



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA

PLAN DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PANADERÍA Y
PASTELERÍA, EN LA COMUNIDAD EL JUNCAL, PARROQUIA AMBUQUÍ,
CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD
Y AUDITORÍA, C.P.A.**

AUTORA: Maldonado Maldonado Ana María

TUTOR: Ing. Mauricio Aragón

IBARRA, 2016

RESUMEN EJECUTIVO

El presente “Estudio de factibilidad para la creación de una panadería y pastelería, en la comunidad El Juncal, parroquia Ambuquí, cantón Ibarra, provincia de Imbabura”, es un proyecto que tiene como objetivo determinar la factibilidad para la creación de una microempresa de panificación; para ello se realizó un diagnóstico situacional que permitió identificar las condiciones económicas, sociales y culturales de la comunidad; determinando que El Juncal reúne las condiciones básicas necesarias para la implementación del proyecto; consecutivamente se desarrolló una apropiada investigación bibliográfica, para sustentar los aspectos más importantes relacionados con el proyecto. Del mismo modo en el estudio de mercado se realizó una investigación de campo, para determinar el nivel de oferta y demanda de los productos de panificación comercializados en el sector, así como también los potenciales clientes del proyecto; permitiendo determinar los principales aspectos relacionados con la producción y comercialización del pan, precios, canales de distribución, gustos y preferencias de los consumidores. El estudio técnico determinó el tamaño del proyecto, la localización, la ingeniería y el presupuesto necesario para el funcionamiento de la microempresa. Para la valoración financiera del proyecto se aplicaron evaluadores financieros, mismos que permitieron comprobar que el proyecto es económicamente rentable. También se constituyó la estructura administrativa y funcional del proyecto; y consiguientemente se establecieron los impactos que podría causar el proyecto, mismos que resultaron positivos, debido a que con la microempresa pretende contribuir al desarrollo socio-económico del sector investigado; finalmente se formaron las principales conclusiones y recomendaciones, mismas que comprobaron la factibilidad del proyecto.

ABSTRACT

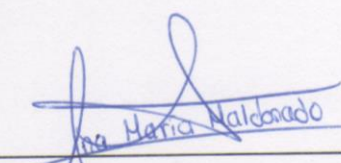
This work aims at possibility of the creation of a bakery and pastry, at El Juncal community, located in Ambuquí, Imbabura province. To start off this study of a micro baking business, was necessary to do a situational analysis identifying the economic, social and cultural conditions of the community concluding that El Juncal has the necessary basic conditions for the implementation of this project; consecutively an appropriate literature search was developed to support the most important aspects of the project. Similarly in the market research a field, a research was conducted to determine the level of demand and supply of bakery products, as well as the potential customers allowing to determine the main aspects related to the production and marketing of bread, prices, distribution channels, tastes and preferences of consumers. The technical study determined the size of the project, location, engineering and necessary budget for the operation of this business. For financial assessment of the project, financial evaluators were applied allowed which to verify that the project is economically profitable. Administrative and functional structure of the project were also established; and consequently the possible impacts were established, they were positive, because this business aims at contributing to socio-economic development of the area where it would be established. Finally the main conclusions and recommendations, they guaranteed the feasibility of the project.

AUTORÍA

Yo, **Ana María Maldonado Maldonado**, portadora de la cedula de ciudadanía 100354060-4, declaro bajo juramento que el trabajo desarrollado es de mi autoría: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PANADERÍA Y PASTELERÍA, EN LA COMUNIDAD EL JUNCAL, PARROQUIA AMBUQUÍ, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se ha respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas tomadas en cuenta en este documento.

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 23 días del mes de julio del 2015.



Srta. Ana María Maldonado Maldonado

C.C. 100354060-4

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

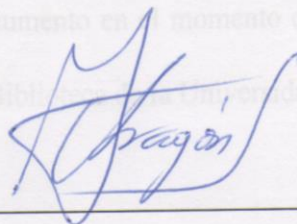
LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por la egresada **Ana María Maldonado Maldonado**, para optar por el título de **INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, C.P.A.**, cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PANADERÍA Y PASTELERÍA, EN LA COMUNIDAD EL JUNCAL, PARROQUIA AMBUQUÍ, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**.

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 23 días del mes de julio del 2015.

En mi condición de autora no 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.



Ing. Mauricio Aragón

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

C.C. 1001600566

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

Yo, **Ana María Maldonado Maldonado**, con cédula de ciudadanía Nro. 100354060-4, 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 PANADERÍA Y PASTELERÍA, EN LA COMUNIDAD EL JUNCAL, PARROQUIA AMBUQUÍ, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, C.P.A** en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora no 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.

TELÉFONO FIJO:	062-562-170	TELÉFONO MÓVIL:	0982968319
----------------	-------------	-----------------	------------

DATOS DE LA OBRA

TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PANADERÍA Y PASTELERÍA, EN LA COMUNIDAD EL JUNCAL, PARROQUIA AMBUQUÍ, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”
---------	--

AUTORA: Ana María Maldonado Maldonado

FECHA: AANIMDD 2016/04/20

C.C: 100354060-4

PROGRAMA: PREGRADO POSGRADO

Ibarra, a los 20 días del mes de abril del 2016 Contabilidad y Auditoría, C.P.A

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE CIUDADANÍA:	100354060-4		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Ana María Maldonado Maldonado		
DIRECCIÓN:	El Chota, Calle Principal.		
EMAIL:	flaca_anitamaria@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062-562-170	TELÉFONO MÓVIL:	0982968319
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PANADERÍA Y PASTELERÍA, EN LA COMUNIDAD EL JUNCAL, PARROQUIA AMBUQUÍ, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”		
AUTORA:	Ana María Maldonado Maldonado		
FECHA: AAMMDD	2016/04/20		
PROGRAMA:	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>		
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría, C.P.A		
DIRECTOR:	Ing. Mauricio Aragón		

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

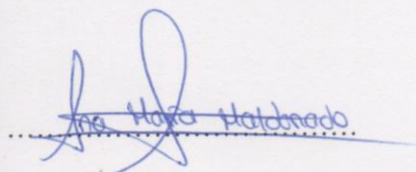
Yo, **Ana María Maldonado Maldonado**, con cédula de ciudadanía Nro. 100354060-4 , en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

Yo como autora manifiesto que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que soy la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asumo la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldré en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 20 días del mes de abril de 2016

LA AUTORA:



Ana María Maldonado Maldonado

C.C.: 100354060-4

Facultado por resolución de Consejo Universitario.

DEDICATORIA

Quiero dedicar el presente trabajo de grado con mucho cariño y amor a mi madre Nelly Maldonado, quien me ha enseñado a esforzarme día a día y no rendirme ante las adversidades que la vida me presenta, siendo mi apoyo incondicional y mi bendición.

Al amor de mi vida Paul Zuleta, por estar a mi lado siempre con su apoyo incondicional y gran paciencia, brindándome la oportunidad de crecer profesionalmente y personalmente; sinceramente no existen palabras suficientes para poder definir todo lo que siento dentro de mí, sin duda alguna, mi principito tú eres mi gran amor.

A mi abuelita Catalina Maldonado, que desde el cielo me ayudó a cumplir con esta meta tan anhelada.

Anita María

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer primeramente a Dios, a mi Divino Niño y a la Virgen Santísima del Quinche, por estar a mi lado siempre, permitiéndome alcanzar este objetivo profesional.

A mi madre, a mi novio, a mis tías, y demás familiares por todo el apoyo incondicional que me brindaron durante mis estudios y en el proceso de este trabajo de grado.

A la Universidad Técnica del Norte, en especial a autoridades y docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, por su valiosa formación profesional.

Agradezco a mi asesor de tesis Ing. Mauricio Aragón y al docente Dr. Walter Jácome, por su colaboración en el desarrollo de este proyecto de grado, apoyándome con sus conocimientos académicos y experiencias adquiridas durante su vida profesional.

Anita María

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de grado denominado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PANADERÍA Y PASTELERÍA, EN LA COMUNIDAD EL JUNCAL, PARROQUIA AMBUQUÍ, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”, pretende determinar la factibilidad o no del presente proyecto.

El proyecto está estructurado de siete capítulos, mismos que tienen la información necesaria y pertinente, siguiendo una secuencia lógica y ordenada.

Capítulo I Diagnóstico Situacional.- Este capítulo contiene antecedentes históricos de la comunidad El Juncal, ubicación, superficie, datos poblacionales y las principales actividades económicas que se desarrollan en el sector. Todos estos datos permitieron establecer el problema central del proyecto.

Capítulo II Marco Teórico.- Este capítulo hace referencia a las bases teóricas y científicas que sustentarán la investigación bibliográfica y lincográfica, a través de conceptos y teorías referentes al proyecto; esta información se la obtiene a partir de libros, revistas, páginas web, entre otros.

Capítulo III Estudio de Mercado.- En el estudio de mercado se determinaron las variables diagnósticas, la muestra poblacional, demanda y oferta, precios, la publicidad, la competencia y el mercado en el que se posicionará el proyecto. Asimismo se realizó una investigación de campo con encuestas, mismas que demostraron las necesidades de los potenciales clientes.

Capítulo IV Estudio Técnico.- El capítulo comprende el tamaño del proyecto, la macro y micro localización, la ubicación, el diseño y la distribución de las instalaciones, flujograma de procesos, y el presupuesto técnico, ideal para determinar la vida útil del proyecto.

Capítulo V Estudio Financiero.- El estudio financiero busca el capital de trabajo necesario para la puesta en marcha del proyecto, corresponde a la evaluación financiera y económica, se encuentran los registros de los ingresos y egresos, mano de obra, costos fijos, costos variables, así como también los balances que detallan la situación y proyección de los costos del estudio, con su respectivo análisis para determinar si el proyecto es o no factible.

Capítulo VI Estructura Organizacional.- Aquí se plantea la estructura organizacional y funcional del proyecto; se especifican aspectos como la misión, visión, valores, principios, objetivos, organigrama estructural, manual de funciones, la razón social, el logotipo, la constitución, titularidad y tipo empresa.

Capítulo VII Análisis de Impactos.- En este capítulo se analizan los principales impactos del proyecto, en el ámbito económico, social, ambiental y educativo.

Una vez desarrollados y finalizados los capítulos mencionados, se procede a dar a conocer las conclusiones y recomendaciones sobre la investigación.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO-----	ii
ABSTRACT-----	iii
AUTORÍA-----	iv
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO -----	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE -----	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE-----	vii
DEDICATORIA-----	ix
AGRADECIMIENTO -----	x
PRESENTACIÓN-----	xi
ÍNDICE GENERAL -----	xiii
ÍNDICE DE TABLAS-----	xxi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES-----	xxv
ÍNDICE DE GRÁFICOS-----	xxvii
INTRODUCCIÓN -----	xxviii
JUSTIFICACIÓN -----	xxix
OBJETIVOS DEL PROYECTO -----	xxx
Objetivo general -----	xxx
Objetivos específicos -----	xxx
ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA -----	xxxii
Método Inductivo-----	xxxii
Método Deductivo-----	xxxii
CAPÍTULO I-----	32
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL -----	32
Antecedentes -----	32
Objetivos del diagnóstico -----	34
Objetivo general -----	34
Objetivos específicos -----	34
Variables diagnósticas -----	34
Indicadores -----	34
Matriz de variables diagnósticas AOOR-----	36

Desarrollo de variables e indicadores -----	37
Aspectos demográficos y sociales -----	37
Organización territorial -----	37
Clima -----	38
Infraestructura y equipamientos -----	39
Vialidad y transporte -----	40
Población -----	41
Grupos étnicos. -----	42
Servicios básicos -----	43
Agua -----	44
Energía eléctrica -----	45
Conectividad – telecomunicaciones -----	46
Actividades económicas -----	46
Agricultura -----	47
Comercio al por mayor y menor -----	47
Actividades de alojamiento y servicio de comidas. -----	48
Instrumentos legales que favorecen al emprendimiento -----	49
Determinación de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos -----	52
Construcción de la matriz AOOR -----	52
Determinación de la oportunidad diagnóstica -----	54
CAPÍTULO II -----	55
MARCO TEÓRICO -----	55
La Microempresa -----	55
Definición de microempresa -----	55
Características de una microempresa -----	55
Proyecto -----	56
Estudio de mercado -----	56
Producto -----	57
Demanda -----	57
Oferta -----	57
Precio -----	58
Comercialización -----	58
Estudio técnico -----	58
Tamaño del proyecto -----	59

Localización del proyecto	59
Estudio financiero	59
Definición de Contabilidad	59
Ingresos	60
Egresos	60
Estados financieros	60
Flujo de caja	61
Evaluadores financieros	61
Valor actual neto (VAN)	61
Tasa interna de retorno (TIR)	62
Periodo de recuperación de la inversión	63
Costo/Beneficio	63
El organigrama	63
El pan	64
Historia del pan	64
Definición del pan	65
Ingredientes básicos del pan	65
Tipos de pan	68
Proceso tecnológico para la elaboración del pan	69
CAPÍTULO III	72
ESTUDIO DE MERCADO	72
Introducción	72
Objetivos del estudio de mercado.	73
Objetivo general	73
Objetivos específicos	73
Indicadores de las variables	73
Matriz de variables de mercado.	75
Identificación de la población y cálculo de la muestra	76
Identificación de la población	76
Proyección de la población	76
Identificación de la muestra	77
Cálculo de la muestra	77
Descripción del producto	78
Técnicas e instrumentos	78

Información primaria -----	79
Información secundaria-----	79
Tabulación y análisis de la información -----	80
Entrevista aplicada a expertos -----	80
Resultados de la entrevista dirigida a los productores y distribuidores de pan en las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí.-----	80
Conclusión de la entrevista -----	85
Encuesta dirigida a las tiendas distribuidoras de pan de las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí.-----	85
Encuesta dirigida a los habitantes de las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí.-----	100
Análisis y proyección de la demanda-----	112
Proyección de la demanda -----	113
Análisis y proyección de la oferta-----	114
Proyección de la oferta -----	114
Demanda potencial a satisfacer-----	115
Demanda potencial a captar por el proyecto -----	116
Análisis y proyección de precios -----	116
Análisis de la comercialización, distribución y publicidad del producto-----	117
Logotipo de la microempresa-----	117
Estrategias de servicio -----	118
Estrategias de marketing mix -----	118
Estrategias de producto -----	119
Estrategias de precio -----	119
Estrategias de plaza -----	120
Estrategias de publicidad y promoción-----	120
Estrategias de comercialización -----	121
Conclusiones del estudio de mercado -----	122
CAPÍTULO IV -----	123
ESTUDIO TÉCNICO -----	123
Tamaño del proyecto-----	123
Mercado-----	123
Capacidad de producción-----	124
Disponibilidad de recursos financieros-----	124

Disponibilidad de mano de obra -----	124
Disponibilidad de materia prima e insumos -----	125
Disponibilidad tecnológica-----	125
Localización del proyecto-----	125
Macro localización -----	125
Micro localización-----	126
Ingeniería del proyecto -----	128
Infraestructura física -----	128
Procesos productivos -----	131
Compra de materia prima e insumos.-----	131
Recepción de la materia prima e insumos -----	131
Almacenamiento-----	132
Revisión y control -----	132
Pesado de ingredientes-----	132
Mezclado y amasado de ingredientes-----	133
Reposo de la masa-----	133
Corte y boleado -----	134
Colocación de la masa en bandejas -----	135
Fermentado-----	135
Pintado -----	136
Horneado -----	136
Enfriado-----	137
Perchado -----	137
Flujograma de producción -----	138
Flujograma de operaciones-----	139
Simbología del flujograma de operaciones -----	139
Diseño del flujograma de operación-----	140
Tecnología-----	141
Maquinaria y equipo -----	141
Horno giratorio -----	141
Amasadora SM-120T -----	143
Divisora boleadora SM-430 -----	145
Balanza digital ACS-6Z DD-----	146
Carro escabiladero-----	147

Mesa acero inoxidable 1000 x 700 x 900 -----	148
Lata liza 65x45 -----	149
Presupuesto técnico -----	150
Inversión fija -----	150
Inversión fija área administrativa -----	150
Inversión fija área de ventas -----	152
Inversión fija área de producción -----	153
Resumen de la inversión fija -----	154
Inversión variable -----	155
Talento humano -----	156
Resumen de capital de trabajo mensual -----	156
Resumen de las inversiones del proyecto -----	157
Inversión total del proyecto -----	158
Financiamiento -----	158
CAPÍTULO V -----	159
ESTUDIO FINANCIERO -----	159
Presupuesto de ingresos -----	159
Proyección de ingresos -----	159
Presupuesto de egresos -----	160
Costo de producción -----	160
Materia prima directa -----	160
Mano de obra directa -----	160
Costos indirectos de producción -----	161
Materia prima indirecta -----	162
Utencillos de cocina -----	163
Servicios básicos operativos -----	165
Resumen de los costos indirectos de producción -----	166
Resumen de los costos de producción -----	166
Gastos de administración -----	167
Sueldos administrativos -----	167
Servicios básicos administrativos -----	168
Suministros de oficina -----	168
Suministros de limpieza -----	170
Gastos de constitución -----	171

Resumen gastos de administración -----	171
Gastos de ventas -----	172
Sueldos de ventas -----	172
Gasto publicidad -----	173
Gastos combustibles y lubricantes del vehículo -----	174
Resumen gastos de ventas -----	175
Gastos financieros -----	175
Resumen de costos y gastos anuales -----	177
Depreciación de activos fijos -----	178
Presupuesto de egresos -----	180
Estado de situación inicial proforma -----	181
Estado de resultados proyectado -----	183
Flujo de caja proyectado -----	185
Evaluación financiera -----	186
Determinación del Costo de oportunidad y Tasa de Rendimiento Medio -----	186
Costo de oportunidad -----	186
Tasa de Rendimiento Medio -----	187
Valor Actual Neto -----	188
Tasa Interna de Retorno -----	190
Período de recuperación de la inversión -----	191
Recuperación de la inversión a valor corriente -----	191
Recuperación de la inversión a valor real -----	192
Relación Beneficio Costo -----	192
Punto de equilibrio del proyecto -----	193
Resumen de la evaluación financiera -----	195
CAPÍTULO VI -----	197
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA -----	197
Nombre de la microempresa -----	197
Actividad económica de la microempresa -----	197
Logotipo de la microempresa -----	197
Slogan -----	198
Misión -----	198
Visión -----	198
Objetivos organizacionales -----	198

Principios y valores -----	199
Principios -----	199
Valores -----	199
Políticas -----	200
Organigrama estructural -----	201
Organigrama funcional -----	202
Manual de funciones -----	204
Aspectos legales de funcionamiento -----	209
Constitución legal -----	216
CAPÍTULO VII -----	218
IMPACTOS -----	218
Introducción -----	218
Impacto económico -----	219
Impacto social -----	220
Impacto ambiental -----	221
Impacto educativo -----	222
Impacto general -----	223
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES -----	224
CONCLUSIONES -----	224
RECOMENDACIONES -----	226
FUENTES DE INFORMACIÓN -----	227
Bibliografía -----	227
Lincografía -----	230
Base de datos. -----	232
ANEXOS -----	233
ANEXO N° 1 Solicitud de autorización de uso de la información pública -----	234
ANEXO N° 2 Autorización de uso de la información pública -----	235
ANEXO N° 3 Entrevista dirigida a los productores y distribuidores de pan en las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí. -----	236
ANEXO N° 4 Encuesta dirigida a las tiendas distribuidoras de pan de las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí. -----	240
ANEXO N° 5 Encuesta dirigida a los habitantes de las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí. -----	243

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz de Variables Diagnósticas AOOR.....	36
Tabla 2: Amanzanado de la comunidad El Juncal, población total	41
Tabla 3: Parroquia Ambuquí, población total.....	42
Tabla 4: Matriz AOOR	52
Tabla 5: Matriz de variables de mercado	75
Tabla 6: Parroquia Ambuquí, población total.....	76
Tabla 7: Parroquia Ambuquí, proyección de la población	77
Tabla 8: Cantidad de compra	86
Tabla 9: Periodo de compra	87
Tabla 10: Especificación de horario de compra.....	88
Tabla 11: Tipo de pan más comercializado	89
Tabla 12: Proveedor del pan	90
Tabla 13: Satisfacción calidad del producto	91
Tabla 14: Calidad de atención al cliente	92
Tabla 15: Inconvenientes con el proveedor	93
Tabla 16: Tipo de inconveniente.....	94
Tabla 17: Incentivos del proveedor.....	95
Tabla 18: Preferencia de proveedor actual.....	96
Tabla 19: Aceptabilidad del proyecto	97
Tabla 20: Beneficios esperados	98
Tabla 21: Medios de publicidad.....	99
Tabla 22: Consumo de pan	100
Tabla 23: Frecuencia de compra.....	101
Tabla 24: Cantidad de consumo.....	102
Tabla 25: Precio del pan	103
Tabla 26: Tipo de pan	104
Tabla 27: Lugar de compra.....	105
Tabla 28: Calidad del pan	106
Tabla 29: Atención al cliente	107
Tabla 30: Aspectos para la compra.....	108
Tabla 31: Conformidad de precios.....	109
Tabla 32: Aceptabilidad de la panadería.....	110
Tabla 33: Demanda potencial	111

