL	376	100

GRÁFICO No.29
TIPO DE PRESENTACIÓN DEL (MANÍ)



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS

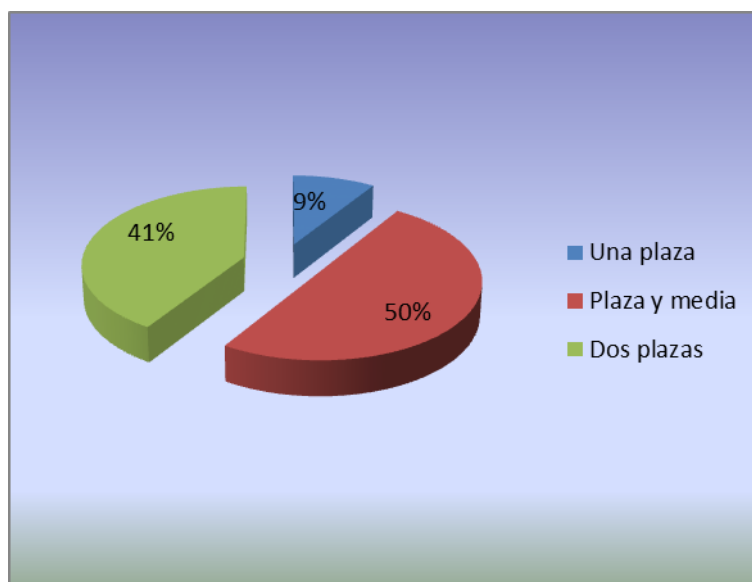
En cuanto al consumo de la confitería que se elabora en el Centro de Rehabilitación Social de la Ciudad de Tulcán; los posibles consumidores, mayoritariamente manifiestan que les gustaría un producto pequeño; de tal manera que estas características se las debe tomar en cuenta en el momento de producir.

TEXTILERIA (Sábanas)

CUADRO No. 32
TIPO DE PRESENTACIÓN SÁBANAS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Una plaza	34	9
Plaza y media	188	50
Dos plazas	154	41
TOTAL	376	100

GRÁFICO No. 30
TIPO DE PRESENTACIÓN SÁBANAS



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS:

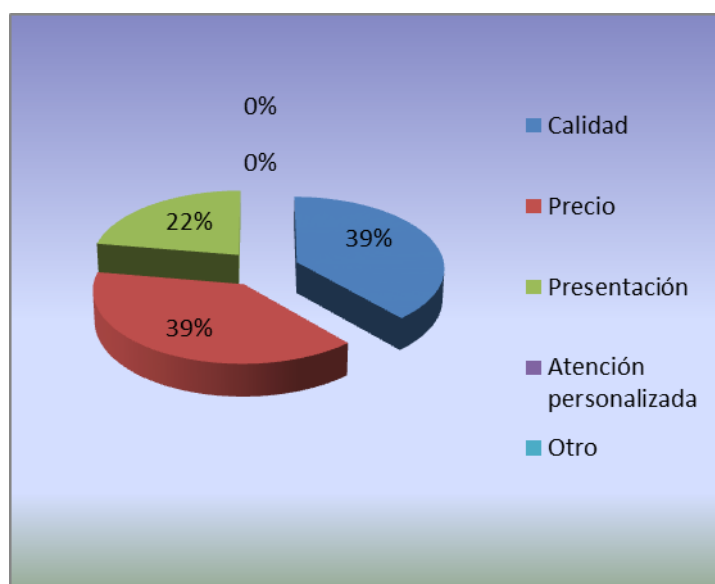
Así mismo, se consultó a los consumidores finales de textilería manifiestan que en el momento de adquirir estos productos lo prefieren que sea de plaza y media, como también otros lo prefieren de dos plazas, y en un menor porcentaje de una plaza, por lo que se sugiere tomar en cuentas estas características para producir de acuerdo a los gustos y preferencias de los consumidores.

5) ¿Qué tiene en cuenta al adquirir uno de los productos de panadería, confitería y textilería?

**CUADRO No.33
ASPECTOS PARA LA ADQUISICIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Calidad	145	39
Precio	147	39
Presentación	84	22
Atención personalizada	0	0
Otro	0	0
TOTAL	376	100

**GRÁFICO No.31
ASPECTOS PARA LA ADQUISICIÓN**



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS

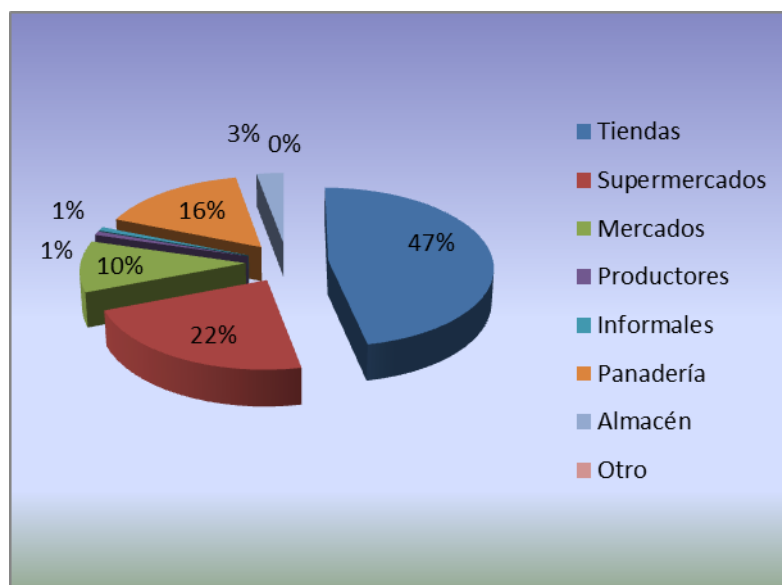
Para la comercialización de todos los productos que se fabricarán en el Centro de Rehabilitación Social, es muy necesario conocer el grado de preferencia que cada uno tiene con los productos; por lo que los posibles consumidores en su mayoría dice que en el momento de comprar uno de estos productos, lo que más le interesa el precio y la calidad que tienen los productos.

6) ¿Los productos de panadería, confitería y textilería que consume los adquiere en?

**CUADRO No.34
LUGAR DE COMPRA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Tiendas	176	47
Supermercados	84	22
Mercados	39	10
Productores	3	1
Informales	3	1
Panadería	60	16
Almacén	11	3
Otro	0	0
TOTAL	376	100

**GRÁFICO No.32
LUGAR DE COMPRA**



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS

Las familias de la ciudad de Tulcán, la mayoría de las personas manifiestan que compra estos productos en las tiendas y supermercados; y, en menor proporción lo adquieren en mercados, panaderías,

almacenes y productores en general; por lo tanto para la distribución y comercialización se tomará en cuenta estos canales.

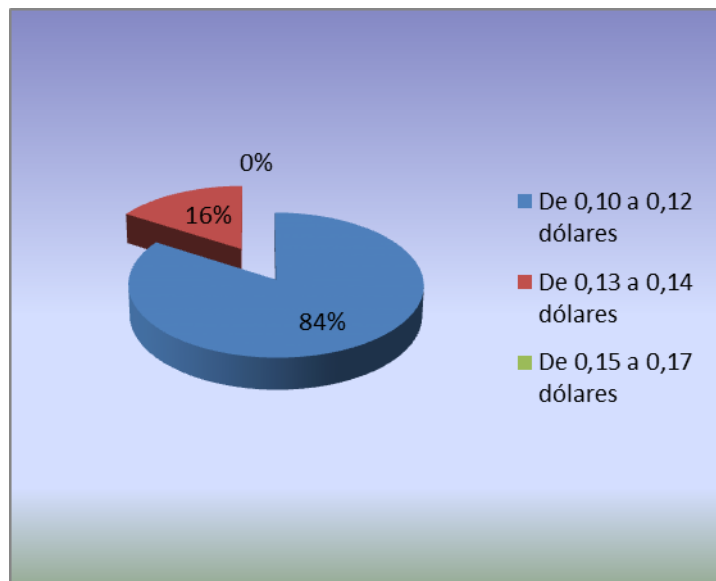
7) ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por estos productos?

PANADERÍA \$

**CUADRO No.35
PRECIO DEL PAN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
De 0,10 a 0,12 dólares	316	84
De 0,13 a 0,14 dólares	60	16
De 0,15 a 0,17 dólares	0	0
TOTAL	376	100

**GRÁFICO No.33
PRECIO DEL PAN**



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS:

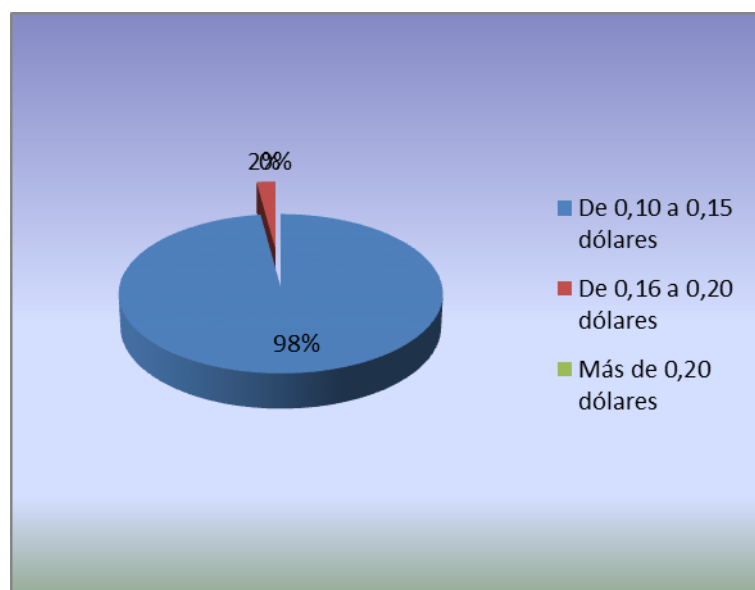
La mayoría de las familias encuestadas en la ciudad de Tulcán, manifiestan que estarían dispuestos a pagar un precio de entre 0,10 y 0,12 centavos de dólar por cada pan; precio que se lo tiene que considerar para temas de ingresos y presupuestos del presente proyecto.

CONFITERÍA (Maní de dulce \$)

**CUADRO No.36
PRECIO DEL MANÍ DE DULCE**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
De 0,10 a 0,15 dólares	368	98
De 0,16 a 0,20 dólares	8	2
Más de 0,20 dólares	0	0
TOTAL	376	100

**GRÁFICO No. 34
PRECIO DEL MANÍ DE DULCE**



Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS:

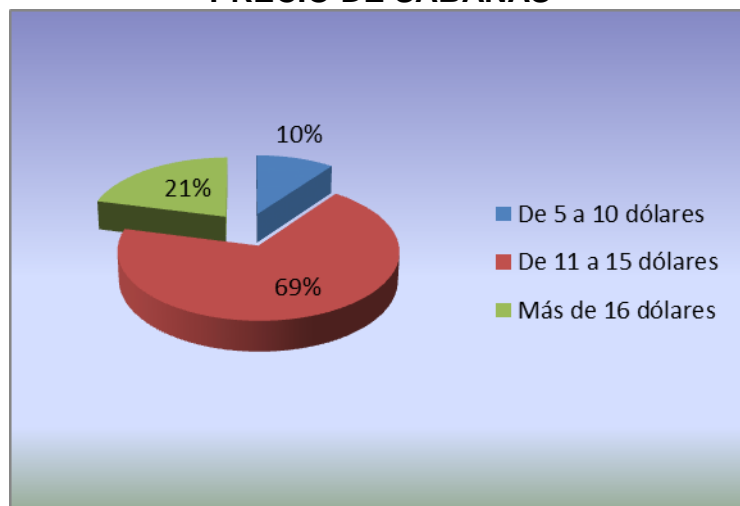
En cuanto a la comercialización de maní de dulce; las familias que consumen estos productos en la ciudad de Tulcán dicen que están dispuestos a pagar entre 0,10 y 0,15 centavos de dólar por confite, consideran que es un precio adecuado.

TEXTILERIA (Sábanas)

**CUADRO No.37
PRECIO DE SÁBANAS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
De 5 a 10 dólares	38	10
De 11 a 15 dólares	259	69
Más de 16 dólares	79	21
TOTAL	376	100

**GRÁFICO No.35
PRECIO DE SÁBANAS**



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS

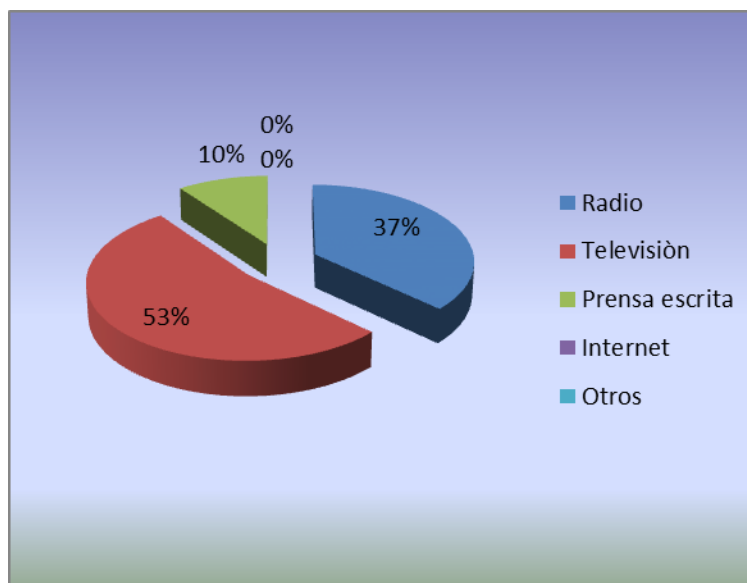
En la ciudad de Tulcán, las familias que adquieren textiles manifiestan que estarían dispuestos a pagar de 11 a 15 dólares por cada juego, este precio se lo debe considerar para una correcta comercialización.

8) ¿En qué medio publicitario le gustaría que se promociene estos productos?

**CUADRO NO.38
MEDIO DE COMUNICACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Radio	139	37
Televisión	199	53
Prensa escrita	38	10
Internet	0	0
Otros	0	0
TOTAL	376	100

**GRÁFICO No.36
MEDIO DE COMUNICACIÓN**



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS

Es importante tener en cuenta a los medios de comunicación para promocionar todos los productos que se fabricarán en el Centro de Rehabilitación Social; en este sentido, la mayoría de las familias de esta

ciudad le gustaría que la publicidad de estos productos se los haga en la televisión y la radio.

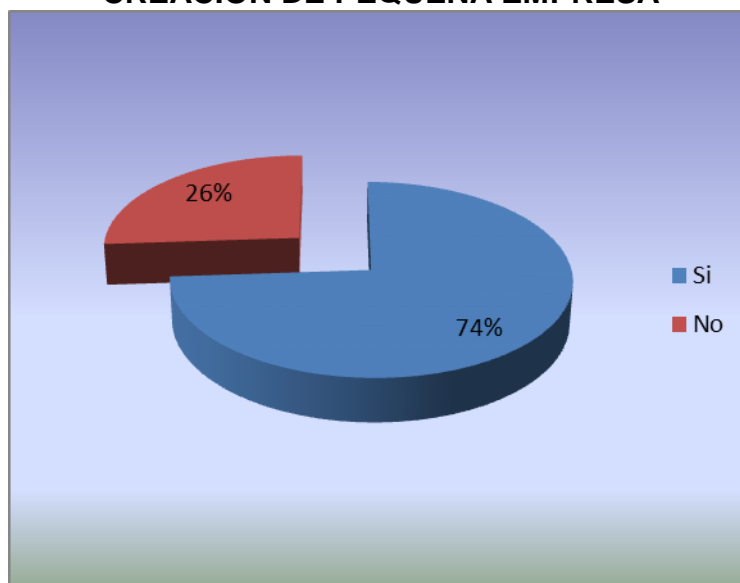
- 9) ¿Estaría de acuerdo en que se cree una pequeña empresa de producción de panadería, confitería y textilería en la ciudad de Tulcán?

CUADRO NO.39

CREACIÓN DE PEQUEÑA EMPRESA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	278	74
No	98	26
TOTAL	376	100

GRÁFICO No.37
CREACIÓN DE PEQUEÑA EMPRESA



Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS:

La mayoría de los consumidores finales de estos productos, si están de acuerdo que funcione una pequeña-empresa de estos productos en la ciudad.

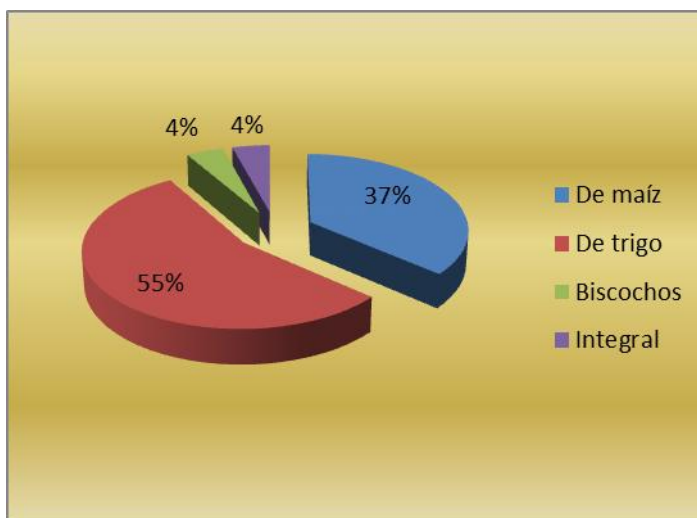
3.6.2. Encuesta aplicada a los comerciantes de pan

1. ¿Generalmente qué tipo de pan comercializa?

CUADRO No.40
TIPO DE PAN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
De maíz	77	36
De trigo	117	55
Biscochos	9	4
Integral	9	4
TOTAL	212	100

GRÁFICO No.38 TIPO DE PAN



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS:

Se puede ver que el pan que más se comercializa en la ciudad de Tulcán es el pan de trigo, se lo puede considerar el producto estrella en cuanto a pan, por lo que al poner en marcha la pequeña -empresa es necesario

considerar esta información; luego de este producto se tiene la preferencia al pan de maíz, este producto también representa mayor rentabilidad en la pequeña-empresa; finalmente se pudo determinar que se comercializa en menor proporción el pan integral y los biscochos.

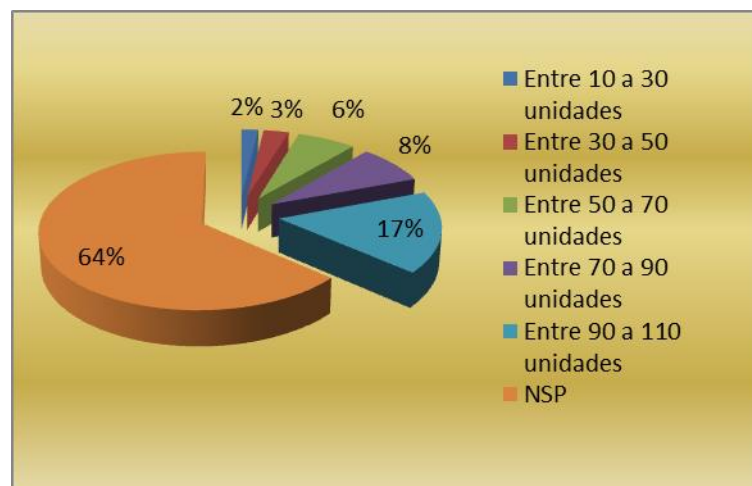
2) ¿Aproximadamente que cantidad de estos productos comercializa diariamente?

PAN DE MAÍZ

**CUADRO No.41
COMERCIALIZACIÓN DE PAN DE MAÍZ**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Entre 10 a 30 unidades	4	2
Entre 30 a 50 unidades	6	3
Entre 50 a 70 unidades	14	7
Entre 70 a 90 unidades	17	8
Entre 90 a 110 unidades	36	17
NSP	135	64
TOTAL	212	100

**GRÁFICO No.39
COMERCIALIZACIÓN DE PAN DE MAÍZ**



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS:

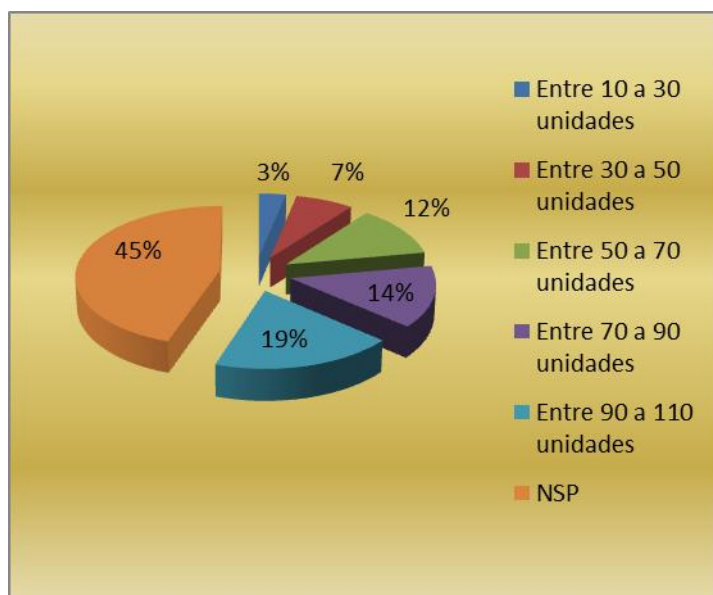
En la comercialización de pan en su mayoría no se pronuncian sobre la cantidad que venden, en un porcentaje menor manifiestan que comercializan de 90 a 110 unidades de acuerdo a los pedidos diarios.

PAN DE TRIGO

CUADRO No. 42
COMERCIALIZACIÓN DE PAN DE TRIGO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Entre 10 a 30 unidades	7	3
Entre 30 a 50 unidades	15	7
Entre 50 a 70 unidades	25	12
Entre 70 a 90 unidades	30	14
Entre 90 a 110 unidades	40	19
NSP	95	45
TOTAL	212	100

GRÁFICO No. 40
COMERCIALIZACIÓN DE PAN DE TRIGO



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS

De igual manera como se observa los encuestado no se pronuncian sobre la cantidad de pan que comercializan, con existe colaboración por parte de ellos, pocos manifestaron que venden de 90 a 110 unidades, con dicha información se pude tomar buenas decisiones.

3) ¿Con qué frecuencia le visitan los proveedores?

**CUADRO No.43
FRECUENCIA DE VISITA PROVEEDORES**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Todos los días	172	81
Pasando un día	34	16
Fines de semana	6	3
TOTAL	212	100

**CUADRO No.41
FRECUENCIA DE VISITA PROVEEDORES**



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS

Los proveedores mayoritariamente visitan a los comerciantes todos los días y abastecen de estos productos a sus clientes. Asimismo adquieren el pan al proveedor para venderlo pasando un día, aquí podemos

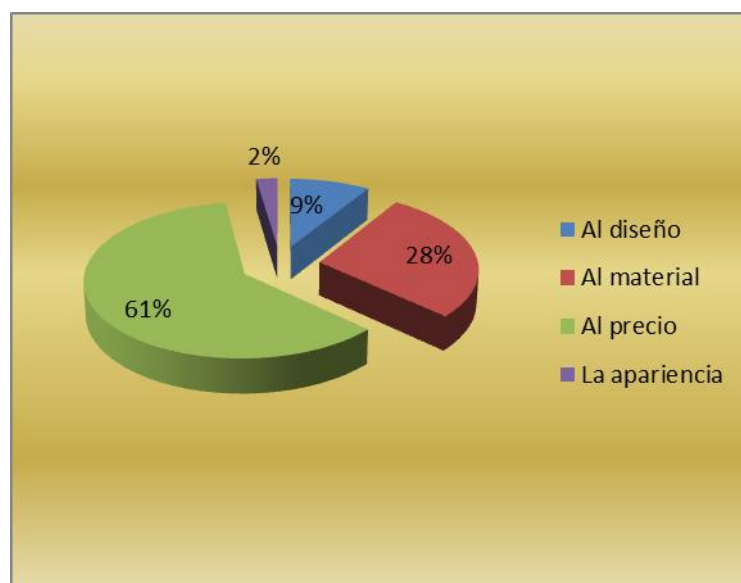
implementar nosotros como empresa estrategias de comercialización para distribuirles diariamente y tener una mejor acogida, ya que la mayoría de consumidores lo prefieren producto fresco.

4) ¿Cuándo adquiere estos productos a que le da mayor importancia?

CUADRO No. 44
ASPECTOS PARA LA ADQUISICIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Al diseño	19	9
Al material	59	28
Al precio	129	61
La apariencia	5	2
TOTAL	212	100

GRÁFICO No.42
ASPECTOS PARA LA ADQUISICIÓN



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS

Al momento en que los comerciantes adquieren el pan para venderlo consideran importantes ciertas características preferidas por el consumidor final; entre las cuales se tiene: el precio que debe estar al

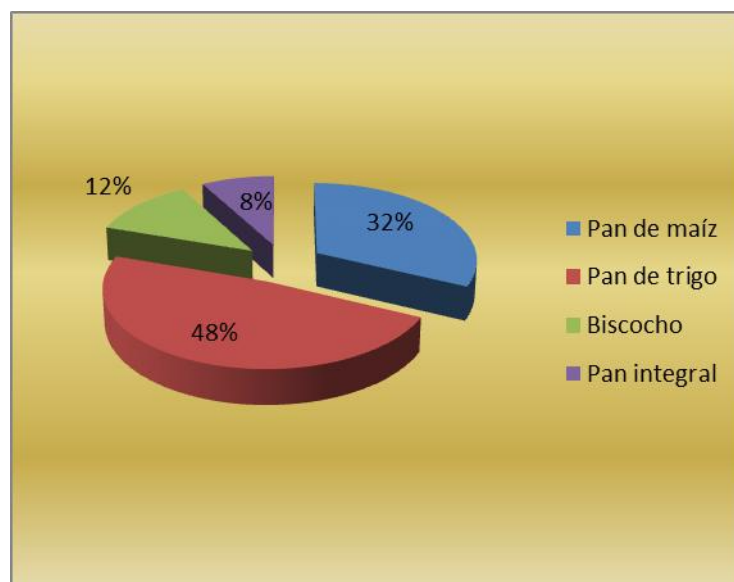
alcance de todos los consumidores; por otra parte se considera los insumos con el que está hecho, ya que el cliente consume este producto por el sabor que tenga; el diseño, apariencia del producto.

5) ¿De la siguiente lista de productos cuales prefiere?

CUADRO No.45
PREFERENCIA DE LOS PRODUCTOS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Pan de maíz	68	32
Pan de trigo	102	48
Biscocho	25	12
Pan integral	17	8
TOTAL	212	100

GRÁFICO No.43
PREFERENCIA DE LOS PRODUCTOS



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS

Un porcentaje mayor prefiere adquirir el pan de trigo, ya que manifiestan que ese pan es el que más se vende por el precio; otro porcentaje de

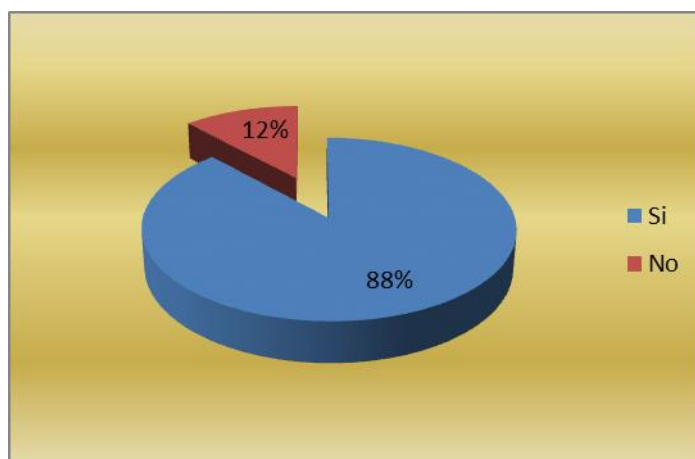
comerciantes dice que preferiría adquirir pan de maíz; y en un porcentaje menor comenta que sería bueno adquirir biscochos y pan integral.

6) Si en este momento llegaría un nuevo proveedor estaría dispuesto a comprarle

**CUADRO No.46
DISPONIBILIDAD DE COMPRA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	187	88
No	25	12
TOTAL	212	100

**GRÁFICO No.44
DISPONIBILIDAD DE COMPRA**



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS

La intención de compra que tienen los comerciantes por un nuevo proveedor es muy positiva, por lo que las posibilidades de que una nueva pequeña-empresa pueda funcionar son favorables y los riesgos para invertir son mínimos.

7) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada unidad?

**CUADRO No. 47
DISPOSICIÓN DE PAGO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
De 0,07 a 0,10 dólares	199	94
De 0,11 a 0,15 dólares	13	6
0,16 a 0,20 dólares	0	0
Más de 0,20 dólares	0	0
TOTAL	212	100

**GRÁFICO No.45
DISPOSICIÓN DE PAGO**



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS

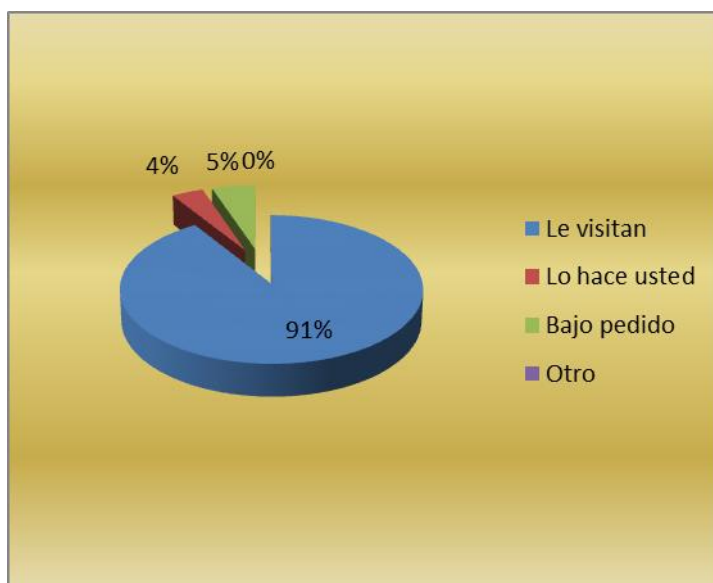
Con estos resultados se pudo establecer el precio promedio con el cual se puede empezar a trabajar en la comercialización de pan en la ciudad de Tulcán; por lo que la pequeña-empresa tiene que manejar estos precios para determinar los costos de producción y sacar la utilidad que corresponde, los precios que están dispuestos a pagar son de 0,07 a 0,10 centavos por unidad.