Tabla 34:- Amanzanado de la comunidad El Juncal, proyección de las familias.....	112
Tabla 35: Consumo promedio de pan por familia en unidades y kilogramos anual.....	113
Tabla 36: Demanda potencial proyectada.....	113
Tabla 37: Oferta actual de pan.....	114
Tabla 38: Oferta actual de pan en unidades y kilogramos.....	114
Tabla 39: Oferta proyectada.....	115
Tabla 40: Balance de oferta - demanda.....	115
Tabla 41: Demanda potencial a captar.....	116
Tabla 42: Proyección de precios.....	117
Tabla 43: Matriz de micro localización.....	127
Tabla 44: Simbología del flujograma de operaciones.....	139
Tabla 45: Flujograma de operaciones.....	140
Tabla 46: Terreno.....	150
Tabla 47: Edificio.....	150
Tabla 48: Muebles de oficina.....	151
Tabla 49: Equipo de oficina.....	151
Tabla 50: Equipo de computación.....	151
Tabla 51: Reinversión área administrativa.....	151
Tabla 52: Muebles y enseres.....	152
Tabla 53: Equipo de oficina ventas.....	152
Tabla 54: Equipo de computación ventas.....	153
Tabla 55: Vehículo.....	153
Tabla 56: Reinversión área de ventas.....	153
Tabla 57: Maquinaria y equipo.....	154
Tabla 58: Equipo de seguridad.....	154
Tabla 59: Resumen de la inversión fija.....	155
Tabla 60: Talento humano.....	156
Tabla 61: Resumen de capital de trabajo mensual.....	157
Tabla 62: Resumen de las inversiones del proyecto.....	157
Tabla 63: Inversión total del proyecto.....	158
Tabla 64: Financiamiento.....	158
Tabla 65: Proyección de ingresos.....	159
Tabla 66: Proyección materia prima directa.....	160
Tabla 67: Proyección mano de obra directa.....	161

Tabla 68: Proyección de la materia prima indirecta	162
Tabla 69: Proyección utensilios de cocina.....	163
Tabla 70: Servicios básicos operativos	165
Tabla 71: Resumen de los costos indirectos de fabricación	166
Tabla 72: Resumen de costos de producción	166
Tabla 73: Proyección sueldos administrativos.....	167
Tabla 74: Proyección servicios básicos administrativos.....	168
Tabla 75: Proyección suministros de oficina	169
Tabla 76: Proyección suministros de limpieza	170
Tabla 77: Gastos de constitución	171
Tabla 78: Resumen gastos de administración.....	172
Tabla 79: Sueldos de ventas.....	173
Tabla 80: Proyección gasto publicidad.....	173
Tabla 81: Proyección gasto combustibles y lubricantes del vehículo.....	174
Tabla 82: Resumen gastos de ventas	175
Tabla 83: Tabla de amortización del préstamo	175
Tabla 84: Gastos financieros.....	177
Tabla 85: Resumen de costos y gastos anuales.....	178
Tabla 86: Activos fijos a depreciar	178
Tabla 87: Resumen gasto depreciación de activos fijos	179
Tabla 88: Presupuesto de egresos	180
Tabla 89: Estado de situación inicial proforma	182
Tabla 90: Estado de resultados proyectado.....	183
Tabla 91: Cálculo impuesto a la renta para el primer año	184
Tabla 92: Flujo de caja proyectado.....	186
Tabla 93: Costo de oportunidad.....	187
Tabla 94: Flujos netos actualizados para el cálculo del VAN.	189
Tabla 95: Cálculo del VAN	189
Tabla 96: Flujos netos actualizados para el cálculo de la TIR.....	190
Tabla 97: Flujos de caja netos actualizados para el período de recuperación	191
Tabla 98: Relación Beneficio Costo	192
Tabla 99: Proyección punto de equilibrio del proyecto	193
Tabla 100: Detalle del cálculo del punto de equilibrio	195
Tabla 101: Resumen de la evaluación financiera	196

Tabla 102: Valoración cualitativa y cuantitativa de impactos	218
Tabla 103: Impacto económico.....	219
Tabla 104: Impacto social.....	220
Tabla 105: Impacto ambiental.....	221
Tabla 106: Impacto educativo.....	222
Tabla 107: Impacto general	223

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Transporte intercantonal de la parroquia Ambuquí Chota.	41
Ilustración 2: Mapa del amanzanado de la comunidad El Juncal	42
Ilustración 3: Autoidentificación de la población	43
Ilustración 4: Acceso de las viviendas a los servicios básicos en la parroquia Ambuquí	44
Ilustración 5: Planta de tratamiento de agua del Juncal	45
Ilustración 6: Procedencia de la energía eléctrica en las viviendas de la parroquia Ambuquí.	45
Ilustración 7: Conectividad de los hogares en la parroquia Ambuquí.	46
Ilustración 8: Centro de El Juncal, principal ofertante de servicios de comidas.	49
Ilustración 9: Historia del pan.....	64
Ilustración 10: El pan.....	65
Ilustración 11: Tipos de pan.....	69
Ilustración 12: Logotipo.....	118
Ilustración 13: Macro localización.....	126
Ilustración 14: Micro localización	128
Ilustración 15: Plano de adecuación de las instalaciones.....	130
Ilustración 16: Báscula digital	132
Ilustración 17: Mezclado y amasado de ingredientes	133
Ilustración 18: Reposo de la masa	134
Ilustración 19: Corte y boleado.....	134
Ilustración 20: Colocación de la masa en bandejas	135
Ilustración 21: Fermentación	136
Ilustración 22: Horneado.....	136
Ilustración 23: Enfriado	137
Ilustración 24: Perchado	137
Ilustración 25: Flujograma de procesos	138
Ilustración 26: Horno giratorio	141
Ilustración 27: Amasadora	143
Ilustración 28: Divisora boleadora.....	145
Ilustración 29: Balanza digital	146
Ilustración 30: Carro escabiladero	147
Ilustración 31: Mesa de acero inoxidable	148
Ilustración 32: Lata lisa.....	149

Ilustración 33: Tabla impuesto a la renta 2015, personas naturales	185
Ilustración 34: Logotipo.....	197
Ilustración 35: Organigrama estructural	201
Ilustración 36: Organigrama funcional	204

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Cantidad de compra	86
Gráfico 2: Periodo de compra	87
Gráfico 3: Especificación de horario de compra.....	88
Gráfico 4: Tipo de pan más comercializado	89
Gráfico 5: Proveedor del pan	90
Gráfico 6: Calidad del pan	91
Gráfico 7: Calidad de atención al cliente	92
Gráfico 8: Inconvenientes con el proveedor	93
Gráfico 9: Tipo de inconveniente	94
Gráfico 10: Incentivos del proveedor	95
Gráfico 11: Preferencia de proveedor actual	96
Gráfico 12: Aceptabilidad del proyecto	97
Gráfico 13: Beneficios esperados	98
Gráfico 14: Medios de publicidad.....	99
Gráfico 15: Consumo de pan	100
Gráfico 16: Frecuencia de compra	101
Gráfico 17: Cantidad de consumo.....	102
Gráfico 18: Precio del pan	103
Gráfico 19: Tipo de pan	104
Gráfico 20: Lugar de compra.....	105
Gráfico 21: Calidad del pan	106
Gráfico 22: Atención al cliente	107
Gráfico 23: Aspectos para la compra.....	108
Gráfico 24: Conformidad de precios.....	109
Gráfico 25: Aceptabilidad de la panadería.....	110
Gráfico 26: Demanda potencial	111

INTRODUCCIÓN

El Juncal es una comunidad del valle del Chota, es el tercer centro poblado consolidado más grande de la parroquia Ambuquí; está ubicado al margen izquierdo del río Chota a 1676 metros sobre el nivel del mar, en el límite interprovincial entre las provincias de Imbabura y Carchi.

A la comunidad El Juncal se accede por la Panamericana Norte antes de llegar al cantón Pimampiro, por lo que tiene muy buena accesibilidad. El Juncal está ubicado a 49 Km. al Noreste de la ciudad de Ibarra, tiene una población aproximada de 1.400 habitantes afroecuatotianos que se dedican a la agricultura, y al comercio.

Con la creación de una panadería y pastelería en la comunidad El Juncal, se espera satisfacer las necesidades de los clientes, cumpliendo sus expectativas en cuanto a la calidad y buen servicio, así como también ofertando productos con precios accesibles.

La creación de una microempresa panificadora en la comunidad El Juncal, pretende generar fuentes de empleo y mejorar la calidad de vida de los colaboradores y de la comunidad en general; apoyando al desarrollo y crecimiento de las actividades económicas en el sector.

Es así que con el presente trabajo de grado denominado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PANADERÍA Y PASTELERÍA, EN LA COMUNIDAD EL JUNCAL, PARROQUIA AMBUQUÍ, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”, se pretende determinar la factibilidad o no del presente proyecto.

JUSTIFICACIÓN

En la comunidad El Juncal no existen establecimientos que oferten productos de panadería y pastelería; sin embargo al no tener una oferta permanente de estos productos de panificación se los puede encontrar en las pequeñas tiendas que se abastecen de la producción de Ibarra y Pimampiro. Actualmente no están satisfechas las exigencias del consumidor de productos de panificación, por no tener una gama amplia de productos en oferta.

Es importante destacar que existen picos de la demanda de pan y pasteles en ciertas fechas especiales, por lo que los habitantes de la comunidad y de sus alrededores se ven obligados a acudir a los centros de distribución de Ibarra y Pimampiro para poder abastecerse oportunamente.

Lo expresado anteriormente demuestra con bastante aproximación que existe una oportunidad para crear una microempresa de panificación en El Juncal; que abastecería la demanda de la comunidad y sus alrededores con productos frescos y en cantidades adecuadas, lo que lograría satisfacer las expectativas actuales de los consumidores de pan y sus derivados.

Es importante recalcar que la zona de influencia del presente proyecto tiene un número significativo de potenciales clientes cuyas necesidades no han sido satisfechas, por no existir una panificadora local; siendo un producto de consumo masivo, la rotación de los inventarios es adecuada y no va a generar productos que no se vendan.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una panadería y pastelería, en la comunidad El Juncal, parroquia Ambuquí, cantón Ibarra, provincia de Imbabura.

Objetivos específicos

1. Realizar un diagnóstico situacional, para determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos (AOOR), del proyecto.
2. Efectuar una investigación bibliográfica de temas referentes al proyecto para la realización y sustentación del marco teórico.
3. Elaborar un estudio de mercado para identificar el nivel de oferta y demanda potencial del pan y productos de pastelería en la comunidad El Juncal y sus alrededores.
4. Desarrollar un estudio técnico para fundamentar la localización y la ingeniería del proyecto.
5. Evaluar los aspectos económicos y financieros, para definir la factibilidad del proyecto.
6. Diseñar la estructura administrativa del proyecto, para su gestión y operación.
7. Establecer los principales impactos que generará el proyecto.

ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA

La metodología es la forma organizada y estructurada, con la que se va llevar a cabo la investigación, a través de la aplicación de técnicas que permitirán recolectar la información necesaria para el desarrollo del proyecto.

Método Inductivo

El Método Inductivo se utilizará en la presente investigación en lo referente a la observación de la realidad, la aplicación de este método permitirá determinar conclusiones y formular las recomendaciones correspondientes. La técnica que se empleará son las encuestas aplicadas a los habitantes y a las tiendas distribuidoras de pan de las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí, y las respectivas entrevistas a los panificadores del sector.

Método Deductivo

El Método Deductivo permitirá la aplicación, comprensión y demostración de los distintos capítulos del proyecto tales como: el diagnóstico situacional, el marco teórico, el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio económico, el estudio organizacional y el análisis de los impactos; asimismo facilitará la interpretación de los resultados obtenidos de la aplicación de encuestas y entrevistas, del mismo modo se lo utilizará en el análisis de fuentes de información secundaria, con el fin de sustentar teóricamente la investigación. Las técnicas que se aplicarán en este método son las encuestas y entrevistas.

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

El Juncal es una comunidad del valle del Chota, es el tercer centro poblado consolidado más grande de la parroquia Ambuquí; está ubicado al margen izquierdo del río Chota a 1676 metros sobre el nivel del mar, en el límite interprovincial entre las provincias de Imbabura y Carchi.

A la comunidad El Juncal se accede por la Panamericana Norte antes de llegar al cantón Pimampiro, por lo que tiene muy buena accesibilidad. El Juncal está ubicado a 49 Km. al Noreste de la ciudad de Ibarra, tiene una población aproximada de 1.400 habitantes afrochoteños que se dedican a la agricultura, y al comercio.

El Juncal es una de las partes más bajas de Imbabura, por lo que goza de un clima cálido seco, con un promedio de temperatura ambiental de 24 grados centígrados, lo que favorece una variada producción de frutas tropicales; su principal actividad económica es la agricultura, primordialmente el cultivo de pepinos dulces, ovos, tomates, fréjol, yucas, camotes, caña de azúcar, entre otros.

El Juncal es el sector comercial más importante del valle del Chota, cuenta gran afluencia de personas del sector, personas de las comunidades aledañas o turistas que viajan con frecuencia; es por ello que otra de las actividades económicas a que se dedican, es a la venta de productos ambulantes como ovos, pepinos dulces, cañas, que ofrecen a los transeúntes.

El Juncal es reconocido a nivel nacional e internacional como el semillero de grandes futbolistas de renombre; posee 3 canchas de futbol, la comunidad dispone de todos los servicios básicos, y equipamientos como un centro infantil, iglesia católica, Unidad de Policía Comunitaria, un cementerio, restaurantes, un dispensario del seguro social campesino y una unidad educativa; además tiene un centro intercultural a fin de fortalecer la identidad de los pueblos afroecuatorianos.

El pan es un producto de consumo masivo que está considerado como uno de los alimentos de primera necesidad. El pan constituye uno de los alimentos principales en la dieta de las familias ecuatorianas sin importar cuál sea su nivel socio económico, además se lo puede complementar con diversos alimentos y bebidas.

En la comunidad El Juncal no existen establecimientos que oferten productos de panadería y pastelería; sin embargo se encuentran sitios como las pequeñas tiendas que venden pan, pero no logran satisfacer las necesidades de todos los consumidores ya que el producto se termina rápidamente y no cumple con las expectativas de calidad que los clientes esperan.

Cabe destacar que las personas del sector en fechas especiales tienen que salir a la ciudad de Ibarra o ir al cantón Pimampiro, en busca de una torta, lo cual les resulta alejado y costoso.

Es importante mencionar que el valor agregado de algunos de los productos que se producirán y comercializarán, será el relleno de dulces ancestrales como el dulce de frejol con guayaba, mermelada de tuna, mermelada de ovos, entre otros dulces que se destacan en el valle del Chota.

Por los motivos ya detallados considero que la creación de este tipo de microempresa representa una buena oportunidad de negocio, para elaborar productos de excelente calidad, ofrecer una adecuada atención al cliente y generar rentabilidad.

1.2. Objetivos del diagnóstico

1.2.1. Objetivo general

Conocer la situación actual de la comunidad El Juncal, para determinar Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos (AOOR), del Proyecto.

1.2.2. Objetivos específicos

- Evaluar los aspectos demográficos y sociales de la población de la comunidad El Juncal.
- Determinar la existencia de servicios básicos en la comunidad El Juncal.
- Identificar las principales actividades económicas existentes en la comunidad El Juncal.
- Evaluar los instrumentos legales y estructurales del sector que favorecen al emprendimiento para la creación del proyecto.

1.3. Variables diagnósticas

- Aspectos demográficos y sociales
- Servicios básicos
- Actividades económicas
- Instrumentos legales que favorecen al emprendimiento.

1.4. Indicadores

- **Aspectos demográficos y sociales**
 - a) Organización territorial
 - b) Clima
 - c) Infraestructura y equipamiento.

- d) Vialidad y transporte
- e) Población
- f) Grupos étnicos
- **Servicios básicos**
 - a) Agua potable
 - b) Energía eléctrica
 - c) Comunicaciones (teléfono, internet).
- **Actividades económicas**
 - a) Agricultura
 - b) Comercio al por mayor y menor
 - c) Actividades de alojamiento y servicio de comidas.
- **Instrumentos legales que favorecen al emprendimiento.**
 - a) Constitución de la República del Ecuador.
 - b) Ley de la economía popular y solidaria.
 - c) Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017
 - d) Transformación de la matriz productiva
 - e) Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.
 - f) Ordenanza municipal para la promoción y fortalecimiento del desarrollo económico y social de la economía popular y solidaria en el cantón Ibarra.
 - g) Programa de incentivos de la Prefectura de Imbabura.

1.5. Matriz de variables diagnósticas AOR

Tabla 1: Matriz de Variables Diagnósticas AOR

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS	INFORMANTE
Evaluar los aspectos demográficos y sociales de la población de la comunidad El Juncal.	Aspectos demográficos y sociales	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Organización territorial ✚ Clima ✚ Infraestructura y equipamiento. ✚ Vialidad y transporte ✚ Población ✚ Grupos étnicos 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Secundaria ✚ Secundaria ✚ Secundaria ✚ Secundaria ✚ Secundaria ✚ Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Documental ✚ Documental ✚ Documental ✚ Documental ✚ Documental ✚ Documental 	INEC y Gobierno Autónomo Descentralizado Rural Ambuquí –Chota.
Determinar la existencia de servicios básicos en la comunidad El Juncal.	Servicios básicos	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Agua potable ✚ Energía eléctrica ✚ Comunicaciones (teléfono, internet). 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Secundaria ✚ Secundaria ✚ Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Documental ✚ Documental ✚ Documental 	INEC y Gobierno Autónomo Descentralizado Rural Ambuquí –Chota.
Identificar las principales actividades económicas existentes en la comunidad El Juncal.	Actividades económicas	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Agricultura ✚ Comercio al por mayor y menor ✚ Actividades de alojamiento y servicio de comidas. 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Secundaria ✚ Secundaria ✚ Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Documental ✚ Documental ✚ Documental 	INEC y Gobierno Autónomo Descentralizado Rural Ambuquí –Chota.
Evaluar los instrumentos legales y estructurales del sector que favorecen al emprendimiento para la creación del proyecto.	Instrumentos legales	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Constitución de la República del Ecuador. ✚ Ley de la economía popular y solidaria. ✚ Plan para el Buen Vivir ✚ Transformación de la matriz productiva ✚ Código Orgánico de la Producción. ✚ Ordenanza municipal ✚ Programa de incentivos de la Prefectura de Imbabura 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Secundaria ✚ Secundaria ✚ Secundaria ✚ Secundaria ✚ Secundaria ✚ Secundaria ✚ Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Documental ✚ Documental ✚ Documental ✚ Documental ✚ Documental ✚ Documental ✚ Documental 	Leyes e instituciones del sector público que apoyan el emprendimiento en el Ecuador.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

1.6. Desarrollo de variables e indicadores

En se presenta el detalle de las variables e indicadores del diagnóstico situacional.

1.6.1. Aspectos demográficos y sociales

1.6.1.1. Organización territorial

Según datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Ambuquí- Chota, El Juncal es el tercer centro poblado consolidado más grande de la parroquia de Ambuquí, poblado con 1400 habitantes afrochoteños, reconocido a nivel nacional e internacional como la cantera de grandes futbolistas, constituye el punto de encuentro de los jóvenes afroecuatorianos, quienes se reúnen a jugar fútbol en la cancha de tierra bajo el puente del Juncal; además es el más importante sector comercial del valle del Chota.

El Juncal se encuentra ubicado al margen izquierdo del río Chota a 1676 msnm; con un clima cálido seco, en el límite interprovincial entre Imbabura y Carchi; se asienta al borde de la Panamericana Norte y de la vía a Pimampiro, por lo que tiene una muy buena accesibilidad.

El Juncal dispone de todos los servicios básicos como: agua para consumo humano, alcantarillado, recolección de residuos sólidos, energía eléctrica y alumbrado público; asimismo posee los siguientes equipamientos: centro infantil, escuela, iglesia católica, cementerio, Unidad de Policía Comunitaria, un dispensario de salud del seguro social campesino y un centro médico que funciona bajo convenio entre la Fundación Agustín Delgado y el Ministerio de Salud Pública.

Además presenta algunos restaurantes (fritadas de juncal) y tiendas, posee 3 canchas de fútbol (la tradicional de tierra y una de césped bajo el puente, así como la cancha de la fundación Agustín Delgado).

También, aquí se encuentra ubicado el centro intercultural del Juncal, como un espacio importante para el encuentro, reflexión y fortalecimiento cultural del pueblo afrochoteño, y otros pueblos afro ecuatorianos a fin de fortalecer su identidad.

Como parte de las manifestaciones culturales se desarrolla el carnaval Olas del río, donde la danza y música bomba enciende el ambiente y contagia a propios y extraños.; otra de las actividades que se desarrolla en esta comunidad es el tradicional partido de fútbol del 31 de diciembre a las 16:00 horas entre las estrellas del balón pie profesional que nacieron o se formaron en este lugar.

Se concluye que El Juncal es el tercer pueblo más grande de la parroquia Ambuquí, poblado en su mayoría por habitantes afrodescendientes, es reconocido a nivel nacional e internacional por ser la cuna de grandes jugadores de fútbol, está ubicado en el límite interprovincial entre Imbabura y Carchi, cerca del cantón Pimampiro.

El Juncal dispone de todos los servicios básicos, así como también de infraestructura y equipamiento; también cuenta con un centro cultural para fortalecer la identidad de su pueblo.

1.6.1.2. Clima

Clima ecuatorial mesotérmico seco, es el tipo de clima es típico del sector del valle del Chota, en las comunidades de Chota, Carpuela, **Juncal**, la Playa – Ramal de Ambuquí, Ambuquí y San Clemente; la temperatura fluctúa entre 18 y 24 grados centígrados con poca variación en todo el año, la precipitación es baja y bordea los 500mm anuales. La humedad relativa está entre el 50% y el cielo generalmente siempre está despejado, dando lugar a la presencia del fenómeno de Foehn (viento muy seco). (Terán, 2004).

Se concluye que El Juncal tiene un clima cálido seco, con un cielo que casi siempre está despejado y soleado; del mismo modo se destaca por tener vientos demasiados secos.

1.6.1.3. Infraestructura y equipamientos

Según el datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Ambuquí- Chota, los equipamientos son el conjunto de instalaciones físicas, tanto públicas como privadas que posee un territorio y que tienen como fin la satisfacción de necesidades básicas para el desarrollo de la comunidad y el Buen vivir de la población.

En la parroquia de Ambuquí a la infraestructura y equipamientos, se los ha clasificado dentro de las siguientes categorías:

- ✓ Desarrollo infantil (centros infantiles, CNH),
- ✓ Centros Educativos (establecimientos de educación básica y secundaria),
- ✓ Salud (subcentros de salud y dispensarios médicos),
- ✓ Culturales (Biblioteca, Centro Cultural),
- ✓ Religiosos (iglesias, cementerios),
- ✓ Comunitarios (Casas comunales y parques),
- ✓ Deportivos (canchas, coliseos),
- ✓ Turísticos (Piscinas, hosterías, etc.),
- ✓ Entretenimiento (bares, discotecas, karaoke),
- ✓ Seguridad (Policía y Bomberos) y
- ✓ Administración Pública (GAD Parroquial, Tenencia Política, Registro Civil, CNT, EMAPA).

Según el datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Ambuquí- Chota, la implementación de los equipamientos, debe responder a las necesidades y expectativas de la sociedad y las características propias de cada territorio, sin embargo, en la parroquia de Ambuquí éstos han sido construidos y gestionados en forma desordenadas e inequitativa, ocasionando desigualdad de oportunidades para el desarrollo de las comunidades y desequilibrios territoriales entre la zona alta, media y baja; por lo que, no todos sus pobladores gozan de las mismas condiciones de calidad de vida.

Se concluye que las comunidades del valle del Chota que pertenecen a la de la parroquia Ambuquí disponen de la infraestructura física y del equipamiento necesario para responder a las necesidades de la población y satisfacer las necesidades básicas de los mismos.

1.6.1.4. Vialidad y transporte

Según el datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Ambuquí- Chota, la vialidad consiste en toda la infraestructura física como: caminos, carreteras, autopistas y puentes que permiten al ser humano trasladar bienes y mercancías de un lugar a otro, cuyo rol fundamental es la integración de las comunidades de un territorio permitiendo el desarrollo económico, social y cultura de la población.

La parroquia de Ambuquí se encuentra ubicada en el límite norte de la provincia de Imbabura colindando con la provincia del Carchi, presenta una muy buena accesibilidad ya que, las comunidades de la zona baja de la Parroquia (Chota, Carpuela, **Juncal**) se encuentran asentadas junto a la vía Panamericana Norte Ibarra – Tulcán; por lo que, acceden al sistema de transporte interprovincial (Quito-Ibarra-Tulcán) e intercantonal (Ibarra – Pimampiro) cada 15 minutos.



Ilustración 1: Transporte intercantonal de la parroquia Ambuquí Chota.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana María Maldonado M.

En conclusión las comunidades el Chota, Carpuela y El Juncal, mismas que pertenecen a la parroquia Ambuquí, tienen carreteras en muy buen estado; lo que demuestra que el sector dispone de buena viabilidad y accesibilidad.

1.6.1.5. Población

Según datos obtenidos por el último Censo de Población y Vivienda del año 2010 proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, partiendo del amanzanado de la comunidad El Juncal cuya población es de 1.067 habitantes, pertenecientes a la parroquia Ambuquí, como unidad de análisis; la población total asciende a 5.477 habitantes.

Tabla 2: Amanzanado de la comunidad El Juncal, población total

Área # 100151	El Juncal	
Año	Población total	%
2010	1.067	100,00 %
TOTAL	1.067	100,00 %

Fuente: Censo INEC, 2010

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Tabla 3: Parroquia Ambuquí, población total.

AREA # 100151		Población total de la parroquia Ambuquí	
Año	Población total	%	
2010	5.477	100,00 %	
TOTAL	5.477	100,00 %	

Fuente: Censo INEC, 2010
 Elaborado por: Ana María Maldonado
 Año: 2015

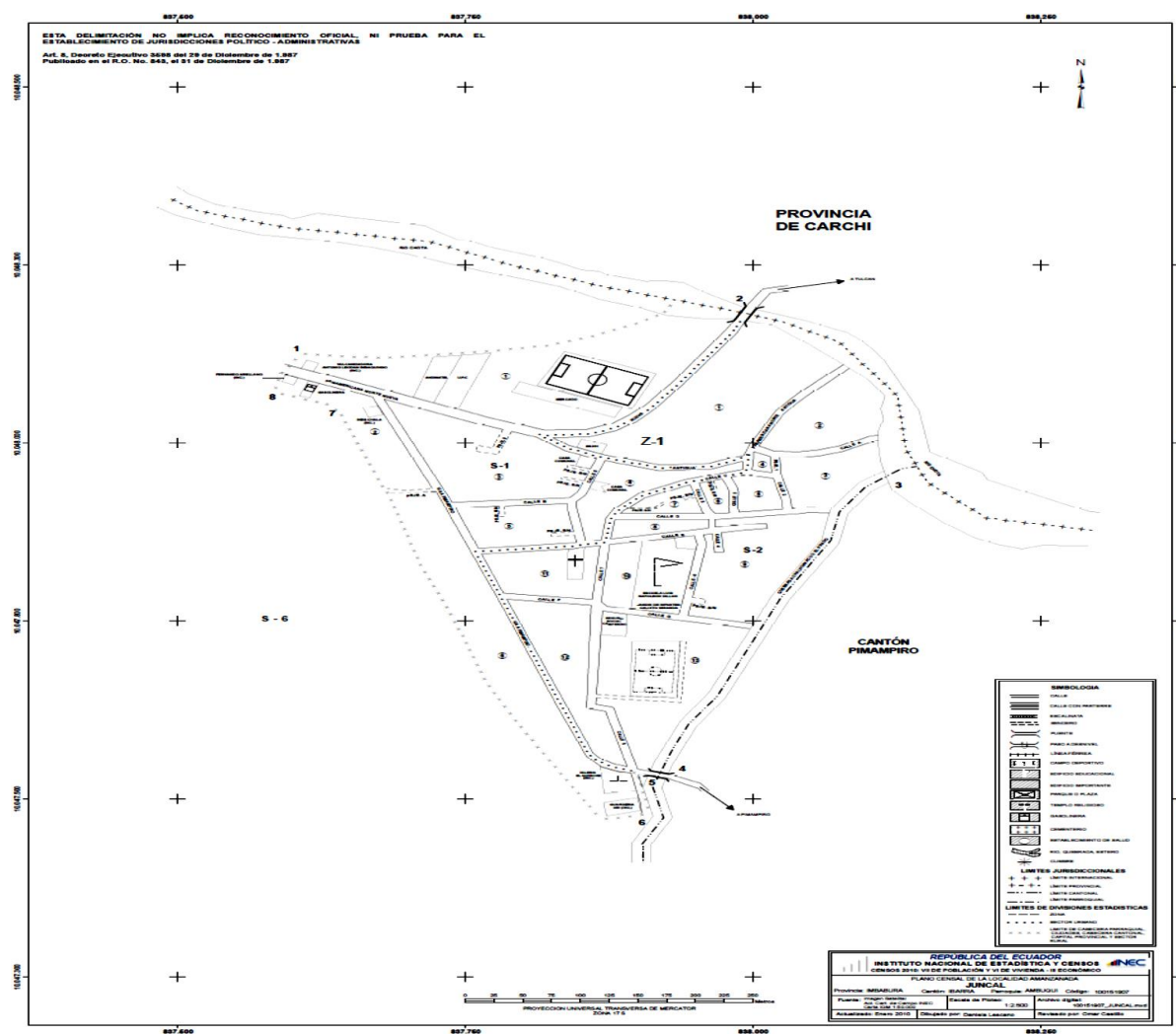


Ilustración 2: Mapa del amanzanado de la comunidad El Juncal

Fuete: INEC

1.6.1.6. Grupos étnicos.

Según datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Ambuquí- Chota.

La parroquia tiene claramente identificado a los grupos étnicos de acuerdo al autoidentificación de las personas; por lo que, a continuación se presenta la información de soporte obtenida del Censo 2010.

Auto identificación de la Población de la Parroquia Rural de Ambuquí según su cultura y costumbres, considerando el sexo						
Auto identificación según Cultura y Costumbres	N° de Personas			% Personas		
	Sexo		Total	Sexo		Total
	1. Hombre	2. Mujer		1. Hombre	2. Mujer	
2. AFRODESCENDIENTES	1.406	1.575	2.981	25,67 %	28,76 %	54,43 %
4. MESTIZO	1.051	948	1.999	19,19 %	17,31 %	36,50 %
1. INDIGENA	201	204	405	3,67 %	3,72 %	7,39 %
5. BLANCO	43	40	83	0,79 %	0,73 %	1,52 %
3. MONTUBIOS	5	3	8	0,09 %	0,05 %	0,15 %
6. OTRO	1	-	1	0,02 %	-	0,02 %
TOTAL	2.707	2.770	5.477	49,42 %	50,58 %	100,00 %

Fuente: CENSO INEC 2010
Concepción y diseño: Terán K. y Cuamacás D., 2011

Ilustración 3: Autoidentificación de la población

Fuente: PDOT AMBUQUÍ-CHOTA

Elaborado por: PDOT AMBUQUÍ-CHOTA

Al analizar la información antes citada, se puede observar que el grupo étnico más representativo pertenece a la población afrodescendiente; que encuentra localizada en las comunidades del valle del Chota pertenecientes a la parroquia Ambuquí; que son: Chota, el Ramal de Ambuquí , Juncal y Carpuela; con un total de 54,43%; seguido de la población mestiza con un 36,50%.

1.6.2. Servicios básicos

Las condiciones de vivienda y de saneamiento ambiental (servicios básicos) definen, en gran medida, la forma de vida de la población e influyen sobre la satisfacción de otras necesidades básicas como salud y educación. El bienestar y la salud de los miembros del hogar dependen de las condiciones sanitarias de la vivienda (SISE, 2010).

Según datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Ambuquí- Chota, las condiciones de acceso de las viviendas

de la parroquia de Ambuquí a los servicios básicos de: agua para consumo humano, alcantarillado, eliminación de desechos sólidos (basura), electricidad y servicio telefónico convencional; denotando que al menos la mitad de las viviendas aún tienen déficit de servicios básicos, por lo que, las condiciones de saneamiento ambiental en la parroquia de Ambuquí es considerada deficitaria e insuficiente.

Acceso de las viviendas de la Parroquia Rural de Ambuquí a los servicios básicos	
ACCESO DE LAS VIVIENDAS A SERVICIOS BASICOS	%
Viviendas con acceso al agua por red pública	45,47 %
Viviendas con acceso a red de alcantarillado	50,55 %
Viviendas con acceso a la eliminación de basura por carro recolector	65,42 %
Viviendas con acceso a electricidad por red pública	94,88 %
Hogares con acceso a servicio telefónico convencional	26,32%

Fuente: CENSO INEC 2010 Concepción y diseño: Terán K. y Cuamacás D., 2011

Ilustración 4: Acceso de las viviendas a los servicios básicos en la parroquia Ambuquí

Fuente: PDOT AMBUQUÍ-CHOTA

Elaborado por: PDOT AMBUQUÍ-CHOTA

Se concluye que un aproximado de la mitad de las viviendas del valle del Chota que pertenecen a la parroquia Ambuquí, carecen de servicios básicos, por lo que las condiciones de higiene ambiental son consideradas insuficientes.

1.6.2.1. Agua

Según el datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Ambuquí- Chota, El Juncal, a raíz de la primera clasificación de la Selección Ecuatoriana de Fútbol al Mundial Korea-Japón 2002 con un equipo conformado mayormente por futbolistas afrochoteños y en sentimiento de gratitud al pueblo del Juncal por el aporte valioso en la histórica consecución, el Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda realizó una donación de una planta de tratamiento compacta de origen Uruguayo, misma que durante el funcionamiento presentó fallas técnicas, ya que no estaba

diseñada de acuerdo a las condiciones del Ecuador. Con altos y bajos la mencionada planta duró menos de un año, obligando a la EMAPA-I a remplazarla por una planta compacta similar a las anteriores, con un costo aproximado de 94.000,00 USD y financiada con fondos de la EMAPA-I.



Ilustración 5: Planta de tratamiento de agua del Juncal

Fuente: PDOT AMBUQUÍ-CHOTA

Elaborado por: PDOT AMBUQUÍ-CHOTA

En conclusión El Juncal dispone de agua potable en sus hogares, debido a que cuenta con una planta de tratamiento de agua financiada con fondos de la EMAPA-I.

1.6.2.2. Energía eléctrica

La disponibilidad de electricidad es uno de los elementos de la calidad de la vivienda. En el país, este servicio se ha extendido notoriamente, especialmente en las zonas rurales; sin embargo, aún se observan diferencias geográficas y residenciales importantes (SISE, 2010).

Procedencia de la energía eléctrica en las viviendas de la Parroquia Rural de Ambuquí		
Procedencia de luz eléctrica	Casos	%
1. Red de empresa eléctrica de servicio público	1.391	94,88 %
3. Generador de luz (Planta eléctrica)	3	0,20 %
4. Otro	4	0,27 %
5. No tiene	68	4,64 %
TOTAL	1.466	100,00 %

Fuente: CENSO INEC 2010 Concepción y diseño: Terán K. y Cuamacás

Ilustración 6: Procedencia de la energía eléctrica en las viviendas de la parroquia Ambuquí.

Fuente: PDOT AMBUQUÍ-CHOTA

Elaborado por: PDOT AMBUQUÍ-CHOTA

Se concluye que el 94,88% de las viviendas de la parroquia de Ambuquí el disponen de electricidad de la empresa eléctrica y un porcentaje muy bajo del 4,64% no disponen del servicio eléctrico.

1.6.2.3. Conectividad – telecomunicaciones

La conectividad está constituida por las redes y flujos de comunicación a través del servicio telefónico fijo, móvil y de internet, que permiten articular y dinamizar el desarrollo del territorio (SENPLADES, 2010).

Hogares con disponibilidad de tecnologías de comunicación e internet en la Parroquia Rural de Ambuquí						
	Casos			%		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Disponibilidad de teléfono convencional	389	1.089	1.478	26,32 %	73,68 %	100,00 %
Disponibilidad de teléfono celular	940	538	1.478	63,60 %	36,40 %	100,00 %
Dispone de computadora	175	1.303	1.478	11,84 %	88,16 %	100,00 %
Disponibilidad de internet	47	1.431	1.478	3,18 %	96,82 %	100,00 %
Dispone de televisión por cable	238	1.240	1.478	16,10 %	83,90 %	100,00 %

Fuente: CENSO INEC 2010
Concepción y diseño: Terán K. y Cuamacás D., 2011

Ilustración 7: Conectividad de los hogares en la parroquia Ambuquí.

Fuente: PDOT AMBUQUÍ-CHOTA

Elaborado por: PDOT AMBUQUÍ-CHOTA

En conclusión las cifras indican que los hogares de la parroquia de Ambuquí, tienen una buena conectividad; debido a que el 26,32% de los mismos disponen de teléfono convencional, así como también el 36,40% poseen de teléfono celular; y del mismo modo solamente el 11,84% tienen una computadora en sus hogares y tan solo el 3,18% tienen conexión a internet.

1.6.3. Actividades económicas

La mayor parte de hombres y mujeres forman parte del sector primario y de la actividad económica (Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca); seguido por el sector terciario, que comprende a un importante número de hombres y mujeres dedicados al comercio al por mayor y menor.

1.6.3.1. Agricultura

Como parte del sector primario, la agricultura, es la principal actividad que concita la mayor participación de la población parroquial; se puede decir que, la mayor parte de agricultores se encuentran en la zona alta y son familias rurales que en general viven de este tipo de producción.

Los principales cultivos de ciclo corto que se realizan en la zona son: fréjol, tomate riñón, pimiento y ají; dentro de los cultivos semipermanentes se tiene: la yuca, plátano, guandul, camote. La mayor parte de estos productos son comercializados los días lunes y jueves en las ferias que se desarrollan en el Juncal o Mercado Mayorista de Ibarra.

Al frente de la venta de la cosecha, por lo regular están las mujeres, quienes aparte de ser agricultoras, son también comercializadoras, y aprovechan los días de feria para realizar la compra de otros productos que provienen de la zona media o sectores aledaños, luego los transportan a Ibarra, Quito y Tulcán. En éstas ciudades tienen los puestos asignados para el expendio. Los ingresos obtenidos, son utilizados para la manutención de la familia y la educación de los hijos.

Como dato relevante de la predominancia de cultivos en la zona baja, se tiene que el fréjol es uno de los más importantes por su base alimenticia diaria de las familias y como fuente de generación de ingresos y dinamización de la economía de los agricultores. En sí el tema agricultura se considerada como la principal actividad económica que concentra la fuerza laboral de la población.

1.6.3.2. Comercio al por mayor y menor

Según el datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Ambuquí- Chota, alrededor de 288 personas (70

hombres y 218 mujeres), se dedican al comercio; es muy común observar una activa participación principalmente de las mujeres afrochoteñas en las ferias de productos agrícolas que se desarrollan en Bolívar, **Juncal** y Mercado Mayorista de Ibarra los días lunes y jueves, aprovisionándose de gran cantidad de productos que serán expendidos en las principales ciudades del país.

Otro número representativo de mujeres, se dedica a comercializar en grandes cantidades y en todo el país varios productos importados desde Colombia; sin duda, las dos actividades significan ingresos muy representativos para el sector y la familia.

Se concluye que la mayoría de las mujeres del valle del Chota se dedican al comercio de diferentes productos nacionales e importados de otros países; mismos que son distribuidos en las diferentes ciudades del país.

1.6.3.3. Actividades de alojamiento y servicio de comidas.

Según el datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Ambuquí- Chota; las actividades de alojamiento y servicio de comidas ocupa a 108 personas (33 hombres y 75 mujeres).

Posiblemente forman parte del personal que labora en los diferentes hostales, hosterías y restaurantes ubicados cerca a la vía principal, en el trayecto San Alfonso y El **Juncal**, los cuales ofertan un servicio completo a los turistas que llegan de diferentes partes del país y el sur de Colombia a disfrutar de los paisajes y el clima.

El paisaje que ofrece el río Chota atrae a varios turistas, principalmente en el feriado de Carnaval donde se lleva a cabo dos eventos de trascendencia cultural como son los Carnavales: “Coangue” que se desarrolla a orillas del río en la comunidad Chota y “Olas del Río” que se efectúa en el Juncal. Durante los cuatro días es abundante la afluencia de turistas locales,

nacionales y extranjeros (colombianos) que disfrutaban de los diferentes eventos culturales y del juego con agua del río.

Particularmente, el centro del **Juncal** que es sitio de paso hasta la provincia del Carchi, concentra una importante actividad comercial. Como parte de la atención a los comerciantes y transeúntes se oferta el servicio de comidas preparados por mujeres de la localidad (mestizas y afrochoteñas). Existen paradas obligatorias para deleitarse con los platos típicos que se ofertan como: Las fritadas, yuca con pollo, arroz con fréjol y carne.

Se concluye que el valle del Chota es visitado por turistas nacionales y extranjeros que quieren disfrutar del paisaje, del clima, y de las actividades de alojamiento y servicio de comidas del sector; especialmente en el centro de El Juncal se venden productos de la zona y se brinda el servicio de comidas típicas.



Ilustración 8: Centro de El Juncal, principal ofertante de servicios de comidas.

Fuente: PDOT AMBUQUÍ-CHOTA

Elaborado por: PDOT AMBUQUÍ-CHOTA

1.6.4. Instrumentos legales que favorecen al emprendimiento

Entre los instrumentos legales que favorecen al emprendimiento en el Ecuador están:

a) Constitución de la República del Ecuador.

El numeral 5 del artículo 281 de la Constitución de la República establece las responsabilidades del Estado para alcanzar la soberanía alimentaria, entre las que se incluye el establecer mecanismos preferenciales de financiamiento para los pequeños y

medianos productores y productoras, facilitándoles la adquisición de medios de producción.

b) Ley de la economía popular y solidaria.

En la ley de la economía popular y solidaria, el Art.- 1, dice que se entiende por economía popular y solidaria, al conjunto de formas y prácticas económicas, individuales o colectivas, auto gestionadas por sus propietarios que, en el caso de las colectivas, tienen, simultáneamente, la calidad de trabajadores, proveedores, consumidores o usuarios de las mismas, privilegiando al ser humano, como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre el lucro y la acumulación de capital.

Además el Art.- 2, en el literal a), expresa que son formas de organización de la economía popular y solidaria las Unidades Socioeconómicas Populares, tales como, los emprendimientos unipersonales, familiares, vecinales, las micro unidades productivas, los trabajadores a domicilio, los comerciantes minoristas, los talleres y pequeños negocios, entre otros, dedicados a la producción de bienes y servicios destinados al autoconsumo o a su venta en el mercado, con el fin de, mediante el autoempleo, generar ingresos para su auto subsistencia.

c) Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017.

El Buen Vivir es la forma de vida que permite la felicidad y la permanencia de la diversidad cultural y ambiental; es armonía, igualdad, equidad y solidaridad. No es buscar la opulencia ni el crecimiento económico infinito; en el objetivo número 8, habla de consolidar el sistema económico, social y solidario, de forma sostenible. Las economías populares y solidarias, base social y económica, son el mayor empleador del país y cuentan con millones de socios.

La economía popular y solidaria que empleo en 2009 el 64% de los ocupados a nivel nacional (MIES, 2011), constituye un ejemplo palpable de que un sistema económico que privilegie al ser humano sobre el capital es posible.

d) Transformación de la matriz productiva.

Plan Nacional para el Buen Vivir, en el objetivo 10 manifiesta acerca de impulsar la transformación de la matriz productiva, y dice que los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen. Se debe impulsar la gestión de recursos financieros y no financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la competitividad sistémica, impulsar la contratación pública y promover la inversión privada.

e) Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.

El Art. 4, literal e), dice que el mencionado código está enfocado, en generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, para que la ciencia y tecnología potencien el cambio de la matriz productiva; y para contribuir a la construcción de una sociedad de propietarios, productores y emprendedores.

f) Ordenanza municipal para la promoción y fortalecimiento del desarrollo económico y social de la economía popular y solidaria en el cantón Ibarra.