8) ¿Cómo se abastece de estos productos para comercializarlos?

CUADRO No.48
FORMA DE ABASTECIMIENTO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Le visitan	193	91
Lo hace usted	8	4
Bajo pedido	11	5
Otro	0	0
TOTAL	212	100

GRÁFICO No. 46
FORMA DE ABASTECIMIENTO



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS

La mayoría de los comerciantes se abastece del producto con la visita del proveedor, por lo que la pequeña-empresa que funcionará en el Centro de Rehabilitación Social debe implementar este mismo tipo de estrategia

para competir y por supuesto incluir algún tipo de valor agregado al producto.

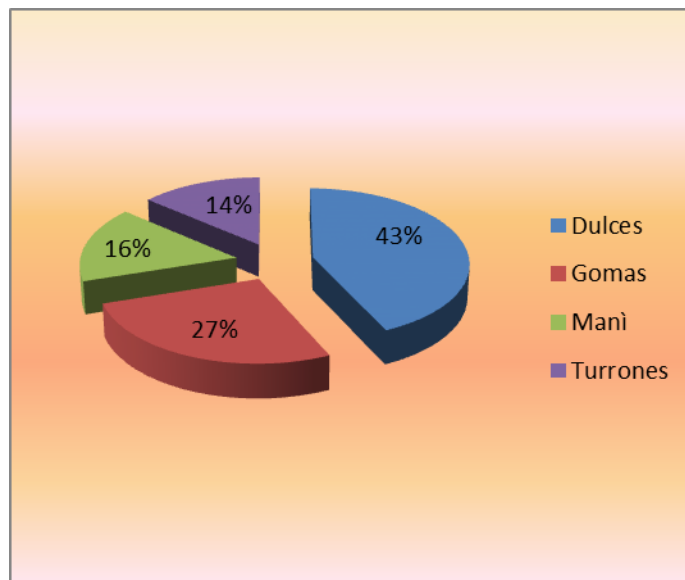
3.6.3. Encuestas a los comerciantes de confites

1) ¿Generalmente qué tipo de confitería comercializa?

**CUADRO No. 49
COMERCIALIZACIÓN DE CONFITERÍA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Dulces	69	43
Gomas	43	27
Maní	26	16
Turrone	22	14
TOTAL	160	100

**GRÁFICO No.47
COMERCIALIZACIÓN DE CONFITERÍA**



Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS

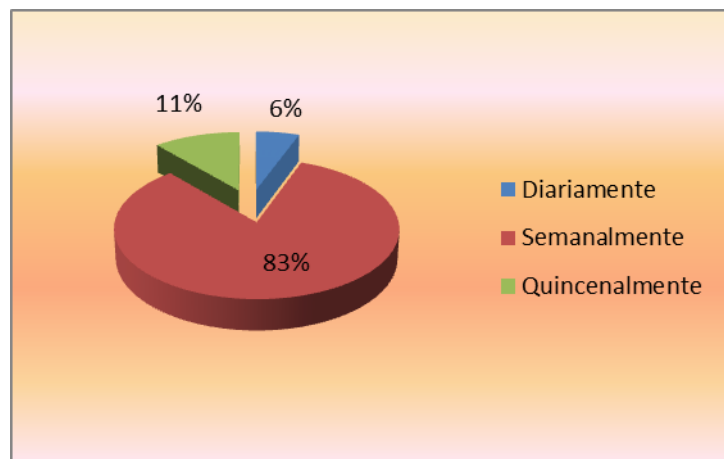
El producto estrella que se tiene en la comercialización de confitería en la ciudad de Tulcán son los dulces y las gomas; por lo que se tiene que poner énfasis en estos productos para garantizar la rentabilidad de la pequeña empresa.

2) ¿Con qué frecuencia adquiere este tipo de productos?

CUADRO No. 50
FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Diariamente	9	6
Semanalmente	133	83
Quincenalmente	18	11
TOTAL	160	100

GRÁFICO No.48
FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS:

Los comerciantes de estos productos, manifiestan que: La mayoría de comerciantes los adquiere semanalmente; seguidamente tenemos que es

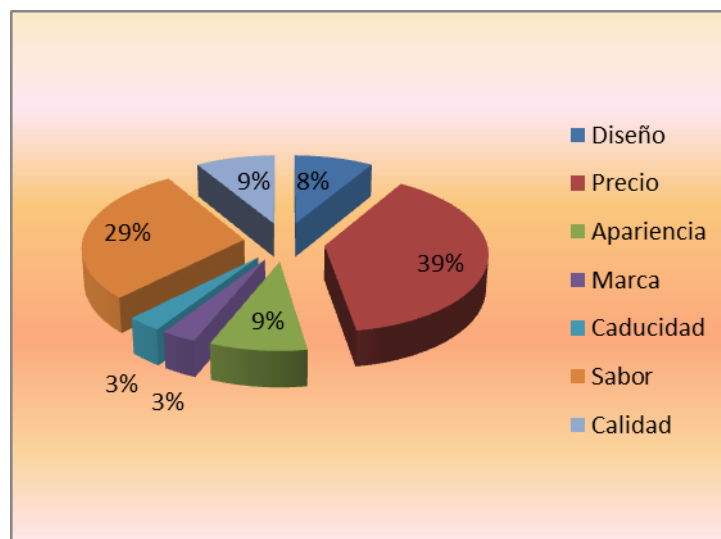
necesario abastecerse de este producto cada 15 días; otro porcentaje considera que se abastece pasando un diariamente.

3) ¿Cuándo adquiere este tipo de productos a que le da mayor importancia?

**CUADRO No.51
ASPECTOS PARA LA ADQUISICIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Diseño	14	9
Precio	62	39
Apariencia	14	9
Marca	5	3
Caducidad	5	3
Sabor	46	29
Calidad	14	9
TOTAL	160	100

**GRÁFICO No.49
ASPECTOS PARA LA ADQUISICIÓN**



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS

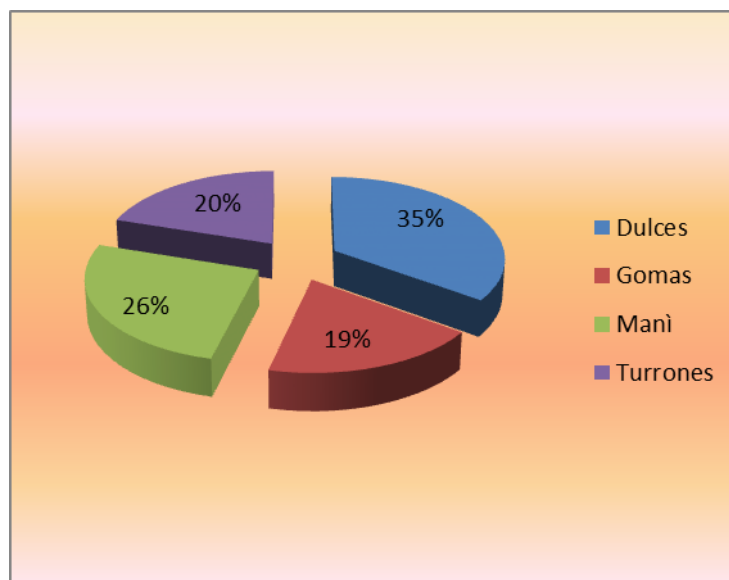
Es importante considerar para la elaboración de confitería el precio y el sabor que tengan estos productos, ya que el cliente en el momento de consumirlos toma en cuenta estos aspectos, sin dejar de lado el diseño, calidad y la apariencia.

4) ¿De la siguiente lista de productos de confitería cuales preferiría?

CUADRO No.52
PREFERENCIA DE LOS PRODUCTOS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Dulces	56	35
Gomas	30	19
Maní	42	26
Turrones	32	20
TOTAL	160	100

GRÁFICO No.50
PREFERENCIA DE LOS PRODUCTOS



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS

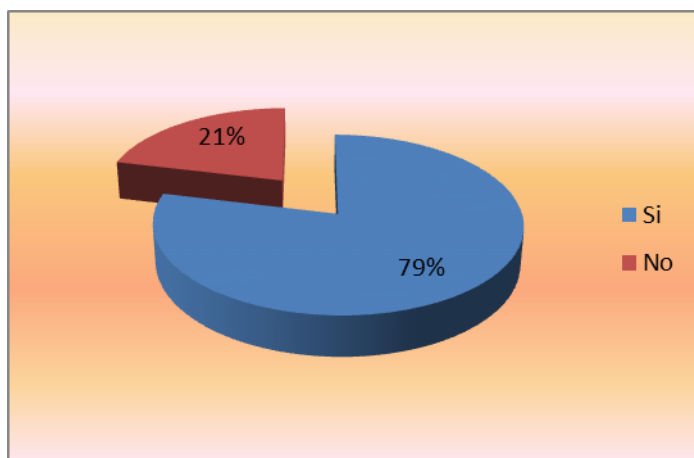
El mayor porcentaje de los comerciantes de este tipo de productos dice que prefieren comprar dulces; otros manifiesta que adquiriría el maní; seguido por los turrone; y finalmente se adquiriría gomas. Por lo tanto las estrategias para comercializar estos productos deben tener énfasis en estos.

5) ¿Si en este momento llegaría un nuevo proveedor estaría dispuesto a comprarle?

**CUADRO No.53
DISPONIBILIDAD DE COMPRA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	126	79
No	34	21
TOTAL	160	100

**GRÁFICO No.51
DISPONIBILIDAD DE COMPRA**



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS:

Bajo este contexto se puede notar que existe la intención de compra suficiente por parte de los comerciante a otro proveedor, por lo que las expectativas de producir con una pequeña-empresa son aceptables.

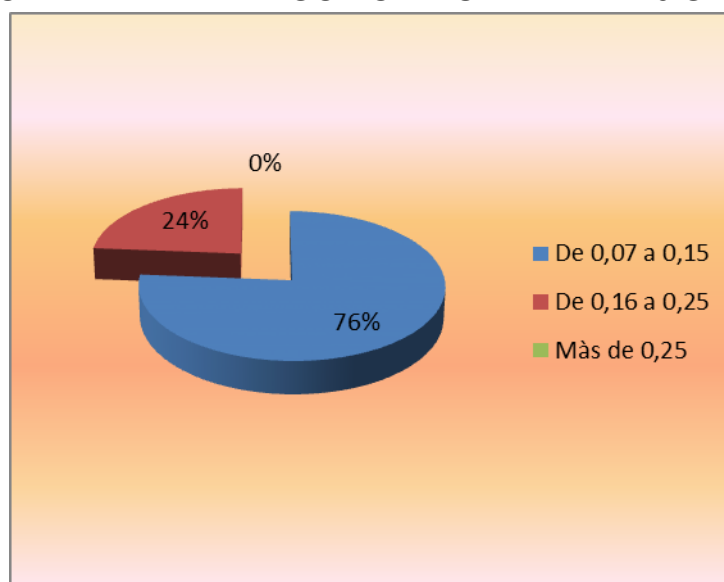
6) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada fundita de 10 gramos?

MANÍ

CUADRO No. 54
DISPONIBILIDAD DE PAGO POR FUNDITA DE 10 GRAMOS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
De 0,07 a 0,15	122	76
De 0,16 a 0,25	38	24
Más de 0,25	0	0
TOTAL	160	100

GRÁFICO No.52
DISPONIBILIDAD DE PAGO POR FUNDITA DE 10 GRAMOS



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS:

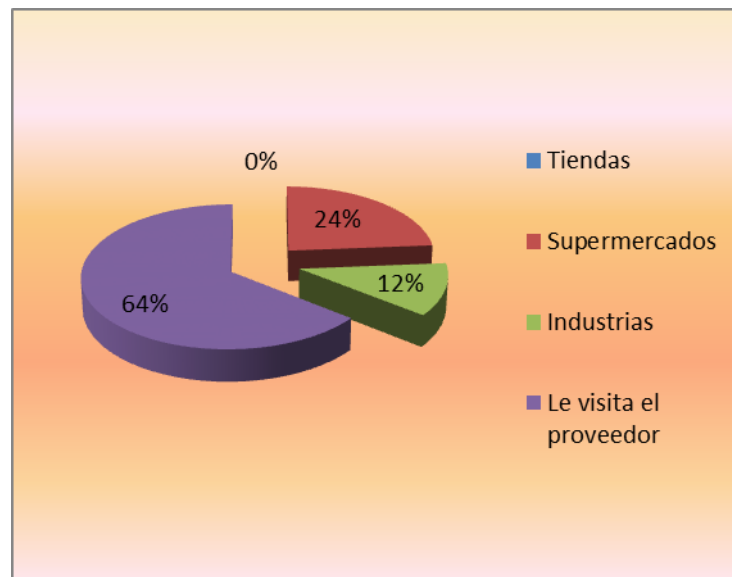
Con el maní, los precios son accesibles para todo tipo de consumidores, especialmente para los niños, jóvenes y adolescentes, el precio que plantean es de 0,07 a 0,15 centavos.

7) ¿En qué lugares se abastece de estos productos?

**CUADRO No.55
LUGAR DE ADQUISICIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Tiendas	0	0
Supermercados	38	24
Industrias	19	12
Le visita el proveedor	103	64
TOTAL	160	100

**GRÁFICO No.53
LUGAR DE ADQUISICIÓN**



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS

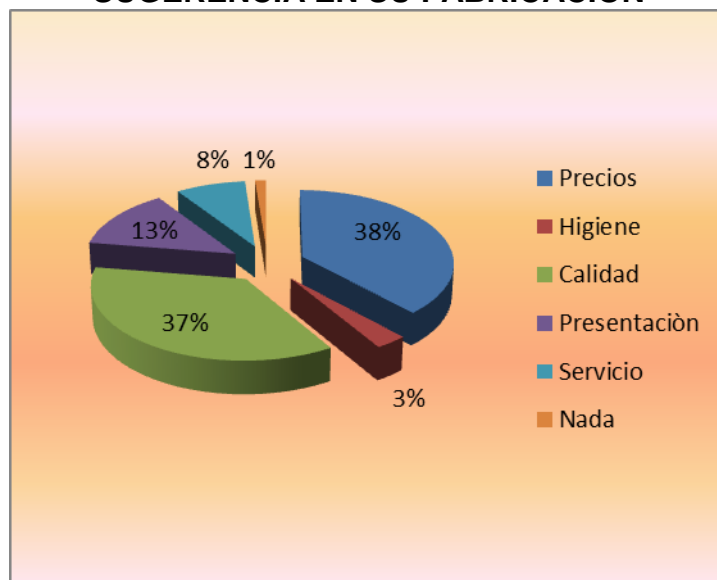
Mayoritariamente los comerciantes se abastecen de confitería mediante la visita de los proveedores y de los supermercados, por lo que esta pequeña-empresa tiene que implementar estrategias para poder hacer frente a este tipo de competencia.

8) ¿Qué sugeriría en la fabricación de estos productos?

**CUADRO No.56
SUGERENCIA EN SU FABRICACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Precios	61	38
Higiene	5	3
Calidad	58	36
Presentación	21	13
Servicio	13	8
Nada	2	1
TOTAL	160	100

**GRÁFICO No.54
SUGERENCIA EN SU FABRICACIÓN**



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS:

En la comercialización de confitería los comerciantes dan algunas recomendaciones que es importante considerar en el momento de fabricar un nuevo producto como son los costos de producción para poder disminuir los precios, calidad del producto, presentación, servicio estos nos ayudara a fabricar los productos lo más garantizados posible.

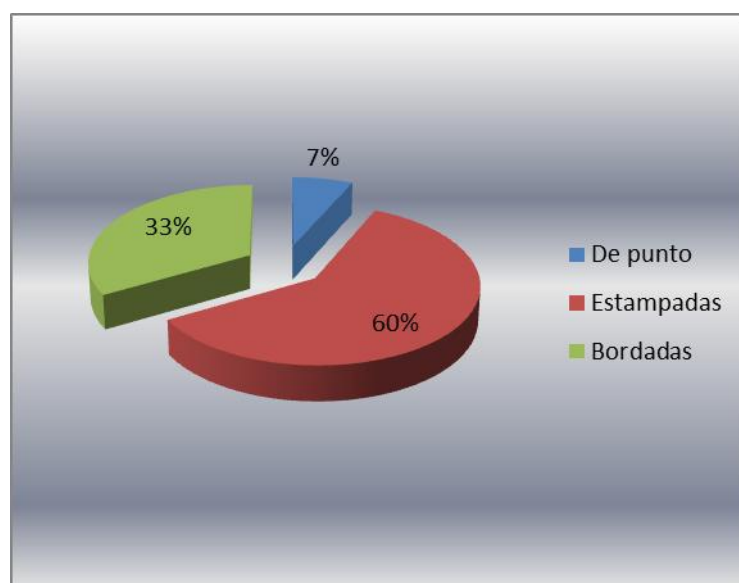
3.6.4. Encuestas aplicadas a los comerciantes de sábanas

1) ¿Generalmente qué tipo de sábanas comercializa?

CUADRO No.57
COMERCIALIZACIÓN DE SÁBANAS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
De punto	1	7
Estampadas	9	60
Bordadas	5	33
TOTAL	15	100

GRÁFICO No.55
COMERCIALIZACIÓN DE SÁBANAS



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS

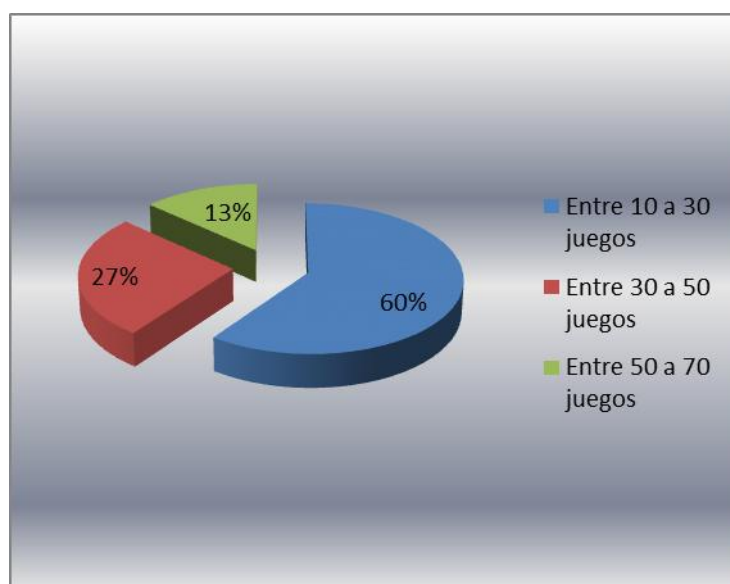
La comercialización de sábanas en la ciudad de Tulcán tiene dos preferencias, por una parte las sábanas estampadas y por otra las sábanas bordadas, sin dejar de lado las de punto, que puede ser considerado un producto de arrastre y también se lo podría comercializar.

2) ¿Aproximadamente qué cantidad de estos productos comercializa?

CUADRO No.58
CANTIDAD DE COMERCIALIZACIÓN DE SÁBANAS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Entre 10 a 30 juegos	9	60
Entre 30 a 50 juegos	4	27
Entre 50 a 70 juegos	2	13
TOTAL	15	100

GRÁFICO No.56
CANTIDAD DE COMERCIALIZACIÓN DE SABANAS



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS:

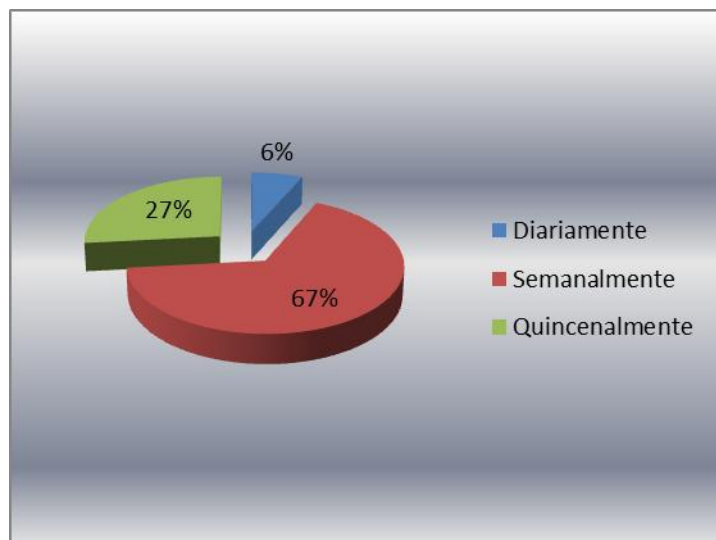
Del total de la venta de sábanas en la ciudad de Tulcán, su comercialización es de 10 a 30 juegos de sábanas seguido de 30 a 50 juegos. Cabe resaltar que los comerciantes de este tipo de productos manifiestan que las ventas han bajado considerablemente en los últimos meses, debido a las restricciones comerciales impuestas por parte del gobierno del Ecuador.

3) ¿Con qué frecuencia se abastece de estos productos?

CUADRO No.59
FRECUENCIA DE ABASTECIMIENTO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Diariamente	1	7
Semanalmente	10	67
Quincenalmente	4	27
TOTAL	15	100

GRÁFICO No.57
FRECUENCIA DE ABASTECIMIENTO



Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS:

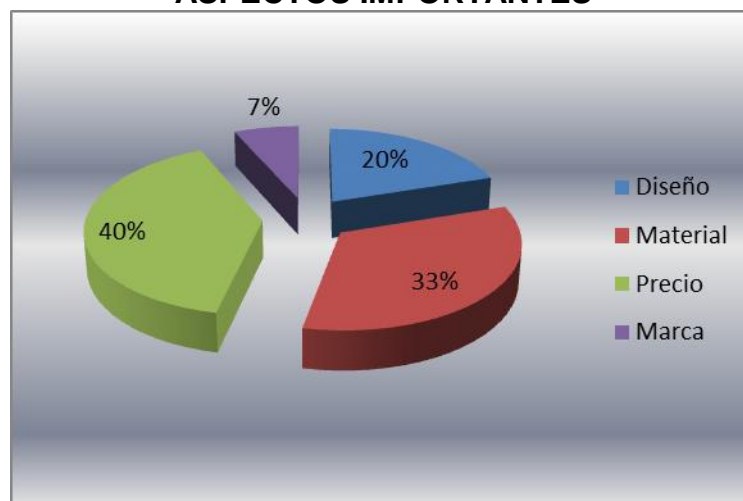
En cuanto al abastecimiento los comerciantes lo hacen cada semana, por lo que es necesario elaborar una base de datos de todos los comerciantes de sabanas y visitarles para su abastecimiento.

4) ¿Cuándo adquiere las sábanas a que le da más importancia?

**CUADRO No.60
ASPECTOS IMPORTANTES**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Diseño	3	20
Material	5	33
Precio	6	40
Marca	1	7
TOTAL	15	100

**GRÁFICO No.58
ASPECTOS IMPORTANTES**



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS:

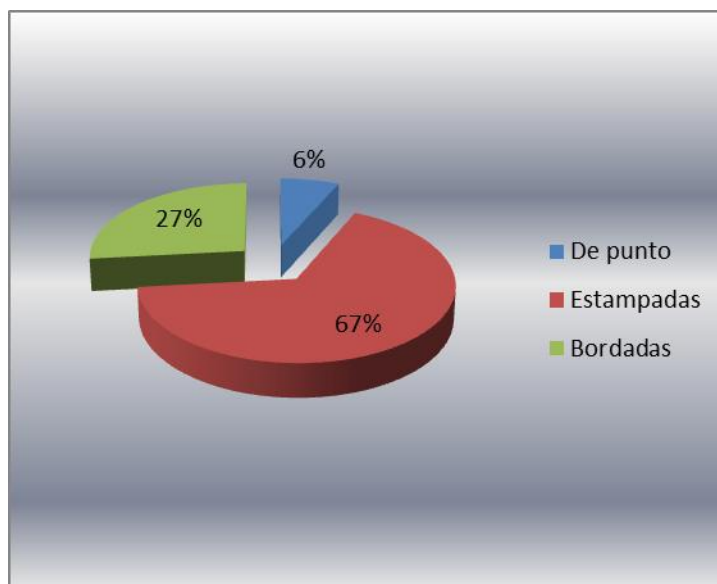
Un factor importante a considerar para elaborar este producto es el precio y el material, por lo que el proceso productivo debe ser eficiente para poder venderlo a menor precio y de buena calidad.

5) ¿De la siguiente lista de sábanas cuáles preferiría?

CUADRO No.61
PREFERENCIA DE SÁBANAS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
De punto	1	7
Estampadas	10	67
Bordadas	4	27
TOTAL	15	100

GRÁFICO No. 59
PREFERENCIA DE SÁBANAS



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS:

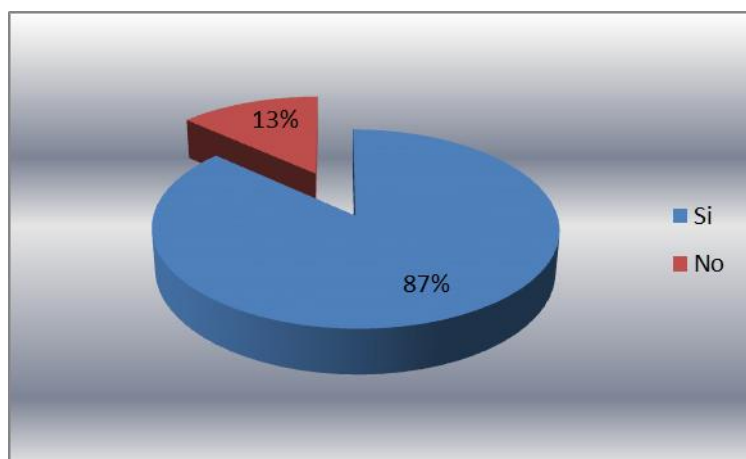
Del total de comerciantes, la mitad elige comprar sábanas estampadas, ya que consideran que son las que más se comercializa; en un porcentaje considerable manifiesta que prefiere las sábanas bordadas, esta decisión depende mucho del gusto de cada persona.

- 6) ¿Si en este momento llegaría un nuevo proveedor estaría dispuesto a comprarle?

**CUADRO No. 62
DISPONIBILIDAD DE COMPRA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	13	87
No	2	13
TOTAL	15	100

**GRÁFICO No. 60
DISPONIBILIDAD DE COMPRA**



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS:

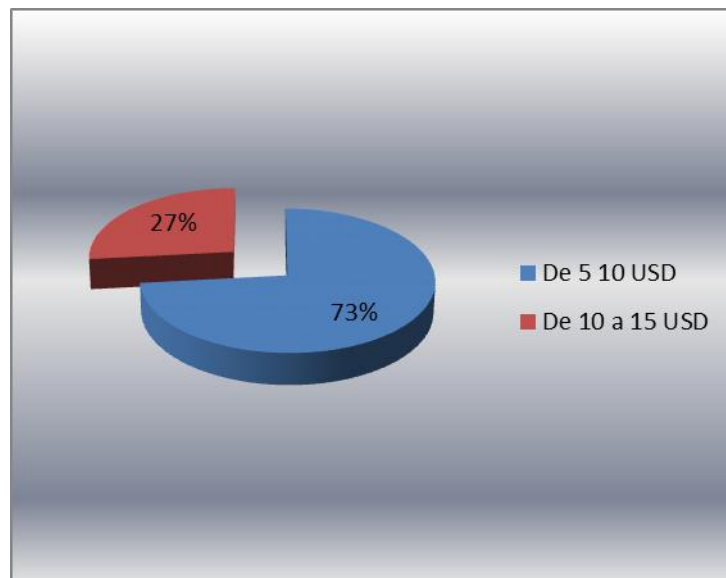
La intención de compra de los comerciantes de sábanas es muy positiva, por lo que el funcionamiento de una pequeña-empresa que confeccione este producto tendría éxito y la inversión estaría garantizada.

7) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada prenda?

**CUADRO No.63
DISPONIBILIDAD DE PAGO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
De 5 10 USD	11	73
De 10 a 15 USD	4	27
TOTAL	15	100

**GRÁFICO No.61
DISPONIBILIDAD DE PAGO**



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

ANÁLISIS:

Con estos precios se podría planificar la producción de este producto y garantizar la comercialización y competir con otros proveedores, de acuerdo a lo manifestado están dispuesto a pagar de 5 a 10 dólares consideran un costo razonable para el producto.

8) ¿En qué lugares se abastece de estos productos?

**CUADRO No. 64
LUGAR DE ABASTECIMIENTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Tiendas	1	7
Supermercados	2	13
Industrias	12	80
TOTAL	15	100

**GRÁFICO No.62
LUGAR DE ABASTECIMIENTO**



Fuente: Investigación de campo

ANÁLISIS:

Mayoritariamente los comerciantes se abastecen de estos productos en las industrias de otras ciudades; por lo tanto la pequeña-empresa debe competir con estrategias como son: buenos precios y buena calidad.

3.7. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

3.7.1. Naturaleza y uso de los productos

- **PAN**

El pan es un alimento básico que forma parte de la dieta tradicional en Europa, Oriente Medio, India y América. Se suele preparar mediante el horneado de una masa elaborada fundamentalmente con harina de cereales, cebada, sal y agua. La mezcla en algunas ocasiones suele contener levaduras para que fermente la masa y sea más esponjosa y tierna.

Es muy posible que las elaboraciones más primitivas de pan no llevaran levadura, y la harina se presentaba en granos toscamente molidos mezclados con agua que se dejaban secar al sol o que acababan entre las cenizas de un fuego. Los panes planos, muy populares en algunas culturas, es muy posible que sean los más antiguos. El cereal más utilizado para la elaboración del pan es la harina de trigo, también se utiliza el centeno, la cebada, el maíz, el arroz. Existen muchos tipos de pan que pueden contener otros ingredientes, como grasas de diferentes tipos (tocino, mantequilla, aceite de oliva), huevos, azúcar, frutas, frutas

secas (como por ejemplo pasas), verduras (como cebollas), frutos secos o semillas diversas.