La ordenanza municipal para la promoción y fortalecimiento del desarrollo económico y social de la economía popular y solidaria en el cantón Ibarra, en el Art. 3, literal a, manifiesta que su objeto es promover la economía popular social y solidaria en su ejercicio y en la relación con la municipalidad y con las otras formas de organización económica.

g) Programa de incentivos de la Prefectura de Imbabura.

La prefectura de Imbabura, a través del departamento de fomento productivo, apoya a la creación de nuevos emprendimientos, mediante el programa de incentivos “Imbabura Diversa y Productiva” que implementará iniciativas y proyectos vinculadas a los sectores: Turismo, artesanía (madera, cuero, textil, bordados, cerámica, fibras naturales y bisutería), agropecuario (agroindustria y/o valor agregado), ambiente; en cualquiera de sus formas de organización legalmente constituidas, dando prioridad a los actores de la Economía Popular y Solidaria (EPS) ubicadas en la provincia de Imbabura.

Se concluye que existen diversas normas legales, así como también instituciones públicas y privadas que favorecen y promueven el emprendimiento de nuevos proyectos.

1.7. Determinación de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos.

1.7.1. Construcción de la matriz AOOD

Tabla 4: Matriz AOOD

<u>ALIADOS</u>	<u>OPONENTES</u>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Acceso al transporte interprovincial e intercantonal cada 15 minutos. ✓ Existencia de diferentes hostales, hosterías y restaurantes que ofertan un servicio completo a los turistas. ✓ Existencia de paradas obligatorias para el deleite de platos típicos. ✓ Existencia de centros educativos y de desarrollo infantil. ✓ Presencia de seguridad (policía y bomberos), en la comunidad. ✓ Existencia de subcentros de salud y dispensarios médicos. ✓ La comunidad dispone de todos los servicios básicos. ✓ Las actividades económicas que se desarrollan en la comunidad, son fuentes de ingresos muy representativos para el sector y la familia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Déficit en las condiciones de saneamiento ambiental. • Productos sustitutos (yuca, camote, verde) debido a la presencia de la actividad agrícola en la comunidad. • No todos los pobladores gozan de las mismas condiciones de calidad de vida.

<p>✓ Existencia de lugares de entretenimiento como bares, discotecas y karaokes.</p>	
<p><u>OPORTUNIDADES</u></p>	<p><u>RIESGOS</u></p>
<p>✓ Muy buena ubicación de la comunidad debido al asentamiento al borde de la Panamericana Norte y de la vía Pimampiro.</p> <p>✓ Población con alto número de habitantes.</p> <p>✓ Existencia de comunidades aledañas a la comunidad El Juncal.</p> <p>✓ Vías en buen estado que permiten la accesibilidad al transporte.</p> <p>✓ Visita de turistas nacionales y extranjeros que disfrutan del buen clima y paisajes del valle del Chota.</p> <p>✓ Aglomeración de personas debido a las manifestaciones culturales que se desarrollan en la comunidad El Juncal y sus alrededores.</p> <p>✓ Hogares de la comunidad con buen acceso a la conectividad y telecomunicaciones.</p> <p>✓ Ferias semanales de productos agrícolas que se desarrollan en la comunidad.</p> <p>✓ Políticas de gobierno que promueven la inversión nacional y la innovación de ideas productivas que aporten el desarrollo económico, social y laboral del país.</p> <p>✓ Posibilidades de acceder a créditos debido a la existencia de leyes e instituciones públicas que apoyan el emprendimiento.</p> <p>✓ La comunidad es reconocida a nivel nacional e internacional como cantera de grandes futbolistas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fallas en el servicio eléctrico que afectaría al proceso productivo del producto. • Situaciones aleatorias no controlables como desastres naturales. • Nuevas regulaciones municipales y provinciales desfavorables para el sector. • Cambios en la legislación del Ecuador, que afecten al sector, al proyecto o al mercado.

Fuente: Diagnóstico situacional externo

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

1.8. Determinación de la oportunidad diagnóstica

Después de haber revisado los resultados del diagnóstico situacional externo, y una vez analizados los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos referentes al proyecto, se determinó que El Juncal dispone de la presencia de excelentes aliados estratégicos, mismos que no son competencia directa para el proyecto, lo cual resulta ser favorable.

Así también se determinó que El Juncal, tiene muy buena ubicación debido al asentamiento al borde de la Panamericana Norte y de la vía Pimampiro, contando con vías en buen estado, y con la visita de turistas nacionales y extranjeros; lo que propicia al desarrollo de oportunidades que inciden de manera positiva en la factibilidad del proyecto.

Es importante también mencionar que la existencia de políticas de gobierno que promueven la inversión nacional y la innovación de ideas productivas que aporten el desarrollo económico, social y laboral del país, son favorables para el emprendimiento del nuevo proyecto.

Por los motivos ya detallados se determinó que la comunidad El Juncal cuenta con las condiciones necesarias que contribuyen de manera favorable para la implementación del proyecto denominado: “Estudio de Factibilidad para la Creación de una Panadería y Pastelería, en la Comunidad El Juncal, Parroquia Ambuquí, Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura”

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. La Microempresa

2.1.1. Definición de microempresa

“Es aquella que esta poseída y operada en forma independiente (es decir, el propietario es autónomo en su manejo) y no es dominante en su campo de operación, considerando el número de empleados y el volumen de ventas” (Anzola, 2010, pág. 14).

Del concepto anterior se desprende que una microempresa es manejada de manera autónoma por personas organizadas que obtienen una rentabilidad económica, al proveer a los consumidores de productos o servicios.

2.1.2. Características de una microempresa

- La administración de la empresa es independiente, por lo común, los gerentes son los propietarios del negocio.
- El capital de las empresas generalmente es aportado por una persona o por un grupo de pequeño de ellas.
- El radio de operación es local y los propietarios y empleados se ubican en la misma región.
- El tamaño relativo de la empresa se relaciona con la industria en la cual se desenvuelve.
- Es pequeña cuando se compara con unidades más grandes. (Anzola, 2010, pág. 15)

La microempresa es administrada por un solo dueño o por un pequeño grupo de personas, que puede realizar cualquier actividad económica ya sea de producción o de comercialización de servicios; y su tamaño e inversión dependen de la actividad comercial.

2.2. Proyecto

El concepto “proyecto” proviene del vocablo latino proiciere-proieci-proiectum que significa arrojar adelante (proyección, proyectar, proyecto); esto es, el proyecto es toda idea que se tiene en el presente con miras a que se materialice en el futuro, mediando entre el presente y el futuro o logro del proyecto, un proceso con pasos específicos, que procure la consecución del resultado deseado. (Torres y Torres, 2014, pág. 13)

Del concepto anterior se desprende que un proyecto es toda aquella idea que tiene un esfuerzo no rutinario, pero que en sí está limitado por factores como los recursos y el tiempo adecuado para cumplir con las especificaciones del mismo.

2.3. Estudio de mercado

El estudio de mercado tiene como objetivo principal medir y cuantificar el número de individuos, empresas u otras entidades económicas que potencialmente representen una demanda que justifique la instalación y puesta en marcha de una entidad productora de bienes o servicios debidamente identificados, en un periodo determinado, incluida la estimación del precio que estos consumidores estarían dispuestos a pagar por el producto. (Araujo, 2012, pág. 23)

El estudio de mercado permite identificar las necesidades insatisfechas, asimismo la oferta y demanda, y los potenciales clientes del proyecto. Además se puede conocer los gustos y preferencias de los actuales consumidores.

2.3.1. Producto

“Producto es la concretización del bien, cualquier cosa que pueda ofrecerse para satisfacer una necesidad o deseo. Abarca objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones o ideas” (Cordoba, 2011, pág. 56).

Del concepto anterior se desprende que un producto es un bien o un servicio, vendido a un precio establecido y orientado a la satisfacción de las necesidades de los posibles consumidores.

2.3.2. Demanda

La demanda es la relación entre dos variables 1) el precio de un bien determinado y 2) la cantidad del bien que los consumidores estén dispuestas a comprar a ese precio durante un periodo específico, manteniéndose constante todos los demás factores. (Taylor, 2012, pág. 53)

La demanda debe ser cuidadosamente analizada, para obtener datos reales que favorezcan a la investigación; debido a que la misma es considerada como el factor más importante del proyecto de inversión.

2.3.3. Oferta

“La oferta es una relación entre dos variables: 1) el precio de un bien determinado y 2) la cantidad del bien que las empresas estén dispuestas a vender a ese precio, manteniendo todo lo demás igual” (Taylor, 2012, pág. 60).

Del concepto anterior se desprende que la oferta es la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los consumidores, tomado en cuenta los diversos precios que son establecidos por mercado.

2.3.4. Precio

“El precio es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio” (Baca, 2010, pág. 44).

Analizando lo expresado por el autor, se concluye que el precio es el valor expresado en dinero que influye directamente al momento de comprar o vender, un determinado bien o servicio.

2.3.5. Comercialización

“Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar” (Baca, 2010, pág. 48).

La comercialización es considerada un elemento importante dentro del proyecto de inversión, ya que define la manera en la que llegará el producto o servicio al consumidor; debiendo tomar en cuenta la satisfacción del cliente, el lugar y el tiempo.

2.4. Estudio técnico

El estudio técnico aporta información muy valiosa, cualitativa y cuantitativa respecto a los factores productivos que deberá contener una nueva unidad de operación, esto es: la tecnología, magnitud de los costos de inversión, los costos y gastos de producción, todo ello en función de un programa de producción. (Araujo, 2012, pág. 57)

Del concepto anterior se desprende que el estudio técnico permite conocer el conjunto de elementos necesarios para llevar a cabo la producción prevista de la nueva microempresa, a través de un minucioso análisis; así también, en esta etapa del proyecto se diseñan y definen todos los procesos que serán parte del negocio.

2.4.1. Tamaño del proyecto

“Es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica” (Baca, 2013, pág. 100).

Del concepto anterior se desprende que el tamaño del proyecto representa la capacidad instalada, la cual puede ser expresada en función del volumen de materia prima que se transforma en el proceso de producción, así como también en las unidades producidas por unidad de tiempo.

2.4.2. Localización del proyecto

“La localización óptima del proyecto es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) o a obtener el costo unitario mínimo (criterio social)” (Baca, 2010, pág. 86).

La adecuada localización para la microempresa, debe ser tomada con responsabilidad; al identificar y analizar las variables denominadas fuerzas locacionales; a fin de buscar el éxito o fracaso del proyecto.

2.5. Estudio financiero

2.5.1. Definición de Contabilidad

La contabilidad es la ciencia, el arte y la técnica que permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con el objetivo de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o periodo contable. (Bravo M. , 2009, pág. 1)

La contabilidad permite realizar un análisis de la situación económica y financiera de una empresa, debido a que presenta la información registrada en forma ordenada, facilitando la toma de decisiones oportunamente.

2.5.2. Ingresos

“Recursos que recibe el negocio por la venta de un servicio o producto, en efectivo o a crédito” (Andrade y Guajardo, 2014, pág. 43).

Del concepto anterior se desprende que ingreso es todo valor que entra en la empresa durante el periodo anual, ya sea por la venta de un producto o servicio que se oferta la misma.

2.5.3. Egresos

“Activos que se han usado o consumido en el negocio para obtener ingresos y que disminuyen el capital de la empresa” (Andrade y Guajardo, 2014, pág. 43).

Del concepto anterior se desprende que un egreso es un desembolso de dinero que realiza la empresa por varias razones, con fin de adquirir los recursos necesarios para ofrecer un producto y un servicio de excelente calidad.

2.5.4. Estados financieros

“Los estados financieros constituyen una representación financiera estructurada de la situación financiera y de las transacciones llevadas a cabo por la empresa” (Estupiñán, 2012, pág. 35).

Los estados financieros son aquellos documentos que demuestran el registro formal de las actividades que realiza la empresa; en un periodo de tiempo determinado, facilitando el control y la comprensión de la información considerada relevante acerca de los activos, pasivos, patrimonio neto, ingresos y gastos, cambios en el patrimonio neto y flujos de efectivo.

2.5.5. Flujo de caja

Es el informe contable principal que presenta de manera significativa, resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salida de recursos monetarios efectuados durante un periodo, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero, así como evaluar la capacidad financiera de una empresa, en función de su liquidez presente y futura. (Zapata, 2011, pág. 389)

El flujo de caja es aquel que resume y clasifica todas las operaciones del efectivo de la empresa en un determinado periodo de tiempo específico.

2.6. Evaluadores financieros

“El estudio de la evaluación económica-financiera es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto para ver si la inversión propuesta será económicamente rentable” (Cordoba, 2011, pág. 231).

Los evaluadores financieros consolidan todo los datos operacionales que se investigan acerca del negocio, para finalmente determinar la rentabilidad y el valor que le agregará a la inversión inicial el proyecto.

2.6.1 Valor actual neto (VAN)

“El valor actual neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial” (Baca, 2010, pág. 221).

El VAN dentro de un proyecto de inversión, permite demostrar si el proyecto es o no atractivo, ya que mide la rentabilidad del mismo, debido a que consiste en actualizar los flujos futuros a un período inicial para hacer una comparación y verificar que los beneficios son mayores que los costos.

Demostrando que:

- Si el VAN es mayor que 0, se acepta el proyecto.
- Si el VAN es menor que 0, se rechaza el proyecto.

La fórmula para el cálculo del VAN es la siguiente:

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

2.6.2. Tasa interna de retorno (TIR)

“La tasa interna de retorno de un proyecto es la tasa de descuento por el cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial” (Baca, 2013, pág. 209).

La tasa interna de retorno se refiere a la tasa de descuento que hace que el VAN estimado en un proyecto de inversión se haga igual a cero; esta herramienta permite expresar en porcentajes la rentabilidad que devuelve un proyecto durante su vida útil.

Los criterios de aceptación para aceptar o rechazar el proyecto son los siguientes:

- Si la TIR es mayor que el costo del capital, se acepta el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo de capital, se rechaza el proyecto.

La fórmula para el cálculo para la TIR es la siguiente:

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

2.6.3. Periodo de recuperación de la inversión

“Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial” (Cordoba, 2011, pág. 234).

El periodo de recuperación consiste en determinar el tiempo que será necesario para recuperar la inversión inicial, a través de los flujos de efectivo del proyecto, ese tiempo generalmente es en años.

2.6.4. Costo/Beneficio

“Consiste en dividir todos los costos del proyecto sobre todos los beneficios económicos que se van a obtener. Si se requiere que el proyecto tenga una base sólida, tanto costos como beneficios deberán estar expresados en valor presente” (Baca, 2013, pág. 212).

Del concepto anterior se desprende que el costo- beneficio hace una relación entre los ingresos y egresos proyectados en el flujo de caja debidamente actualizados, es decir, se realiza una suman de todos los ingresos y egresos, y se los trae a valor presente; calculando la debida razón entre ellos.

De la misma manera para que el proyecto sea aceptable, el índice el costo- beneficio debe ser mayor que 1.

2.7. El organigrama

“Los organigramas son una representación gráfica de la estructura de la organización que aporta de manera esquemática información referente a la posición de las áreas que integran la empresa, los niveles jerárquicos y las líneas de autoridad” (Pavía, 2012, pág. 31).

Del concepto anterior se desprende que el organigrama es una representación visual que permite apreciar la composición de una empresa, el nivel de autoridad y responsabilidad existentes en la misma.

2.8. El pan

2.8.1. Historia del pan

El pan ha sido considerado desde los tiempos más remotos y por muchas civilizaciones, el alimento por excelencia. Su propio nombre lo indica: Primer Alimento Natural. No es posible hablar de la historia de la humanidad sin referirse al pan y al trigo. Y, aunque consta que el hombre ya utilizaba el trigo para alimentarse hace más de 11.000 años, los primeros panes se hallan en el neolítico y tienen entre 6.000 y 9.000 años.

De hecho, el pan, como principal alimento derivado del trigo, ha sido, desde el principio, el mejor aliado de muchas civilizaciones para vencer el hambre. La falta de pan ha provocado revoluciones; y su abundancia ha sido tan importante para los políticos, que llevó a los emperadores romanos a decir que solo necesitaban ‘panem et circenses’ (pan y circo) para mantener la paz. (Hernández y Serra, 2010, pág. 3)



Ilustración 9: Historia del pan.

Fuete: (<http://elsibaritaurbano.com/?p=2535>, s.f.)

Del concepto anterior se desprende que el pan es el primer alimento natural desde los tiempos más remotos y desde las más antiguas civilizaciones, hasta hoy en día ha sido considerado como un alimento de primera necesidad y de consumo diario.

2.8.2. Definición del pan

“Porción de masa de harina, por lo común de trigo, y agua que se cuece en un horno y sirve de alimento” (Hernández y Serra, 2010, pág. 4).

El pan es un alimento de canasta básica, considerado de primera necesidad; las principales materias primas para la preparación son la harina de trigo y el agua.



Ilustración 10: El pan.
Fuente: (Hogarmania, 2015)

2.8.3. Ingredientes básicos del pan

Materias primas

El tratamiento que se le da a las materias primas depende en gran parte de su naturaleza, dividiéndose de ese modo en materiales perecederos y no perecederos.

+ Perecederos

Pertencen a este tipo los productos elaborados (pasteles de crema), semielaborados (natas o merengues crudos) y las materias primas que, debido a su naturaleza, son propensas a desarrollar vida microbiana y a perder sus características propias (huevos, levadura, etcétera).

✓ **Levadura**

Las levaduras son seres vivos unicelulares que se reproducen por división. Son los responsables de la fermentación de las masas debido a la producción de CO₂ al actuar sobre los azúcares. Para que esta acción se produzca, la levadura necesita una serie de condiciones indispensables:

- Humedad.
- Alimento.
- Temperatura.
- Tiempo pH (acidez).

✓ **Leche**

Es el líquido blanquecino y opaco obtenido del ordeño, en condiciones de higiene correctas, de los mamíferos. En bollería posee las siguientes funciones:

- Mejora la textura de la masa, dejándola más suave y aterciopelada.
- La grasa de la leche inhibe un poco la fermentación, pero hace la masa elástica y flexible.
- Mejora el volumen, dando una miga con poros suaves y pequeños.
- Mantiene el producto fresco durante más tiempo.
- Incorpora un nutriente más, lo que eleva su valor proteico.

✓ **Huevo**

Es el producto con origen en los animales de la familia de las gallináceas. Si los huevos proceden de cualquier otro animal, recibirán la denominación de su procedencia.

✓ **Grasas**

Las funciones de las grasas pueden variar según la elaboración. En algunos casos, ayudan a estratificar las masas, en otros, actúan como amalgama de ingredientes; en algunas ocasiones, cambian la textura y, en otras, ayuda a mejorar la emulsión.

✚ **No perecederos**

Estos productos no son tan susceptibles de desarrollar bacterias u hongos. Su vida útil se alarga en el tiempo sin necesidades especiales de conservación. Algunos de estos alimentos son el azúcar, la sal y la harina.

Todos estos productos requieren de un control frecuente. Por ello, como mínimo una vez a la semana, se comprobará que están libres de polvo u otros agentes. Para prevenir la presencia de estos últimos, el suelo del almacén se limpiará con mopas y no con cepillos, ya que tienden a levantar la suciedad.

✓ **Harina**

Es el producto resultado de la molturación de algunos cereales, siendo la más utilizada la de trigo.

La harina se clasifica en harina de fuerza, floja y de media fuerza. La más idónea para la elaboración de masas de bollería es la harina de fuerza, ya que posee una mayor cantidad de gluten, facilitando el fermentado y la retención de gases.

✓ **Sal**

La sal es cloruro sódico (NaCl). Es una sustancia blanca, cristalina y muy soluble en agua. Su uso tiene bastante trascendencia en las masas fermentadas, cumpliendo las siguientes funciones:

- Permite una mejor hidratación de la masa.
- Mejora las propiedades plásticas, aumentando la tenacidad.
- Restringe la actividad de las bacterias ácidas.
- Favorece la coloración de la corteza.

✓ **Azúcar**

Es un hidrato de carbono con diferentes composiciones químicas, siendo la que más se emplea la sacarosa.

Se utiliza para conferir sabor dulce a las elaboraciones, además de para variar algunas de sus funciones. Ayuda a regular la fermentación de las masas, contribuye a la obtención de un sabor, color y aroma correctos y constituye una fuente de nutrientes. (Gallegos, 2012, pág. 181)

Del concepto anterior se desprende que para la preparación de los productos de panadería y pastelería de calidad, se utilizan diversas materias primas, las cuales deben ser bien conservadas, ya que cada una cumple una función específica durante en proceso de elaboración.

2.8.4. Tipos de pan

El pan tradicional de panadería se obtiene a través de un proceso no automatizado, con bajos niveles de tecnificación y uso intensivo en mano de obra. Por otro lado, el pan industrial incluye variedades de pan, fabricados en plantas industriales a través de líneas de producción automatizadas o semi automatizadas, donde la tecnología de producción es intensiva en capital. (Lezcano, 2011, pág. 1)



Ilustración 11: Tipos de pan.

Fuete: (<http://lolasabe.com/dia-mundial-del-pan/>, 2016)

Del concepto anterior se desprende que el tipo de pan que se desee elaborar varían según el proceso tecnológico que se utilice en la microempresa.

2.8.5. Proceso tecnológico para la elaboración del pan

En este punto es donde se realizan los procesos específicos para la obtención de masas y pastas. Dependiendo de la elaboración que se quiera conseguir, se procederá con las técnicas que requieran cada una de ellas. Las más básicas son:

- **Pesar y medir volúmenes**

Es una parte imprescindible en el ámbito de la pastelería, ya que es conveniente guiarse por una fórmula establecida para conseguir preparaciones con éxito.

Para esta tarea, se utilizarán básculas analógicas o digitales, básculas de precisión, vasos medidores, cacillos con medidas, etcétera.