- **MANÍ**

El Maní ha sobrevivido al paso del tiempo porque se trata de un complemento de la alimentación. La tradición, que perdura desde hace más de un siglo, hoy aporta un ingrediente imprescindible a la hora de invocar los momentos de dulzura en diferentes temporadas o momentos, así como en tiempos de navidad, día de la madre, día del amor y la amistad, durante el carnaval, entre otras fechas importantes.

- **SÁBANAS**

Por su parte las sábanas se las utiliza en la cama para dormir y su utilización depende de su material; Las sábanas: son dos, la de cajón (baja) es la que cubre el colchón, cuenta con elástico en las esquinas para que permanezca en su lugar; y la superior, un poco más grande y que sirve para taparse con ella.

3.7.2. Características del producto

- **PAN**

La elaboración del pan es un conjunto de varios procesos en cadena, comienza con los ingredientes en sus proporciones justas y las herramientas para su elaboración dispuestas para realizar las operaciones, y acaba con el pan listo para ser servido. Dependiendo de los panaderos se añaden más o menos procesos a la elaboración, aunque básicamente hay cuatro:

- Mezcla de la harina con el agua (así como otros ingredientes), proceso de trabajar la masa.
- Reposo para hacer levar la masa (sólo si se incluyó levadura). A este proceso se le denomina leudado.
- Horneado en el que simplemente se somete durante un período de tiempo la masa a una fuente de calor para que se cocine.
- Enfriado. Tras el horneado se deja reposar el pan hasta que alcance la temperatura ambiente.

Cada paso del proceso permite tomar decisiones acerca de la textura y sabor final que se quiera dar al pan.

ILUSTRACIÓN No.4 PAN



Fuente: Fotografía
Elaborado Por: Patricia Molina

- **MANÍ**

En el caso del maní no se requiere de tanta tecnificación para su elaboración.

ILUSTRACIÓN No. 5 MANÍ



Fuente: Fotografía

Elaborado Por: Patricia Molina

Para el caso de la confitería, la pequeña empresa ofertará al mercado; solamente el maní, no se ha considerado otros productos ya que otros productos de confitería se encuentran saturados en el mercado y de difícil su elaboración; por lo que para distribuir el maní se utilizará dos canales de comercialización:

Por una parte se tendrá un punto de distribución al por mayor y menor fuera del Centro de Rehabilitación Social y por otra parte se visitará a las tiendas interesadas por el producto identificadas en el estudio de mercado.

- **SÁBANAS**

La sábana es algo muy sencillo de hacer, pero tenemos que tener nociones básicas de cómo hacerlo, una máquina de coser y mucha paciencia. La calidad de los hilos con los que están confeccionadas las sábanas, es muy importante, porque de ello dependerá la suavidad o no, de las sábanas con la que contaremos.

Las sábanas con más de 140 hilos, por pulgada cuadrada tienen una terminación fuerte, suave y lustrosa, con lo cual tendremos una sábana con una textura aterciopelada y muy duradera. Nada más agradable que dormir en una cama que tenga esta característica. Cuando se trabaja una tela para sábanas con hilos muy delgados tendremos como resultado

sábanas de muy buena calidad, y hasta lujosa que es lo que se trabajará en la pequeña empresa productora.

ILUSTRACIÓN No. 5 SÁBANAS



Fuente: Fotografía
Elaborado Por: Patricia Molina

La confección de sábanas las realizaremos solo de una plaza y media para empezar.

Considerando a la comercialización como una estrategia de ejecución del presente proyecto se tiene determinado trabajar con dos canales de distribución para la comercialización de las sábanas.

Se tiene previsto instalar un punto de comercialización en la zona comercial de la ciudad de Tulcán ; por otra parte se visitará a los comerciales y tiendas de este tipo de productos que están interesadas en adquirir el producto.

3.8. MERCADO META

Para ofertar los productos el mercado meta será población de la Provincia del Carchi en especial a la ciudad de Tulcán, donde se desarrollará el proyecto teniendo en cuenta siempre las exigencias del consumidor, en este mercado se buscará posicionamiento y reconocimiento lo cual permitirá permanecer en dicho mercado todo esto se logrará con el buen servicio y productos de calidad.

3.9. SEGMENTO DE MERCADO

Esta importante la segmentación porque permiten la sostenibilidad en el mercado; entre estos segmentos se diferencia de acuerdo a las necesidades y requerimientos de los consumidores.

- Un primer segmento para la comercialización de estos productos son todas las amas de casa que son quienes adquieren este tipo de productos.
- Un segundo segmento muy importante son todos los propietarios de las tiendas que comercializan todo tipo de productos de primera necesidad; estas tiendas son quienes están directamente relacionadas y en contacto con los consumidores finales.
- Por otra parte un segmento para la comercialización del pan son los restaurantes, quienes incluyen este producto en los desayunos y otras comidas.

Además se tiene el propio Centro de Rehabilitación quien es un consumidor directo. A más de ser segmentos son canales de comercialización por medio de los cuáles se puede distribuir estos productos.

3.8. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

3.8.1. IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

Una vez realizado el Estudio de Mercado en la Ciudad de Tulcán de todos los productos que se producen en el Centro de Rehabilitación Social, se pudo determinar algunas variables de mercado que permitirán tomar decisiones para el correcto funcionamiento de esta pequeña empresa; principalmente se pudo conocer la demanda real.

3.8.2. Demanda de pan

En el consumo del pan en la ciudad de Tulcán se consideró, el tipo de pan que se consume, la frecuencia de compra del mismo y la cantidad diaria que adquiere cada familia y según resultados del estudio de mercado el 74% de las familias de la ciudad de Tulcán estarías dispuestos a comprar, lo cual representa a 12.801 familias, de las cuales prefieren el consumo del pan de la siguiente manera:

PAN DE MAÍZ

**CUADRO No.65
DEMANDA ACTUAL DE PAN DE MAÍZ**

TOTAL DE FAMILIAS QUE PREFIEREN PAN DE MAÍZ	%	No. FAMILIAS	CONSUMO PROMEDIO	UNIDADES POR DÍA	DÍAS	CONSUMO TOTAL
3.456	19	657	3	1.971	360	709.560
	37	1.279	7	8.953		3.223.080
	44	1.521	11	16.731		6.023.160
TOTAL	100	3.457		27.655		9.955.800

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

Como se puede apreciar en el recuadro; se tiene una demanda en el consumo de pan de maíz, una cantidad de 9.955.800 en el año.

PAN DE TRIGO

**CUADRO No.66
DEMANDA ACTUAL DE PAN DE TRIGO**

TOTAL DE FAMILIAS QUE PREFIEREN PAN DE TRIGO	%	No. FAMILIAS	CONSUMO PROMEDIO	UNIDADES POR DÍA	DÍAS	CONSUMO TOTAL
7.681	19	1.459	3	4.377	360	1.575.720
	37	2.842	7	19.894		7.161.840
	44	3.380	11	37.180		13.384.800
TOTAL	100	7.681		61.451		22.122.360

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

De igual manera, en el consumo de pan de trigo se tiene una gran preferencia y se tiene una demanda diaria de 22.122.360 panes al día.

BISCOCHO

CUADRO No.67
DEMANDA ACTUAL DE PAN DE BISCOCHO

TOTAL DE FAMILIAS QUE PREFIEREN BISCOCHO	%	No. FAMILIAS	CONSUMO PROMEDIO	UNIDADES POR DÍA	DÍAS	CONSUMO TOTAL
1.024	19	195	3	585	360	210.600
	37	379	7	2.653		955.080
	44	451	11	4.961		1.785.960
TOTAL	100	1.025		8.199		2.951.640

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

En el consumo de biscocho se tiene una demanda real en el año de 2.951.640 unidades.

PAN INTEGRAL.

CUADRO No.68
DEMANDA ACTUAL DE PAN INTEGRAL

TOTAL DE FAMILIAS QUE PREFIEREN PAN INTEGRAL	%	No. FAMILIAS	CONSUMO PROMEDIO	UNIDADES POR DÍA	DÍAS	CONSUMO TOTAL
640	19	122	3	366	360	131.760
	37	237	7	1.659		597.240
	44	282	11	3.102		1.116.720
TOTAL	100	641		5.127		1.845.720

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

En cuanto al consumo de pan integral, se tiene que diariamente existe una demanda real de 1.845.720 unidades.

Por lo tanto se tiene una demanda total de pan de 36'875.520 panes cada día y según estos resultados se tiene que tomar en cuenta en el proyecto.

Como se puede notar en los resultados anteriores, mayoritariamente el pan que más prefieren es el de trigo, por lo que este sería el producto estrella para poder ofertar en el mercado; luego tenemos el pan de maíz, que también se lo puede considerar como uno de los productos fuertes en el mercado; por otra parte se tiene productos de poca preferencia, como es el pan integral y los biscochos, productos que se los tiene que mantener en el mercado por las preferencias mínimas que tienen los consumidores.

3.8.3. Demanda de maní

De igual manera en lo que tiene que ver al consumo de maní se puede notar que existe la demanda suficiente por parte de los consumidores por lo que las expectativas de producir este producto es aceptable; por lo que del 74% que están dispuestos a comprar confitería que representa a 12.801 familias.

**CUADRO No.69
DEMANDA ACTUAL DE MANÍ**

TOTAL DE FAMILIAS QUE PREFIEREN MANÍ	%	No. FAMILIAS	CONSUMO PROMEDIO	PERIODO DE CONSUMO	UNIDADES
12.801	4	512	1	360	184.320
	10	1.280		180	230.400
	18	2.304		120	276.480
	25	3.200		48	153.600
	43	5.504		0	0
TOTAL	100	12.800			844.800

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

En el cuadro anterior se tiene, el número de familias, luego se tiene el porcentaje que los consumidores comprarían, seguidamente se tiene la cantidad de producto que se compraría, luego se tiene que definir la frecuencia de compra y el total al año:

3.8.4. Demanda de sábanas

En la comercialización de sábanas en la ciudad de Tulcán, luego de analizado las diferentes variables de mercado, se pudo determinar que el 74% que están dispuestos a comprar sábanas, que representa a 12.801 familias.

CUADRO No.70
DEMANDA ACTUAL DE SÁBANAS

TOTAL DE FAMILIAS DISPUESTAS A COMPRAR SÁBANAS	%	No. FAMILIAS	CONSUMO PROMEDIO	PERIODO DE CONSUMO	UNIDADES
12.801	18	2.304	1	6	13.824
	23	2.944		4	11.776
	28	3.584		2	7.168
	31	3.968		1	3.968
TOTAL	100	12.800			36.736

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

Realizando el respectivo análisis en la demanda de sábanas, se tuvo que determinar el número de familias y la cantidad estimada de producto; por lo que es necesario conocer la demanda real de sábanas al año y se procedió de la siguiente manera: Analizando la intención de compra, los posibles clientes prefieren comprar de manera bimestral, trimestral, semestral y anual.

3.8.5. Proyección de la demanda

Con la finalidad de ejecutar adecuadamente el presente proyecto es necesario conocer la proyección de la demanda; es decir el consumo futuro en los próximos 5 años; por lo que fue necesario realizar los respectivos procedimientos técnicos de todos los productos que se elaborarán en el Centro de Rehabilitación Social de la ciudad de Tulcán, para lo cual se consideró los datos obtenidos en el estudio de mercado, y se aplicó el índice de crecimiento de la población de Tulcán, por lo que no se cuenta con datos de ventas históricas, y según el INEC es del 1,27% anual; de igual manera en estos cálculos se determinó lo que realmente

se demanda en cada producto; además para garantizar los resultados se tiene previsto trabajar en el área de confitería, solamente con el maní, por considerar menos competitivos en el mercado.

CUADRO No.71
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

PRODUCTO	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Pan	37.343.839	37.818.106	38.298.396	38.784.785	39.277.352
Maní	855.529	866.394	877.397	888.540	899.825
Sábanas	37.203	37.675	38.153	38.638	39.129

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

Para los respectivos análisis, se tomó en cuenta el porcentaje que se producirá en la pequeña empresa, por lo que se obtuvieron los siguientes resultados: En el caso del pan existe una demanda 37.343.839 en el primer año, en el caso del maní también tenemos 855.529 unidades en el primer año y finalmente tenemos 37.203 sabanas.

3.9. IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA

Para poder determinar la oferta existente para la provincia del Carchi en la ciudad de Tulcán se procedió revisando el registro de la patente Municipal de la ciudad de Tulcán. En el cual se pudo determinar que en esta ciudad existen 8 Panaderías y 472 tiendas que ofertan este producto, por lo que mediante entrevista directa y encuestas a las mismas se pudo saber la oferta de Pan que hacen estas panaderías en la ciudad.

De igual manera se determinar las principales tiendas y supermercados que comercializan Maní y Sábanas que se abastecen de industrias de otras ciudades.

Como se puede apreciar en el estudio de mercado; lo que más se vende es el pan de trigo y luego el pan de maíz, por lo que se puede considerar como productos principales en cuanto a la comercialización de pan.

3.11.1. Oferta de pan de maíz

En base a la investigación de campo se estableció la oferta actual.

CUADRO No.72 OFERTA ACTUAL DE PAN DE MAÍZ

TOTAL DE TIENDAS QUE COMERCIALIZAN PAN	%	No. TIENDAS	PROMEDIO DE VENTAS	UNIDADES POR DÍA	DÍAS	CONSUMO TOTAL
472	2	9	20	180	360	64.800
	3	14	40	560		201.600
	7	33	60	1.980		712.800
	8	38	80	3.040		1.094.400
	16	76	100	7.600		2.736.000
	64	302	0	0		0
TOTAL	100	472		13.360		4.809.600

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

Como se puede ver en la ilustración anterior, la oferta de pan de maíz en las tiendas de la ciudad de Tulcán es insuficiente para cubrir con gran parte de la demanda existente el pan que más se comercializa es el pan de trigo y el de maíz, por lo que es muy importantes tomar en cuenta esta preferencia para el funcionamiento de la pequeña empresa.

3.11.2. Oferta de pan de trigo

CUADRO No.73 OFERTA ACTUAL DE PAN DETRIGO

TOTAL DE TIENDAS QUE COMERCIALIZAN PAN	%	No. TIENDAS	PROMEDIO DE VENTAS	UNIDADES POR DÍA	DÍAS	CONSUMO TOTAL
472	3	14	20	280	360	100.800
	7	33	40	1.320		475.200
	12	57	60	3.420		1.231.200
	14	66	80	5.280		1.900.800
	19	90	100	9.000		3.240.000
	45	212	0	0		0
TOTAL	100	472		19.300		6.948.000

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

De igual manera se tiene la oferta de pan de trigo de las diferentes tiendas de la ciudad de Tulcán y se lo tiene determinado por tienda.

3.11.3. Oferta de pan en las panaderías

CUADRO No.74 OFERTA ACTUAL DE LAS PANADERÍAS

No. DE PANADERÍAS	VENTA DIARIA	SEMANAL	ANUAL
1	1100	7.700,00	369.600,00
2	900	6.300,00	302.400,00
3	1000	7.000,00	336.000,00
4	850	5.950,00	285.600,00
5	1100	7.700,00	369.600,00
6	750	5.250,00	252.000,00
7	900	6.300,00	302.400,00
8	1000	7.000,00	336.000,00
TOTAL	7600	53.200,00	2.553.600,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

De igual manera se tiene la oferta de pan de las panaderías existentes en la ciudad de Tulcán y se lo tiene determinado la cantidad diaria, semanal y al año.

Por lo que la sumatoria de lo que ofertan tanto las tiendas como las panaderías es de 2.553.600.

3.11.4. Oferta de maní

En lo que se refiere a la oferta del maní al no contar con datos históricos se realizó una consulta a las tiendas que comercializan este producto para ver más o menos cuantos productos comercializan y así poder tener una idea de cuánto puede ser que producen los productores de maní confitado.

CUADRO No.75
OFERTA ACTUAL DE MANÍ

VARIABLE	%	TIENDAS	PROMEDIO SEMANAL	TOTAL ANUAL
Maní	60	164	10	78.720
Turrones	40	110	10	52.800
TOTAL	100	274		131.520

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

En el cuadro anterior se tiene: primero el tipo de confitería que se comercializa, luego de lo cual se tiene el porcentaje que los comerciantes oferta, luego se tiene el número de tiendas que ofertan estos productos, por lo que se puede ver que el producto que más se comercializa es el maní.

3.11.5. Oferta de sábanas

Los resultados del estudio de mercado en cuanto a la comercialización de sábanas en la ciudad de Tulcán tenemos:

CUADRO No.76
OFERTA ACTUAL DE SÁBANAS

TOTAL DE LOCALES QUE COMERCIALIZAN SÁBANAS	%	No. LOCALES	PROMEDIO DE VENTAS	UNIDADES POR DÍA	PERIODO	CONSUMO TOTAL
15	60	9	20	180	48	8.640
	27	4	40	160		7.680
	13	2	60	120		5.760
TOTAL	100	15		460		22.080

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

En el cuadro anterior se tiene: primero el número de locales, luego se tiene el porcentaje por cuál de los productos se inclinan los comerciantes, luego se tiene el número de tiendas interesada de cada producto, enseguida el promedio de unidades que los comerciantes compran a la semana.

3.12. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

La proyección de la oferta corresponde en cuantificar la oferta de productos similares a los propuestos por el proyecto en el futuro, por tal motivo se aplicó un crecimiento basado en la tendencia del crecimiento de la población de Tulcán que se ubica en el 1,27% anual según el INEC.

CUADRO No.77
PROYECCIÓN DE LA OFERTA

PRODUCTO	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Pan	14.492.952	14.677.013	14.863.411	15.052.176	15.243.339
Maní	79.720	80.732	81.757	82.796	83.847
Sábanas	22.360	22.644	22.932	23.223	23.518

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

Como se puede apreciar en el recuadro anterior, la oferta de cada uno de estos productos se determinó luego de analizados los resultados del presente estudio y para su proyección se trabajó con un crecimiento paralelo a la demanda del 1,27% que es el índice de crecimiento poblacional de Tulcán. Se proyectó de esta manera debido a la no existencia de datos históricos de la oferta y tomando en cuenta que si crece la demanda de consumidores crecerá la oferta de los productos.

3.12.1. Balance de demanda y oferta

En esta parte se comparó la demanda y la oferta en los diferentes productos a elaborarse.

PAN

CUADRO No.78
DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER DE PAN

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER
2014	37.343.839	14.492.952	22.850.887

2015	37.818.106	14.677.013	23.141.093
2016	38.298.396	14.863.411	23.434.985
2017	38.784.785	15.052.176	23.732.609
2018	39.277.352	15.243.339	24.034.013

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

MANÍ

CUADRO No.79
DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER DE MANÍ

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER
2014	855.529	79.720	775.809
2015	866.394	80.732	785.662
2016	877.397	81.757	795.640
2017	888.540	82.796	805.745
2018	899.825	83.847	815.977

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

SÁBANAS

CUADRO No.80
DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER DE SÁBANAS

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER
2014	37.203	22.360	14.842
2015	37.675	22.644	15.031
2016	38.153	22.932	15.222
2017	38.638	23.223	15.415
2018	39.129	23.518	15.611

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

De acuerdo con los datos obtenidos de la investigación, en el cuadro se muestra que existe un déficit de demanda, por lo que el proyecto tiene la probabilidad de cubrir parte de la demanda insatisfecha, todo depende de la capacidad de producción.

3.12.2. Pronóstico de ventas

Para pronosticar las ventas se ha tomado como base la demanda potencial a satisfacer en el año uno, que es de 22.850.887 en el caso de los panes, en cuanto al maní tenemos 775.809 unidades en el primer año y finalmente tenemos la venta de las sábanas que son 14.842 de las cuales la pequeña empresa proyecta a satisfacer en base a la capacidad de producción de la siguiente manera: en pan aproximadamente el 7% ($1.545.600/22.850.887 \times 100 = 7\%$), en cuanto al maní 41% ($316.800/775.809 \times 100 = 41\%$) y en sábanas se empezará con el 39% ($5.760/14.842 \times 100 = 39\%$) en el primer año.

3.12.3. Análisis de precios

Según la investigación de campo, los consumidores están dispuestos a pagar por el pan en un promedio de 0,10 centavos de dólar a 0,12 centavos de dólar por cada unidad, por cada fundita de maní dicen que pagarían de 0,10 centavos de dólar a 0,15 centavos de dólar y por último por las sábanas de una plaza y media pagarán entre 11 dólares a 15 dólares por cada juego de sábanas.

El precio para el pan, maní y sábanas que elaborará el centro, se lo estableció tomando en cuenta el análisis de costos y gastos más un margen de utilidad y comparando los precios de la competencia identificados a través de información recolectada en la observación directa realizada a diferentes locales de la localidad. De ahí que el precio del pan será de 0,10 centavos de dólar por cada unidad, el del maní será 0,15 centavos de dólar por cada fundita y con respecto a las sábanas será de 12 dólares por cada juego.

3.12.4. Proyección de precios

Para proyectar los precios de los diferentes productos que se producirá en la pequeña empresa, se consideró el índice de inflación del 2,7% registrada en el año 2013. Realizados los respectivos cálculos se tiene:

**CUADRO No.81
PROYECCIÓN DE PRECIOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Pan					
Precio unitario	0,10	0,10	0,11	0,11	0,11
Maní					
Precio unitario	0,15	0,15	0,16	0,16	0,17
Sábanas					
Precio unitario	12,00	12,32	12,66	13,00	13,35

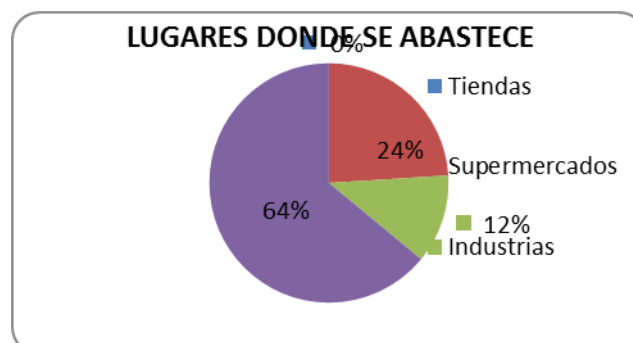
Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

3.12.5. Análisis de la competencia

Se tiene competidores de todos los productos; con respecto a la producción de panadería sus principales competidores son grandes panaderías que se encuentran tanto en el centro de la ciudad como en el sector del terminal. Por otra parte se tiene la comercialización de maní y sabanas y según datos obtenidos en el estudio de mercado los competidores directos son las industrias, pero que son de otra ciudades.

GRÁFICO No. 63



Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

El 64% de los comerciantes se abastece de los productos, mediante la visita que le hacen los proveedores; mientras que el 24% los consigue en los supermercados y el 12% los adquiere en las industrias.

Como se puede notar en el gráfico, mayoritariamente los productos se adquieren mediante la visita del proveedor y en los supermercados; por lo que como competencia directa para la pequeña empresa se tiene previsto impulsar estrategias para entrar en el mercado; por otra parte se tiene como competidores a los supermercados que comercializan este producto y finalmente se tiene a las grandes panaderías como competidores industriales.

Por otra parte se tiene la producción de maní y sábanas; que sus competidores son industrias que les visitan de otras ciudades como Ibarra, Atuntaqui, Ambato, entre otras.

3.13. COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS

3.13.1. Objetivo

Impulsar la intención de compra de los habitantes de la ciudad de Tulcán hacia los productos que se realizarán en la pequeña empresa que funcionará en el Centro de Rehabilitación Social de esta Ciudad y buscar la fidelidad de los consumidores para con los productos entregados sean productos de calidad.

Por lo que se fortalecerá el sistema de comercialización con un Catálogo que será dado a conocer por medio del representante de Ventas de la pequeña empresa.

3.13.2. Estrategias de comercialización

Las estrategias de comercialización en sus inicios esta direccionadas a la atracción de sus clientes, para lo cual se ha tomado la estrategia muy común que es la de las cuatro P, que son producto, precio, plaza y promoción. A continuación detallamos cada uno de ellos:

- **PRODUCTO**

El producto, en este caso se refiere a la panadería, confitería y textilería que se va a ofrecer a los clientes. Los principales productos son pan redondo de trigo, maní en funditas y sábanas bordadas de 1 plaza y media, dichos productos estará, en el Centro de Rehabilitación Social y en un local en el Centro de la ciudad, lugares que se utilizará para la exhibición y venta de los productos.

3.13.3. Estrategias del producto

Crear una estrategia para los productos que se elaborarán y comercializarán en el Centro de Rehabilitación Social de la ciudad de Tulcán y tener una mayor participación en el mercado.

- Pequeña empresa ofrecerá pan de trigo popular, maní en funditas de 10 gramos y sábanas de 1 plaza y media producida por manos hábiles y amorosas que garanticen la calidad de los productos, presentando al consumidor un producto con apariencia, aroma, sabor y textura agradable.
- Incentivar a los consumidores para que compren estos productos que son de buena calidad.
- Poner la marca “**NUEVOS HORIZONTES**” a los productos que se elaborará en la pequeña empresa.
- Presentación de diferentes modelos y diseños de los productos.
- Ampliación de la gama y mejora de calidad.
- Creación de nuevos diseños.

- Diseño de una etiqueta y formulación de estrategias de precios, que serán de acuerdo a la competencia.
- Determinar un slogan “ Camino a la Libertad”
- Fortalecer convenios con instituciones
- Crear dos canales de distribución; uno mediante un punto de venta fuera del Centro de Rehabilitación Social y el otro sistema mediante la visita a domicilio a las tiendas supermercados según el caso

- **PRECIO**

El precio de todos los productos que se elaborará en esta pequeña empresa, serán muy competitivos, debido a que se los distribuirá directamente al consumidor final por parte de las personas que tienen la pre libertad y se entregará a domicilio para los principales distribuidores.

3.13.4. Estrategias del precio

- Los precios serán iguales a los de la competencia, para tener un mejor posicionamiento en el mercado.
- Realizar un análisis permanente de los precios de la competencia.
- Establecer precios competitivos que sean accesibles a los potenciales clientes.
- Dar alternativas de pago ofertando créditos de acuerdo al monto de la compra.

- **PLAZA**

- Estos productos se los comercializará desde el Centro de Rehabilitación Social de la ciudad de Tulcán con el personal encargado del funcionamiento de la pequeña empresa y con las personas con pre libertad.

- Además se tiene previsto a futuro contar con un local de ventas y distribución al norte de la ciudad de Tulcán.

3.13.5. Estrategias del plaza

- Para la entrega de los pedidos se utilizará un vehículo, con rutas establecidas desde el Centro de Rehabilitación a las tiendas.
- Se llevarán registros de almacenamiento y empaque que serán tramitados por el encargado de la entrega de los productos.
- Para realizar un adecuado registro de las ventas, se emplearán facturas o notas de venta.
- Realizar contactos comerciales con grandes mayoristas que deseen el producto.
- Buscar alianzas con otras empresa productoras de pan, maní y sábanas para proveerlos.
- Participar en eventos y ferias locales, exhibiendo los productos y realizando degustaciones del producto en el caso del pan y el maní.

- **PROMOCIÓN**

Los productos se lo promocionarán desde el Centro de Rehabilitación Social y en los medios de comunicación; adema se aprovechará de las políticas de gobierno que impulsan el mejoramiento de los Centros de Rehabilitación social del País.

PROMOCIÓN DE LOS PRODUCTOS DE LA PEQUEÑA EMPRESA

Con respecto a la promoción de los productos tenemos:

- Por apertura se realizará el 10% de descuento por la compra de cualquier de los productos ya sea la compra en efectivo o con tarjeta de crédito en el primer mes.
- En la venta de pan, se entregará 5 panes por la compra de 50 unidades al por mayor.
- En la venta del maní al por mayor 3 funditas por cada 20 unidades.
- La venta de sábanas tendrán el 10% de descuento por cada prenda comprada.

ILUSTRACIÓN No. 7 AFICHE



Elaborado Por: Patricia Molina

- **PUBLICIDAD DE LOS PRODUCTOS DE LA PEQUEÑA EMPRESA**

Los clientes que adquieran mayores volúmenes y paguen de contado recibirán un trato preferencial a la hora de priorizar pedidos manejando siempre la filosofía “satisfacer al cliente, entregando los productos en cantidad, momento y lugar, que necesiten”.

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

- **Hojas volantes**

**ILUSTRACIÓN No.8
HOJA VOLANTE**

Elaborado Por: Patricia Molina

- Cuñas de radio: para captar la atención de los clientes se contratará con espacios publicitarios en las radios más sintonizadas de la ciudad de Tulcán tales como: Radio Tulcán, Radio América.
- Se implantará una campaña publicitaria para dar a conocer de la nueva pequeña empresa y sus productos, abarcando no solo medios impresos, sino también fabulosos anuncios en áreas estratégicas donde se quiere dar a conocer el producto
- La imagen corporativa que adopte la pequeña empresa deberá ser innovadora e impactante, con un logotipo y slogan que la identifique a la misma.

3.14. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

- De acuerdo al análisis cuantitativo y cualitativo de la oferta y demanda de productos de panadería, maní y sábanas, se estableció que existen segmentos de mercado que deben ser cubiertos en el corto y mediano plazo.
- En el consumo del pan en la ciudad de Tulcán se consideró, el tipo de pan que se consume, la frecuencia de compra del mismo y la cantidad diaria que adquiere cada familia y según resultados del estudio de mercado el 74% de las familias de la ciudad de Tulcán estarías dispuestos a Comprar, lo cual representa a 12.801 familias, de las cuales prefieren el consumo del pan.
- La oferta del mercado de productos para panadería, maní y sábanas , se encuentra representada en la ciudad de Tulcán por 8 panaderías productoras y comercializadores que no han logrado abastecer la

oferta existente, en cuanto al maní de igual manera no tenemos personas que se dediquen a la producción de funditas de maní de 10 gramos para su posterior venta, en cuanto a las sabanas no tenemos competidores directos ya que para abastecerse de este producto les visitan de otras ciudades del País

- En la provincia del Carchi no existe una competencia que se considere fuerte, debido a que la producción de panadería, confitería y principalmente en textilera es pequeña, lo que hace que no se puedan expandir a otros mercados y cubrir todas las necesidades de los comerciales del Carchi.
- De la demanda se puede mencionar que de las 8 Panaderías y 472 tiendas que adquieren productos de panadería, maní y sábanas, en su totalidad necesitan del servicio que propone la nueva pequeña empresa, por tanto el proyecto podría cubrir paulatinamente las necesidades de los habitantes de la ciudad Tulcán.
- El precio de los productos ha tenido muy buena aceptación por parte de los comerciantes, existiendo una demanda por cubrir, lo cual implica un factor favorable.
- Los comerciantes encuestados mencionan que los precios de sus proveedores son medios, indicando que en caso de existir una nueva alternativa con servicio inmediato y una atención personalizada, se podrían cambiar de proveedor.
- Es importante considerar que para mantenerse y crecer en el mercado, será necesario que los productos en sus cualidades y características sean de buena calidad y altamente competitivos, para no dejarse desplazar por otros similares o iguales.

En definitiva, analizando los resultados del estudio se pudo determinar que es viable poner en funcionamiento una pequeña -empresa con estos productos en el Centro de Rehabilitación Social de la Ciudad de Tulcán; porque existe la demanda suficiente de los productos y se conoce las variables más importantes del mercado para hacer frente a la competencia.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

Este capítulo permite establecer y analizar los diferentes aspectos para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis responderá a las preguntas como: ¿Dónde estará ubicado el proyecto?, ¿Qué tamaño será el adecuado?, ¿Cómo deben ser las instalaciones de la plantación?, ¿Qué proceso se aplicará en la producción y comercialización del producto?, ¿Qué tipo de inversiones se necesita efectuar?

El estudio técnico es fundamental en un proyecto, ya que es en este donde se estudia la localización, tamaño, distribución de la plantación, procesos, inversiones; ilustrando así todos los factores que influyen para el mejor desarrollo del proyecto, entre los cuales se cuentan los agentes que intervienen en la compra de maquinaria y equipo, así como la

adquisición de estas, los diferentes métodos para determinar el tamaño de la planta, los métodos para su localización, los métodos de distribución y, finalmente, también se examinan los procesos de producción que pueden operar para el proyecto de inversión.

4.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

En esta parte se encuentra la macrolocalización y microlocalización del proyecto.

4.1.1. Macro localización del proyecto

La pequeña empresa estará ubicada en:

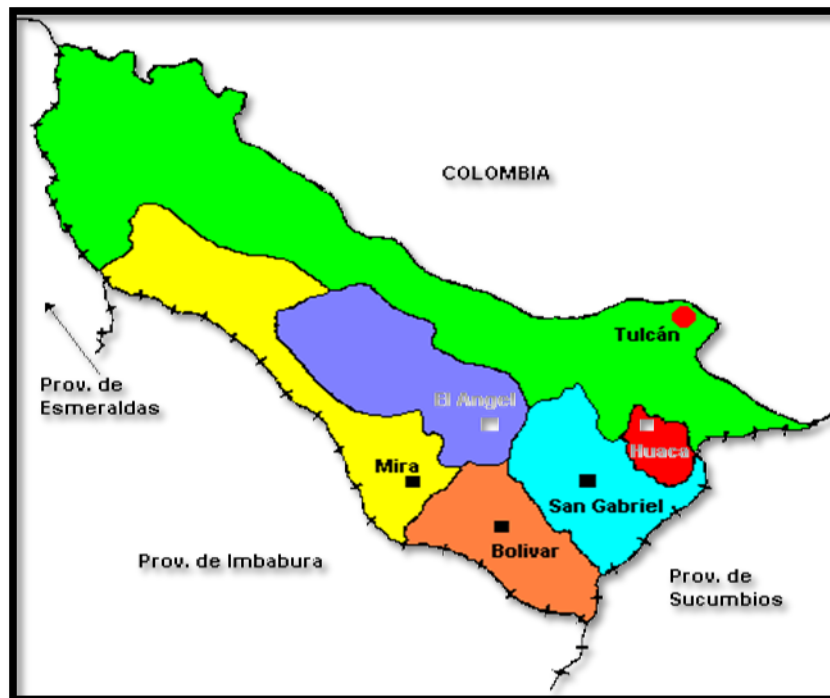
País: Ecuador

Provincia: Carchi

Cantón: Tulcán

Ciudad: Tulcán

ILUSTRACIÓN No.9 MAPA DE LA PROVINCIA DEL CARCHI



Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

El estudio de factibilidad para la creación de esta pequeña empresa se lo realizará en la provincia del Carchi, sus límites son: Al norte, los ríos Carchi y San Juan le sirven de frontera con Colombia, al sur limita con la provincia de Imbabura, al este con la provincia de Sucumbíos y al occidente con la provincia de Esmeraldas.

Las tierras del altiplano están cortadas por los cursos fluviales: Río San Juan (norte) y Río Mira (sur); por el este, el gran macizo que culmina en el cerro Pelado (4.149 m), se levanta sobre la hoya del río Chota. Las hoyas del río Chota en el sur, con sus afluentes río del Ángel, Apaqui y del río Bobo en el norte, se cierran por el este con una cordillera cuyo punto culminante es el cerro Mirador (4.086 m). Esta depresión aparece como la principal zona de asentamiento urbano y canalización de las comunicaciones. Allí se asienta su capital, Tulcán, y otras localidades menores como San Gabriel, El Ángel o Ciudad Colón, y por ella discurre la carretera Panamericana.

4.1.2. Microlocalización del proyecto

La Pequeña empresa será instalada en el Centro de Rehabilitación Social de la Ciudad de Tulcán, en la Avenida Manabí y Argentina Telf.2985945, capital de la Provincia del Carchi; se encuentra ubicada en los Andes Septentrionales del Ecuador en la frontera con Colombia, a 00° 44' de latitud norte y 77° 43' de longitud occidental, a una altura de 2.955 msnm, constituyéndose en la capital de provincia más alta del Ecuador, manteniendo un clima de frío andino.

Tulcán también es la ciudad más austral del país, por ello es también conocida como "Centinela norteña". Está a 7 Km. de la frontera colombiana; es decir, del puente internacional de Rumichaca, compartido por los dos países y su población es de 86498 habitantes.

El lugar geográfico donde se va a llevar a cabo la presente investigación es:

- REGIÓN: Sierra
- PROVINCIA: Carchi
- CANTÓN: Tulcán (Centro de Rehabilitación Social de la Ciudad)

En conjunto es una provincia que vive de la agricultura y la ganadería; la agricultura se limita a estas tierras altas: maíz, avena, cebada, trigo. En las zonas más bajas, cálidas y abrigadas, se cultiva café, caña de azúcar y una gran variedad frutícola. La agricultura se acompaña con una ganadería vacuna y lanar.

Según el último ordenamiento territorial, la provincia de Carchi pertenece a la región comprendida también por las provincias de Esmeraldas, Imbabura y Sucumbíos.

4.1.3. Obras de infraestructura

El lugar donde se va a desarrollar la pequeña empresa, cuenta con los servicios básicos requeridos para poner en marcha este proyecto. En cuanto a obras de infraestructura cuenta con alcantarillado, agua potable, luz eléctrica; entre otras.

4.1.4. Vías de acceso

La ciudad de Tulcán se encuentra muy bien comunicada en cuanto a las vías de acceso y cuenta con transporte terrestre y aéreo se refiere, pues que está atravesada por la carretera Panamericana y tiene un aeropuerto (Aeropuerto. Luis A. Mantilla) semi-regional con vuelos comerciales diarios.

Las principales distancias desde Tulcán (en km) a otras ciudades son:

- Rumichaca (frontera) 5
- Ipiales (Colombia) 8
- Pasto (Colombia) 104
- Cali (Colombia) 485
- El Ángel 78
- Maldonado 90
- Ibarra 124
- Otavalo 143
- Quito 260
- Esmeraldas 548
- Guayaquil 609
- Manta 634

Además existen construidas dos carreteras de segundo y tercer orden:

- Carretera Tulcán – Tufiño – Maldonado – Tobar Donoso, vía que podría permitir en el futuro una comunicación directa con la

provincia de Esmeraldas y el Océano Pacífico, esta carretera se encuentra construida hasta la parroquia de Chical.

- Carretera Tulcán – El Carmelo – Santa Bárbara – La Bonita – Lago Agrio, la que permitirá comunicarse con la provincia de Sucumbíos, en el Oriente Ecuatoriano.

4.2. TAMAÑO DEL PROYECTO

4.2.1. Rendimientos aproximados de productos

Analizando el presupuesto que se tiene previsto invertir y la disponibilidad de mano de obra que hay en el centro de Rehabilitación Social de la ciudad de Tulcán, tendrá la capacidad de producir las siguientes cantidades de estos productos:

**CUADRO No.83
CAPACIDAD DE PROYECTO**

DEMANDA INSATISFECHA	Año 1
Pan	22.850.887
Cobertura del proyecto aprox.	7%
Objetivo. panes a producir	1.545.600
Maní	775.809
Cobertura del proyecto aprox.	41%
Objetivo. maní a producir	316.800
Sábanas	14.842
Cobertura del proyecto aprox.	39%
Objetivo. sábanas a producir	5.760

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

Considerando la cantidad de recursos económicos, la maquinaria, equipo con que se cuenta y el capital humano, tanto personal calificado como no calificado, se tiene una capacidad de producción (anexo G), y agradable tanto para las personas privadas de la libertad como para la los

funcionarios de este centro de Rehabilitación Social de la ciudad de Tulcán provincia del Carchi; es así que la capacidad de producción es:

a. PRODUCCIÓN DE PAN

En cuanto a la producción de Pan de acuerdo a los hornos que se va a instalar en este centro, se tiene la capacidad de producción de **1.545.600** panes de 30 gramos en el primer año.

b. PRODUCCIÓN DE CONFITERIA

En cuanto a la producción de maní y turrónes se va a implementar una mini industria artesanal, la misma que estará en la capacidad de producir **316.800** sobres de maní de 10 gramos.

c. PRODUCCIÓN DE SÁBANAS

En cuanto a la producción de sábanas se tiene una capacidad de producción de **5.760** juegos en el primer año.

4.3. UBICACIÓN DE LA PLANTA

4.3.1. Etapa de pre-operación

Se iniciará con el acercamiento e identificación de los y las involucradas, seguidamente se realizará un diagnóstico de las habilidades y destrezas personales y grupales e inmediatamente se iniciará un proceso de capacitación en temas como organización, revalorización, derechos, relaciones humanas, motivación, con el fin de garantizar el involucramiento decidido y generar confianza entre la agencia ejecutora y los involucrados.

Seguidamente previo al análisis del diagnóstico de realizará un proceso de capacitación técnica en áreas productivas, comercialización y marketing, con el fin de garantizar una seguridad personal en los procesos de producción, para esto se coordinará con agencias locales que garanticen un buen proceso de transferencia de conocimientos y capacidades

Inmediatamente se conformaran los talleres productivos, en la ciudad de Tulcán, estos espacios serán de aplicación de los conocimientos adquiridos y actuaran como espacios de relación interpersonal, producción, comercialización.

Para finalizar el proceso se instalará una incubadora micro empresarial, misma que tendrá como objetivo apoyar la implementación de procesos empresariales grupales o personales, ligados a los procesos personales, humanos y técnicos adquiridos por los participantes, al mismo tiempo se creara un espacio de relación entre los demandantes de empleo y los ofertantes, según la necesidad

4.3.2. Diseño de instalaciones

Para el funcionamiento de ésta pequeña empresa, se va adecuar en una parte de las instalaciones del Centro de Rehabilitación Social de la Ciudad de Tulcán, para el buen funcionamiento del proyecto es preciso diseñar instalaciones tanto para el área administrativa como el área operativa. Tendrá una extensión de 103 m² de construcción.

ILUSTRACIÓN No.10



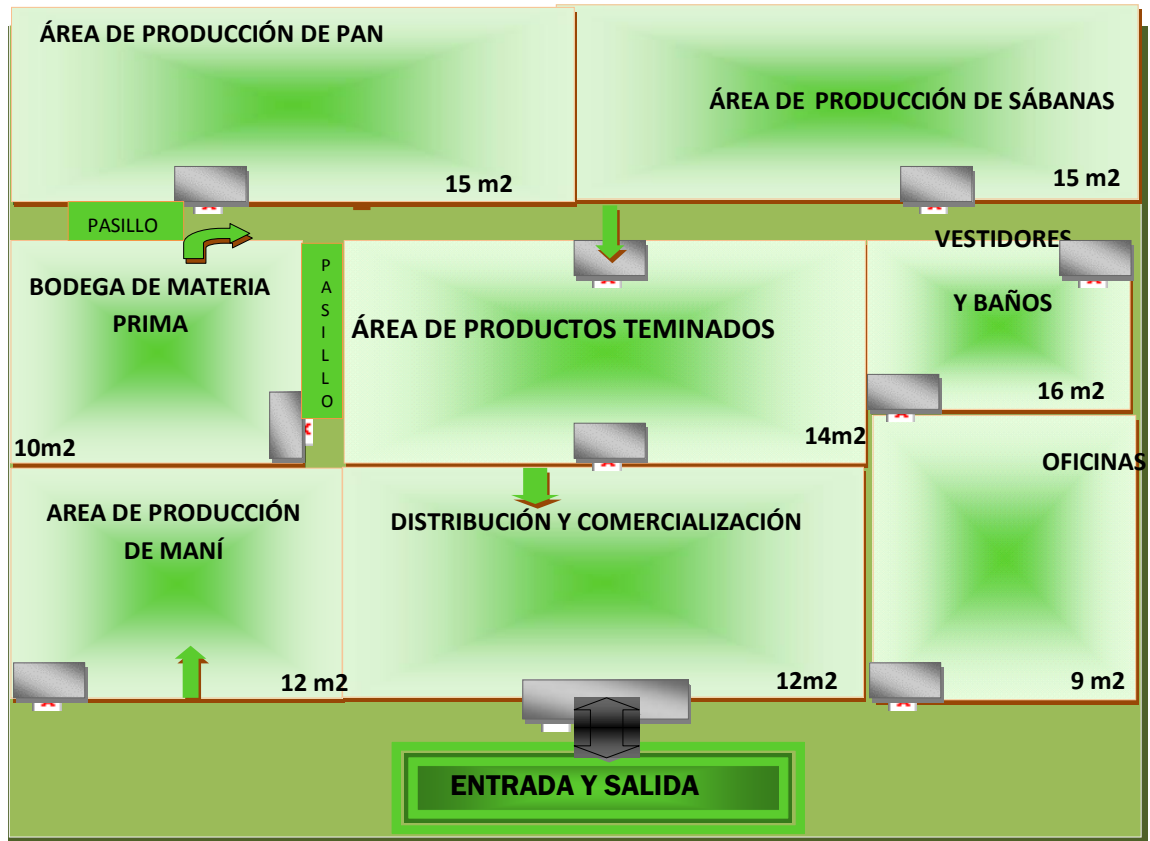
Fuente: Fotografía
Elaborado por: La autora

CUADRO No.83 DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES

ÁREA	UNIDADES	DIMENCIÓN EN (m ²)
Producción de Pan	1	15m ²
Producción de Sábanas	1	15m ²
Producción de Maní	1	12 m ²
Bodega de Materia Prima	1	10 m ²
Área de Productos Terminados	1	14 m ²
Vestidores y Baños	1	16 m ²
Distribución y Comercialización	1	12 m ²
Oficinas	1	9 m ²
ÁREA TOTAL A UTILIZAR		103m²

4.3.3. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

ILUSTRACIÓN No.11 DISEÑO DE LAS INSTALACIONES



Elaborado por: La Autora
Fuente: Directa

- **SECCIÓN DE PREPARACIÓN DE PANADERÍA**

Se tiene determinado las instalaciones para el funcionamiento de la panadería, en la que se tiene todos los implementos para la elaboración del pan, para luego proceder con la distribución.

- **SECCIÓN DE PREPARACIÓN DE CONFITERÍA**

Al igual que la panadería se cuenta con las instalaciones para el proceso de producción de confitería específicamente el maní, el cual laboran las personas destinadas para esta área productiva, luego de la producción pasa al almacenamiento y distribución del producto; el tipo de confitería que se elabora en esta sección es solamente el maní, puesto que el proceso productivo para este producto es sencillo y no hay mucha competencia de este producto en el mercado.

- **SECCIÓN DE TEXTILES**

Esta sección cuenta con los instrumentos y maquinaria para el proceso de elaboración de las sábanas, las cuales son almacenadas en este mismo lugar para luego proceder con la distribución y venta

- **BODEGA DE MATERIA PRIMA**

En el Centro de Rehabilitación Social de la ciudad de Tulcán se tiene determinado la infraestructura para el funcionamiento de la pequeña empresa, dentro de la cual se tiene definido un lugar en el que se recibe y se almacena la materia prima para la producción de los diferentes productos.

Al recibir la materia prima, se somete a un proceso de clasificación y revisión, de acuerdo con los parámetros de calidad establecidos para la producción, después de lo cual se almacena para ser trasladada al proceso productivo.

Esta es la sección donde guardaremos la materia prima para la elaboración del pan, maní y sábanas.

- **ÁREA DE PRODUCTOS TERMINADOS**

Aquí estarán los productos que ya están casi listos para su distribución

- **SECCIÓN DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN**

Luego de garantizado los espacios físicos para garantizar los proceso productivos, se tendrá un espacio para la distribución y comercialización de los productos; también se tendrá un local en el centro de la ciudad para impulsar la comercialización de todos los productos que se elaboren en esta pequeña empresa.

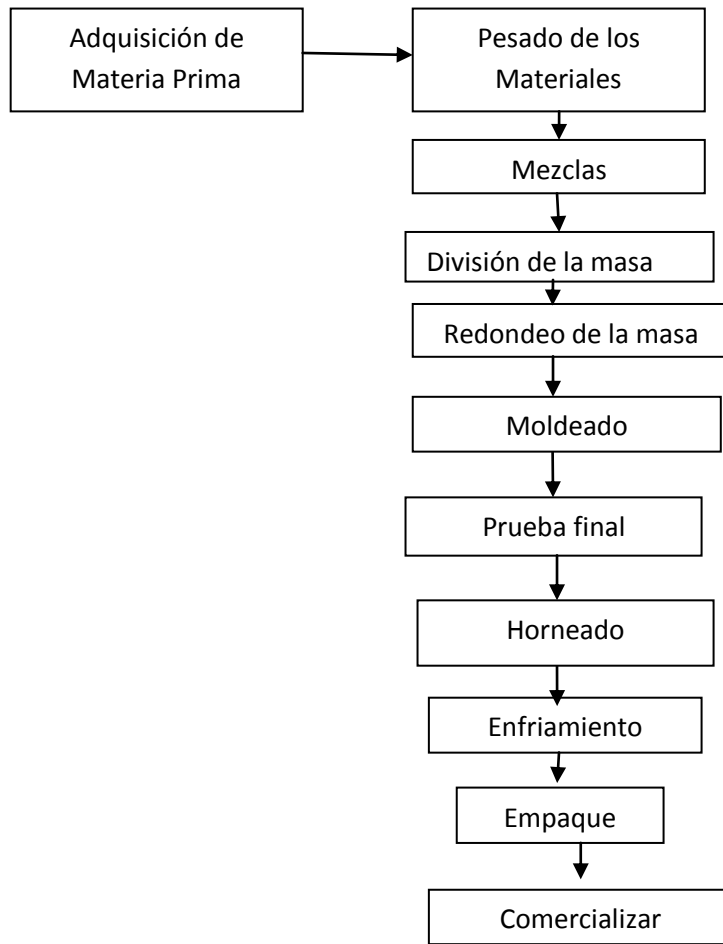
- **SECCIÓN OFICINA**

Aquí se encontrara dos pequeñas oficinas que serán la del Gerente General y la del Contador quien también cumplirá funciones de venta.

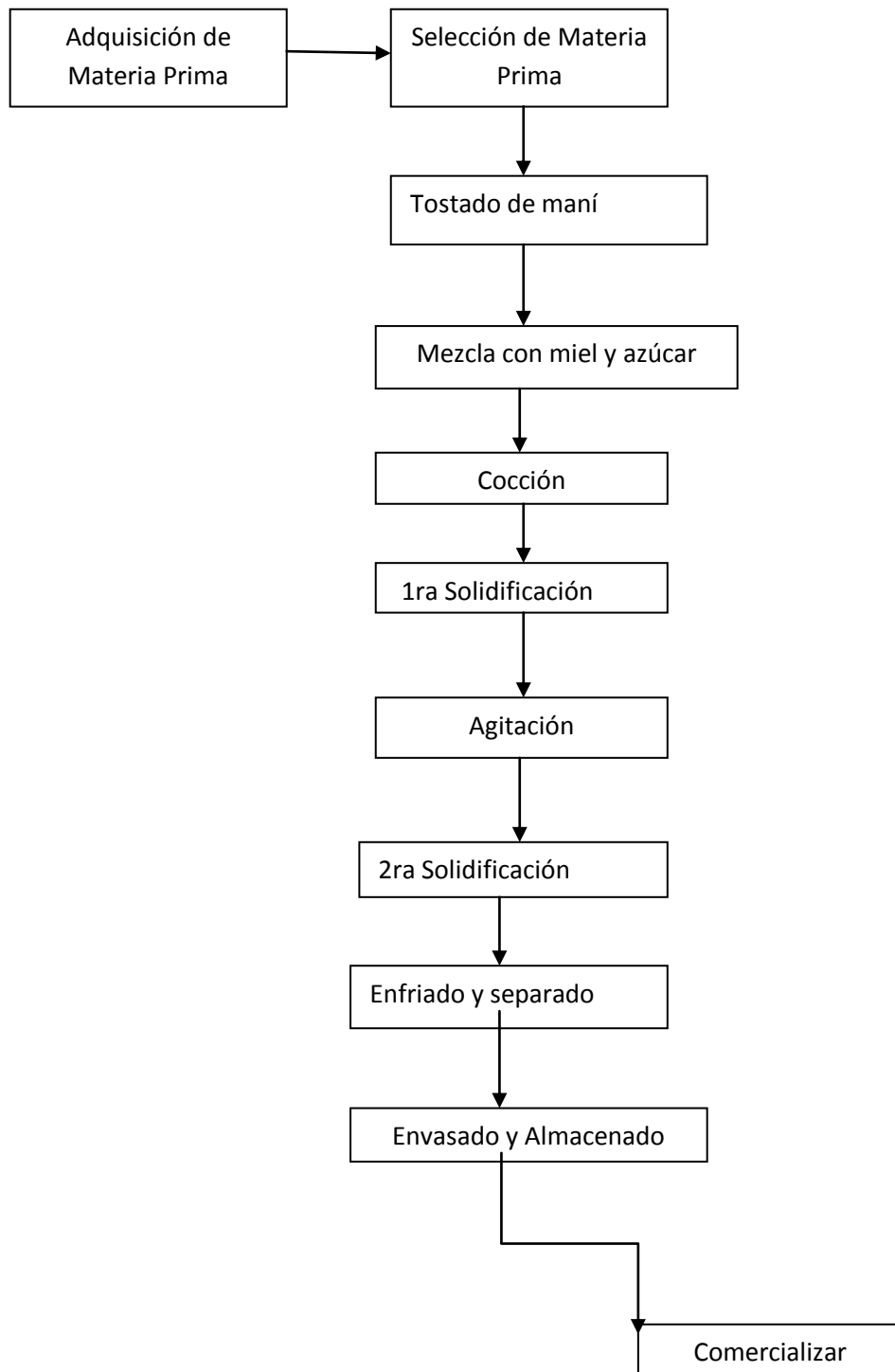
4.4. FLUJO GRAMA DEL PROCESO

En la elaboración de los productos de ésta pequeña empresa cuenta con los siguientes procesos tomados por la dirección técnica del departamento de producción; de igual manera se trabajó con los diagramas de flujo, con los cuales se describe las secuencias lógicas que tiene cada proceso que se sigue para obtener los productos.

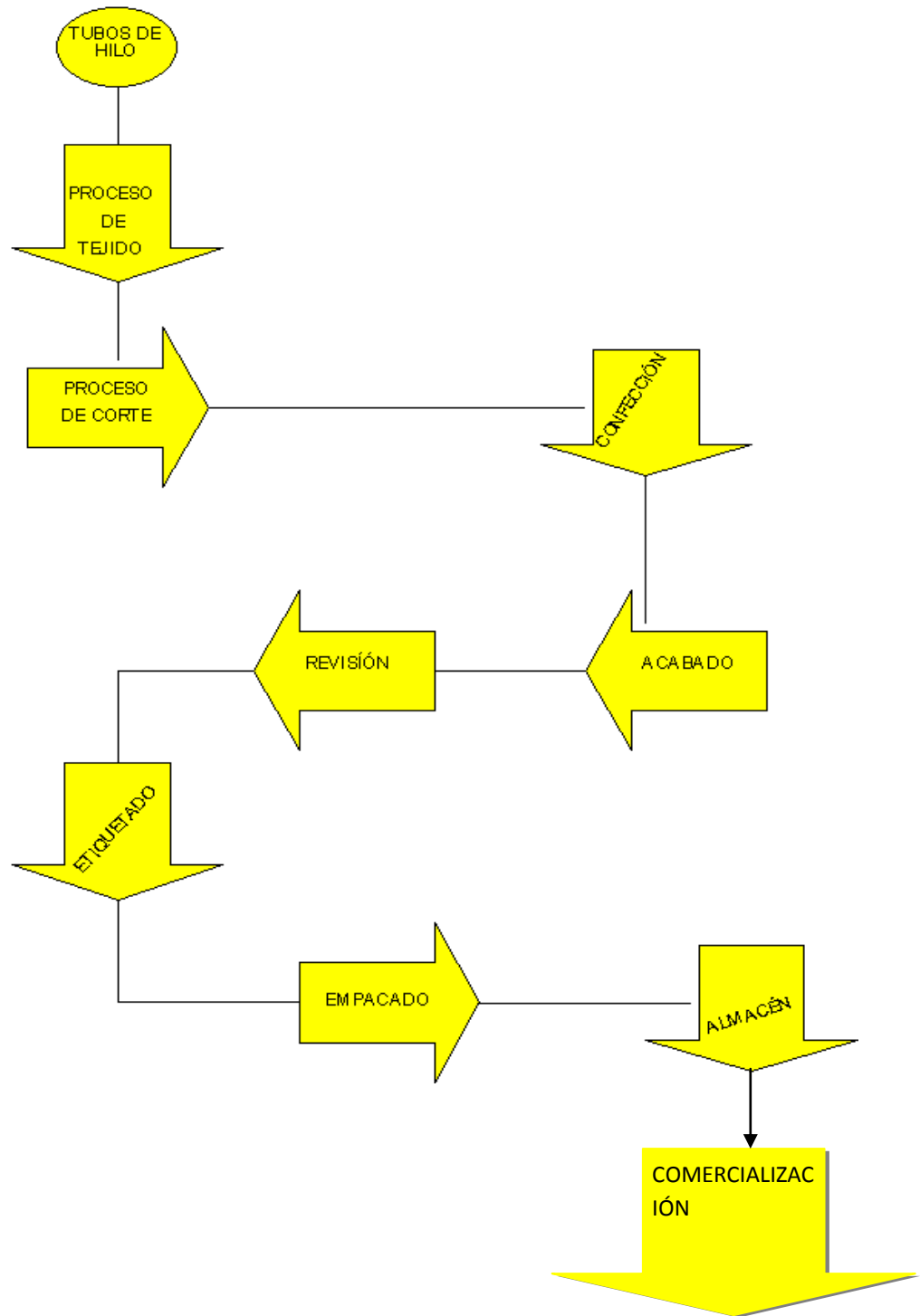
4.4.1. Diagrama de bloque para producir pan



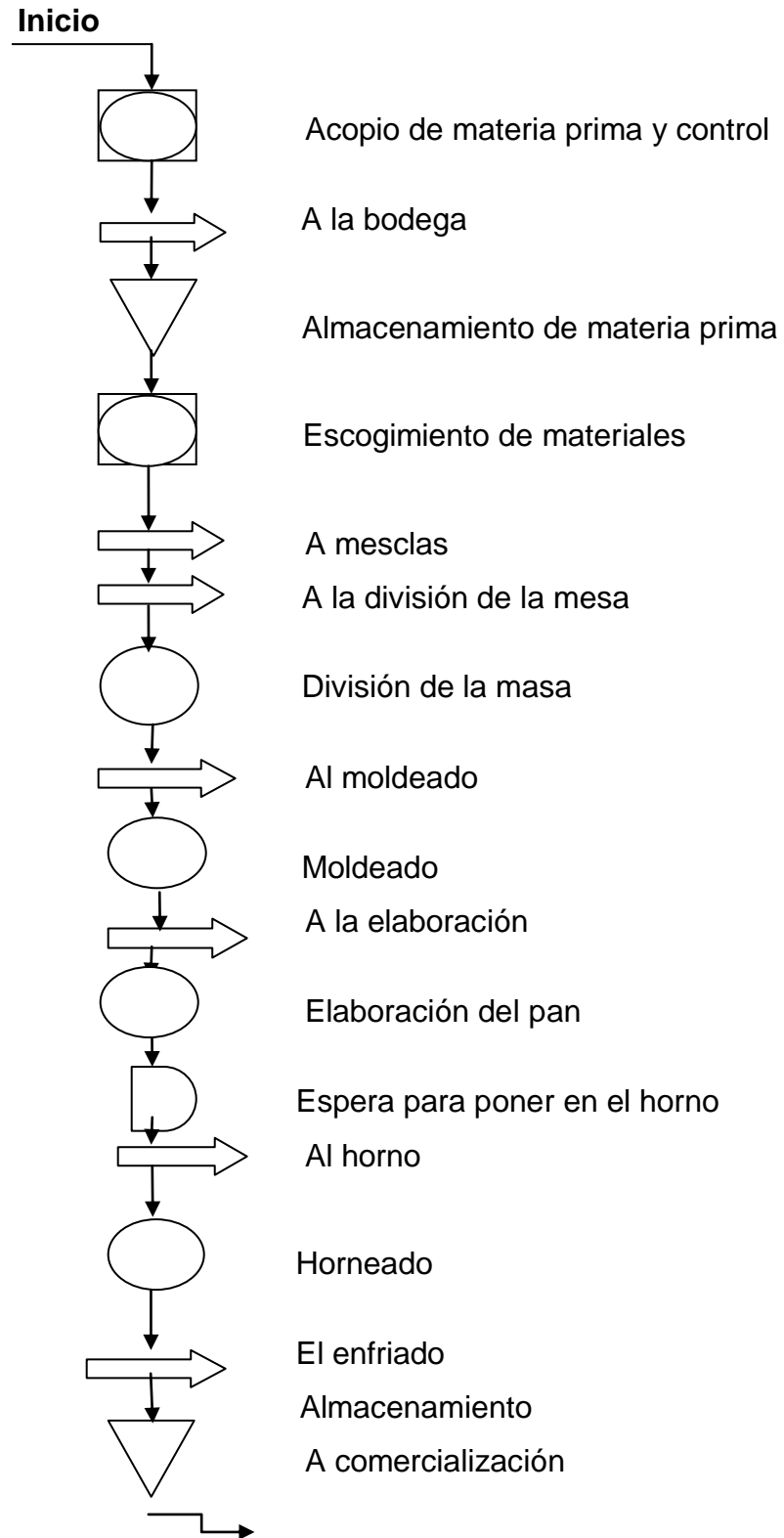
4.4.2. Diagrama de bloques para producir maní