- **Tamizar**

Es una de las operaciones más necesarias en pastelería. Consiste en pasar por un tamiz o colador un producto con objeto de eliminar cualquier grumo y retirar impurezas o residuos.

- **Mezclar**

Unir o juntar dos o más ingredientes de naturaleza distinta. Es posible obtener dos tipos de mezclas:

- ✓ **Mezcla homogénea:** los elementos están interrelacionados entre sí y no se distinguen uno de otro.
- ✓ **Mezcla heterogénea:** los componentes se pueden distinguir a simple vista.

- **Batir**

Remover enérgicamente unos ingredientes en estado líquido para conseguir un resultado homogéneo o pasar a un estado más espeso o esponjoso, introduciendo aire. A esta última acción se la conoce como montar.

- **Amasar**

Este concepto abarca 2 definiciones:

- ✓ Incorporar un líquido a una materia pulverizada de la cual resulta un todo espeso, blando y consistente.
- ✓ Trabajar mezclas a base de harinas, líquidos, huevos, etcétera, hasta conseguir unir todos los elementos.

Esta operación se puede llevar a cabo con la ayuda de amasadoras, batidoras o manualmente.

- **Preparación de latas y moldes**

Esta fase se realiza para acondicionar el recipiente donde se coloca el preparado, ya sea para cocerlo (según el método requerido por cada elaboración) o para darle forma.

- **Horneado**

Es prácticamente la técnica más empleada en la cocción de masas y pastas. Para su realización, se emplean hornos con calor seco, a vapor y mixtos.

- ✓ **Calor seco:** se transforma el alimento por la acción del calor seco, incidiendo directamente sobre él. Algunas preparaciones cuya cocción se realiza de esta manera son hojaldres y masas aireadas, entre otras.
- ✓ **Al vapor:** en este método, se transforma el género a través del vapor de un líquido, sin que el producto entre en contacto con ese líquido. Un ejemplo de ello es el bizcocho capuchina.
- ✓ **Mixto:** método en el que el producto está expuesto tanto al calor seco como al vapor. Se aplica a algunas masas que contienen levadura en su composición. (Sánchez y Rey, 2012, pág. 64)

Del concepto anterior se desprende que para el desarrollo del proceso tecnológico para la elaboración del pan, es esencial tener siempre una buena organización en cada fase del proceso; y para ello hay que seguir una serie de pautas para la obtención del producto final.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Introducción

En la comunidad El Juncal no existen establecimientos que oferten productos de panadería y pastelería; sin embargo se encuentran sitios como las pequeñas tiendas que venden pan, pero no logran satisfacer las necesidades de todos los consumidores ya que el producto se termina rápidamente y no cumple con las expectativas de calidad que los clientes esperan.

El estudio de mercado a través del análisis e interpretación de los datos, permitirá identificar el nivel de oferta y demanda existentes en la comunidad El Juncal; para de esta forma considerar la factibilidad del proyecto, misma que será sustentada con la demanda insatisfecha de los consumidores de pan, en aspectos relacionados a la calidad del producto y la atención al cliente.

Así mismo el presente estudio ayudará a especificar las estrategias de comercialización necesarias para obtener un adecuado posicionamiento en el mercado.

Para el diseño de los instrumentos que serán utilizados durante la presente investigación, se tomó en cuenta los objetivos del estudio de mercado; así como también las variables e indicadores; mismos que permitirán medir todos los aspectos importantes relacionados con el producto.

Finalmente el estudio de mercado permitirá determinar si las familias de la comunidad El Juncal y sus alrededores, están o no de acuerdo con la creación de una panadería y pastelería permanente que cumpla con todos los niveles de satisfacción esperados por los consumidores.

3.2 Objetivos del estudio de mercado.

3.2.1. Objetivo general

Conocer el comportamiento de las fuerzas para identificar el nivel de oferta y demanda del pan y productos de pastelería en la comunidad El Juncal y sus alrededores.

3.2.2. Objetivos específicos

- Determinar las cantidades de pan que se ofertan actualmente en la zona investigada.
- Cuantificar la demanda actual de productos de panificación.
- Establecer las estrategias de comercialización, para la venta de pan y productos de pastelería que oferta el proyecto.
- Analizar las preferencias del consumidor de productos de panificación en la zona de influencia del proyecto.

3.3. Indicadores de las variables

- Oferta
 - a) Cantidad de pan ofertado
- Demanda
 - a) Consumo de pan
 - b) Frecuencia de compra

- c) Precios de compra
- d) Capacidad de compra
- e) Gustos y preferencias
- f) Lugar de adquisición
- g) Aceptación de la panificadora.

- Comercialización

- a) Estrategias de venta
- b) Proveedores
- c) Volumen de producción
- d) Costo de producción
- e) Rentabilidad
- f) Canales de distribución
- g) Precio de venta
- h) Promoción y publicidad
- i) Infraestructura y equipo.

- Calidad

- a) Calidad del pan

- Atención al Cliente

- a) Niveles de atención al cliente

3.4. Matriz de variables de mercado.

Tabla 5: Matriz de variables de mercado

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS	INFORMANTE
Determinar las cantidades de pan que se ofertan actualmente en la zona investigada.	Oferta	✚ Cantidad de pan ofertado.	✚ Primaria	✚ Entrevista	✓ Productores y comercializadores de pan en las comunidades del valle del Chota de la parroquia Ambuquí.
Cuantificar la demanda actual de productos de panificación.	Demanda	✚ Consumo de pan ✚ Frecuencia de compra ✚ Precios de compra ✚ Capacidad de compra ✚ Gustos y preferencias ✚ Lugar de adquisición ✚ Aceptación de la panificadora.	✚ Primaria ✚ Primaria ✚ Primaria ✚ Primaria ✚ Primaria ✚ Primaria ✚ Primaria	✚ Encuesta ✚ Encuesta ✚ Encuesta ✚ Encuesta ✚ Encuesta ✚ Encuesta ✚ Encuesta	✓ Tiendas distribuidoras de pan de la comunidad y sus alrededores. ✓ Productores y comercializadores de pan en las comunidades del valle del Chota de la parroquia Ambuquí.
Establecer las estrategias de comercialización para la venta de pan y productos de pastelería que oferta el proyecto.	Comercialización.	✚ Estrategias de venta ✚ Proveedores ✚ Volumen de producción ✚ Costo de producción ✚ Rentabilidad ✚ Canales de distribución ✚ Precio de venta ✚ Promoción y publicidad ✚ Infraestructura y equipo.	✚ Primaria ✚ Primaria ✚ Primaria ✚ Primaria ✚ Primaria ✚ Primaria ✚ Primaria ✚ Primaria ✚ Primaria	✚ Entrevista ✚ Entrevista ✚ Entrevista ✚ Entrevista ✚ Entrevista ✚ Entrevista ✚ Entrevista ✚ Entrevista ✚ Entrevista	✓ Tiendas distribuidoras de pan de la comunidad y sus alrededores. ✓ Productores y comercializadores de pan en las comunidades del valle del Chota de la parroquia Ambuquí.
Analizar las preferencias del consumidor de productos de panificación en la zona de influencia del proyecto.	✓ Calidad ✓ Atención al Cliente	✚ Calidad del pan ✚ Niveles de atención al cliente	✚ ✚ Primaria ✚ Primaria	✚ Encuesta ✚ Encuesta	✓ Consumidores ✓ Tiendas distribuidoras de pan de la comunidad y sus alrededores. ✓ Productores y comercializadores de pan en las comunidades del valle del Chota de la parroquia Ambuquí.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

3.5. Identificación de la población y cálculo de la muestra

Para el análisis del estudio de mercado; del presente estudio de factibilidad que se realizará en la comunidad El Juncal y sus alrededores, se aplicó el procedimiento que a continuación se detalla:

3.5.1. Identificación de la población

El mercado meta para el desarrollo del presente estudio de factibilidad, se tomó los datos obtenidos por el último Censo de Población y Vivienda del año 2010 proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, partiendo las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí, como unidad de análisis.

Tabla 6: Parroquia Ambuquí, población total.

<i>AREA # 100151</i>	<i>Población total de la parroquia Ambuquí</i>	
Año	Población total	%
2010	5.477	100,00 %
TOTAL	5.477	100,00 %

Fuente: Censo INEC, 2010

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Para la realización del estudio a los productores y comercializadores de pan del sector, se ha tomado en cuenta la totalidad de tiendas que comercializan el producto, que en total son 34 establecimientos, por lo que al ser un número reducido se ha aumentado la cobertura tomado la población total de la parroquia Ambuquí, misma que es de 5.477 habitantes.

3.5.1.1. Proyección de la población

Para realizar la proyección se utilizará la población del año 2010 de la parroquia Ambuquí que es de 5.477 habitantes, según datos del INEC, con una tasa de crecimiento de 0.33%.

Tabla 7: Parroquia Ambuquí, proyección de la población

<i>Año</i>	<i>Tasa de crecimiento poblacional</i>	<i>Total Población</i>
2010		5.477
2011	0.33%	5.495
2012	0.33%	5.513
2013	0.33%	5.531
2014	0.33%	5.550
2015	0.33%	5.568

Fuente: Censo INEC, 2010

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

3.5.2. Identificación de la muestra

Para la realización del cálculo de la muestra, en la presente investigación se consideró el total de familias de la parroquia Ambuquí, que es de 1.392, según este cálculo realizado:

$$5.568 / 4 = 1.392$$

$$n = ?$$

$$N = 1.392 \text{ (Número de familias)}$$

$$Z = 1.96 \text{ (Nivel de confianza)}$$

$$d^2 = 0.25 \text{ (Varianza)}$$

$$e = 0.05 \text{ (Margen de error)}$$

3.5.2.1. Cálculo de la muestra

Con la aplicación de la fórmula se determinó la siguiente muestra:

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

$$n = \frac{(1.392) * (0,25) * (1,96)^2}{(0,05)^2 (1.392 - 1) + (0,25)(1,96)^2}$$

$$n = \frac{1.336,8768}{(3,4775) + (0,9604)}$$

$$n = \frac{1.336,8768}{4,4379}$$

$$n = 301,24$$

$$n = 301$$

Para obtener la información requerida se aplicarán 301 encuestas a los habitantes de la parroquia Ambuquí.

3.6. Descripción del producto

El pan es un producto básico en la alimentación de las familias ecuatorianas, es uno de los alimentos primordiales dentro de la canasta básica; el pan contiene los elementos necesarios para obtener una dieta equilibrada; debido a que contiene carbohidratos, vitaminas, minerales y grasas para una adecuada alimentación. Es importante tomar en cuenta que los carbohidratos son considerados como fuente importante para el funcionamiento de nuestro cuerpo; ya que proporcionan energía y permiten en buen funcionamiento intestinal.

El pan está elaborado por una mezcla de agua, harina, sal y levadura; luego de amasar se deja fermentar la masa, y se la lleva al horno para su cocción, en diversos tamaños y formas; obteniendo como resultados varias presentaciones.

3.7. Técnicas e instrumentos

Las principales técnicas utilizadas para el desarrollo de la matriz de relación diagnóstica y para la matriz de variables de mercado fueron:

- a) Entrevista

- b) Encuesta
- c) Registro de observación

Los principales instrumentos de recolección de información utilizados en la presente investigación fueron:

- a) Cuestionarios
- b) Fichas de observación

3.8. Información primaria

Para la recolección de la información primaria se aplicaron las siguientes técnicas:

- a) Entrevistas a la Sra. Fabiola Llerena distribuidora de pan en las tiendas de las diferentes comunidades del valle del Chota, a la Sra. Pilar López propietaria de una panadería ubicada en el catón Pimampiro.
- b) Fichas de observación para conocer los aspectos relacionados con la calidad del pan y la atención al cliente que se brinda en la comunidad El Juncal.
- c) Encuestas aplicadas a las tiendas distribuidoras de pan en las comunidades del valle del Chota pertenecientes a la parroquia Ambuquí y a los habitantes del sector a investigar para identificar la demanda potencial a satisfacer.

3.9. Información secundaria

La información secundaria requerida en el presente trabajo de investigación se obtuvo de datos del VII Censo de Población y Vivienda del 2010, proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, de textos especializados y de internet. Esta información permitió sustentar la realización de los correspondientes capítulos de la investigación.

3.10. Tabulación y análisis de la información

3.10.1. Entrevista aplicada a expertos

3.10.1.1. Resultados de la entrevista dirigida a los productores y distribuidores de pan en las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí.

El objetivo de la entrevista fue recopilar información relevante y necesaria que permita determinar los factores que intervienen en la producción y comercialización de pan en una panadería.

ENTREVISTADO: Sra. Fabiola Llerena

LUGAR: El Juncal

PUESTO: Propietaria

FECHA: Viernes 22 de Mayo del 2015

HORA: 07:28 am

INSTRUCCIÓN: Secundaria

EDAD: 58 años

CUESTIONARIO:

- 1. ¿Cuenta usted con los permisos reglamentarios para el funcionamiento de su panadería?**

La panadería si cuenta con todos los permisos reglamentarios necesarios para su funcionamiento y tiene toda la documentación en regla para evitar problemas con la ley.

- 2. Posee un manual de funciones acorde a las diferentes áreas que conforman la panadería.**

La panadería no cuenta con un manual de funciones, cada quien acoge su responsabilidad del área que desempeña de manera voluntaria.

- 3. ¿Cómo contribuyente está usted sujeto a llevar contabilidad?**

No están sujetos a llevar contabilidad pero si están afiliados al RISE del SRI.

4. Actualmente con que personal cuenta en la panadería.

Actualmente la panadería cuenta con dos personas para su funcionamiento el encargado de área de producción que es el dueño y la encargada de las ventas que es su esposa.

5. ¿Cree usted que la panadería cuenta con la infraestructura adecuada para su funcionamiento?

El local de producción, como también el de comercialización son pequeños, con un espacio reducido, pero esto no ha impedido el cumplimiento de los pedidos y tener satisfechos a los clientes.

6. ¿Qué cantidad de materia prima utiliza diariamente para la elaboración del pan y cuantas unidades produce?

Diariamente producen 2300 unidades de pan con 170 libras de harina, 6000 gramos de levadura y dos cubetas de huevos, 1 libra de sal y dos libras de azúcar.

7. ¿Qué productos son los más comercializados en su panadería?

Los productos más vendidos por la panadería son el pan sencillo, las empanadas, los bizcochitos de agua, las cañas y el pan de dulce.

8. ¿Cuál es el precio de venta que maneja actualmente, y cuál es su porcentaje de rentabilidad?

El precio de venta varía según el tipo de producto, pero en el caso del pan sencillo el precio de entrega a las tiendas es de 0,10 centavos de dólar, y en el local comercial es de 0,12 centavos, con una comisión del 40% por unidad producida.

9. ¿Cuáles son sus principales proveedores de materia prima?

Los principales proveedores de la panadería son la Fabril, Levapan, Provemas, mismos con los que tienen una muy buena relación comercial.

10. ¿Usted distribuye el pan? ¿A quién?

El 90% de la producción diaria del pan está destinada a la venta a diversas tiendas del valle del Chota, y el porcentaje restante es para la venta al consumidor final.

11. ¿Qué estrategias de promoción aplica usted en su panadería?

La panadería no aplica ningún tipo de promociones, debido a que consideran que el pan es producto de primera necesidad y no necesita ser promocionado.

12. ¿Qué medios publicitarios son los que más utiliza para dar a conocer acerca de sus productos?

La panadería no ha utilizado ningún tipo de publicidad y al ser un producto básico en la canasta familiar los propietarios consideran que no necesitan publicidad para darse a conocer.

13. ¿Cuál cree que son sus principales competidores en el sector?

En el sector específicamente no existen competidores, pero si existen panaderías en los alrededores y también las tiendas que no son sus compradores.

14. ¿Considera usted que su microempresa es rentable?

Como propietarios de la panadería consideran que el negocio si es rentable, ya que no tienen una competencia directa que les afecte.

ENTREVISTADO: Sra. Pilar López

LUGAR: Pimampiro

PUESTO: Propietaria

FECHA: Viernes 22 de Mayo del 2015

HORA: 11:13 am

INSTRUCCIÓN: Secundaria

EDAD: 61 años

CUESTIONARIO:

1. ¿Cuenta usted con los permisos reglamentarios para el funcionamiento de su panadería?

Sí, la panadería si cuenta con todos permisos reglamentarios, tanto del municipio, de salud, de los bomberos y del SRI, tienen toda la documentación necesaria para el funcionamiento.

2. Posee un manual de funciones acorde a las diferentes áreas que conforman la panadería.

No, en la panadería no tenemos un manual de funciones escrito, ya que todos conocemos la función y responsabilidad que hay que cumplir.

3. ¿Cómo contribuyente está usted sujeto a llevar contabilidad?

No están sujetos a llevar contabilidad, pero si cumplen con las disposiciones del SRI, ya que están afiliados al RISE.

4. Actualmente con que personal cuenta en la panadería.

La panadería actualmente cuenta con tres personas para su funcionamiento, el panadero que el propietario, el auxiliar de producción y la encargada de las ventas que es la propietaria y esposa del dueño.

5. ¿Cree usted que la panadería cuenta con la infraestructura adecuada para su funcionamiento?

Sí, la infraestructura es buena y grande ya que es propio el local, tanto para la producción como también para la comercialización.

6. ¿Qué cantidad de materia prima utiliza diariamente para la elaboración del pan y cuantas unidades produce?

Diariamente se producen 1200 unidades y para ello se necesita de unas 80 libras de harina, 2800 gramos de levadura, 1 libra de sal, 1 cubeta de huevos y 1 libra de azúcar y panela para el pan de dulce.

7. ¿Qué productos son los más comercializados en su panadería?

El pan sencillo, es el producto más comercializado en la panadería, también se venden bien las quesadillas, las empanadas y las cañas.

8. ¿Cuál es el precio de venta que maneja actualmente, y cuál es su porcentaje de rentabilidad?

En la panadería se maneja el precio de venta oficial que es 0,12 centavos de dólar, se tiene un porcentaje de rentabilidad de 30% aproximadamente por cada unidad producida.

9. ¿Cuáles son sus principales proveedores de materia prima?

La panadería tiene como proveedores de materia prima a Levapan, La Fabril y a Súper ofertas por la calidad de los productos y facilidad de pagos.

10. ¿Usted distribuye el pan? ¿A quién?

Si, nosotros distribuimos el 60% de la producción diaria a las tiendas de las comunidades aledañas y el resto lo vendemos al consumidor final en el local.

11. ¿Qué estrategias de promoción aplica usted en su panadería?

La panadería no aplica ningún tipo de promociones para las tiendas, en el local comercial, en fechas especiales bajan el precio a las tortas.

12. ¿Qué medios publicitarios son los que más utiliza para dar a conocer acerca de sus productos?

La panadería no utiliza medios publicitarios para dar a conocer sus productos de manera permanente, pero en fechas especiales pegan afiches con las promociones.

13. ¿Cuál cree que son sus principales competidores en el sector?

En el sector no existen muchos competidores ya que no hay muchas panadería en Pimampiro, y en las comunidades aledañas del valle del Chota no he visto panaderías, solo las tiendas que venden el pan que les distribuyen.

14. ¿Considera usted que su microempresa es rentable?

Sí como dueños de la panadería si consideramos que es rentable, ya que nuestros competidores son pocos y el negocio es bueno.

3.10.1.2. Conclusión de la entrevista

Según los datos obtenidos en la entrevista a los productores y distribuidores de pan en la comunidad El Juncal, se puede observar que los panificadores sí se preocupan por la calidad del pan que venden a sus clientes, además la mayoría de las personas del sector, se fijan muchos en el precio al momento de adquirir los productos, siendo el pan popular de 0,12 centavos el de mayor consumo, dejando un adecuado margen de rentabilidad del 35% sobre el precio, debido al buen nivel de ventas que realizan.

Es importante destacar que las panaderías cuentan con proveedores de materia prima e insumos, los mismos que les abastecen en el lugar de producción, asimismo la entrevista revela que las panaderías distribuyen sus productos a la mayoría de tiendas del sector del valle del Chota y que la venta de sus productos también la realizan de manera directa al consumidor final en sus locales comerciales.

Así también es de gran importancia mencionar que los propietarios de las panaderías entrevistadas son los encargados de las ventas y atención al público, y que consideran que el negocio de la panificación es rentable.

3.10.2. Encuesta dirigida a las tiendas distribuidoras de pan de las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí.

El Objetivo de la encuesta fue obtener información sobre el consumo de pan en las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí, y determinar su valiosa opinión, acerca de la creación de una panadería y pastelería en la comunidad El Juncal.

1. ¿Qué cantidad de pan adquiere usted en cada compra para la venta diaria a sus clientes?