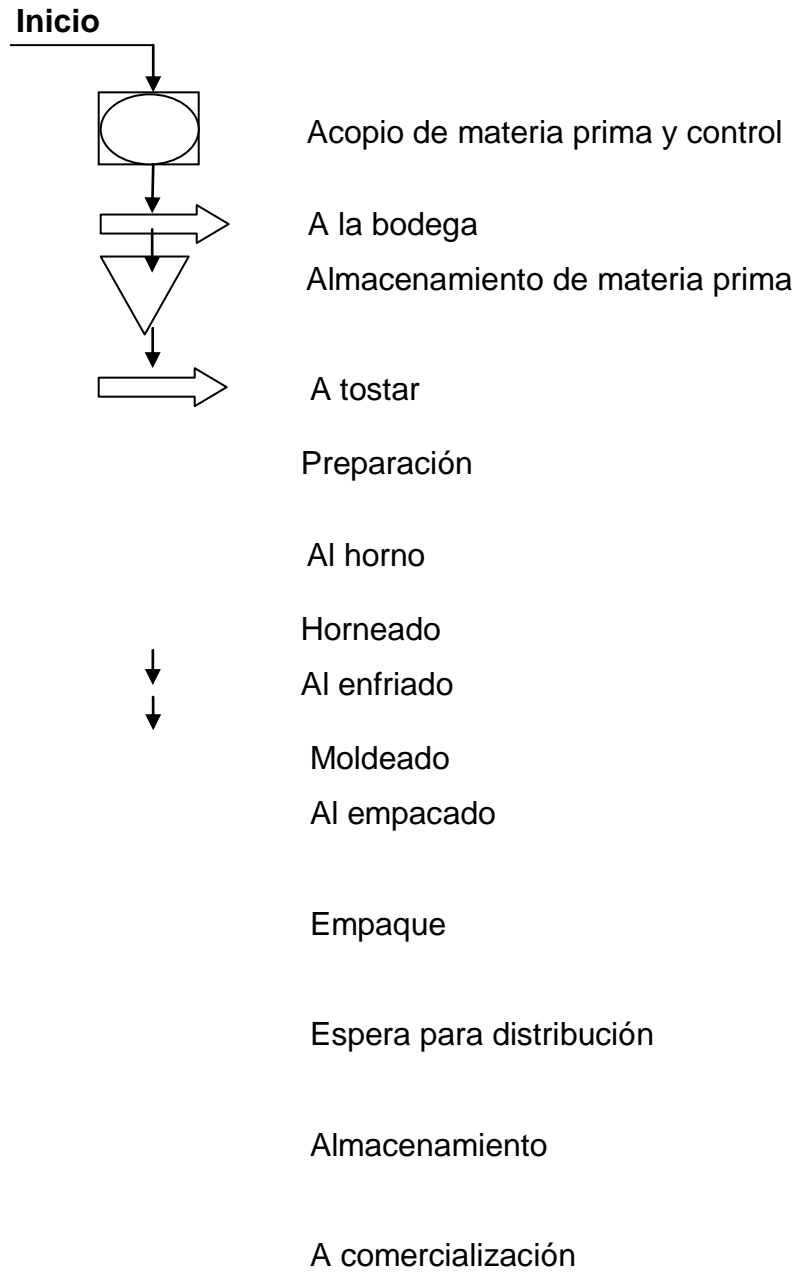
4.4.3. Diagrama de bloques para producir sábanas



4.4.4. Diagrama de flujo para producir pan



4.4.5. Diagrama de flujo para producir maní



4.4.6. Diagrama de flujo para producir sábanas

Inicio

Acopio de materia prima

A la bodega

Almacenamiento

Selección de Materia Prima

Selección y control

A Examinar

Examinar

A la sección de hilado

Hilado

Ha tinturado

Tinturado

Almacenado hasta dar uso

A tejeduría o confección

Tejeduría o confección

A bodega

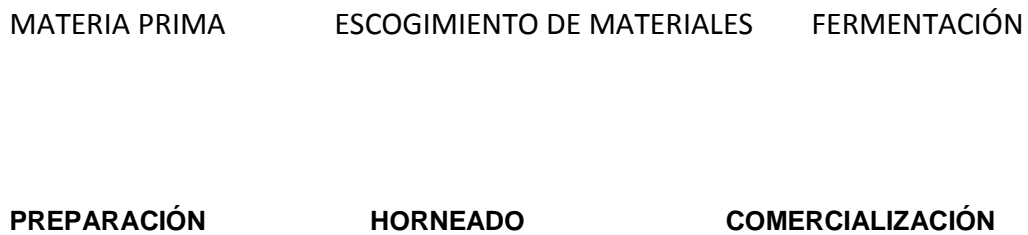
Almacenamiento

A comercialización

4.4.7. PROCESO DE ELABORACIÓN

- **Proceso de producción de pan**

En el proceso productivo se tiene varios productos, que según el estudio de mercado tienen demanda y se está en la capacidad de producirlos, en una determinada cantidad.



Especificaciones técnicas

a. PAN

En el Centro de Rehabilitación Social se implementará una panadería y se iniciará con un proceso de capacitación, en dicho curso taller se tendrá la participación de 35 personas privadas de la libertad, se iniciará con la conformación de grupos de trabajo para una mejor participación de cada uno de ellos, se dictarán clases de diferentes tipos de pan, biscochos, moncaibas, empanadas y tortas; una vez concluida la capacitación se procederá a la adquisición del material de construcción para adecuar las instalaciones en donde se va a realizar los productos; y posteriormente se realizara la elaboración del pan.

En la ejecución de proyecto elaboraremos básicamente panes populares de trigo.

b. CONFITERÍA

Esta pequeña empresa funcionará en el Centro de Rehabilitación social, en área de confitería se produciría solamente fundas de Maní de 10 gramos por ser el proceso productivo más sencillo y no hay tanta competencia en el mercado.

SELECCIÓN DE MATERIA PRIMA

MANÍ

PREPARACIÓN

COMERCIALIZACIÓN

Considerando que cuanto más artesano es un producto mejor resulta, ya que se lo realiza sin las prisas de una masiva cadena productiva, aunque claro está con el tiempo han tenido que encontrar el equilibrio entre esta elaboración artesanal y la producción industrial moderna.

En el Centro de Rehabilitación de la ciudad de Tulcán se elaborara funditas de maní confitado de 10 gramos

d. SÁBANAS

La sábana es algo muy sencillo de hacer, pero tenemos que tener nociones básicas de cómo hacerlo, una máquina de coser y mucha paciencia. La calidad de los hilos con los que están confeccionadas las sábanas, es muy importante, porque de ello dependerá la suavidad o no,

de las sábanas con la que contaremos. Las sábanas con más de 140 hilos, por pulgada cuadrada tienen una terminación fuerte, suave y lustrosa, con lo cual tendremos una sábana con una textura aterciopelada y muy duradera. Nada más agradable que dormir en una cama que tenga esta característica. Cuando se trabaja una tela para sábanas con hilos muy delgados tendremos como resultado sábanas de muy buena calidad, y hasta lujosa.

La confección de sabanas las realizaremos dependiendo del tamaño y medidas de cama entre ellas tenemos:

- Individual
- Matrimonial
- Queen
- King
- Cunas

Una vez concluida esta fase se procederá a la implementación del taller de industria textil con todo lo necesario; luego de lo cual, analizando los resultados del estudio de mercado se procederá con la producción de sabanas estampadas sencillas de plaza y media.

SÁBANAS

MATERIA PRIMA

CONFECCIÓN

COMERCIALIZACIÓN

4.5. PRESUPUESTO TÉCNICO

Para el funcionamiento de este proyecto la Fundación Acción y Vida “FUNDESAV” será la institución ejecutora, se tiene previsto firmar algunos convenios con instituciones cooperantes, los cuales permitirá obtener los recursos económicos necesarios y garantizar el funcionamiento del presente proyecto; dicho presupuesto técnico se lo elaboró de la esa manera.

Considerando el desarrollo de la presente propuesta, se ha resumido en las siguientes inversiones, las mismas que fueron establecidas por el equipo técnico que estará involucrado en el proceso.

4.5.1. Inversión Fija

La inversión fija está representada por los activos tangibles.

- **Infraestructura**

Se realizará una obra de infraestructura en el centro de rehabilitación donde funcionará la pequeña empresa.

CUADRO No.84
INFRAESTRUCTURA

Detalle	m2	Valor Unitario m2	Valor Total
Área administrativa y ventas	21	145	3.045,00
Área de producción	82	125	10.250,00
TOTAL			13.295,00

Fuente: Arquitecto

Elaborado Por: Patricia Molina

- **Maquinaria y Equipo**

El proceso productivo de la pequeña empresa, requiere realizar inversiones en maquinaria que garanticen el funcionamiento y la producción.

**CUADRO No.85
MAQUINARIA Y EQUIPO**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
PANADERIA			
Horno giratorio	1	12.000,00	12.000,00
Latas de aluminio	55	15,00	825,00
Batidora	1	500,00	500,00
Refrigeradora	1	750,00	750,00
Amasadora	1	1.800,00	1.800,00
Balanza	1	90,00	90,00
Cocina	1	350,00	350,00
Tanque de gas industrial	2	60,00	120,00
Cuchillo de sierra	1	25,00	25,00
Subtotal			16.460,00
MANÌ			
Bomba alimentadora	2	950,00	1.900,00
Equipo de control	1	600,00	600,00
Dado de vacío	1	300,00	300,00
Transportador de elevación	1	800,00	800,00
Transportador de enfriamiento	1	1.500,00	1.500,00
Máquina envolvedora	1	700,00	700,00
Subtotal			5.800,00
SÀBANAS			
Maquina semi industrial	2	3.600,00	7.200,00
Maquina recta	1	900,00	900,00
Maquina estampadora	1	1.200,00	1.200,00
Plancha	1	120,00	120,00
Subtotal			9.420,00

TOTAL	31.680
--------------	---------------

Fuente: Importadora Terán

Elaborado Por: Patricia Molina

- **Menaje para la Producción**

Son los activos que complementan las actividades productivas.

CUADRO No.86
MENAJE PARA LA PRODUCCIÓN

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Recipiente para disolver	2	75	150
Bandejas de acero inoxidable	2	200	400
Juegos de ollas de 6 piezas	1	20	20
Docena de cubiertos	1	15	15
Paletas	4	2,00	8
Utensilios	1	12,60	12,6
TOTAL			605,60

Fuente: Todo Hogar

Elaborado Por: Patricia Molina

- **Muebles y Enseres**

Esta pequeña empresa, tendrá una oficina, área productiva y local de atención permanente, por tanto fue necesario invertir recursos en muebles y enseres.

CUADRO No.87
MUEBLES Y ENSERES

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
ÁREA ADMINISTRATIVA			
Escritorio ejecutivo	2	150	300
Sillón ejecutivo	2	50	100
Sillas de visitantes	6	20	120
Basureros grandes	2	5	10

Papeleras	2	15	30
Subtotal			560
ÁREA DE PRODUCCIÓN			
Mesa con cubierta de aluminio	2	280	560
Rodillos	4	15	60
Taburetes	6	15	90
Mostradores de productos	2	120	240
Subtotal			950
TOTAL			1.510

Fuente: Amoblar

Elaborado Por: Patricia Molina

- **Equipo de Computación**

Para la pequeña empresa, se adquirirá equipos de cómputo para garantizar el buen manejo de los recursos.

CUADRO No.88
EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Computador fijo	2	700	1400
Impresora multifunción	1	170	170
TOTAL			1.570,00

Fuente: Movicom

Elaborado Por: Patricia Molina

- **Equipo de Oficina**

CUADRO No.89
EQUIPO DE OFICINA

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Teléfono	1	120	120
Sumadora	1	45	45
Calculadora	2	25	50
TOTAL			215

Fuente: Ganga
Elaborado Por: Patricia Molina

- **Resumen de la Inversión Fija**

A continuación se presenta el resumen de la inversión fija

CUADRO No.90
RESUMEN DE LA INVERSIÓN FIJA

DESCRIPCIÓN	VALOR
Infraestructura	13.295
Maquinaria y Equipo	31.680
Menaje para la producción	606
Muebles y Enseres	1.510
Equipo de Cómputo	1.570
Equipo de Oficina	215
TOTAL ACTIVOS FIJOS	48.876

Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

4.5.2. Capital de Trabajo

El capital de trabajo esta presupuestado para un mes, corresponde al dinero que se necesita para cubrir los gastos del proyecto en la etapa de inicio.

CUADRO No.91
CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
COSTOS DE PRODUCCIÓN		
Materia prima directa	13.704,00	
Mano de obra directa	3.950,87	
Empaques	601,60	
Servicios Básicos	80,00	
Consumo de gas	20,00	
Vestimenta	50,00	
Reposición menaje	5,05	
Mantenimiento de equipo	15,00	
SUBTOTAL		18.426,52
GASTOS ADMINISTRATIVOS		

Sueldos administrativos	1.053,87	
Servicios básicos	20,00	
Servicios de comunicación	60,00	
Útiles de oficina	14,27	
Mantenimiento computación	15,00	
SUBTOTAL		1.163,13
GASTOS DE VENTAS		
Publicidad	114,67	
Transporte	220,00	
SUBTOTAL		334,67
TOTAL		19.924,32
Imprevistos 2%		398,49
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		20.322,81

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: Patricia Molina

4.5.3. Inversion Total

La inversión total del proyecto está compuesta de: activos fijos y capital de trabajo.

CUADRO No. 92 INVERSIÓN TOTAL

DESCRIPCIÓN	VALOR
Activos Fijos	48.875,60
Capital de Trabajo	20.322,81
TOTAL	69.198,41

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

4.5.4. Financiamiento

Para el desarrollo de la presente propuesta se tiene importantes instituciones involucradas para poner en ejecución esta importante pequeña empresa, además se gestionará un crédito para completar la inversión total la cual está distribuida de la siguiente manera:

- MIES con una aportación de 27.000 dólares.

- FUNDESAV 2.198,41 dólares en coordinación y administración de los recursos
- Crédito 40.000 dólares

CUADRO No.93
FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Capital Propio(MIES,FUNDESAV)	29.198,41	42,20
Capital Financiado	40.000,00	57,80
TOTAL	69.198,41	100,00

Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

4.5.5. Requerimiento de Talento Humano

El talento humano que tendrá la pequeña empresa será el siguiente:

CUADRO No.94
REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO

DESCRIPCIÓN	No.
Gerente	1
Contadora	1
Jefe de producción	1
Operarios para pan	3
Operarios para mani	2
Operarios para sábanas	3
TOTAL	11

Fuente: Investigación de campo
Elaborado Por: Patricia Molina

4.6. SEGUIMIENTO Y MONITOREO

Este proyecto contribuye a fortalecer los derechos de las personas privadas de la libertad y garantiza que este importante sector tenga la posibilidad de vivir en entornos dignos y garantizar en lo posterior la

posibilidad de permanecer integrados en la sociedad; por lo que se le dará un estricto control y seguimiento del desarrollo de todas las actividades que se tiene planificado en el proyecto.

Este proyecto se sustentará con la intervención de instituciones involucradas con el desarrollo social, así como: El Ministerio de Inclusión Económica y Social, los directivos del Centro de Rehabilitación Social de Tulcán; la FUNDESAV, La pastoral Social y las autoridades de control social, quienes determinarán informes mensuales sobre la situación de proyecto.

Así mismo desde el inicio, al intermedio y final de ejecución del proyecto, se realizarán distintas reuniones de información, socialización y rendición de cuentas, en las cuales participarán las personas privadas de la libertad que son beneficiadas del proyecto, el Ministerio de Inclusión Económica y Social la FUNDESAV, La Pastoral Social e instituciones de veeduría y control social

Para fortalecer este proceso, se realizará primero una reunión de socialización con todos los involucrados, actores sociales y autoridades; en dicha reunión también se creará una veeduría de control y seguimiento en la ejecución del proyecto; luego de lo cual se realizarán reuniones trimestrales e informar el avance del proyecto y se realizará un programa final de rendición de cuentas con todos los involucrados

Esto con el fin de transparentar la inversión y conocer de cerca cada uno de los gastos realizados con relación al proyecto.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO

5.2. DETERMINACIÓN DE INGRESOS

La pequeña empresa tiene previsto producir varios productos, que según el estudio de mercado tienen demanda y se está en la capacidad de producirlos, entre los que se encuentra: Pan, Maní, y Sábanas.

5.2.1. Proyecciones de ventas de productos

La proyección de ventas fue planteada en base al estudio de mercado y la capacidad del proyecto, el precio se lo estableció analizando los costos y gastos más un margen de utilidad tomando en cuenta la competencia (ver anexo H), para la proyección se aplicó la inflación del 2,7% registrada en el 2013.

CUADRO No.95
PROYECCIONES DE VENTAS DE PRODUCTOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Pan en unidades	1.545.600	1.622.880	1.704.024	1.789.225	1.878.686
Precio unitario	0,10	0,10	0,11	0,11	0,11
Subtotal	154.560,00	162.288,00	187.442,64	196.814,75	206.655,46
Maní en unidades	316.800	388.080	407.484	427.858	449.251
Precio unitario	0,15	0,15	0,16	0,16	0,17
Subtotal	47.520,00	58.212,00	65.197,44	68.457,28	76.372,67
Sábanas juegos	5.760	7.056	7.409	7.779	8.168
Precio unitario	12,00	12,32	12,66	13,00	13,35
Subtotal	69.120,00	86.929,92	93.797,94	101.127,00	109.042,80
TOTAL	271.200,00	307.429,92	346.438,02	366.399,03	392.070,93

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

Con la venta de los productos que se fabricarán en esta pequeña empresa se obtendrán ingresos económicos que fortalecerán la rentabilidad del proyecto.

5.3. DETERMINACIÓN DE EGRESOS

En esta parte se encuentran los recursos que se deben asignar para cubrir los costos de producción, gastos administrativos y ventas, los cuales crecen en base a las necesidades para la elaboración de cada producto; el costo está proyectado en base a la inflación del año 2013 que fue del 2,7%, excepto el pago de sueldos que se aplicó el 9,6% que representa la tendencia del sueldo básico de los últimos años.

5.3.1. Costos de producción

Son las erogaciones que están relacionadas con la producción.

- **Materia prima e insumos**

**CUADRO No.96
MATERIA PRIMA E INSUMOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Pan en unidades	1.545.600	1.622.880	1.704.024	1.789.225	1.878.686
Costo unitario	0,06	0,06	0,06	0,06	0,07
Subtotal	92.736,00	97.372,80	102.241,44	107.353,50	131.508,02
Maní en unidades	316.800	388.080	407.484	427.858	449.251
Costo unitario	0,09	0,09	0,09	0,10	0,10
Subtotal	28.512,00	34.927,20	36.673,56	42.785,80	44.925,10
Sábanas juegos	5.760	7.056	7.409	7.779	8.168
Costo unitario	7,50	7,70	7,91	8,12	8,34
Subtotal	43.200,00	54.331,20	58.605,19	63.165,48	68.121,12
TOTAL	164.448,00	186.631,20	197.520,19	213.304,78	244.554,24

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

En el cuadro anterior se puede observar la cantidad de productos que se va a elaborar con su respectivo costo unitario cuyo análisis detallado se encuentra en el anexo I.

- **Mano de obra**

Dentro de los sueldos para producción, se encuentra el jefe de producción y los operarios, estos costos crecen en base al 9,6% según la tendencia del sueldo básico de los últimos años.

**CUADRO No. 97
PROYECCIÓN DEL SALARIO BÁSICO UNIFICADO**

No.	PERSONAL	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
1	Jefe de producción	400,00	438,40	480,49	526,61	577,17
3	Operarios para pan	954,00	1.045,58	1.145,96	1.255,97	1.376,55
2	Operarios para maní	636,00	697,06	763,97	837,31	917,70
3	Operarios para sábanas	975,00	1.068,60	1.171,19	1.283,62	1.406,85
	MENSUAL	2.965,00	3.249,64	3.561,61	3.903,52	4.278,26
	ANUAL	35.580,00	38.995,68	42.739,27	46.842,23	51.339,09

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

**CUADRO No.98
PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA**

DESCRIPCION	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Salario Básico Unificado	35.580,00	38.995,68	42.739,27	46.842,23	51.339,09
Aporte Patronal	4.322,97	4.737,98	5.192,82	5.691,33	6.237,70
Fondos de Reserva		3.249,64	3.561,61	3.903,52	4.278,26
Vacaciones	1.482,50	1.624,82	1.780,80	1.951,76	2.139,13
Décimo Tercero	2.965,00	3.249,64	3.561,61	3.903,52	4.278,26
Décimo Cuarto	3.060,00	3.353,76	3.675,72	4.028,59	4.415,33
Total costo de mano de obra	47.410,47	55.211,52	60.511,82	66.320,96	72.687,77

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

- **Empaques**

Para la buena presentación de los productos se destinará recursos para los empaques.

**CUADRO No.99
EMPAQUES**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
No. De empaques para pan	154.560	162.288	170.402	178.923	187.869
Costo unitario	0,010	0,010	0,011	0,011	0,011
Subtotal	1.545,60	1.666,70	1.797,28	1.938,11	2.089,95
No. De empaques para maní	316.800	388.080	407.484	427.858	449.251
Costo unitario	0,017	0,017	0,018	0,018	0,019
Subtotal	5.385,60	6.775,49	7.306,35	7.878,80	8.496,10
No. De empaques sabanas	5.760	7.056	7.409	7.779	8.168
Costo unitario	0,050	0,051	0,053	0,054	0,056
Subtotal	288,00	362,33	390,72	421,31	454,33
COSTO TOTAL	7.219,20	8.804,51	9.494,35	10.238,22	11.040,38

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

- **Servicios básicos**

Para el proceso productivo se utilizará maquinaria por tanto es necesario el uso de energía como también el agua.

**CUADRO No.100
SERVICIOS BÁSICOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Luz	600,00	616,20	632,84	649,92	667,47
Agua	360,00	369,72	379,70	389,95	400,48
TOTAL	960,00	985,92	1.012,54	1.039,88	1.067,96

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

- **Consumo de gas**

El consumo de gas para las actividades productivas es:

**CUADRO No.101
CONSUMO DE GAS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Consumo de gas	240,00	246,48	253,13	259,97	266,99
TOTAL	240,00	246,48	253,13	259,97	266,99

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

- **Vestimenta de trabajo**

Es la indumentaria que utilizaran los trabajadores en todo el proceso de producción de los diferentes productos que se elaboran en el Centro.

**CUADRO No.102
VESTIMENTA DE TRABAJO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Trajes para la producción	600	616,20	632,84	649,92	667,47
TOTAL	600,00	616,20	632,84	649,92	667,47

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

- **Reposición menaje**

Corresponde a los recursos que se destina para realizar la reposición del menaje, cuyo valor es el 10% del valor total.

**CUADRO No.103
REPOSICIÓN MENAJE**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Reposición menaje	60,56	62,20	63,87	65,60	67,37
TOTAL	60,56	62,20	63,87	65,60	67,37

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

- **Mantenimiento maquinaria y equipo**

Para garantizar el buen funcionamiento de la maquinaria y equipos utilizados en el proceso productivos se contratará el servicio de mantenimiento.

CUADRO No.104
MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Mantenimiento equipo	180,00	184,86	189,85	194,98	200,24
TOTAL	180,00	184,86	189,85	194,98	200,24

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

- **Resumen de costos de producción**

CUADRO No.105
RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Costos directos					
Materia prima e insumos	164.448,00	186.631,20	197.520,19	213.304,78	244.554,24
Mano de obra directa	47.410,47	55.211,52	60.511,82	66.320,96	72.687,77
Costos indirectos					
Empaques	7.219,20	8.804,51	9.494,35	10.238,22	11.040,38
Servicios básicos	960,00	985,92	1.012,54	1.039,88	1.067,96
Consumo de gas	240,00	246,48	253,13	259,97	266,99
Vestimenta de trabajo	600,00	616,20	632,84	649,92	667,47
Reposición menaje	60,56	62,20	63,87	65,60	67,37
Mantenimiento de equipo	180,00	184,86	189,85	194,98	200,24
TOTAL	221.118,23	252.742,88	269.678,60	292.074,30	330.552,42

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

5.3.2. Gastos administrativos

Comprende los gastos de la parte administrativa del proyecto, entre los que se encuentran los sueldos, servicios básicos, servicios de

comunicación, útiles de oficina y mantenimiento de computación, los cuales crecen en base a la inflación del 2,7% registrada en el 2013, excepto los sueldos que crecen al 9,6% que es la tendencia del sueldo básico de los últimos años.

- **Sueldos administrativos**

En los sueldos administrativos se encuentran el pago al Gerente y Contadora.

**CUADRO No.106
SUELDOS ADMINISTRATIVOS**

No.	PERSONAL	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
1	Gerente	450,00	493,20	540,55	592,44	649,31
1	Contadora	350,00	383,60	420,43	460,79	505,02
	MENSUAL	800,00	876,80	960,97	1.053,23	1.154,34
	ANUAL	9.600,00	10.521,60	11.531,67	12.638,71	13.852,03

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

**CUADRO No.107
PROYECCIÓN DEL SUELDO ADMINISTRATIVO**

DESCRIPCION	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Salario Básico Unificado	9.600,00	10.521,60	11.531,67	12.638,71	13.852,03
Aporte Patronal	1.166,40	1.278,37	1.401,10	1.535,60	1.683,02
Fondos de Reserva		876,80	960,97	1.053,23	1.154,34
Vacaciones	400,00	438,40	480,49	526,61	577,17
Décimo Tercero	800,00	876,80	960,97	1.053,23	1.154,34
Décimo Cuarto	680,00	745,28	816,83	895,24	981,19
Total sueldos administrativos	12.646,40	14.737,25	16.152,03	17.702,63	19.402,08

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

- **Servicios básicos**

Son los recursos asignados para el pago de agua y energía eléctrica de parte administrativa del emprendimiento.

CUADRO No.108
SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Agua	60,00	61,62	63,28	64,99	66,75
Luz	180,00	184,86	189,85	194,98	200,24
TOTAL	240,00	246,48	253,13	259,97	266,99

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

- **Servicios de comunicación**

Para el gasto en comunicaciones se ha contemplado el rubro para teléfono e internet.

CUADRO No.109
SERVICIOS DE COMUNICACIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Teléfono	420,00	431,34	442,99	454,95	467,23
Internet	300,00	308,10	316,42	324,96	333,74
TOTAL	720,00	739,44	759,40	779,91	800,97

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

- **Útiles de oficina**

Se ha considerado los suministros de oficina, dentro de los que se invertirá en algunos artículos muy necesarios para el normal funcionamiento de la pequeña empresa.

CUADRO No.110
UTILES DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Papel resma	35,00	35,95	36,92	37,91	38,94
Carpetas	2,40	2,46	2,53	2,60	2,67
Esferográfico	3,00	3,08	3,16	3,25	3,34
Tinta impresora	65,00	66,76	68,56	70,41	72,31

Cuaderno	10,50	10,78	11,07	11,37	11,68
Lápiz	8,80	9,04	9,28	9,53	9,79
Borrador	1,50	1,54	1,58	1,62	1,67
Libretines (facturas)	45,00	46,22	47,46	48,74	50,06
TOTAL	171,20	175,82	180,57	185,44	190,45

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

- **Mantenimiento computación**

Se contratará el servicio de un técnico para el mantenimiento de las computadoras.

CUADRO No.111
MANTENIMIENMTO COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Mantenimiento computación	180,00	184,86	189,85	194,98	200,24
TOTAL	180,00	184,86	189,85	194,98	200,24

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

- **Resumen de gastos administrativos**

CUADRO No.112
RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Sueldos administrativos	12.646,40	14.737,25	16.152,03	17.702,63	19.402,08
Servicios básicos	240,00	246,48	253,13	259,97	266,99
Servicios de comunicación	720,00	739,44	759,40	779,91	800,97
Útiles de oficina	171,20	175,82	180,57	185,44	190,45
Mantenimiento computación	180,00	184,86	189,85	194,98	200,24
TOTAL	13.957,60	16.083,86	17.534,99	19.122,93	20.860,73

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

5.3.3. Gastos de ventas

En los gastos de ventas se encuentra el presupuesto de recursos para publicidad y transporte, cuyos rubros crecen en base a la inflación del 2,7% correspondiente al año 2013.

- **Publicidad**

Para introducir el producto se realizará publicidad a través de radio, afiches y página web.

CUADRO No.113

PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Radio	840,00	862,68	885,97	909,89	934,46
Afiches	200,00	205,40	210,95	216,64	222,49
Página web	336,00	345,07	354,39	363,96	373,78
TOTAL	1.376,00	1.413,15	1.451,31	1.490,49	1.530,74

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

- **Transporte**

Para comercializar el producto y para el abastecimiento de suministros para la producción se contratará transporte por la modalidad de fletes.

CUADRO No.114

TRANSPORTE

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Transporte	2.640,00	2.711,28	2.784,48	2.859,67	2.936,88

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

5.3.4. Financiamiento

Para garantizar los procesos de producción y principalmente de comercialización, se hizo necesario adquirir un crédito para financiar el proyecto. La gestión del préstamo se lo realizará en la Corporación Financiera Nacional por un monto de 40.000 dólares a un plazo de pago de 5 años, al interés de 10,25%, con pagos mensuales.

**CUADRO No.115
TABLA DE AMORTIZACIÓN**

meses	cuota	intereses	amortización	amortizado	pendiente
0					40.000,00
1	854,81	341,67	513,14	513,14	39.486,86
2	854,81	337,28	517,53	1.030,67	38.969,33
3	854,81	332,86	521,95	1.552,62	38.447,38
4	854,81	328,40	526,41	2.079,02	37.920,98
5	854,81	323,91	530,90	2.609,93	37.390,07
6	854,81	319,37	535,44	3.145,36	36.854,64
7	854,81	314,80	540,01	3.685,37	36.314,63
8	854,81	310,19	544,62	4.230,00	35.770,00
9	854,81	305,54	549,28	4.779,27	35.220,73
10	854,81	300,84	553,97	5.333,24	34.666,76
11	854,81	296,11	558,70	5.891,94	34.108,06
12	854,81	291,34	563,47	6.455,41	33.544,59
13	854,81	286,53	568,28	7.023,69	32.976,31
14	854,81	281,67	573,14	7.596,83	32.403,17
15	854,81	276,78	578,03	8.174,86	31.825,14
16	854,81	271,84	582,97	8.757,83	31.242,17
17	854,81	266,86	587,95	9.345,79	30.654,21
18	854,81	261,84	592,97	9.938,76	30.061,24
19	854,81	256,77	598,04	10.536,79	29.463,21
20	854,81	251,66	603,15	11.139,94	28.860,06
21	854,81	246,51	608,30	11.748,24	28.251,76
22	854,81	241,32	613,49	12.361,73	27.638,27
23	854,81	236,08	618,73	12.980,47	27.019,53
24	854,81	230,79	624,02	13.604,48	26.395,52
25	854,81	225,46	629,35	14.233,83	25.766,17
26	854,81	220,09	634,72	14.868,56	25.131,44
27	854,81	214,66	640,15	15.508,70	24.491,30
28	854,81	209,20	645,61	16.154,32	23.845,68

29	854,81	203,68	651,13	16.805,45	23.194,55
30	854,81	198,12	656,69	17.462,14	22.537,86
31	854,81	192,51	662,30	18.124,44	21.875,56
32	854,81	186,85	667,96	18.792,39	21.207,61
33	854,81	181,15	673,66	19.466,06	20.533,94
34	854,81	175,39	679,42	20.145,47	19.854,53
35	854,81	169,59	685,22	20.830,69	19.169,31
36	854,81	163,74	691,07	21.521,76	18.478,24
37	854,81	157,83	696,98	22.218,74	17.781,26
38	854,81	151,88	702,93	22.921,67	17.078,33
39	854,81	145,88	708,93	23.630,60	16.369,40
40	854,81	139,82	714,99	24.345,59	15.654,41
41	854,81	133,71	721,10	25.066,69	14.933,31
42	854,81	127,56	727,26	25.793,94	14.206,06
43	854,81	121,34	733,47	26.527,41	13.472,59
44	854,81	115,08	739,73	27.267,14	12.732,86
45	854,81	108,76	746,05	28.013,19	11.986,81
46	854,81	102,39	752,42	28.765,61	11.234,39
47	854,81	95,96	758,85	29.524,47	10.475,53
48	854,81	89,48	765,33	30.289,80	9.710,20
49	854,81	82,94	771,87	31.061,67	8.938,33
50	854,81	76,35	778,46	31.840,13	8.159,87
51	854,81	69,70	785,11	32.625,24	7.374,76
52	854,81	62,99	791,82	33.417,06	6.582,94
53	854,81	56,23	798,58	34.215,64	5.784,36
54	854,81	49,41	805,40	35.021,04	4.978,96
55	854,81	42,53	812,28	35.833,32	4.166,68
56	854,81	35,59	819,22	36.652,54	3.347,46
57	854,81	28,59	826,22	37.478,76	2.521,24
58	854,81	21,54	833,27	38.312,04	1.687,96
59	854,81	14,42	840,39	39.152,43	847,57
60	854,81	7,24	847,57	40.000,00	0,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

- Intereses

CUADRO No.116

INTERESES

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Interés	3.802,32	3.108,65	2.340,45	1.489,69	547,52

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

5.3.5. Depreciación

La depreciación corresponde al reconocimiento de "gastos" originados en la obsolescencia y/o deterioro de los bienes de activo fijo.

**CUADRO No.117
DEPRECIACIÓN**

ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	AÑO 0	VALOR RESIDUAL	% POR LEY	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Muebles y Enseres	1.510,00	151,00	10%	135,90	135,90	135,90	135,90	135,90
Equipo de Cómputo	1.570,00	523,33	33%	348,89	348,89	348,89		
Renovación Equipo de Cómputo	1.612,39	537,46	33%				358,31	358,31
Equipo de Oficina	215,00	21,50	10%	19,35	19,35	19,35	19,35	19,35
Maquinaria y Equipo	31.680,00	3.168,00	10%	2.851,20	2.851,20	2.851,20	2.851,20	2.851,20
Infraestructura	13.295,00	664,75	5%	631,51	631,51	631,51	631,51	631,51
TOTAL	49.882,39			3.986,85	3.986,85	3.986,85	3.996,27	3.996,27

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

5.3.6. Gastos de estudios y constitución

Los gastos de estudios y constitución están representados por: el estudio de factibilidad, readecuación del lugar y trámites de constitución.

**CUADRO No.118
GASTOS DE ESTUDIOS Y CONSTITUCIÓN**

DETALLE	TOTAL
Estudio de factibilidad	1.200,00
Readecuación del lugar	400,00
Trámites de constitución	320,00
TOTAL	1.920,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

5.4. Estados financieros

Efectuado los correspondientes presupuestos como son: inversiones, ingresos, egresos; se procedió a estructurar los estados financieros proforma.

5.4.1. Estado de situación financiera

El estado de situación financiera contiene la información de los activos, pasivos y patrimonio que posee la pequeña empresa, este balance representa la posición financiera al inicio de las operaciones productivas y comerciales.

CUADRO No.119
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

ACTIVO		PASIVO		
ACTIVOS CORRIENTE	20.322,81	PASIVOS LARGO PLAZO	40.000	
Caja - Bancos	20.322,81	Préstamo por pagar	40.000,00	
PLANTA PROPIEDAD Y EQUIPO	48.875,60	PATRIMONIO	29.198,41	
Infraestructura	13.295	Inversión propia	29.198,41	
Maquinaria y equipo	31.680			
Menaje para la producción	606			
Equipo de computación	1.570			
Equipo de oficina	215			
Muebles y enseres	1.510			
TOTAL ACTIVOS	69.198,41	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO		69.198,41

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

5.4.2. Estado de resultados

Este estado representa la posición económica de la pequeña empresa reflejada en el superávit o déficit durante el ejercicio productivo comercial.

**CUADRO No.120
ESTADO DE RESULTADOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Ingresos Proyectados	271.200,00	307.429,92	346.438,02	366.399,03	392.070,93
Costos de Producción	221.118,23	252.742,88	269.678,60	292.074,30	330.552,42
Superávit Bruto	50.081,77	54.687,04	76.759,42	74.324,73	61.518,51
Gastos Administrativos	13.957,60	16.083,86	17.534,99	19.122,93	20.860,73
Gastos de Ventas	4.016,00	4.124,43	4.235,79	4.350,16	4.467,61
Depreciación	3.986,85	3.986,85	3.986,85	3.996,27	3.996,27
Gastos Financieros	3.802,32	3.108,65	2.340,45	1.489,69	547,52
Gasto de Estudios y Constitución	1.920,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Superávit Operativo	22.399,00	27.383,25	48.661,34	45.365,68	31.646,38
Impuesto a la Renta	4927,78	6024,31	10705,49	9980,45	6962,20
Superávit Neto	17.471,22	21.358,93	37.955,84	35.385,23	24.684,17

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

5.4.3. Estado de flujo de caja

El flujo de caja representa la dinámica del efectivo en lo que tiene que ver en las entradas y salidas del efectivo.

**CUADRO No.121
FLUJO DE CAJA PROYECTADO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
INGRESOS						
Inversión inicial	-69.198,41					
Superávit Operativo		22.399,00	27.383,25	48.661,34	45.365,68	31.646,38
(+)Depreciación		3.986,85	3.986,85	3.986,85	3.996,27	3.996,27
(-)Reinversión					1.612,39	
(-)Pago al principal		6.455,41	7.149,08	7.917,28	8.768,03	9.710,20
(-)Impuestos		4927,78	6024,31	10705,49	9980,45	6962,20
(+)Recuperación de inversión						29.929,29
(=) FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO	-69.198,41	15.002,66	18.196,71	34.025,42	29.001,08	48.899,54

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

5.5. Evaluación de la inversión o financiera

5.5.1. Determinación del costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio

Para determinar el costo de oportunidad se estableció tanto la tasa pasiva para el capital propio y la tasa activa para el capital financiado, según información recopilada del Banco Central se encuentra al 4,60% y la tasa activa del 10,25%.

**CUADRO No.122
COSTO DE OPORTUNIDAD**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital Propio	29.198,41	42,20	4,60	194,10
Capital Financiado	40.000,00	57,80	10,25	592,50
TOTAL	69.198,41	100,00	14,85	786,60

Fuente: Investigación directa

Elaborado Por: Patricia Molina

$C_k = 7,87\%$

- **Tasa de rendimiento medio**

Para obtener la tasa de rendimiento medio, se aplicó la siguiente fórmula:

DATOS:

$C_k(\text{valor ponderado}) = 7,87\%$

$I_f(\text{Inflación}) = 2,7\%$

$TRM = ((1+C_k)(1+I_f)-1)$

$TRM = 0,1078$

$TRM = 10,78\%$

Este punto es tal vez, el principal a determinar en el análisis económico, la TMAR o tasa mínima aceptable de rendimiento; es decir es aquella tasa, que antes de invertir, una persona siempre tiene en mente como lograr una tasa mínima de ganancia sobre la inversión propuesta.

5.5.2. Valor actual neto

El método de valor presente es uno de los criterios económicos más ampliamente utilizados en la evaluación de proyectos de inversión. Consiste en determinar la equivalencia en el tiempo 0 de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. Cuando dicha equivalencia es mayor que el desembolso inicial, entonces, es recomendable que el proyecto sea aceptado.

**CUADRO No.123
VALOR ACTUAL NETO**

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR DE DESCUENTO 10,78%	ENTRADAS ACTUALES
0	-69.198,41			-69.198,41
1		15.002,66	1,108	13.542,96
2		18.196,71	1,227	14.828,02
3		34.025,42	1,359	25.028,73
4		29.001,08	1,506	19.257,26
5		48.899,54	1,668	29.310,97
VAN				32.769,53

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

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

$$VAN=32.769,53$$

El VAN del proyecto es de \$32.769,53 por tanto el proyecto es factible.

El valor actual neto representa el valor del dinero a tiempo presente como también la rentabilidad del proyecto en valores monetarios.

Fue necesario realizar estos cálculos, para comprobar si este proyecto conviene o no implementar en el Centro de Rehabilitación Social de la Ciudad de Tulcán; y, por el monto determinado se puede decir que el proyecto es rentable y por lo tanto se debe ejecutar.

5.5.3. Tasa interna de retorno

**CUADRO No.124
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)**

AÑO	ENTRADAS EN EFECTIVO	FACTOR 10,78%	ENTRADAS ACTUALIZADAS	FACTOR 25%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0	-69.198,41		-69.198,41		-69.198,41
1	15.002,66	1,108	13542,96	1,250	12.002,13
2	18.196,71	1,227	14828,02	1,563	11.645,89
3	34.025,42	1,359	25028,73	1,953	17.421,01
4	29.001,08	1,506	19257,26	2,441	11.878,84
5	48.899,54	1,668	29310,97	3,052	16.023,40
VAN			32.769,53		-227,13

Fuente: Investigación directa

Elaborado Por: Patricia Molina

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \left(\frac{VAN Ti}{VAN Ti - VAN Ts} \right)$$

Dónde:

Ti =Tasa Inferior

Ts =Tasa Superior

VAN Ti= VAN de la tasa inferior

VAN Ts=VAN de la tasa superior

TIR 24,87%

El TIR representa la rentabilidad que devuelve la inversión en un periodo de tiempo en términos porcentuales.

5.5.4. Periodo de recuperación de la inversión

**CUADRO No.125
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**

AÑOS	CAPITAL	FLUJO NETO DEFLACTADO	RECUP. CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN
1	69.198,41	13.542,96	13.542,96	1 Año
2		14.828,02	14.828,02	2 Años
3		25.028,73	25.028,73	3 Años
4		19.257,26	15.798,71	9 Meses

Fuente: Investigación directa

Elaborado Por: Patricia Molina

El periodo de recuperación de la inversión representa el tiempo óptimo donde se recupera la inversión efectuada en el proyecto.

Luego de los respectivos cálculos se puede ver, que la inversión se recuperaría en 3 años con 9 meses.

5.5.5. Costos beneficio

**CUADRO No.126
COSTO BENEFICIO**

AÑO	FNE	FACTOR 10,78%	FNEA
1	15.002,66	1,108	13.542,96
2	18.196,71	1,227	14.828,02
3	34.025,42	1,359	25.028,73
4	29.001,08	1,506	19.257,26
5	48.899,54	1,668	29.310,97
			101.967,93

Fuente: Investigación directa

Elaborado Por: Patricia Molina

$$Beneficio/costo = \frac{\sum FNEA}{INVERSIÓN}$$

$$B/C=1,47$$

El beneficio costo representa la rentabilidad generada por cada dólar invertido en el proyecto. Para el caso en estudio por cada dólar invertido, se tendrá 0,47 dólares más de beneficio.

5.5.6. Punto de equilibrio

Este indicador determina el equilibrio que esta pequeña empresa debe tener en sus ventas; es decir, si la pequeña empresa está trabajando en su punto de equilibrio, es necesario vender determinada cantidad de unidades y que el valor de ventas deberá ser superior al punto de equilibrio. Para la determinación del punto de equilibrio debemos en primer lugar conocer los costos fijos y variables de la empresa.

CUADRO No. 127 CLASIFICACIÓN DE COSTOS

COSTOS FIJOS	VALOR
Sueldos administrativos	12.646,40
Servicios básicos	240,00
Servicios de comunicación	720,00
Útiles de oficina	171,20
Mantenimiento computación	180,00
Publicidad	1.376,00
Transporte	2.640,00
Gasto interés	3.802,32
Depreciación	3.986,85
Gastos de estudios y constitución	1.920,00
Total	27.682,77
COSTOS VARIABLES	
Materia prima e insumos	164.448,00
Mano de obra directa	47.410,47
Empaques	7.219,20
Servicios básicos	960,00
Consumo de gas	240,00
Vestimenta de trabajo	600,00
Reposición menaje	60,56
Mantenimiento de equipo	180,00
Total	221.118,23

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

Para obtener el punto de equilibrio, se considera la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables totales}}{\text{Volumen total de Ventas}}}$$

CUADRO No. 128
DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Descripción	Valor\$	%	Costos fijos \$	Costo variable \$	Costo total \$	PE \$	PEQ
Pan							
Ingresos por ventas \$	154.560,00	56,99%	15.776,73	126.017,82	141.794,55	85.433,26	854.333
Cantidad (u)	1.545.600,00						
Precio (\$)	0,10						
Maní							
Ingresos por ventas \$	47.520,00	17,52%	4.850,61	38.744,61	43.595,22	26.266,75	175.112
Cantidad (u)	316.800,00						
Precio (\$)	0,15						
Sábanas							
Ingresos por ventas \$	69.120,00	25,49%	7.055,43	56.355,80	63.411,23	38.206,18	3.184
Cantidad (j)	5.760,00						
Precio (\$)	12,00						
Total	271.200,00	100,00%	27.682,77	221.118,23	248.801,00	149.906,18	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado Por: Patricia Molina

5.5.7. Resumen de la evaluación

CUADRO No.129
RESUMEN DE EVALUACIÓN FINANCIERA

INDICADOR	RESULTADO	CONCLUSIÓN
VAN	32.769,53	Viable
TIR	24,87%	Rentable
TMAR	10,78%	Viable
BENEFICIO COSTO	1,47	Viable
PRI	3,9	Años

Fuente: Investigación directa

Elaborado Por: Patricia Molina

Con los datos obtenidos se confirma que el proyecto cuenta con un alto nivel de factibilidad.

Como se puede notar en los indicadores financieros, el proyecto es muy atractivo, por lo que es recomendable invertir los recursos que sean necesarios para la ejecución del proyecto; y, de esta manera se demuestra que el proyecto es viable y por ende se tendrá la confianza de las instituciones que financiarán el presente proyecto

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

6.1. NOMBRE O RAZON SOCIAL DE LA PEQUEÑA EMPRESA

6.1.1. Denominación

La nueva pequeña empresa se denominará: “pequeña empresa productora de pan, maní y sábanas “NUEVOS HORIZONTES”

6.1.2. Logotipo y slogan

La pequeña empresa tendrá un logo que identificara a los productos que se realizara en el Centro de Rehabilitación y un eslogan que reafirme la principal idea de esta pequeña empresa

- Slogan “ Camino a la Libertad”

ILUSTRACIÓN No. 12 LOGOTIPO



Elaborado por: La autora

6.1.3. Tipo de empresa

El tipo de empresa que se tiene previsto implementar es de Economía Mixta, ya que este tipo de pequeña empresa en el Ecuador legislativamente es admitida con expedición de la ley de compañías en enero de 1964; antes el Código del comercio no regulaba a esta especie de compañía. Tienen como función la participación del estado para promover la inversión en áreas en las cuales el sector privado no pueda hacerlo sin el concurso del sector público.

(Art. 245 Ley de Compañías) Desde el punto jurídico, esta pequeña empresa de economía mixta es una modalidad de la compañía anónima, en la que siempre concurrirá el aporte del sector público y del sector privado. Por lo dicho esta compañía es economía capitalista.

En definitiva es un tipo de empresa que recibe ese nombre porque en ella conviven, dentro de la sociedad privada, del interés público con el interés privado, la convivencia no siempre es fácil y es origen de frecuentes problemas, sobre todo por el estado de vulnerabilidad que viven las personas privadas de la libertad.

Este tipo de pequeña empresa se la podrá hacer con cualquier número de socios en el sector privado. El estado, Los Gobierno autónomos Descentralizados y las entidades u organismos del sector público podrán participar, conjuntamente con el capital y en la gestión social de la misma. (Art. 308 Ley de Compañías)

6.2. FILOSOFÍA DE LA PEQUEÑA EMPRESA

6.2.1. Misión

Producir y Comercializar , Pan, Maní y Sábanas para satisfacer las necesidades del cliente del sector norte del país con productos basados en principios de calidad, compromiso, eficiencia en el servicio, mejoramiento continuo y así contribuir a la maximización de la inversión y al crecimiento sostenido de esta pequeña empresa.

6.2.2. Visión

En los próximos cinco años ser una pequeña empresa líder en el mercado de producción y comercialización de Pan, Maní y Sábanas en la Provincia del Carchi, ofreciendo a los potenciales compradores productos de calidad con ética y responsabilidad, buscando siempre la satisfacción total del cliente.

6.2.3. Políticas

- La pequeña empresa estará comprometida con el desarrollo de la Ciudad para convertirse en un ente de mejora y crecimiento de los habitantes.
- Proporcionar un clima laboral idóneo para el desempeño profesional de cada uno de los trabajadores de la pequeña empresa, fomentando la participación en equipo.
- Reconocer una remuneración adecuada.
- Pagar los impuestos y demás gravámenes establecidos en la Ley.
- Velar por la seguridad, física y social de los empleados.

- Velar por el crecimiento, desarrollo y competitividad de la pequeña empresa.
- Desarrollar las actividades de producción y comercialización bajo estrictas normas de calidad establecidas por el jefe de producción, para así garantizar un producto de alta calidad.

6.2.4. Objetivos

- Facilitar la integración social y económica de la población detenida y en proceso de libertad del CRS del Carchi.
- Aportar al ejercicio de los derechos ciudadanos, generando oportunidades de inserción laboral
- Brindar a los clientes productos de calidad
- Establecer un precio acorde al segmento al cual está dirigido el proyecto, lo cual permitirá ser más competitivos.
- Alcanzar una importante participación del mercado, mediante el Establecimiento de estrategias competitivas que permitan realizar una Administración eficaz y eficiente.
- Mejorar la calidad de vida de quienes participan directamente con la pequeña empresa fomentando valores que motiven por medio de incentivos, y de este modo operar con seriedad, calidad, garantía, y cumpliendo con todos los compromisos comerciales adquiridos.

6.2.5. Valores

Los valores son principios que nos permiten orientar nuestro comportamiento en función de realizarnos como personas. Son creencias fundamentales que nos ayudan a preferir, apreciar y elegir unas cosas en

lugar de otras, o un comportamiento en lugar de otro. También son fuente de satisfacción y plenitud entre los principales valores que se aplicarán en la pequeña empresa están:

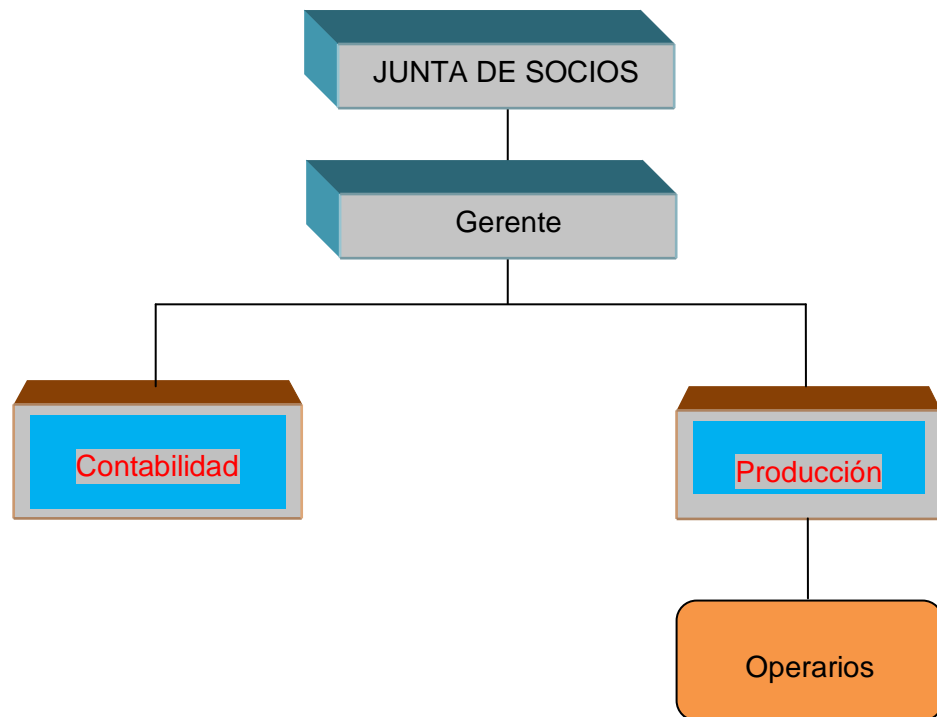
- **Honestidad.-** Realizar todas las actividades de la empresa con transparencia y honestidad.
- **Cooperación.-** Consiste en el trabajo común y compañerismo dentro de la empresa que permita la obtención de buenos resultados.
- **Responsabilidad y dedicación.-** En el trabajo administrativo, organizacional y de producción se debe tener un compromiso y entrega en todo lo que se hace ya que depende de esto para ver la satisfacción del cliente.
- **Puntualidad.-** Entregar a tiempo todos los productos que los clientes soliciten.

6.2.6. Principios: Entre los principales principios tenemos:

- **Compromiso.-** Todas las personas, que trabajan o forman parte de la pequeña empresa, deben estar comprometidas a dar lo mejor de sí mismos.
- **Calidad.-** Todos los empleados, deben velar por la calidad del producto, en todos los procesos de la empresa, para satisfacer las necesidades de los clientes.
- **Eficiencia.-** Es hacer las cosas bien, utilizando los recursos disponibles al mínimo costo y con la máxima calidad.

- **Desarrollo.-** Es la evolución progresiva para que la pequeña empresa aumente su nivel económico.

6.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



6.3.1. Organización interna de la pequeña empresa

La pequeña empresa “NUEVOS HORIZONTES” se basará en cuatro niveles jerárquicos.

La estructura orgánica presenta los siguientes niveles jerárquicos:

- Nivel Legisjativo
- Nivel Gerencial

- Nivel Auxiliar
- Nivel Operativo

a) NIVEL LEGISLATIVO

Es el nivel más alto, donde se encuentran los socios estratégicos como son: MIES y FUNDESAV los cuales toman las decisiones.

b) NIVEL GERENCIAL

Es el nivel que se encuentra El Gerente y es el responsable de la administración, control, planificación de las actividades y ejecución de las actividades.

c) NIVEL AUXILIAR/APOYO

Está integrado por el contador quien será la persona encargado de las acciones contables, administrativas y financieras necesarias para el correcto funcionamiento de la pequeña empresa.

d) NIVEL OPERATIVO

Está conformado por el departamento de producción el cual es el responsable de la producción y las actividades acordes a este, garantizando la calidad de los productos.

JEFE DE PRODUCCIÓN: Es el encargado de la planificación, organización, ejecución y control del proceso productivo.

OPERARIOS: Constituye el personal que se encargará directamente de la producción de pan, maní y sábanas, subordinados del Jefe de Producción.

e) **NIVEL OPERATIVO:** En este nivel tenemos al vendedor que es la persona que se encargara de las ventas y quien se dedicará hacer contactos con los clientes para ofertar el producto en los diferentes mercados, indicando la calidad y la garantía de los producto.

6.4. MANUAL DE FUNCIONES

Este documento permitirá conocer con claridad cada una las funciones asignadas, perfil y requisitos de acuerdo al trabajo que va a desempeñar el personal de la nueva pequeña empresa “CAMINO A LA LIBERTAD”. Seguidamente se detalla las funciones

6.4.1 Manual de funciones

<p>“Libertad”</p>  <p>MANUAL DE FUNCIONES “LIBERTAD”</p>
<p>NIVEL : EJECUTIVO CARGO : GERENTE</p>
<p>DESCRIPCIÓN GENERAL</p> <p>Ser el representante legal de la pequeña empresa Administrar tareas, ejercer control y revisar resultados</p> <p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ser el representante legal de la pequeña empresa. • Convocar a las reuniones ordinarias y extraordinarias. • Dirigir la elaboración del plan estratégico. • Contratar y despedir al personal de las diferentes áreas. • Aplicar y supervisar el cumplimiento de leyes, reglamentos, y normas de control interno. • Presentar estados financieros anuales a los involucrados en el

proyecto para su aprobación.

- Analizar problemas con oportunidad.

“Libertad”



**MANUAL DE FUNCIONES
“LIBERTAD”**

PERFIL:

- Ser Líder
- Seguridad y firmeza
- Comunicación
- Planificación y organización
- Orientación a resultados
- Conciencia organizacional
- Autoridad
- Motivación de personas
- Trabajo en equipo y delegación
- Negociación
- Confianza en sí mismo y autocontrol
- Ser flexible para adaptarse a diferentes personas y situaciones

REQUISITOS

1. Ingeniero Comercial o Financiero
2. Experiencia Gerencial de 3 años mínimo
3. Ser Líder
4. Conocimientos Financieros, estratégicos y Tecnológicos
5. Planificación

“Libertad”



MANUAL DE FUNCIONES

“LIBERTAD”

NIVEL : AUXILIAR
CARGO : CONTADOR

DESCRIPCIÓN GENERAL

- Su objetivo principal es Planificar, dirigir, supervisar, coordinar, ejecutar, controlar, las actividades financieras y contables.
- **FUNCIONES:**
- Planificar el proceso contable que va hacer en la pequeña empresa
- Mantener el archivo e información contable bajo su custodia.
- Realizar la constatación de activos fijos al finalizar cada ejercicio económico.
- Mantener los balances de manera clara para establecer la situación de la empresa.
- Elaborar Estados Financieros.
- Realizar el presupuesto anual conjuntamente con el Gerente.
- Asesorar en la toma de decisiones económicas.
- Realizar todos los trámites requeridos por el SRI (Servicio de Rentas Internas).
- Cumplir con el pago de remuneraciones, servicios, bienes y otros.
- Registrar el valor de las facturas de compras y ventas del producto.
- Atender al público personal y telefónicamente para proporcionar información.
- Realizar labores administrativas afines al cargo y comerciales

“Libertad”



MANUAL DE FUNCIONES
“LIBERTAD”

PERFIL:

- ✓ Conocimientos amplios en Contabilidad y Auditoría.
- ✓ Conocimientos avanzados en impuestos.
- ✓ Amplios conocimientos técnicos de acuerdo al puesto.
- ✓ Tener buenas relaciones humanas.
- ✓ Sentido de Puntualidad.
- ✓ Cooperación y creatividad.
- ✓ Honestidad y ética profesional

REQUISITOS

1. Ingeniero en Contabilidad y Auditoría CPA
2. Experiencia de 3 años mínimo en funciones similares
3. Edad comprendida de 30 a 40 años

“Libertad”**MANUAL DE FUNCIONES
“LIBERTAD”**

NIVEL :OPERATIVO
DEPARTAMENTO :PRODUCCIÓN
CARGO :JEFE DE PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN GENERAL

- Realizará la inspección y el control de toda la planta de producción, adoptando medidas necesarias para lograr buenos rendimientos en la producción.