Tabla 8: Cantidad de compra

<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>TOTAL</i>	<i>%</i>
1 a 100 unidades	28	82%
101 a 200 unidades	6	18%
201 a 500 unidades	0	0%
Otro (Especifique)	0	0%
TOTAL	34	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

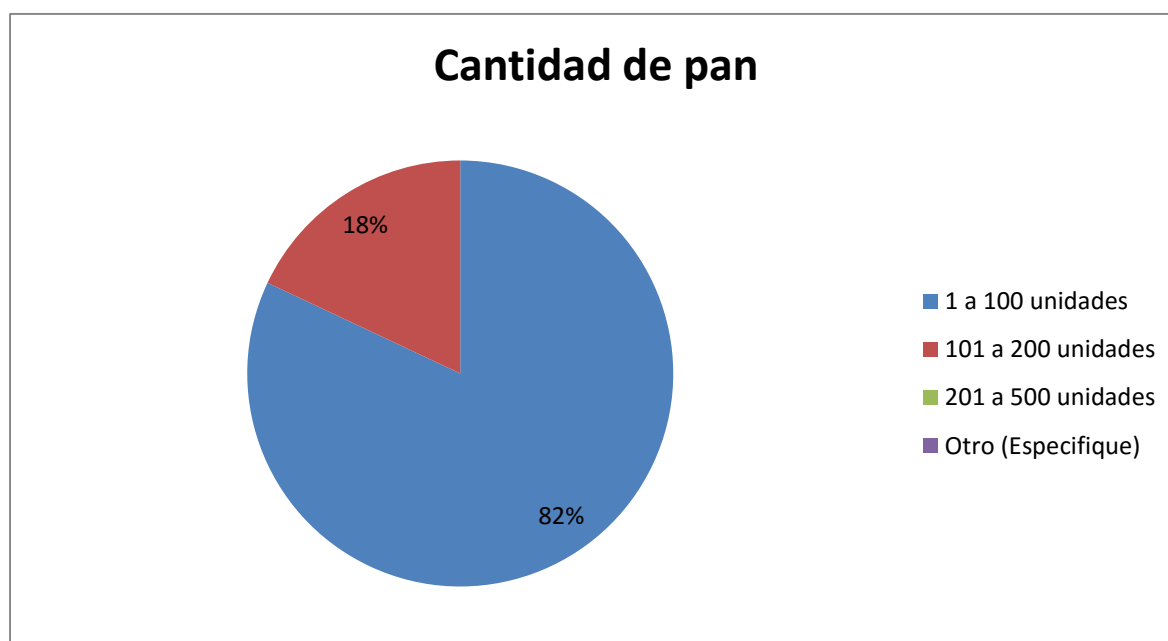


Gráfico 1: Cantidad de compra

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Análisis

Respecto a la cantidad de pan que adquieren las tiendas de las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí, en cada compra para la venta diaria a sus clientes, la mayoría compran de entre 1 a 100 unidades, y como cantidad máxima 200 unidades, dependiendo de las fechas especiales o feriados.

2. ¿Cuántas veces al día adquiere usted el pan para la venta?

Tabla 9: Periodo de compra

<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>TOTAL</i>	<i>%</i>
1 vez al día	28	82%
2 veces al día	6	18%
3 veces al día	0	0%
Otro (Especifique)	0	0%
TOTAL	34	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

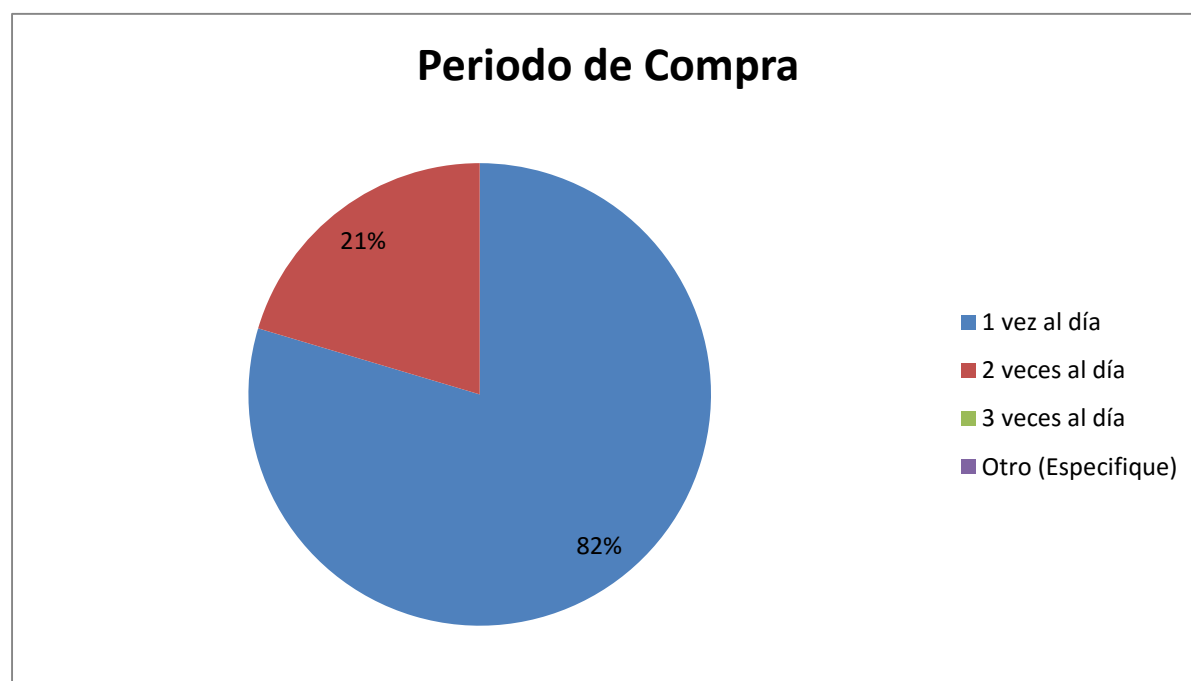


Gráfico 2: Periodo de compra

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Análisis

Las tiendas distribuidoras de pan de las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí, por adaptarse a la frecuencia de consumo de los clientes, en su gran mayoría prefieren adquirir el pan para su comercialización una vez a al día, y dependiendo del comportamiento del mercado hasta dos veces al día.

¿Especifique?

Tabla 10: Especificación de horario de compra

<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>TOTAL</i>	<i>%</i>
Mañana	29	73%
Tarde	6	15%
Noche	5	13%
TOTAL	40	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

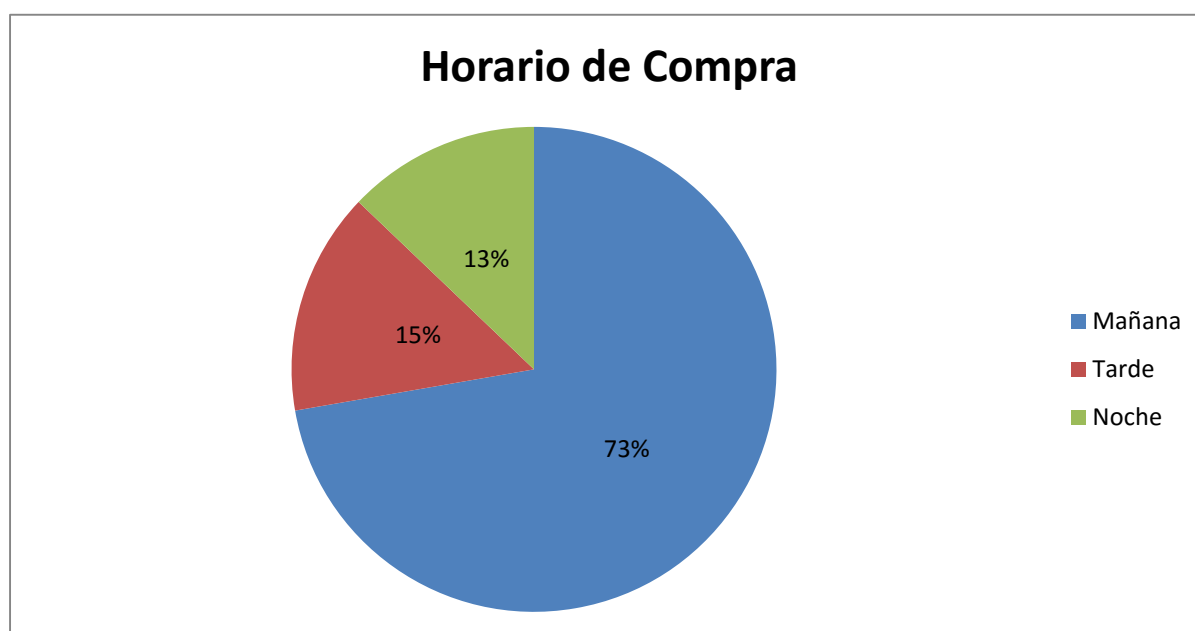


Gráfico 3: Especificación de horario de compra

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Análisis

Como se puede apreciar en el gráfico anterior, la mayoría de las tiendas distribuidoras de pan de las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí, adquieren el producto una vez al día, especialmente por las mañanas y en pocas ocasiones en la tarde o noche, en vista de que el pan es considerado parte fundamental del desayuno.

3. Asigne el porcentaje que estime conveniente al tipo de pan que más comercializa en su venta diaria:

Tabla 11: Tipo de pan más comercializado

<i>Tipo de pan</i>	<i>%</i>
Pan sencillo	50%
Cachitos	15%
Arepas	10%
Quesadillas	5%
Enrollados	20%
TOTAL	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

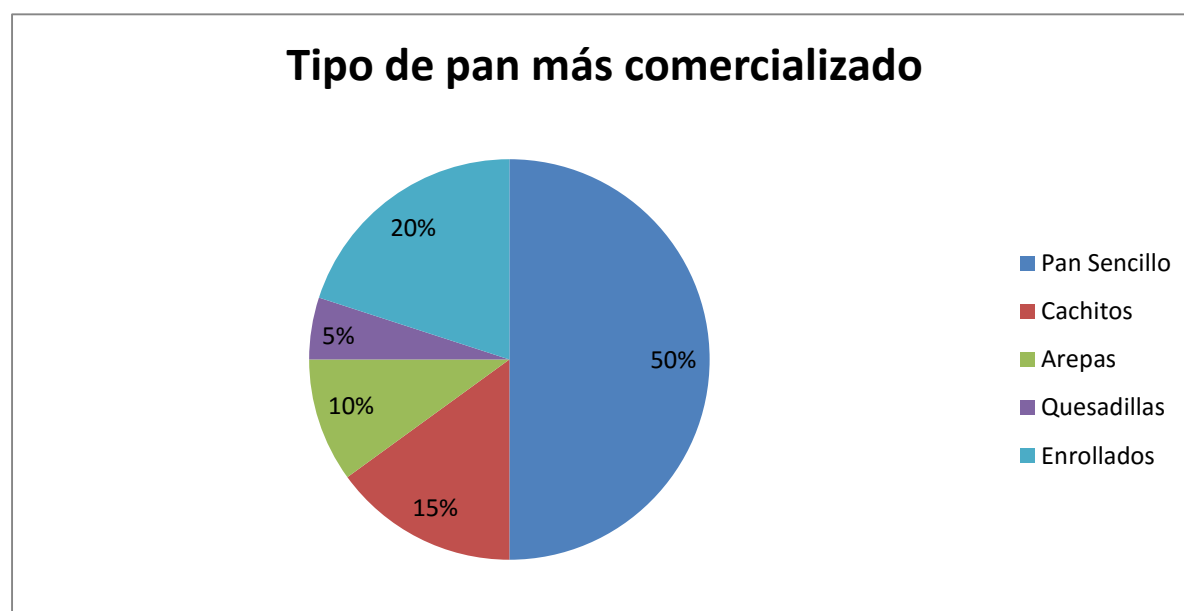


Gráfico 4: Tipo de pan más comercializado

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Análisis

El tipo de producto depende mucho de los gustos y preferencias de los consumidores, las tiendas distribuidoras de pan de las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí, manifiestan adquirir en mayor cantidad el pan sencillo, sin dejar a un lado los enrollados y los cachitos, entre otras variedades.

4. ¿Quién le distribuye a usted el pan que comercializa diariamente?

Tabla 12: Proveedor del pan

<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>TOTAL</i>	<i>%</i>
Lo produce usted mismo	0	0%
Panaderías de los alrededores	15	44%
Panadería de Ibarra	19	56%
TOTAL	34	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

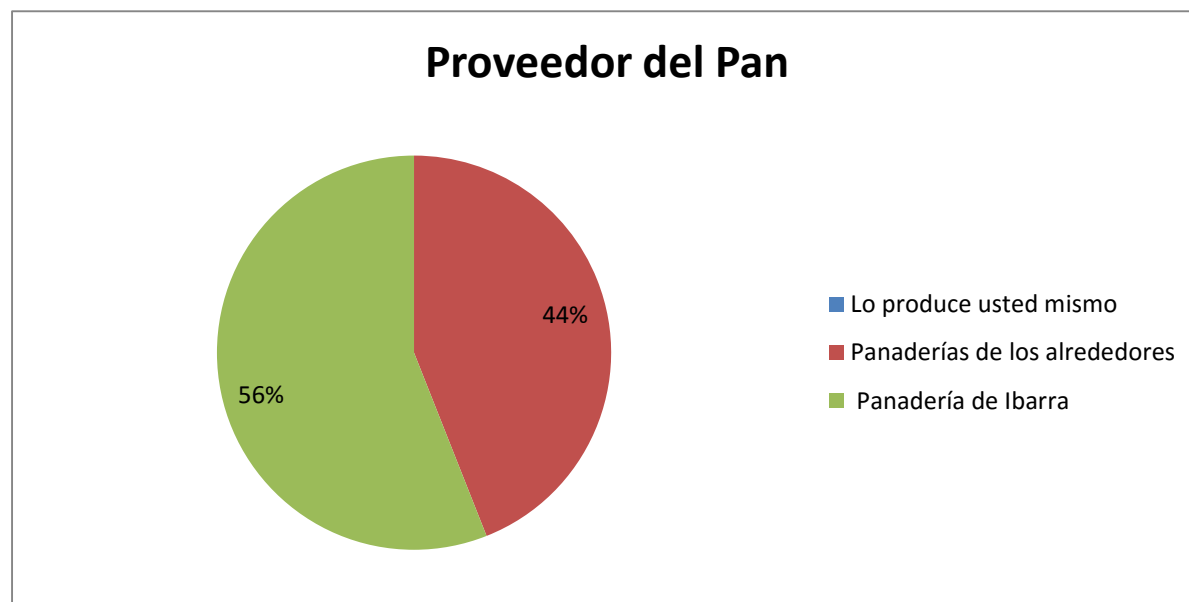


Gráfico 5: Proveedor del pan

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Análisis

Los propietarios de las tiendas distribuidoras de pan de las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí, en su mayoría adquieren el producto para su comercialización a panaderías de la ciudad de Ibarra mismas que les hacen la entrega diaria directamente en sus locales, sin embargo existen tiendas que compran el pan a panaderías de los alrededores.

5. ¿Qué tan satisfecho está usted con la calidad de pan que le distribuye su proveedor?

Tabla 13: Satisfacción calidad del producto

DESCRIPCIÓN	TOTAL	%
Muy satisfecho	7	21%
Satisfecho	18	53%
Regular	0	0%
Insatisfecho	9	26%
Muy insatisfecho	0	0%
TOTAL	34	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

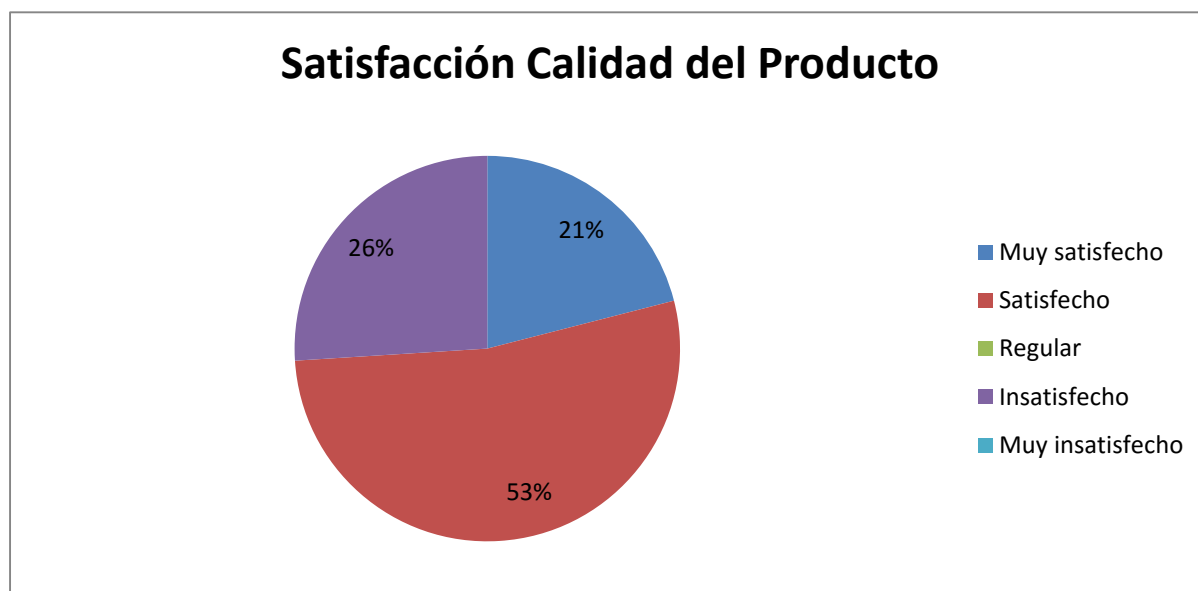


Gráfico 6: Calidad del pan

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Análisis

Como se puede apreciar los propietarios de las tiendas distribuidoras de pan de las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí, tienen una tendencia positiva en relación al nivel de satisfacción del producto, en su mayoría mencionan estar satisfechos con el pan que adquieren para la venta, aunque algunos califican estar muy satisfechos, también hay quienes se sienten insatisfechos con el producto.

6. ¿Qué tan satisfecho está usted con la atención al cliente que le brinda su proveedor?

Tabla 14: Calidad de atención al cliente

<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>TOTAL</i>	<i>%</i>
Muy satisfecho	9	26%
Satisfecho	21	62%
Regular	0	0%
Insatisfecho	4	12%
Muy insatisfecho	0	0%
TOTAL	34	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

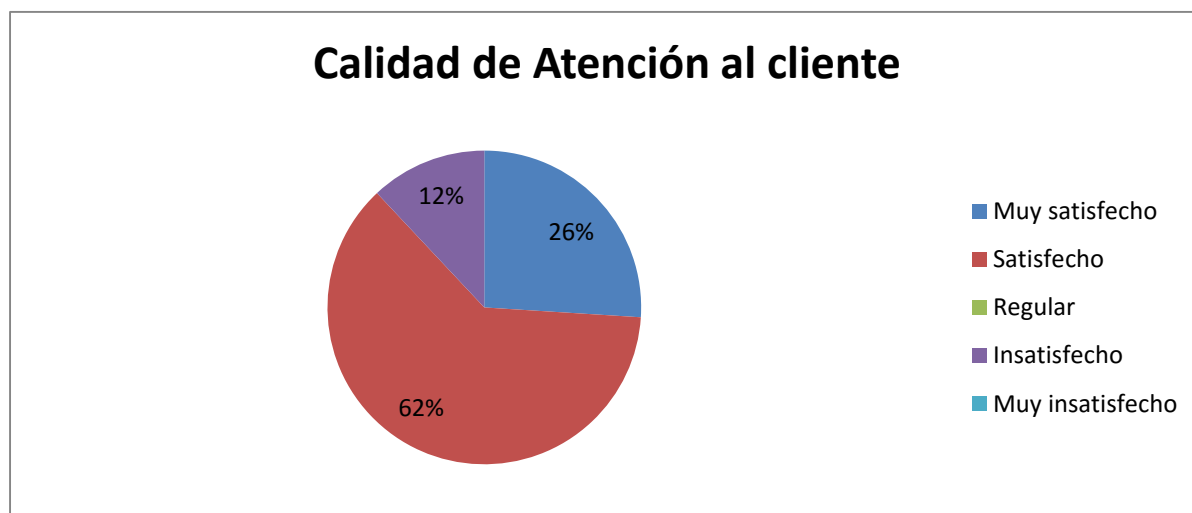


Gráfico 7: Calidad de atención al cliente

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Análisis

Una gran mayoría de los propietarios de las tiendas distribuidoras de pan de las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí, manifiestan estar satisfechos con la atención al cliente que les brindan sus proveedores, sin dejar a un lado que una parte considera que el servicio es bueno y están muy satisfechos; así también otra pequeña parte no está satisfecha. Con esta información se puede conocer el grado de satisfacción del cliente y se la aprovechará en el trabajo de investigación.

7. ¿Ha tenido algún inconveniente con su proveedor actual? ¿Cuál ha sido?

Tabla 15: Inconvenientes con el proveedor

DESCRIPCIÓN	TOTAL	%
Si	28	82%
No	6	18%
TOTAL	34	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

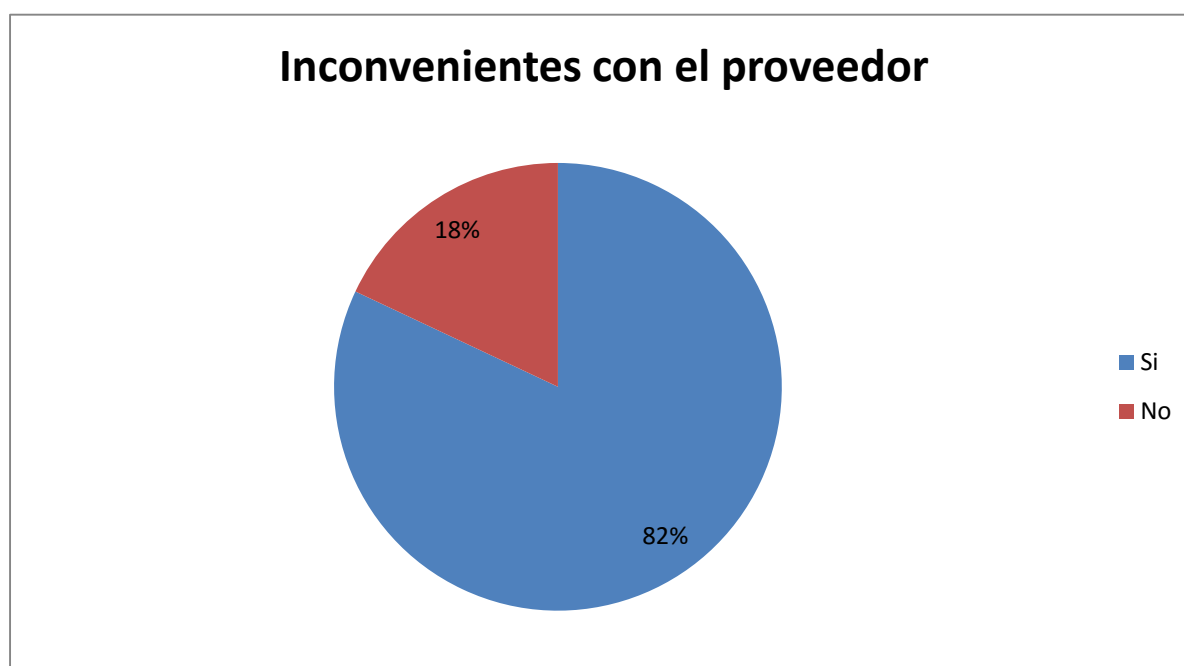


Gráfico 8: Inconvenientes con el proveedor

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Análisis

Se ha podido apreciar que los propietarios de las tiendas distribuidoras de pan de las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí, no se sienten conformes, ni seguros con su proveedor actual, ya que la gran mayoría manifiesta haber tenido algún tipo de inconveniente. Sin embargo una parte poco significativa argumenta no haber tenido ningún problema ni con el producto ni con la atención al cliente.