FUNCIONES:

- Controlar la producción y la calidad del producto.
- Supervisar, dirigir y controlar que se cumplan las actividades

productivas.

- Supervisar al personal operativo en las labores diarias.
- Realizar contactos con proveedores para la adquisición de insumos y materias primas.
- Administrar la bodega de materiales e insumos.
- Elaborar presupuestos de recursos.
- Llevar registros de labores formativos sobre , productos terminados..
- Coordina y Planea las diferentes actividades en la pequeña empresa de producción y comercialización.
- Revisar siempre los resultados, para estar en condiciones de hacer sugerencias de mejoras.
- Notificar cualquier anomalía en su área al Gerente.
- Realizar las ventas dentro y fuera del centro.

“Libertad”



MANUAL DE FUNCIONES “LIBERTAD”

PERFIL:

- Conocimientos en el manejo del Procesos de Producción
- Responsabilidad y eficiencia en las funciones encomendadas.
- Honestidad.
- Ética.
- Don de mando.
- Tener iniciativa en el trabajo.

REQUISITOS

1. Ingeniero Agroindustrial.

2. Experiencia de 3 años mínimo en funciones similares.
3. Edad comprendida de 35 a 45 años

“Libertad”



MANUAL DE FUNCIONES “LIBERTAD”

NIVEL	:OPERATIVO
DEPARTAMENTO	:PRODUCCIÓN
CARGO	:OBREROS EN PANADERIA
REPORTA A	:JEFE DE PRODUCCIÓN Y VENTAS

DESCRIPCIÓN GENERAL

Realizar el proceso de producción de los productos

FUNCIONES:

- Organizar el trabajo diario.
- Capacidad para adaptarse a los cambios.
- Facilidad de interrelación personal.
- Con visión global del negocio de la empresa.
- Carácter y personalidad.
- Trabajo en equipo.
- Compartimiento de conocimientos.
- Recepción de materia prima a la planta.
- Producción
- Seleccionar y preparar los materiales.
- Verificar el buen funcionamiento de los equipos, maquinaria y herramienta.
- Desempeñar otras funciones que le indique su jefe inmediato
- Encargado de distribuir y supervisar que no haga falta el producto en el área de comercialización.

“Libertad”



MANUAL DE FUNCIONES “LIBERTAD”

PERFIL:

- Conocimientos básicos en elaboración de panadería y pastelería.
- Responsabilidad y eficiencia en la realización de estos productos.
- Honestidad.
- Ética.
- Tener iniciativa en el trabajo.
- Cumplimiento.

REQUISITOS

1. Conocimiento básico de panadería y pastelería.
2. Buena actitud
3. Cursos de capacitación en cuanto a panadería y pastelería

“Libertad”



MANUAL DE FUNCIONES “LIBERTAD”

NIVEL :OPERATIVO
DEPARTAMENTO :PRODUCCIÓN
CARGO :OBREROS DE MANÍ
REPORTA A :JEFE DE PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN GENERAL

Realizar el proceso de producción de los productos

FUNCIONES:

- Organizar el trabajo diario.

- Capacidad para adaptarse a los cambios.
- Facilidad de interrelación personal.
- Con visión global del negocio de la empresa.
- Carácter y personalidad.
- Trabajo en equipo.
- Compartimiento de conocimientos.
- Recepción de materia prima a la planta.
- Producción
- Seleccionar y preparar los materiales.
- Verificar el buen funcionamiento de los equipos, maquinaria y herramienta.
- Desempeñar otras funciones que le indique su jefe inmediato

“Libertad”



MANUAL DE FUNCIONES “LIBERTAD”

PERFIL:

- Conocimientos básicos en elaboración de Maní confitado.
- Responsabilidad y eficiencia en la realización de estos productos.
- Honestidad.
- Ética.
- Tener iniciativa en el trabajo.
- Cumplimiento.

REQUISITOS

1. Conocimiento básico de elaboración de maní confitado.

2. Buena actitud
3. Cursos de capacitación en elaboración de Maní.

“Libertad”



MANUAL DE FUNCIONES “LIBERTAD”

NIVEL	:OPERATIVO
DEPARTAMENTO	:PRODUCCIÓN
CARGO	:OBREROS PARA SÁBANAS
REPORTA A	:JEFE DE PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN GENERAL

- Realizar el proceso de producción de sábanas.

FUNCIONES:

- Organizar el trabajo diario.
- Capacidad para adaptarse a los cambios.
- Facilidad de interrelación personal.
- Visión global del negocio de la empresa.
- Carácter y personalidad.
- Trabajo en equipo.
- Compartimiento de conocimientos.
- Recepción de materia prima.
- Producción
- Seleccionar y preparar los materiales.
- Verificar el buen funcionamiento de los equipos, maquinaria y herramienta.
- Desempeñar otras funciones que le indique su jefe inmediato

“Libertad”



MANUAL DE FUNCIONES “LIBERTAD”

PERFIL:

- Conocimientos básicos en producción de textilería principalmente en elaboración de sábanas.
- Responsabilidad y eficiencia en la realización de estos productos.
- Honestidad.
- Ética.
- Tener iniciativa en el trabajo.
- Cumplimiento.

REQUISITOS

1. Conocimiento básicos en textilería, tejido y cocido en overlock.
2. Buena actitud
3. Cursos de capacitación en temas relacionados

6.5. ASPECTOS LEGALES DE CONSTITUCIÓN

6.5.1. Aspectos legales

La pequeña empresa será reconocida por la Federación de Cámaras, se afiliará a la Cámara de la Pequeña Industria, para así poder beneficiarse de las leyes creadas a favor de los microempresarios.

6.5.2. Constitución jurídica

La constitución jurídica es el reconocimiento de la empresa ante la sociedad y las leyes ecuatorianas para el desarrollo y cumplimiento de sus objetivos mediante su creación.

Para poder realizar sus tareas normales, se debe cumplir con las exigencias de las leyes ecuatorianas que regulan las actividades empresariales.

6.6. PASOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA

La pequeña empresa debe establecer una serie de leyes y cumplimientos, existen muchos reglamentos y normas de tipo técnico-jurídico de carácter interno y nacional para su implementación y funcionamiento.

La primera actividad a cumplir es la constitución legal de nuestra empresa.

- **Capacidad**

Las personas para asociarse deben ser legalmente capaces, es decir deben poder contraer obligaciones por si mismos

- **Domicilio**

Todo negocio tiene un único domicilio principal dentro del país y varios domicilios especiales donde funcionan agencias o sucursales. Para el caso de nuestra pequeña empresa será en el Centro de Rehabilitación Social de la Ciudad de Tulcán.

- **Apertura de cuenta**

Se debe abrir una cuenta de integración de capital, en beneficio de la pequeña empresa.

- **Escritura pública**

El futuro gerente de la microempresa deberá acudir ante un notario y hacer una escritura pública de constitución.

- **Aprobación**

La escritura se la presenta ante un Juez de lo Civil solicitándole su constitución, para lo cual el funcionario debe hacer una publicación en un diario de un extracto de la pequeña empresa.

- **Oposición**

Cualquier persona que se sienta afectada con la constitución de la nueva empresa tiene un plazo de 20 días para oponerse a su formación, ante un juez.

- **Inscripción**

Con la autorización del Juez Civil el futuro gerente debe inscribirla en el Registro Mercantil. Para comenzar debe tener un RUC Registro Único de Contribuyentes.

6.7. NORMATIVA TRIBUTARIA Y ASPECTOS LEGALES

Para la apertura de la microempresa es necesario cumplir con ciertos requisitos necesarios los cuales se detallan a continuación:

- Solicitud de registro.
 - Copia certificada de la escritura de la constitución, aumento de capital o Reforma de Estatutos, si se trata de personas jurídicas.

- Nombramiento del representante Legal, debidamente inscrito en la oficina del Registro Mercantil, tratándose de personas jurídicas.
- Copia del Registro Único de contribuyentes (RUC).
- Fotocopia de la cedula de identidad y papeleta de votación del representante legal.
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) de encontrarse registrada la razón social.
- Fotocopia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, sea el caso.
- Lista de precios de los productos y servicios ofertados (original y copia).

6.7.1. Registro Único de Contribuyentes

El un documento obligatorio para las personas naturales y jurídicas que realicen actividades económicas, con el objetivo de registrar e identificar con fines impositivos para la administración tributaria, el RUC tiene una vigencia de tres años se lo utiliza para el servicio de rentas internas.

6.7.2. Requisitos para obtener el RUC

- Personas naturales: fotocopia de la cedula, cedula original, dirección del local, documento del agua , luz o teléfono, papeleta de votación.
- Personas extranjeras: pasaporte y demás documentos de las personas naturales.

- En el caso de artesanos: fotocopia certificada de calificación artesanal.
- Para empresas: copia del estatuto de persona jurídica y certificación de la Superintendencia de Compañías, fotocopia del nombramiento del gerente general, fotocopia de la cedula, certificado de votación, documento de agua o luz.

6.7.3. Actualización del RUC

Se debe actualizar en los siguientes casos.

- Cambio de nombre de la empresa.
- Cambio de actividad económica.
- Cambio de domicilio.
- Cambio de cese de actividad.
- Cambio establecido de sucursales, agencias.
- Cambio de representante legal.
- Cambio de tipo de empresa.

6.7.4. Liquidación del RUC

Cuando una empresa da por terminada sus obligaciones debe presentarse una solicitud al Director Regional de Rentas los siguientes documentos:

- Copia de la cedula.
- Copia de la partida de defunción (en caso de fallecimiento).
- Papeleta de votación.
- Se debe adquirir la resolución de disolución.

6.7.5. Patente Municipal

El impuesto de patentes municipales se grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial y opere en la ciudad de Tulcán. La obtención de la patente se la podrá realizar a partir del 2 de enero de cada año en la administración zonal respectiva y existen tres clases de personerías.

- Patente personas naturales.
- Patente jurídica nueva (empresa constitución)
- Patente jurídica antigua

6.7.6. Obtención de la patente

En caso de inscripción para obtener la patente por primera vez:

- Presentar formulario de la declaración del RUC original y copia, Ministerio de Finanzas y formulario de inscripción que se adquiere en recaudaciones.
- Presentar la planilla de mejoras emitidas por el departamento de Salud Pública o Control Sanitario, para las actividades comerciales que requiere el permiso de funcionamiento.
- Copias de cedula de identidad y papeleta de votación actualizadas.
- Copia de la carta de pago de impuesto predial.

6.7.7. Pago de Bomberos

Con el pago de una parte de la patente (10%) se cubre el servicio que da el cuerpo de bomberos a todos los locales que desarrollan actividades económicas y se debe tener los siguientes implementos

- Extintor de incendios
- Salida de emergencias

- Baños para hombres y mujeres
- Dispensador de papel
- Secador de manos
- Dispensador de jabón.

6.7.8. Permiso de Intendencia de Policía

La Intendencia de policía se encargara de verificar que todos los documentos estén en regla de acuerdo al tipo de negocio, para lo cual es necesario contar previamente con el permiso sanitario y con el permiso de bomberos.

6.7.9. Obligaciones Tributarias

Para las pequeñas empresas es la relación que se crea entre el sujeto activo (Estado) y el sujeto pasivo (Contribuyente), en virtud de la cual este debe cumplir una prestación en dinero, especies o servicios apreciables en dinero, al verificarse el presupuesto establecido por la ley para configurar cada tributo.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

Esta investigación se sustenta con un análisis técnico de los impactos. Para el presente análisis, se ha utilizado una metodología sencilla y eficaz, resultando conveniente aplicarla, tiene la siguiente estructura.

Se determina varias áreas o ámbitos generales en las que el proyecto influirá positiva o negativamente.

Se selecciona un rango o parámetro de niveles de impactos positivos y Negativos.

Para la evaluación de los impactos en este proyecto, se utilizará una matriz de impactos para cada uno de los aspectos y sus elementos de análisis. La valoración se dará de acuerdo a los niveles que se detallan a continuación:

CUADRO No.130
MATRIZ DE VALORACIÓN DE IMPACTOS

POSITIVO	NIVEL
1	Bajo
2	Medio
3	Alto
NEGATIVO	NIVEL
-1	Bajo
-2	Medio
-3	Alto

Elaborado por: Patricia Molina

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

7.1. IMPACTO ECONÓMICO

Con la creación de esta importante pequeña empresa, se estará contribuyendo enormemente a la obtención de mejores ingresos tanto para las personas que se encuentran privadas de la libertad, como también para la sociedad en general; ya el proyecto tiene un efecto multiplicador y territorial, ya que beneficia a personas de diferentes provincias y nacionalidades: De igual manera el estado es beneficiado con el funcionamiento de la presente propuesta, ya que la microempresa contribuirá con pago de impuestos al fisco, mediante la declaración de impuestos, tanto con el IVA como con el impuesto a la renta, ello permitirá el crecimiento económico local, cantonal y provincial; de esta manera se está logrando reactivar el resto de actividades económicas del cantón y de la provincia.

CUADRO No.131
IMPACTO ECONÓMICO

INDICADOR	NIVELES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Mejorar la Rentabilidad							X	3
Mayor Nivel de Ingresos						X		2
Estabilidad económica						X		2
Nueva alternativa de Inversión							X	3
TOTAL								10

Elaborado por: Patricia Molina

$$NI(\text{ECONÓMICO}) = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$NI = \frac{10}{4}$$

$$NI = 2,5 = 3$$

ANÁLISIS:

La matriz indica que el impacto es alto positivo, ya que la producción de pan, maní y sábanas es una nueva alternativa de producción, en el Centro de Rehabilitación Social de Tulcán, la cual contribuirá al bienestar de la sociedad en la parte económica.

- **Mejorar la rentabilidad:** El proyecto generará utilidades que le permitirán a la pequeña empresa crecer como sociedad y posicionarse en el mercado.
- **Mayor nivel de ingresos:** Al poner en marcha el proyecto los involucrados tendrán una fuente de ingresos, y por ende para sus familias y la comunidad en general.
- **Estabilidad económica:** La producción de pan, maní y sábanas generará ingresos económicos que beneficiará directa e indirectamente a los involucrados del proyecto, permitiendo fortalecer su estabilidad económica.
- **Nueva alternativa de inversión:** Con la producción de pan, maní y sábanas se activa el aparato productivo en lo que se refiere a estos productos nueva alternativa de inversión, que dan excelentes resultados; beneficiando principalmente a la comunidad detenida.

7.2. IMPACTO SOCIAL

En lo social, se logrará crear fuentes de trabajo, tanto para las personas privadas de la libertad como también para las personas que recién salgan del centro logrando involucrarse en actividades productivas y de esta manera mejorar su calidad de vida, tanto para sus familias como para la sociedad; puesto que estas personas al tener una actividad económica que desarrollar, difícilmente volverán a cometer algún tipo de delito.

**CUADRO No.132
IMPACTO SOCIAL**

INDICADOR	NIVELES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Generar Fuentes de Empleo						X		2
Mejorar la Calidad de Vida							X	3
Mayor Estabilidad Familiar							X	3
Generar Bienestar Comunitario						X		2
TOTAL:								10

Elaborado por: Patricia Molina

$$NI(\text{SOCIAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{10}{4}$$

$$NI = 2,5 = 3$$

ANÁLISIS:

Impacto indica un nivel alto, lo que significa que la calidad de vida de los privados de la libertad mejorará, por los ingresos de la venta de los productos que se elaborará, esto ayuda a mejorar las condiciones de vida y por ende la estabilidad familiar evitando así que vuelvan a cometer delitos.

- **Generar fuentes de empleo:** Este es un medio positivo ya que permitirá el mejoramiento y ampliación a futuro de la producción, brindando de esta manera mayores ofertas de empleo a las personas privadas de la libertad.
- **Mejorar calidad de vida:** Se refiere al impacto social que generará la creación de la pequeña empresa, se verá reflejada en el producto de calidad que se brinde al consumidor, además se mejorará indirectamente a los negocios que realicen estos productos ya que se realizarán alianzas estratégicas para comercializar los productos.
- **Mayor estabilidad familiar:** Con el desarrollo del proyecto se pretende que las familias de los detenidos cuenten con un ingreso fijo que ayude a cubrir las necesidades básicas como son las de alimentación, salud, vestido y vivienda.
- **Generar bienestar comunitario:** Como es indispensable el bienestar comunitario dependerá del desarrollo de la pequeña empresa por lo que, las personas que se encuentren vinculadas en este proyecto gozarán de un mejoramiento económico, y social y por ende cada una de sus familias.

7.3. IMPACTO EDUCATIVO- CULTURAL

La formación de talento humano se vuelve imprescindible, en la actualidad la preparación intelectual es un indicador de responsabilidad y eficiencia en la familia para poder insertarse en una sociedad laboral que cada vez exigente más y más. Este proyecto da lugar a introducir temas nuevos y novedosos de producción por lo tanto el involucramiento de los privados y privadas de la libertad en los procesos de producción es una forma de capacitarse y como consecuencia de esto se tendrá personas de bien y por ende una rebaja considerable en sus condenas.

Además que se mejora los niveles de cultura al capacitar y concienciar a los y las privadas de la libertad.

**CUADRO No.133
IMPACTO EDUCATIVO- CULTURAL**

INDICADOR	NIVELES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Generación de Conocimientos							X	3
Fomentar Nuevos Aprendizajes							X	3
Preservación de Valores						X		2
Mejorar el Autoestima							X	3
TOTAL:								11

Elaborado por: Patricia Molina

$$NI(\text{EDUCATIVO} - \text{CULTURAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{11}{4}$$

$$NI = 2,75 = 3$$

ANÁLISIS:

Se considera que en la ejecución de la presente propuesta se tendrá un enorme impacto educativo- cultural; ya que al crear una microempresa en un centro de Rehabilitación Social en donde las personas que allí se encuentran provienen de diferentes provincias del Ecuador y de distintos Países y por ende tienen culturas deferentes; el proyecto les ayudará a convivir mejor y compartir su cultura y costumbres.

- **Generación de conocimientos:** El estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa de producción de pan, maní y sábanas , en la ciudad de Tulcán, provincia de Carchi, permite tener nuevos conocimientos, y compartirlos con los demás.
- **Fomentar nuevos aprendizajes:** En la presente investigación se determina un crecimiento en los aprendizajes, y para ello se ha realizado una investigación teórica científica, como también técnica. Es por eso que la búsqueda de nuevos aprendizajes nos lleva a encontrarnos con la excelencia.
- **Preservación de valores:** La meta de cada empresa es buscar la forma de que los que conforman la misma tengan valores que les lleven a ser individuos honestos y responsables para poder formar una sociedad más justa.
- **Mejorar autoestima:** Es alto positivo, a través del trato adecuado a los empleados se logrará mantener una buena relación entre todos los que conforman la pequeña empresa, aumentando de esta manera su autoestima.

7.4. IMPACTO COMERCIAL

**CUADRO No.134
IMPACTO COMERCIAL**

INDICADOR	NIVELES								TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3		
Ampliar la Imagen empresarial						X			2
Mayor Posicionamiento en el Mercado						X			2
Excelente Servicio al Cliente							X		2
Lograr Alto Prestigio						X			3
TOTAL:									9

Elaborado por: Patricia Molina

$$NI(\text{COMERCIAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{9}{4}$$

$$NI = 2,25$$

ANÁLISIS:

Se considera que en la ejecución de la presente propuesta se tendrá un impacto medio positivo comercial; ya que los productos que allí se realizarán serán de buena calidad, pero si habrá un poquito de resistencia a la hora de comprar y habrá que trabajar duro en ese aspecto.

- **Ampliar la imagen empresarial:** Es medio positivo, como pequeña empresa y como también hacia los clientes, no ser como las tradicionales empresas que solo se dedican a producir con las mismas formas, diseños y sabores, en esta pequeña empresa se realizará todo lo contrario.

- **Mayor posicionamiento del mercado:** Es medio positivo ya que la pequeña empresa será la única en el Cantón que produzca de manera diferente y no de forma tradicional, es decir, que las persona que compran los productos podrán ver la diferencia al instante ya sea por su forma, diseño y hasta los precios cómodos.
- **Excelente servicio al cliente:** Es alto positivo ya que el cliente es la razón de ser de la empresa, se le brindará un buen producto y sobretodo un buen servicio para que de esta manera no busque otros proveedores.
- **Lograr alto prestigio:** Es medio positivo debido a su recién ingreso al mercado, pero a través, del tiempo se dará a conocer como una gran pequeña empresa obteniendo de esta manera un buen prestigio por parte de los clientes.

7.5. IMPACTO EMPRESARIAL

Describe los factores que determinan el manejo de una empresa.

CUADRO No.135
IMPACTO EMPRESARIAL

INDICADOR	NIVELES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Mejoramiento de la gestión							X	3
Adecuado Manejo de recursos							X	3
Adecuado Sistema de información						X		2
Fomentar la Creatividad							X	3
Mayor Innovación							X	3
Mejoramiento de Procesos productivos						X		2
TOTAL:								16

Elaborado por: Patricia Molina

$$NI(\text{EMPRESARIAL}) = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$NI = \frac{16}{6}$$

$$NI = 2,66$$

ANÁLISIS:

De igual manera este proyecto tiene un buen impacto empresarial con una valoración de 2,66 puntos.

- **Mejoramiento de la gestión:** El estudio de factibilidad permite que varias ramas comerciales se adecúen a los distintos contextos y puedan funcionar más fácil y

eficientemente, de este modo los gerentes pueden formar parte de estilos de gestión.

- **Adecuado manejo de recursos:** El manejo de recursos es una de las prioridades, puesto que la gerencia debe adoptar medidas enfocadas en recurso humano, económico, y tecnológico, cada empresa debe tener los tres elementos que son de gran peso para obtener mejores rendimientos.
- **Adecuado sistema de información:** Deben poseer canales de comunicación, mismos que deben ser escritos, para tener una mayor confiabilidad. Para su ejecución y cumplimiento.
- **Fomenta la creatividad:** Las personas y las empresas innovadoras dedican mucho tiempo y recursos para obtener resultados de sus nuevos diseños, productos, procesos o servicios. La creatividad se ha convertido en un ingrediente clave para la gestión de las empresas. En consecuencia, las empresas también deben cambiar y mejorar, de manera continua. El tema fundamental de hoy en día es llevar la creatividad a la empresa.
- **Mayor innovación:** La innovación tiene que ver con una combinación de aplicaciones, no excluyente, de todo lo que sigue: Imaginación, Creatividad, Ideas, Experiencias Prácticas y Teóricas. Organizacional, entre otras consideraciones. Mediante el proceso de Innovación + Desarrollo las empresas tratan de aportar un valor novedoso a sus productos y servicios.
- **Mejoramiento de procesos:** Conocer los sistemas como estructura organizativa, procedimientos, procesos y recursos necesarios para implantar una gestión determinada, como por

ejemplo la gestión de la calidad, la gestión del medio ambiente o la gestión de la prevención de riesgos laborales.

7.6. IMPACTO GENERAL

CUADRO No.136
IMPACTO GENERAL

INDICADOR	NIVELES							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Impacto Económico Alto							X	3
Impacto Social Alto							X	3
Impacto Educativo-Cultural Alto							X	3
Impacto Comercial medio alto						X		2
Impacto Empresarial Alto							X	3
TOTAL:						2	12	14

Elaborado por: Patricia Molina

$$NI(\text{GENERAL}) = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$NI = \frac{14}{5}$$

$$NI = 2,8$$

ANÁLISIS:

Se puede apreciar en la matriz general de impactos, los indicadores que influyen en el proyecto y el resultado correspondiente es de 2.8 considerándose como un nivel alto, lo que significa que con la ejecución del proyecto no afecta en ninguno de los impactos sino más bien ayudará a las personas privadas de la Libertad.

El proyecto es viable, porque generará cambios positivos en la economía ya que creará nuevas fuentes de trabajo que permitirán la generación de nuevos ingresos que se verán reflejados en el progreso, bienestar de ellos mismos y de sus familias y como no de la sociedad en general.

CONCLUSIONES

Después de haber realizado la investigación para la formulación del “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA DE PAN, MANÍ Y SÁBANAS PARA EL CENTRO DE REHABILITACIÓN SOCIAL DE LA CIUDAD DE TULCAN PROVINCIA DEL CARCHI” se puede determinar que, se han alcanzado los objetivos propuestos, a través del desarrollo de todas y cada una de las fases del proceso investigativo

- Del diagnóstico técnico situacional efectuado se logró determinar que en el Centro de Rehabilitación de la ciudad de Tulcán , provincia del Carchi existen las condiciones de mercado suficientes como para plantear la creación de una pequeña empresa. Luego de analizar el comportamiento de los posibles consumidores del producto a ofrecer. Manifiestan que quieren un producto que presente mejores diseños, calidad y que puedan obtenerlo con facilidad

- Las bases teóricas-científicas proporcionaron la información suficiente para los diversos elementos conceptuales del tema investigado; lo que permitió sustentar científicamente cada una de las fases del proyecto diseñado, a través de consultas bibliográficas, de internet y aportes personales que conceptualizan varios aspectos trascendentales.

- El desarrollo del estudio de mercado determinó un porcentaje considerable de demanda potencial insatisfecha de estos productos, que pueden ser captada por la nueva pequeña empresa. Este estudio, además, proporcionó valiosa información realizada con la demanda, oferta, precios y formas de comercialización del producto.
- Par satisfacer a la demanda es necesario, brindar buenos productos de calidad, con buena presentación, diseños especiales y exclusivos para darse a conocer y lograr posicionarse en el mercado se deberá mantener una actitud versátil, apegada a los gustos y preferencias de los consumidores, además de realizar publicidad en los diferentes medios de comunicación. Además, es necesario mantener un sistema de información actualizada de clientes, proveedores, competencia y otras variables de mercado, de tal forma que se pueda reaccionar oportunamente ante variaciones de mercado.
- En el estudio técnico, se localizó el lugar para el funcionamiento de la nueva empresa, que tomando en cuenta la adecuaciones que hay que hacerle a este lugar que está disponible para el proyecto, estará ubicada en la ciudad de Tulcán en el Centro de Rehabilitación de Tulcán. Además se determinó aspectos como el tamaño o capacidad productiva, infraestructura y equipamiento, presupuesto técnico e inversiones requeridas para la ejecución del mismo.
- Del estudio económico financiero realizado, se puede ver que el proyecto es factible, rentable y viable. La empresa iniciará con una inversión de \$69.198,41; el valor actual neto es de \$ 32.769,53; la tasa de retorno del proyecto de 24,87%, el indicador

costo-beneficio es de 1,47, lo cual permite recuperar la inversión en un plazo considerable de 3 años, 9 meses, lo que, garantiza la ejecución del proyecto.

- La estructura orgánica y funcional está diseñada de tal manera que facilitará el desempeño y normal desenvolvimiento de las actividades productivas, administrativas, financieras y de ventas de la pequeña empresa. Se definió su misión, visión, funciones y responsabilidades de cada integrante o empleado de la nueva pequeña empresa

- La ejecución del nuevo proyecto generará impactos en un nivel positivo en lo social, económico, comercial, empresarial, educativo-cultural. Sin duda alguna el presente proyecto es de beneficio para los internos del Centro de Rehabilitación social y para sus familias ya que mejoraran su calidad y condiciones de vida

RECOMENDACIONES

- Los organismos encargados de fomentar proyectos sociales como es el caso de MIES, FUNDACIONES, PASTORAL, SECAP deberían promover la actividad productiva en los Centro de Rehabilitación con asesoramiento técnico y cursos de capacitación, impulsando a estas personas vulnerables en la ejecución de proyectos productivos, que son fuente de ingreso para ellos mismos, a la provincia y el país.
- Las personas que van a conformar la pequeña empresa pueden sustentarse en el marco teórico para cualquier disposición e indagación de varios aspectos que se tratarán durante la vida del proyecto.
- En la producción de pan, maní y sobre todo en las sabanas se deberá utilizar tecnologías que favorezcan una mayor producción. Es indispensable la capacitación de la población detenida del Centro de Rehabilitación Social de la Ciudad de Tulcán para que se familiaricen con la elaboración de los productos que se va a realizar en el mismo.
- Es necesario realizar estudios de mercado continuos en una pequeña empresa , a fin de mejorar los productos, determinar nuevas necesidades de los clientes, captar nuevos clientes,

ampliar la cobertura, buscar nuevos nichos de mercado, mejorar nuestra publicidad, lograr que nuestros precios sean más competitivos y sobre todo que el productos y su comercialización sean aceptados al momento de ofértalo en el mercado.

- Se sugiere aprovechar el mercado potencial a satisfacer, empleando una publicidad personal de puerta en puerta (directo al cliente), para introducir los productos, consiguiendo que estos se conviertan en clientes potenciales

- La oportunidad de implantar el nuevo proyecto de producción de pan, maní y sábanas en el Centro de Rehabilitación de Tulcán, tienen financieramente altas probabilidades de éxito.

- Para la instalación, despegue y crecimiento de la pequeña empresa se sugiere que todo el personal involucrado en el proyecto den cumplimiento a la misión, visión y todos los elementos estratégicos formulados; para lograr los objetivos planteados basándose en el trabajo en equipo.

BIBLIOGRAFÍA

ANZOLA ROJAS Sérvulo, (2010). Administración de Pequeñas Empresas, Tercera Edición, Editorial Mc Graw Hill, México D.F

ARAUJO ARÉVALO David, (2012). Proyectos de Inversión, Primera Edición, Editorial Trillas , México.

BACA, Urbina Gabriel, Año (2013), Evaluación de PROYECTOS, Quinta edición, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. DE C. V., México, D. F.

BRAVO, Mercedes, (2009). Contabilidad General, Editorial Nuevo Día, 7ma. Edición, Quito-Ecuador.

DÍAZ P. Flor Nancy, (2009).Proyectos Formulación y Criterios de Evaluación, Primera Edición, Editorial Alfaomega, México.

D´ ALESSIO I. Fernando (2008). El Proceso Estratégico un Enfoque de Gerencia Primera Edición Pearson Educación México.