¿Cuál ha sido?

Tabla 16: Tipo de inconveniente

DESCRIPCIÓN	TOTAL	%
Retraso en la entrega del producto	18	64%
Cobro exagerado	2	7%
Producto incompleto	3	11%
Mal estado del producto	5	18%
Otros (Especifique)	0	0%
TOTAL	28	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

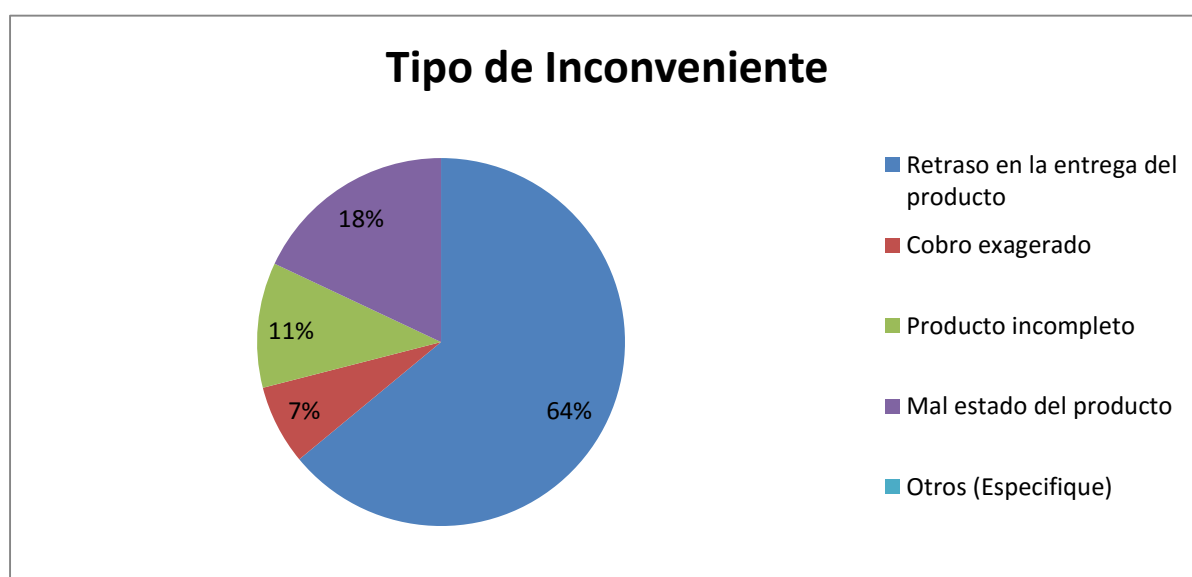


Gráfico 9: Tipo de inconveniente

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Análisis

Haciendo referencia a la respuesta de esta pregunta, se puede apreciar que el mayor inconveniente que los dueños de las tiendas tienen con su proveedor actual es el retraso en la entrega del producto, así como también presentan molestias por el mal estado del mismo, por que el producto llega incompleto y muy pocos se quejan del cobro exagerado . El conocer esta información permitirá mejorar la calidad del producto y del servicio en el proyecto de investigación.

8. ¿Qué incentivo le brinda su proveedor actual?

Tabla 17: Incentivos del proveedor

<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>TOTAL</i>	<i>%</i>
Descuentos en los productos	7	21%
Productos adicionales	10	29%
Ninguno	17	50%
TOTAL	34	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

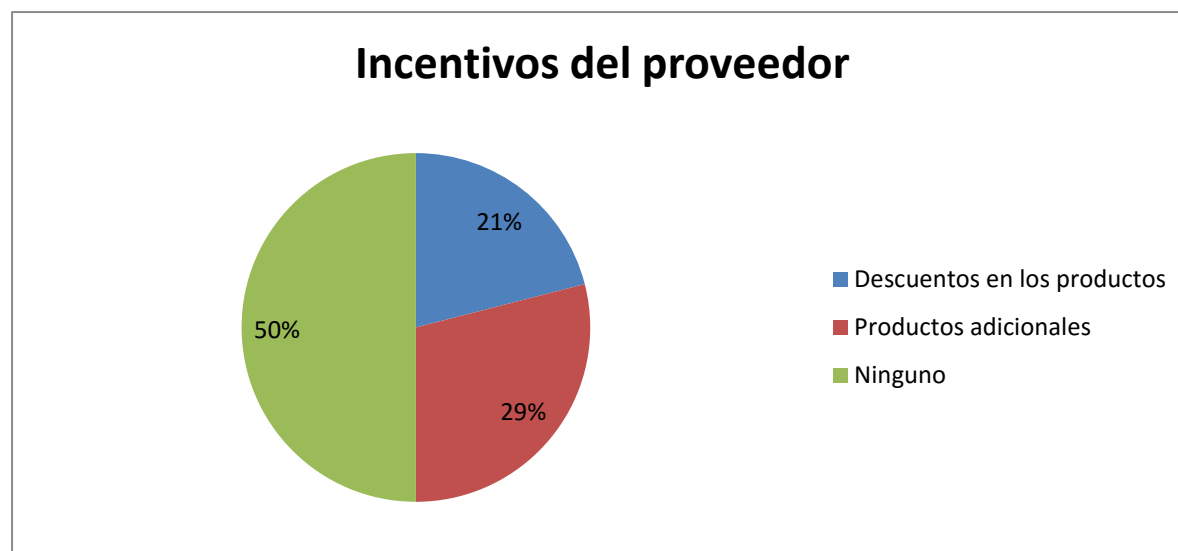


Gráfico 10: Incentivos del proveedor

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Análisis

Los propietarios de las tiendas distribuidoras de pan de las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí, siempre están a la espera de recibir algún beneficio por parte de sus proveedores, la mitad de los encuestados manifiestan que no reciben ningún tipo de incentivo, lo cual en ocasiones provoca molestias; cabe destacar que algunos proveedores si se preocupan por incentivar a sus clientes, ya que les entregan descuentos en los productos y también productos adicionales.

9. ¿Por qué razón usted prefiere adquirir el pan a su proveedor actual?

Tabla 18: Preferencia de proveedor actual

<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>TOTAL</i>	<i>%</i>
Esta cerca	8	24%
No conoce otro proveedor	2	6%
Le da financiamiento	3	9%
Variedad de productos	5	15%
Promociones y descuentos	4	12%
Servicio a domicilio	12	35%
TOTAL	34	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

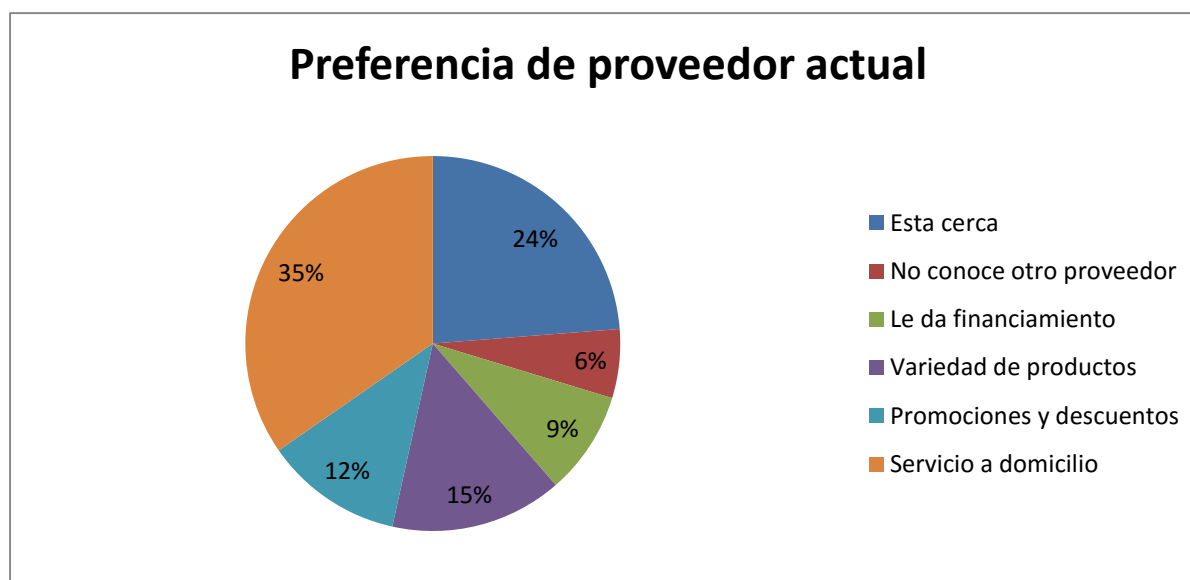


Gráfico 11: Preferencia de proveedor actual

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Análisis

Los propietarios de las tiendas distribuidoras de pan de las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí, tienen preferencia hacia su proveedor actual por diferentes razones, una de las más importantes es el servicio a domicilio, otra es que les facilita el producto de manera oportuna, debido a que el proveedor se encuentra cerca, además les brinda financiamiento en diversas ocasiones.

10. ¿Estaría de acuerdo de que en la comunidad El Juncal exista una panadería permanente?

Tabla 19: Aceptabilidad del proyecto

<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>TOTAL</i>	<i>%</i>
Si	29	85%
No	5	15%
TOTAL	34	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

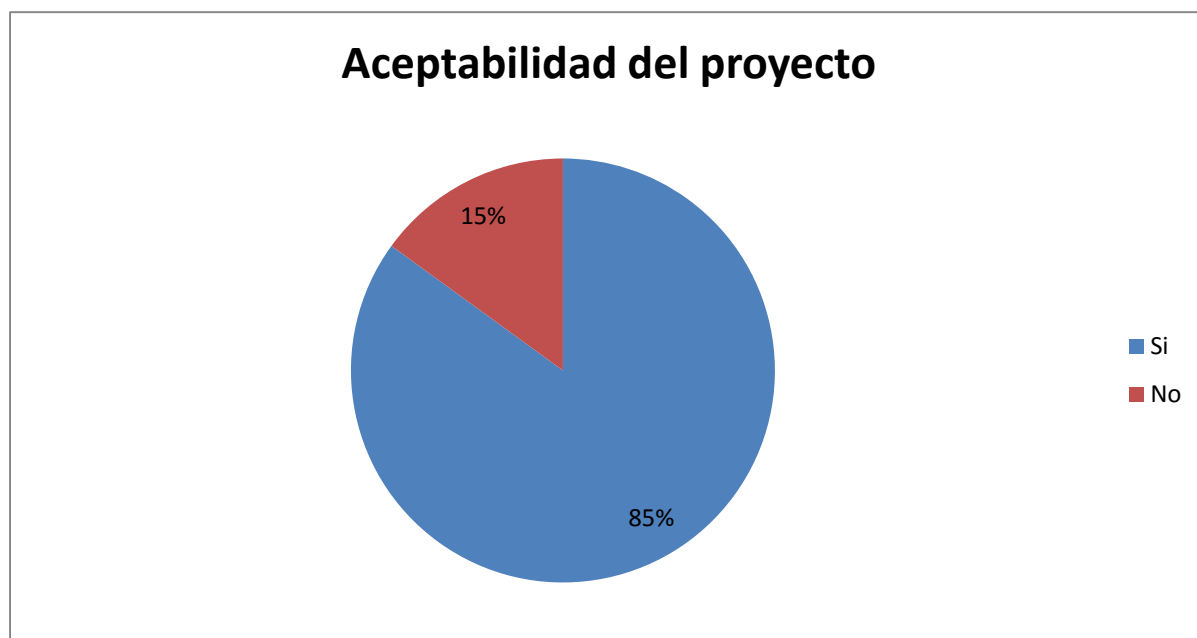


Gráfico 12: Aceptabilidad del proyecto

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Análisis

En base a los diferentes criterios de los propietarios de las tiendas distribuidoras de pan de las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí, la mayor parte está de acuerdo con la apertura de una nueva panadería en la comunidad El Juncal, pero un grupo minoritario no está de acuerdo con la idea, ya que piensan que afectará a sus ingresos.

11. ¿Qué le gustaría a usted como intermediario obtener por parte de la nueva panadería?

Tabla 20: Beneficios esperados

DESCRIPCIÓN	TOTAL	%
Financiamiento	8	24%
Productos gratis	3	9%
Variedad de Productos	3	9%
Precio cómodo	4	12%
Entrega puntual	11	32%
Calidad	5	15%
TOTAL	34	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

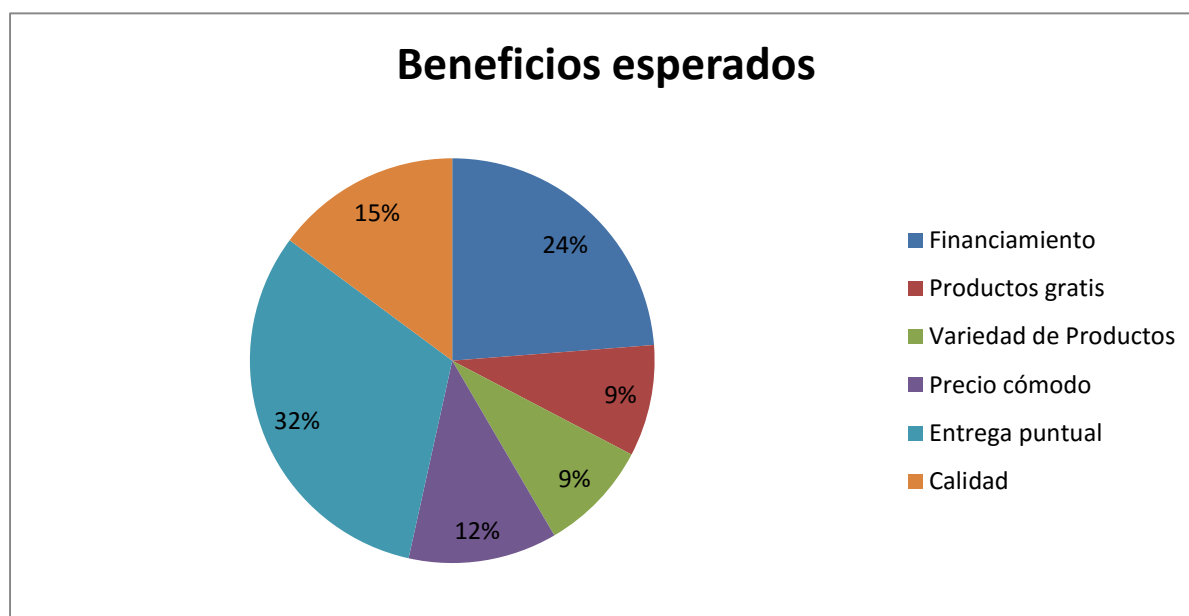


Gráfico 13: Beneficios esperados

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Análisis

De acuerdo a los resultados obtenidos los propietarios de las tiendas distribuidoras de pan de las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí, los beneficios que esperan recibir de la nueva panadería, son la entrega puntual del producto, financiamiento, precio cómodo y calidad en el producto.

12. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría informarse acerca de los productos y beneficios de la nueva panadería?

Tabla 21: Medios de publicidad

DESCRIPCIÓN	TOTAL	%
Hojas volantes	3	9%
Afiches	5	15%
Catálogo de productos	2	6%
Correo electrónico	1	3%
Visita personalizada	17	50%
Radio	6	18%
TOTAL	34	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

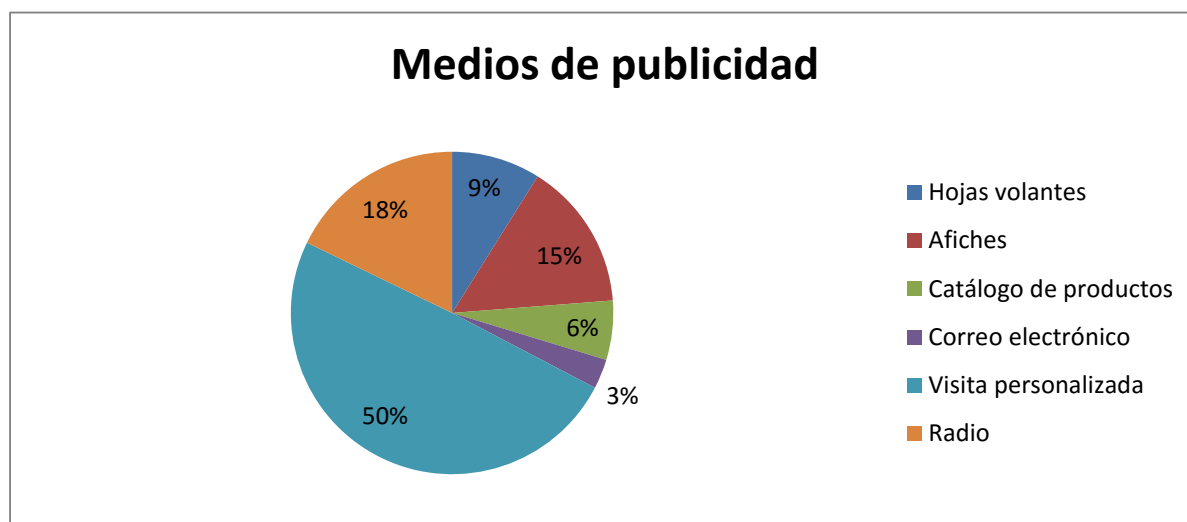


Gráfico 14: Medios de publicidad

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Análisis

De acuerdo a los resultados obtenidos, los medios de comunicación por los que los propietarios de las tiendas distribuidoras de pan de las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí, prefieren tener conocimiento acerca de la nueva panadería, es mediante la visita personalizada, debido a que les permite despejar cualquier tipo de inquietud acerca del producto; además desean tener información por hojas volantes, afiches y por la radio.

3.10.3. Encuesta dirigida a los habitantes de las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí.

El Objetivo de la encuesta fue obtener información sobre el consumo de pan en las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí y determinar la opinión que tienen los habitantes, acerca de la creación de una panadería y pastelería en la comunidad El Juncal.

1. ¿Consume usted pan?

Tabla 22: Consumo de pan

DESCRIPCIÓN	TOTAL	%
Sí	280	93%
No	21	7%
TOTAL	301	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

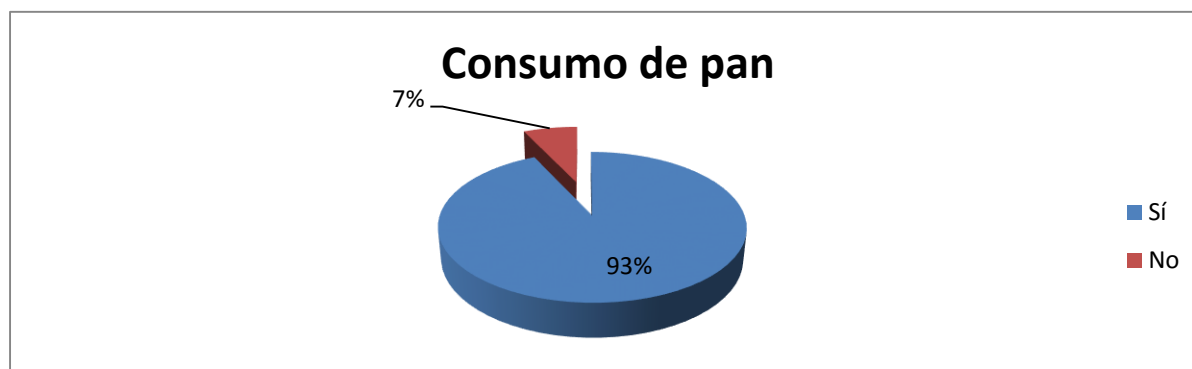


Gráfico 15: Consumo de pan

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Análisis

La mayoría de las personas investigadas consumen pan, debido a que es considerado un alimento básico y que además tiene beneficios nutricionales para el consumidor; hay que tomar en cuenta también que tiene un precio económico, lo cual favorece a que el producto sea accesible.

2. ¿Cada qué tiempo usted compra pan?