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

DÍAS CALLEJAS Osmin, (2009). Administración de Empresas, Tercera Edición, Editorial McGraw Hill

FRIEND, Graham y Zehle (2008). Plan de Negocios. Primera Edición, The Economist. Argentina.

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

GIL ESTSLLO, María de los Ángeles, (2012). Como Crear y Hacer Funcionar una Empresa, Octava Edición, Editorial ESIC, México.

GALINDO, R. Carlos J. (2008). Manual para la Creación de Empresas. Tercera Edición, Ecoe Ediciones. Colombia.

HINDLE Tim (2008). Management, Primera Edición, Editorial The Economist. Argentina.

HERNANDEZ Sergio, (2011). Introducción a la Administración, Quinta Edición, Editorial McGraw Hill. México.

JANY CASTRO José Nicolás, (2009). Investigación Integral de Mercados Avances para el Nuevo Milenio, Cuarta Edición, Editorial McGrawHill, Bogotá Colombia.

KOTLER, Philip. (2009). Principios de Marketing. Doceava Edición, Prentice Hall, México.

LAMB Charles W, (2008). Obra Marketing Octava Edición Thomson - México.

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

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

ORTEGA CASTRO Alfonso, (2010).Proyectos de Inversión, Primera Edición, Editorial Continental, México.

PALAO Jorge, GOMEZ GARCIA Vicent, (2009). Administre sus Recursos Humanos, Primera Edición, Editorial PALAO EDITORES SAC.

POMBO José Rey (2009). Contabilidad General, Segunda edición, España.

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

ROMERO Javier, (2011) Principios de Contabilidad, Tercera Edición Editorial McGraw-Hill Interamericana México.

RINCÓN SOTO, Carlos Augusto, (2012). Contabilidad Siglo XXI, Segunda Edición, Editorial ECOE Ediciones, Colombia.

SAPAG, CH. Nassir, Año (2008), Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación, Primera edición, Editorial Pearson Educación de México S.A. de C.V., México.

ZAPATA, Sánchez Pedro, Año (2011), Contabilidad general, Sexta edición, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. de C. V., México, D. F.

LINCOGRAFÍA

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

<http://www.andes.info.ec/es/noticias/director-nacional-rehabilitacion-social-ecuador-es-removido-fuga-masiva-55-reos-carcel> - html

<http://www.telegrafo.com.ec/justicia/item/el-hacinamiento-en-carceles-.html>.

<http://es.wikipedia.org/wiki/>

<http://www.directoalpaladar.com/ingredientes-y-alimentos/el-pan-un-alimento>.

<http://www.nutricionbimbo.com/Nutrinotas-.html>

<http://www.taringa.net/posts/salud-bienestar/6920276/El-mani-y-sus-propiedades-beneficiosas.html>.

<http://www.alquimiadelasalud.com/beneficios-del-mani/>

<http://www.ehowenespanol.com/cultivar-mani/>.

<http://laguiadelasvitaminas.com/propiedades-del-mani/>.

<http://naturalmedicina.net/mani.html>.

<http://naturalmedicina.net/mani.html>.

<http://naturalmedicina.net/mani.html>.

<http://es.wikipedia.org/wiki/S%C3%A1bana>

<http://www.burritoblanco.com/cama/sabanas>.

<http://www.linguee.es/espanol-ingles/traduccion/sabanas+cama.html>.

ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS INTERNOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

6. ¿De qué nacionalidad es Ud.?

- | | |
|-------------|-----|
| Colombiana | () |
| Ecuatoriana | () |
| Otra | () |

7. ¿Cuál es su estado Civil?

- | | |
|-------------|-----|
| Soltero | () |
| Casado | () |
| Divorciado | () |
| Viudo | () |
| Unión libre | () |

8. ¿Su nivel Educativo?

- Ninguna ()
- Primaria ()
- Secundaria ()
- Superior ()

9. ¿Qué edad tiene Ud.?

- De 18 a 25 ()
- De 26 a 35 ()
- De 36 a 45 ()
- Más de 46 ()

10. ¿Qué tiempo reside en este Centro de Rehabilitación Social?

- De 0 a 1 ()
- De 2 a 4 ()
- De 5 a 8 ()
- Más de 9 ()

8 ¿Realiza trabajos productivos en este lugar?

- Si ()
- No ()

9 ¿Qué tipo de trabajos productivos realiza en este Centro?

- Artesanía ()
- Tienda ()
- Comidas ()
- Textiles ()
- Aseo/belleza ()
- Ninguno ()

16. ¿Es Ud. jefe de hogar?

Hombres ()
Mujeres ()

17. ¿Cuál es su profesión u ocupación?

Docente ()
Agricultor ()
Ama de casa ()
Modista ()
Mecánico ()
Cocinero ()
Comerciante ()
Otro ()

18. ¿Cuál es su ingreso mensual?

Ninguno ()
De 0 a 100 ()
De 100 a 200 ()
Más de 200 ()

19. ¿Qué actividades le generan éstos ingresos?

Docente ()
Agricultor ()
Ama de casa ()
Tejedora ()
Mecánico ()
Actividades de aseo ()
Comerciante ()
Otro ()

20. ¿Qué servicios básicos dispone en el Centro?

Agua potable ()
Batería sanitaria ()

- Alcantarillado ()
- Luz ()
- Recolector de basura ()
- Salud ()
- Todos los anteriores ()

21. ¿Cuántas comidas le dan en el día?

- Una ()
- Dos ()
- Tres ()

22. ¿La alimentación que Ud. recibe es?

- Bueno ()
- Malo ()
- Regular ()
- Excelente ()

23. ¿La vivienda en la cual está su familia es?

- Propia ()
- Alquiler ()
- Anticresis ()

16. ¿Que servicios recibe ud del Gobierno en este Centro de Rehabilitación?

- Salud ()
- Progr. de Alfabetización ()
- Educación ()
- Alimentación ()
- Todas las anteriores ()

17. ¿Tiene quien le dé distribuyendo lo que Ud. produce en este Centro?

- Si ()
No ()
A veces ()

18. ¿En qué áreas le gustaría capacitarse?

- Agroindustrias ()
Mecánica ()
Derechos humanos ()
Artesanía ()
Carpintería ()
Panadería ()
Electricidad ()
Textiles ()
Bordados ()
Cerrajería ()
Belleza ()
Agroindustrias ()

ANEXO B: ENTREVISTAS A OPERADORES Y FUNCIONARIOS



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

3. ¿Conoce usted la realidad en que viven los internos/as de los Centros de Rehabilitación Social del país. ¿Cuál es su criterio al respecto?

.....
.....
.....

4. ¿En el Centro de Rehabilitación Social de Tulcán, existen las condiciones adecuadas para llevar adelante una rehabilitación

efectiva a favor de los internos/as. ¿Si su respuesta es afirmativa o negativa Indique por qué?

.....
.....
.....

3. ¿El Centro de Rehabilitación Social de Tulcán, cuenta con infraestructura física adecuada; y, personal capacitado, que posibilite la educación, rehabilitación y reinserción de los internos/as a la sociedad?

.....
.....
.....

4. ¿En el Centro de Rehabilitación Social de Tulcán, existen programas de rehabilitación, a favor de quienes han sido privados de la libertad; y, aún no han sido sentenciados. ¿En qué consisten esos programas?

.....
.....
.....

5.¿En el Centro de Rehabilitación Social del Tulcán, existe programas de reeducación y rehabilitación que contribuya a que el interno/a una vez cumplida la condena se reinerte como un ente positivo a la sociedad y no reincida en el delito?

.....
.....
.....

11. ¿Considera que las sanciones impuestas, a los internos/as luego de un proceso penal, contribuyen a la rehabilitación del interno. ¿Por qué?

.....
.....
.....

7. ¿Considera que el estado entrega los recursos suficientes para la ejecución de un programa de reeducación, rehabilitación y reinserción de los internos/as a la sociedad?

.....
.....
.....

11. ¿Considera que el sistema penitenciario en el país, garantiza la rehabilitación integral del ser humano. ¿Cuál es su opinión al respecto?

.....
.....
.....

12. ¿Considera Ud. Que se pueden impulsar políticas de una adecuada rehabilitación de los internos de su Centro?

.....
.....
.....

13. ¿El Centro de Rehabilitación Social cuenta con personal calificado para rehabilitación de las personas privadas de la libertad?

.....
.....
.....

ANEXO C: Estudio dirigido a los consumidores finales de panadería confitería y sábanas.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

10) ¿De los siguientes productos su preferido es?

PANADERÍA (Pan)

- | | |
|--------------|-----|
| Pan de maíz | () |
| Pan de trigo | () |
| Pan integral | () |

Biscocho ()

CONFITERÍA (Maní, Turrones)

Maní ()

Turrones ()

TEXTILERIA (sábanas)

Sábanas de punto ()

Sábanas bordadas ()

Sábanas estampadas ()

Salidas de baño ()

Toallas ()

11) ¿Con qué frecuencia adquiere los productos de:

PANADERÍA

Diario ()

Semanal ()

Quincenal ()

Otro ()

CONFITERÍA

Diariamente ()

Cada dos días ()

Cada tres días ()

Semanalmente ()

SABANAS

- Bimestral ()
Trimestral ()
Semestral ()
Anual ()

12) ¿Indique generalmente cuantos productos (unidades) adquiere su familia en:

PANADERÍA

- Entre 1 y 5 unidades ()
Entre 5 y 9 unidades ()
Entre 9 y 13 unidades ()

CONFITERÍA - MANÍ (1 funda)

- Una funda diariamente ()
Una funda cada dos días ()
Una funda cada tres días ()

Una funda semanalmente ()
NSP ()

TEXTILERÍA (1 juego de SÁBANAS)

- Un juego bimestralmente ()
Un juego trimestralmente ()
Un juego semestralmente ()
Un juego anualmente ()

13) ¿Cuáles son las dimensiones que usted elige al momento de comprar estos productos?

PANADERÍA

(Pan)

- Redondo ()

- | | |
|------------|-----|
| Cacho | () |
| Palanqueta | () |

CONFITERÍA

(Maní)

- | | |
|---------|-----|
| Grande | () |
| Mediana | () |
| Pequeño | () |

TEXTILERIA

(Sábanas)

- | | |
|---------------|-----|
| Una plaza | () |
| Plaza y media | () |
| Dos plazas | () |

14) ¿Qué tiene en cuenta al adquirir uno de los productos de panadería, confitería y textilería?

- | | |
|------------------------|-----|
| Calidad | () |
| Precio | () |
| Presentación | () |
| Atención personalizada | () |
| Otro | () |

15) ¿Los productos de panadería, confitería y textilería que consume los adquiere en?

- | | |
|---------------|-----|
| Tiendas | () |
| Supermercados | () |
| Mercados | () |
| Productores | () |
| Informales | () |
| Panadería | () |

- Almacén ()
Otro ()

16) ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por estos productos?

PANADERÍA \$

- De 0,10 a 0,12 dólares ()
De 0,13 a 0,14 dólares ()
De 0,15 a 0,17 dólares ()

CONFITERÍA (Maní de dulce \$)

- De 0,10 a 0,15 dólares ()
De 0,16 a 0,20 dólares ()
Más de 0,20 dólares ()

TEXTILERIA (Sábanas)

- De 5 a 10 dólares ()
De 11 a 15 dólares ()
Más de 16 dólares ()

17) ¿En qué medio publicitario le gustaría que se promocióne estos productos?

- Radio ()
Televisión ()
Prensa escrita ()
Internet ()
Otros ()

18) ¿Estaría de acuerdo en que se cree una pequeña empresa de producción de panadería, confitería y textilería en la ciudad de Tulcán?

Si ()
No ()

ANEXO D: ENCUESTA APLICADA A LOS COMERCIANTES DE PAN



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

2. ¿Generalmente qué tipo de pan Ud. Comercializa?

De maíz ()
De trigo ()
Biscochos ()
Integral ()

2) ¿Aproximadamente que cantidad de estos productos comercializa diariamente?

PAN DE MAÍZ

- Entre 10 a 30 unidades ()
- Entre 30 a 50 unidades ()
- Entre 50 a 70 unidades ()
- Entre 70 a 90 unidades ()
- Entre 90 a 110 unidades ()
- NSP ()

PAN DE TRIGO

- Entre 10 a 30 unidades ()
- Entre 30 a 50 unidades ()
- Entre 50 a 70 unidades ()
- Entre 70 a 90 unidades ()
- Entre 90 a 110 unidades ()
- NSP ()

3) ¿Con qué frecuencia le visitan los proveedores?

- Todos los días ()
- Pasando un día ()
- Fines de semana ()

4) ¿Cuándo adquiere estos productos a que le da mayor importancia?

- Al diseño ()
- Al material ()
- Al precio ()
- La apariencia ()

5) ¿De la siguiente lista de productos cuales prefiere Ud.?

- Pan de maíz ()
- Pan de trigo ()
- Biscocho ()
- Pan integral ()

6) ¿Si en este momento llegaría un nuevo proveedor estaría dispuesto a comprarle?

Si ()

No ()

7) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada unidad?

De 0,07 a 0,10 dólares ()

De 0,11 a 0,15 dólares ()

0,16 a 0,20 dólares ()

Más de 0,20 dólares ()

8) ¿Cómo se abastece de estos productos para comercializarlos?

Le visitan ()

Lo hace usted ()

Bajo pedido ()

Otro ()

ANEXO E: ENCUESTAS A LOS COMERCIANTES DE CONFITES



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

1) Generalmente qué tipo de confitería Ud. Comercializa?

Dulces ()

Gomas ()

Maní ()

Turriones ()

2) Con qué frecuencia adquiere Ud. este tipo de productos?

Diariamente ()

Semanalmente ()

Quincenalmente ()

3) Cuándo adquiere este tipo de productos a que le da mayor importancia?

Diseño ()

Precio ()

Apariencia ()

Marca ()

Caducidad ()

Sabor ()

Calidad ()

4) De la siguiente lista de productos de confitería cuales preferiría Ud?

Dulces ()

Gomas ()

Maní ()

Turrones ()

5) Si en este momento llegaría un nuevo proveedor estaría dispuesto a comprarle?

Si ()

No ()

6) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada fundita de 10 gramos?

MANÍ

De 0,10 a 0,15 ()

- De 0,16 a 0,20 ()
 Más de 0,20 ()

7) En qué lugares encuentra Ud. cuando se abastece de estos productos.

- Tiendas ()
 Supermercados ()
 Industrias ()
 Le visita el proveedor ()

8) Qué sugeriría Ud. en la fabricación de estos productos.

- Precios ()
 Higiene ()
 Calidad ()
 Presentación ()
 Servicio ()
 Nada ()

ANEXO F: ENCUESTAS APLICADAS A LOS COMERCIANTES DE SÁBANAS



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
 CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

1) Generalmente qué tipo de sábanas Ud. Comercializa

- De punto ()
 Estampadas ()
 Bordadas ()

2) Aproximadamente qué cantidad de estos productos comercializa Ud.

Entre 10 a 30 juegos ()

Entre 30 a 50 juegos ()

Entre 50 a 70 juegos ()

3) Con qué frecuencia se abastece Ud. de éstos productos

Diariamente ()

Semanalmente ()

Quincenalmente ()

4) Cuándo adquiere las sábanas a que le da más importancia.

Diseño ()

Material ()

Precio ()

Marca ()

5) De la siguiente lista de sábanas cuáles preferiría Ud.

De punto ()

Estampadas ()

Bordadas ()

9) Si en este momento llegaría un nuevo proveedor estaría dispuesto a comprarle.

Si ()

No ()

10) Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada prenda

De 5 a 10 USD ()

De 10 a 15 USD ()

11) En qué lugares encuentra Ud. cuando se abastece de estos productos.

Tiendas ()
 Supermercados ()
 Industrias ()

ANEXO G: ANEXO PLAN DE PRODUCCIÓN

El plan de producción está planteado tomando en cuenta la maquinaria y el número de operarios a utilizar.

DETALLE	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
PAN					
UNIDADES PRODUCIDAS AL DÍA	4.600	4.830	5.072	5.325	5.591
UNIDADES PRODUCIDAS AL MES	128.800	135.240	142.002	149.102	156.557
UNIDADES PRODUCIDAS AL AÑO	1.545.600	1.622.880	1.704.024	1.789.225	1.878.686

DETALLE	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
MANÍ					
UNIDADES PRODUCIDAS AL DÍA	1.100	1.155	1.213	1.273	1.337
UNIDADES PRODUCIDAS AL MES	26.400	32.340	33.957	35.655	37.438
UNIDADES PRODUCIDAS AL AÑO	316.800	388.080	407.484	427.858	449.251

DETALLE	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
SÀBANAS					
UNIDADES PRODUCIDAS AL DÌA	20	21	22	23	24
UNIDADES PRODUCIDAS AL MES	480	588	617	648	681
UNIDADES PRODUCIDAS AL AÑO	5.760	7.056	7.409	7.779	8.168

ANEXO H: DETERMINACIÓN DEL PRECIO

DETERMINACIÓN DEL PRECIO DEL PAN

$$\text{Costo fijo unitario} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CFu = \frac{15.776,73}{1.545.600}$$

$$CFu = 0,01$$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{\text{Costos variables}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CVu = \frac{126.017,82}{1.545.600}$$

$$CVu = 0,08$$

$$PRECIO = CFu + CVu + \%CTu$$

$$PRECIO = 0,01 + 0,08 + 9\%CTu$$

$$PRECIO = 0,01 + 0,08 + 9\%(0,09)$$

$$PRECIO = 0,01 + 0,08 + 0,01$$

$$PRECIO = 0,10 \text{ d\u00f2lares}$$

El precio por cada unidad de pan ser\u00e1 de 0,10 d\u00f2lares

DETERMINACI\u00d3N DEL PRECIO DEL MAN\u00cd

$$\text{Costo fijo unitario} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{N\u00famero de unidades producidas}}$$

$$CFu = \frac{4.850,61}{316.800}$$

$$CFu = 0,02$$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{\text{Costos variables}}{\text{N\u00famero de unidades producidas}}$$

$$CVu = \frac{38.744,61}{316.800}$$

$$CVu = 0,12$$

$$PRECIO = CFu + CVu + \%CTu$$

$$PRECIO = 0,02 + 0,12 + 9\%CTu$$

$$PRECIO = 0,02 + 0,12 + 9\%(0,14)$$

$$PRECIO = 0,02 + 0,12 + 0,01$$

$$PRECIO = 0,15 \text{ dólares}$$

El precio por la funda de maní de 10 gramos será de 0,15 dólares

DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE LAS SÀBANAS

$$\text{Costo fijo unitario} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CFu = \frac{7.055,43}{5.760}$$

$$CFu = 1,2$$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{\text{Costos variables}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CVu = \frac{56.355,80}{5.760}$$

$$CVu = 9,8$$

$$PRECIO = CFu + CVu + \%CTu$$

$$PRECIO = 1,2 + 9,8 + 9\%CTu$$

$$PRECIO = 1,2 + 9,8 + 9\%(11,01)$$

$$PRECIO = 1,2 + 9,8 + 1$$

$$PRECIO = 12 \text{ dólares}$$

El precio por cada juego de sábanas será de 12 dólares

ANEXO I: COSTO MATERIA PRIMA E INSUMOS

COSTO MATERIA PRIMA E INSUMOS PAN

Rubro	Unidad	Cantidad	P. Unitario	Sub. Total
Harina	kg	150	1,4	210
Azúcar	kg	6	1,6	9,6
Grasa	kg	4	3	12
Levadura	kg	4	6,5	26,00
sal	kg	4	1,5	6,00

Mejorador	kg	5	3,5	17,50
Costo de Producción para 4.600 panes				281,1
Costo Unitario por pan de 30 gramos				0,06

COSTO MATERIA PRIMA E INSUMOS MANÍ

Rubro	Unidad	Cantidad	P. Unitario	Sub. Total
Maní	Libras	75	0,65	48,75
Panela	kg	25	2	50
Costo de Producción por Maní para 1100 fundas				98,75
Costo Unitario por funda de 10 gramos				0,09

COSTO MATERIA PRIMA E INSUMOS SÀBANAS

Rubro	Unidad	Cantidad	P. Unitario	Sub. Total
Tela de Colores	m	75	1,8	135
Elástico	m	30	0,13	3,9
Hilo	gr.	7	1,7	11,9
Costo de Producción por 20 sabanas				150,80
Costo Unitario por juego				7,5

ANEXO J: COSTOS Y GASTOS

COSTOS

SERVICIOS BASICOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Luz	50,00	600,00
Agua	30,00	360,00
TOTAL		960,00

CONSUMO DE GAS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Consumo de gas	20,00	240,00
TOTAL		240,00

VESTIMENTA DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Trajes para la producción	10	60	600
TOTAL			600

MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento equipo	15,00	180,00
TOTAL		180,00

GASTOS

SERVICIOS BASICOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	5,00	60,00
Luz	15,00	180,00
TOTAL		240,00

SERVICIOS DE COMUNICACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Teléfono	35,00	420,00
Internet	25,00	300,00
TOTAL		720,00

SUMINISTROS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
-------------	----------	-----------------	-------

Papel resma	10	3,5	35
Carpetas	8	0,3	2,4
Esferográfico	10	0,3	3
Tinta impresora	5	13	65
Cuaderno	6	1,75	10,5
Lápiz	8	1,1	8,8
Borrador	5	0,3	1,5
Libretines (facturas)	10	4,5	45
TOTAL			171,2

MANTENIMIENTO COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento computación	15,00	180,00
TOTAL		180,00

PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Radio	210,00	840,00
Afiches	50,00	200,00
Página web	28,00	336,00
TOTAL	288,00	1376,00

TRANSPORTE

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Transporte	220	2640
TOTAL		2640

ANEXO K: DEL CENTRO DE REHABILITACIÓN LEGALES

Según El Código De Ejecución De Penas Y De Rehabilitación Social. Ley No. 95 menciona:

“TITULO IV: DE LA REHABILITACIÓN SOCIAL Y DEL TRATAMIENTO DE LOS INTERNOS CAPITULO I

DE LOS CENTROS DE REHABILITACIÓN SOCIAL

Art. 19.- Se denominarán "centros de rehabilitación social" las penitenciarías y cárceles existentes, y las que se crearen para el cumplimiento del régimen penitenciario que establece esta Ley.

Art. 20.- El régimen interno en los centros de rehabilitación social comprenderá los siguientes períodos:

La internación para el estudio criminológico y clasificación delincencial;

- a) Rebajas;
- b) Pre libertad;
- c) Libertad controlada; y,
- d) Ubicación poblacional tratamiento”

Según este Código de Ejecución de Penas y Rehabilitación define a los centros de rehabilitación, diciendo que las cárceles y penitenciarías existentes y por crearse de incluyen, además se da a conocer cada uno de los ciclos que los detenidos deben cumplir en los centros de rehabilitación.

Clasificación de los centros de rehabilitación social

<http://www.andes.info.ec/es/noticias/director-nacional-rehabilitacion-social-ecuador-es-removido-fuga-masiva-55-reos-carcel> - . Una vez cumplido

con lo estipulado en la ley de Código Penal, mismo que exige se realice un estudio criminológico de los internos y la clasificación correspondiente, se deberá ubicar a los reclusos en los siguientes centros de rehabilitación:

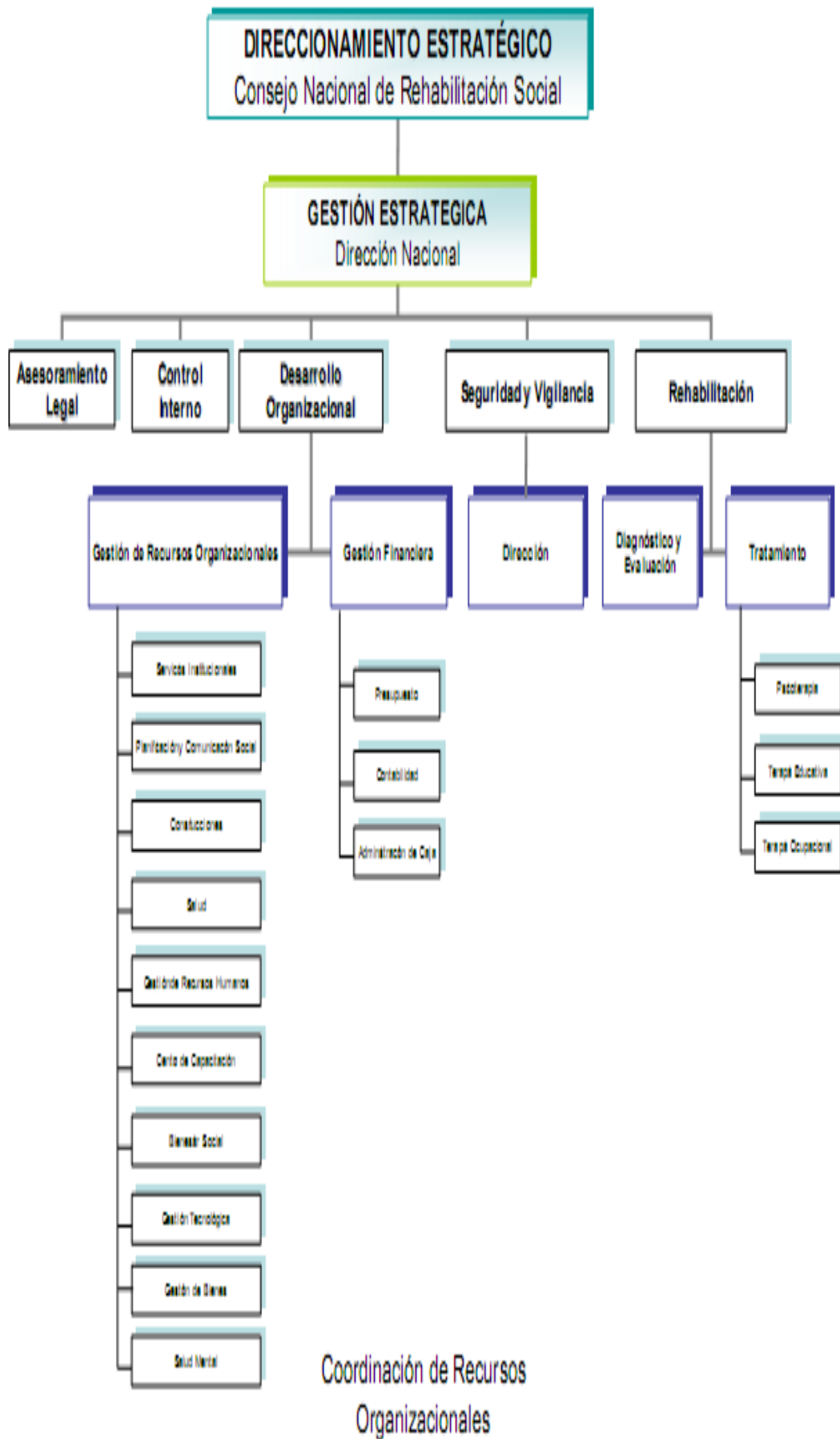
- a) De máxima seguridad, en donde se dará el aislamiento absoluto, la disciplina y la custodia será rígida y el traslado y distribución de los internos se dará en grupos no mayores de veinte personas.

- b) De seguridad media, se dará prioridad al trabajo y la educación. El traslado y la distribución de los internos se efectuará en grupos no mayores de cien personas.
- c) De seguridad mínima, se dará prioridad al trabajo y la educación auto controlado. La distribución de los internos se realizará en grupos homogéneos no mayores de diez personas.
- d) Los establecimientos especiales para los sindicados, procesados y contraventores, a quienes se les proporcionará la asistencia especial correspondiente.

De la organización y funcionamiento de los centros de rehabilitación social

<http://www.andes.info.ec/es/noticias/director-nacional-rehabilitacion-social-ecuador-es-removido-fuga-masiva-55-reos-carcel> - . La administración y dirección de los centros de rehabilitación social estarán a cargo de un Director, mismo que tendrá que regirse a las atribuciones y leyes de esta ley. De igual manera en cada centro de rehabilitación se establecerán las siguientes dependencias:

- a) De diagnóstico y evaluación;
- b) Asistencial; y,
- c) Laboral.



Del ingreso, permanencia y egreso de los internos y de la asistencia para liberados

[http://www.telegrafo.com.ec/justicia/item/el-hacinamiento-en-carceles-](http://www.telegrafo.com.ec/justicia/item/el-hacinamiento-en-carceles-.html)

[.html](http://www.telegrafo.com.ec/justicia/item/el-hacinamiento-en-carceles-.html). Los Directores de los diferentes centros de detención provisional darán la orden de internación del individuo acusado siempre y cuando exista la respectiva orden de detención en caso de ser investigación o la boleta de encarcelamiento correspondiente expedida o emitida por la autoridad competente según la ley.

La persona que ingrese con orden de detención y contra quien no se haya emitido orden de prisión preventiva dentro de las 48 horas subsiguientes, será inmediatamente puesta en libertad por el Director, quien notificará de este hecho al juez respectivo. Esta disposición no se aplicará en las infracciones contempladas en la Ley de Sustancias Estupefacientes y Sicotrópicas. Las personas que hayan sido juzgadas se sujetarán a las leyes omitidas en el Código de Ejecución de Penas y Rehabilitación Social. En cada centro de rehabilitación se llevará un registro que contenga la siguiente información:

- a)** Su identificación
- b)** Los motivos de la detención
- c)** La autoridad que la dispuso y el tiempo de duración de la condena
- d)** El día y la hora de su ingreso y demás datos que mencione el reglamento.

Una vez cumplida la condena o al ser beneficiario con amnistía, indulto o por aplicación de la Ley de Gracia, previa la orden de excarcelación dictada por la ley, los internos serán puestos en libertad inmediatamente. Los liberados entran en un proceso de integración a la sociedad. Las personas que hayan obtenido rehabilitación integral tendrán derecho a que se le otorgue certificados que solicite, sin hacer referencia a su vida delictiva.

ANEXO L: FOTOGRAFÍAS

ELABORACIÓN DE PANADERÍA



ELABORACIÓN DE MANÍ



ELABORACIÓN DE SABANAS