Tabla 23: Frecuencia de compra

DESCRIPCIÓN	TOTAL	%
Diariamente	239	79%
2 veces semana	56	19%
Cada quince días	4	1%
Mensualmente	2	1%
Otros (Especifique)	0	0%
TOTAL	301	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Ana María Maldonado
Año: 2015

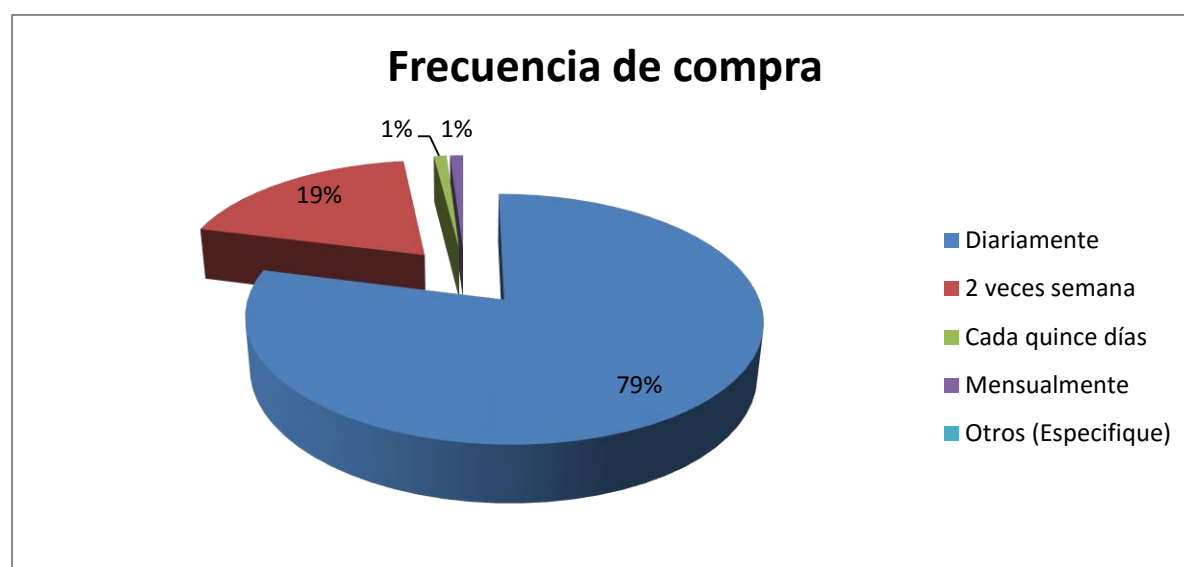


Gráfico 16: Frecuencia de compra

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Ana María Maldonado
Año: 2015

Análisis

El pan es un producto primordial en la canasta básica, debido a que es un alimento nutritivo y saludable la mayoría de las personas investigadas lo consumen diariamente, aunque algunos prefieren comprar tan solo dos veces en semana.

3. ¿Cuántos panes compra diariamente?

Tabla 24: Cantidad de consumo

DESCRIPCIÓN	TOTAL	%
De 1 a 5 panes	31	10%
De 6 a 10 panes	68	23%
De 11 a 15 panes	187	62%
De 16 en adelante	15	5%
TOTAL	301	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

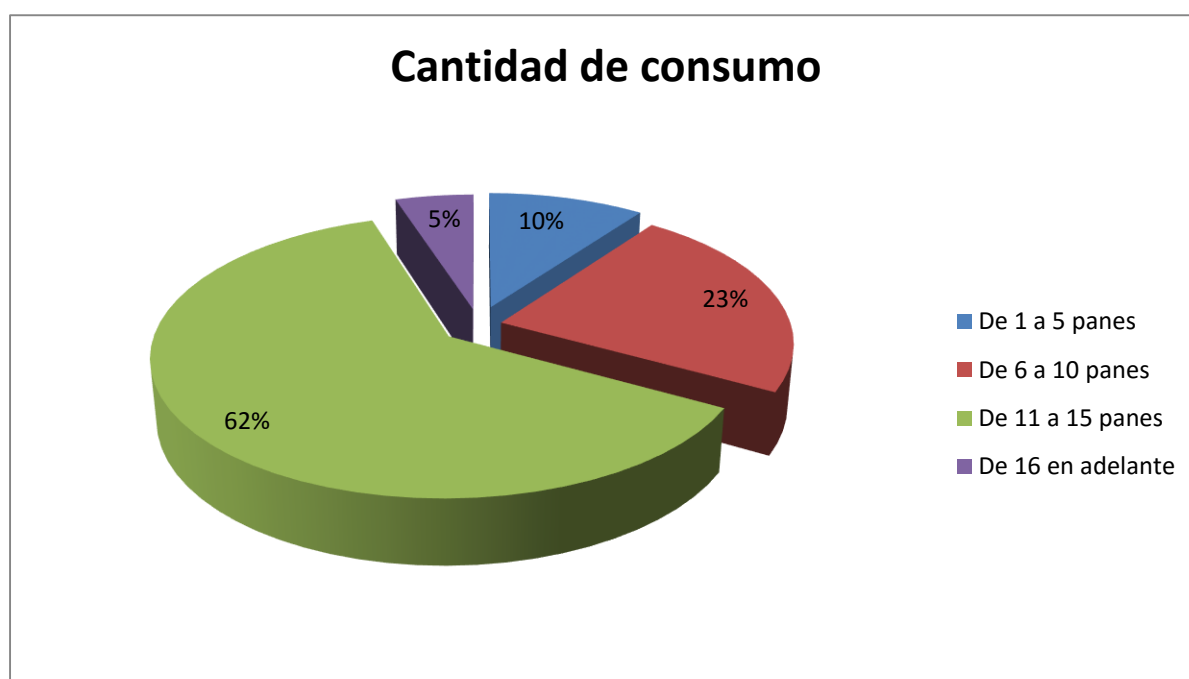


Gráfico 17: Cantidad de consumo

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Análisis

Con respecto a la cantidad de pan que consumen los habitantes de de las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí, gran parte adquiere de 11 a 15 panes; aunque también existen consumidores que compran cantidades de pan menores o mayores; dependiendo del número de personas que integran su familia.

4. ¿Cuál es el precio habitual del pan que usted consume?

Tabla 25: Precio del pan

DESCRIPCIÓN	TOTAL	%
De 0,12 a 0,15 Cts.	213	71%
De 0,16 a 0,20 Cts.	63	21%
De 0,21 a 0,30 Cts.	14	5%
De 0,30 Cts. en adelante	11	4%
TOTAL	301	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

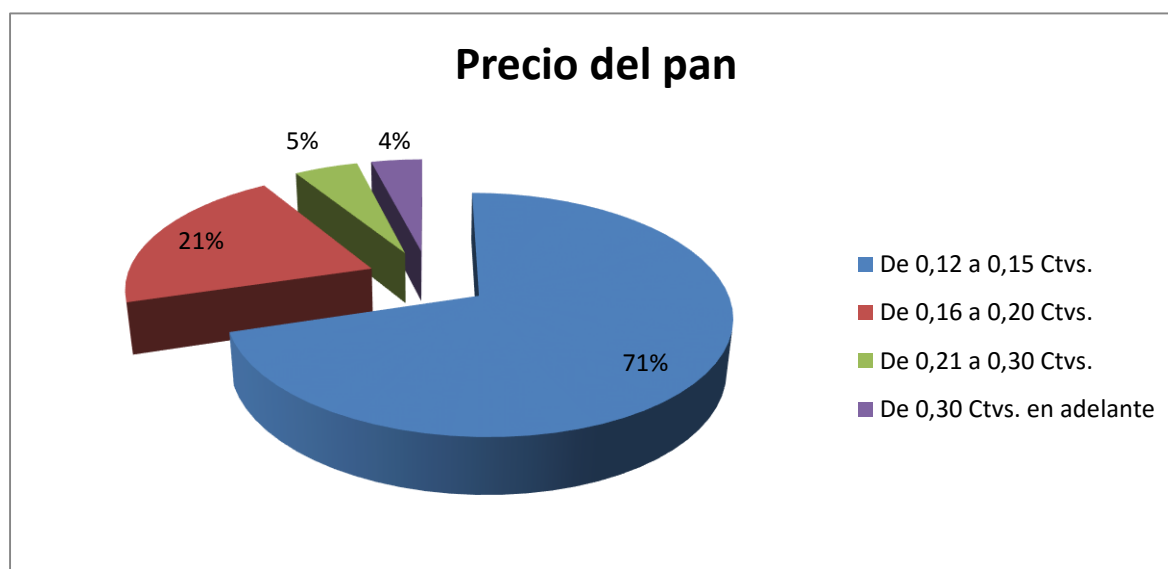


Gráfico 18: Precio del pan

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Análisis

La cantidad de dinero que destinan la mayoría de los consumidores de pan de las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí, es de 0,12 a 0,15 centavos de dólar, sin dejar a un lado a pequeña parte de la población investigada que adquieren pan de 0,16 a 0,20 centavos; cabe destacar que todo depende del nivel socio económico del consumidor.

5. ¿Cuál es la clase de pan que consume con mayor frecuencia?

Tabla 26: Tipo de pan

DESCRIPCIÓN	TOTAL	%
Pan de agua	179	59%
Pan de maíz	46	15%
Pan de dulce	12	4%
Enrollados de queso o mortadela	19	6%
Pan integral	10	3%
Palanquetas	7	2%
Empanadas	13	4%
Biscochos	15	5%
TOTAL	301	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

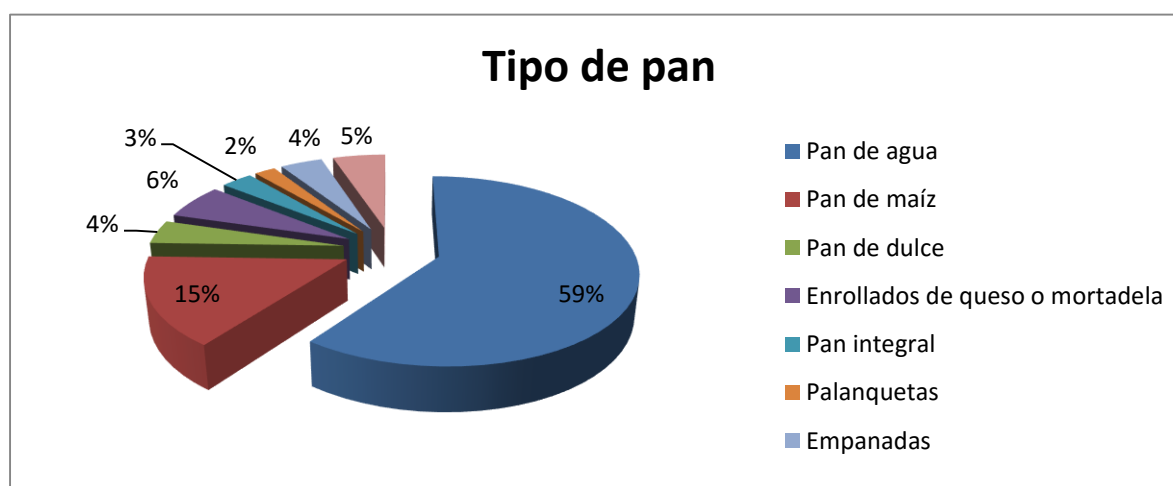


Gráfico 19: Tipo de pan

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Análisis

La preferencia del tipo de pan que consumen los consumidores varía mucho dependiendo de los gustos y preferencias de los mismos, en el caso de la población investigada el tipo de pan que tiene mayor preferencia es el pan de agua; debido a que tiene un precio accesible que se acomoda a la economía de los compradores; otro grupo también manifiesta que prefieren adquirir pan maíz, enrollados de queso o mortadela y las empanadas; aunque esto implica un mayor presupuesto de compra.

6. ¿En qué lugar compra el pan?

Tabla 27: Lugar de compra

<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>TOTAL</i>	<i>%</i>
Panaderías	87	29%
Tiendas de la comunidad	214	71%
Otros (Especifique)	0	%
TOTAL	301	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

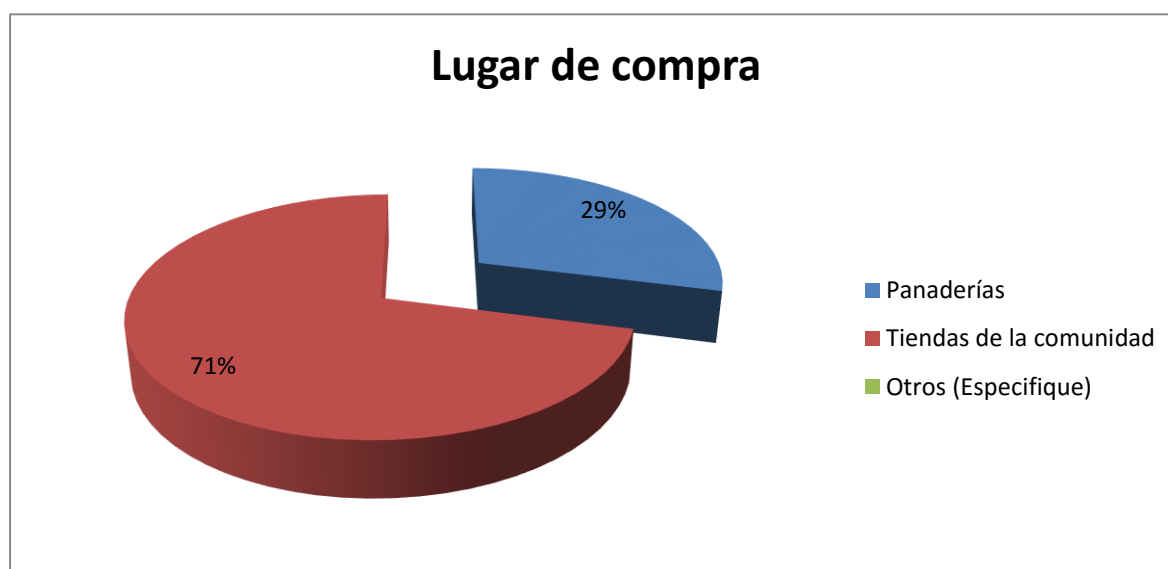


Gráfico 20: Lugar de compra

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Análisis

Los habitantes de las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí, se adaptan al medio en el que viven, es por ello que la mayoría de población compran el pan en las tiendas de la comunidad; a aunque por otro lado existen personas que también compran el pan en panaderías.

7. ¿Qué tan satisfecho está usted con la calidad del pan que compra?

Tabla 28: Calidad del pan

DESCRIPCIÓN	TOTAL	%
Muy Satisfecho	26	9%
Satisfecho	67	22%
Medianamente satisfecho	195	65%
Insatisfecho	9	3%
Muy insatisfecho	4	1%
TOTAL	301	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

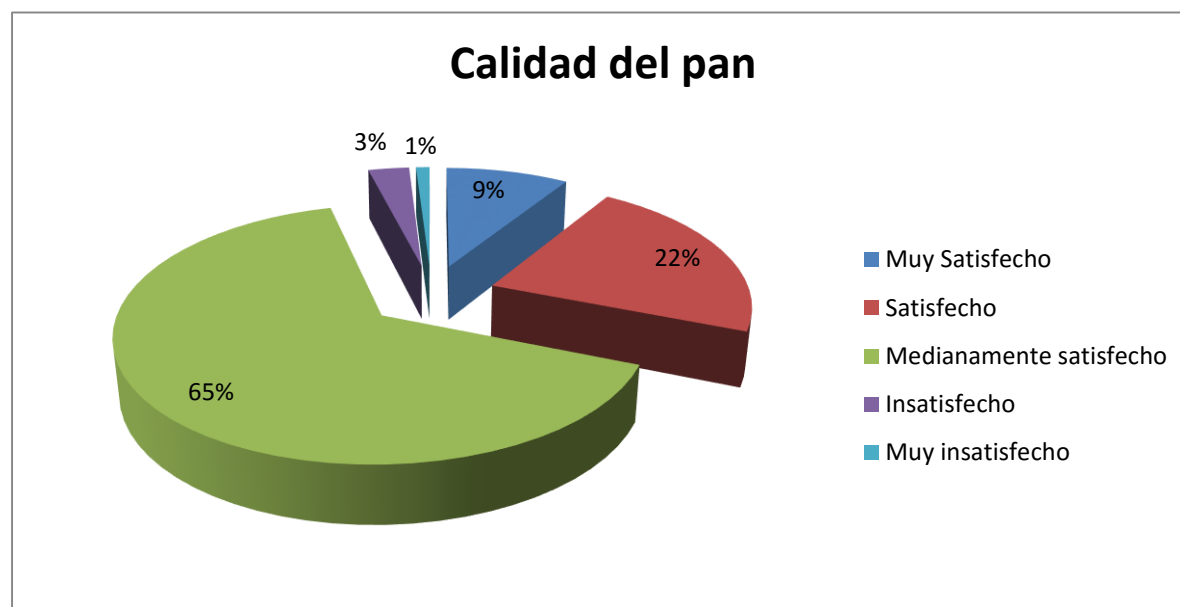


Gráfico 21: Calidad del pan

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Análisis

La mayoría de los habitantes de las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí, están medianamente satisfechos con la calidad del pan que adquieren, aunque es importante destacar que una parte de población investigada sí están satisfechos con el producto.

8. En el lugar donde usted compra el pan la atención al cliente es:

Tabla 29: Atención al cliente

DESCRIPCIÓN	TOTAL	%
Excelente	21	7%
Muy buena	73	24%
Buena	194	64%
Regular	8	3%
Pésima	5	2%
TOTAL	301	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

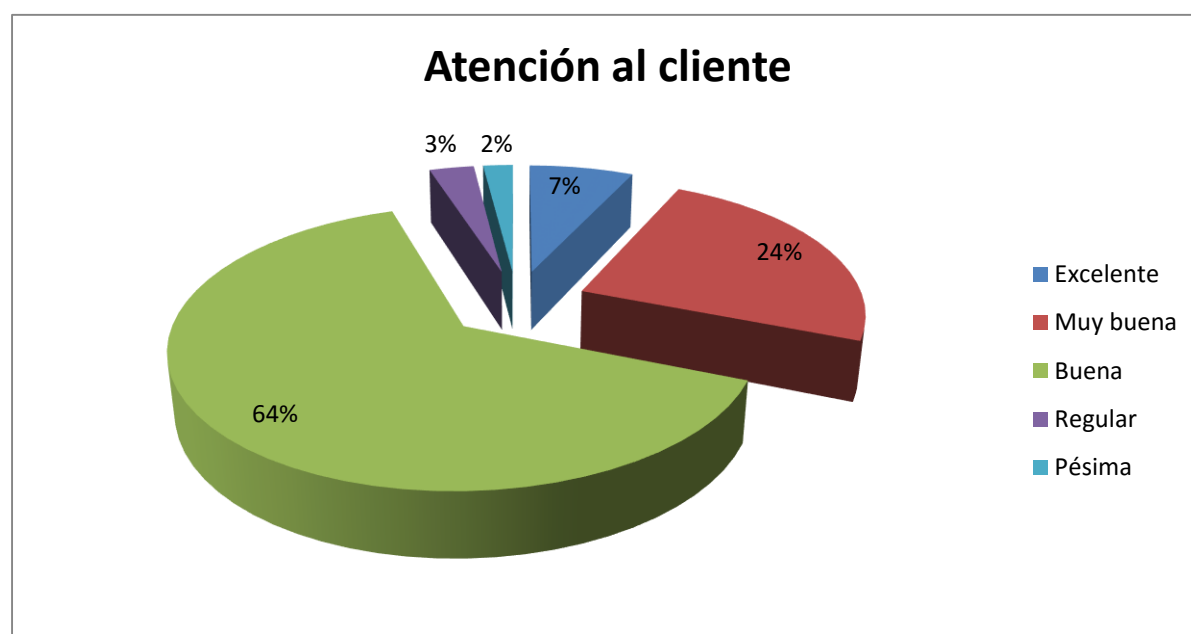


Gráfico 22: Atención al cliente

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Análisis

De la población investigada de las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí, la mayor parte considera que la atención al cliente del lugar donde adquieren el pan es buena, motivos por los que acuden a los diferentes lugares a comprar el producto; cada destacar también que una pequeña parte de la población menciona que la atención es muy buena.

9. ¿Qué aspectos considera importantes al momento de adquirir el pan?

Tabla 30: Aspectos para la compra

<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>TOTAL</i>	<i>%</i>
Precio	86	29%
Calidad	43	14%
Tamaño	55	18%
Sabor	98	33%
Variedad	11	4%
Promociones y descuentos	8	3%
TOTAL	301	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

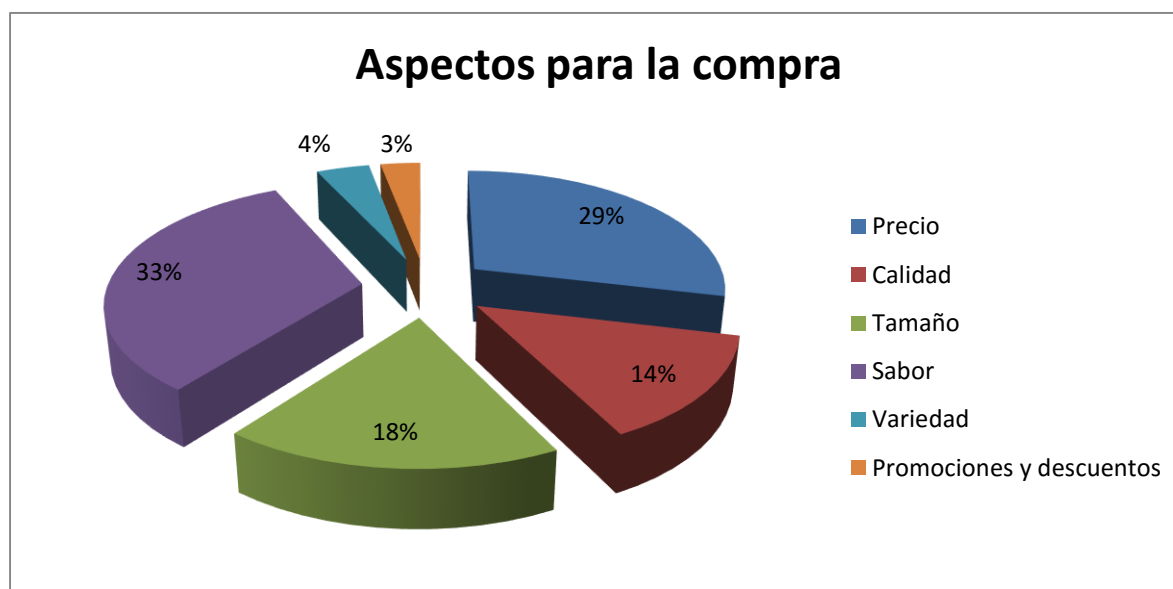


Gráfico 23: Aspectos para la compra

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Análisis

Gran parte de la población investigada de las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí, considera como aspectos importantes para la adquisición del producto; el sabor del pan, el precio, el tamaño y la calidad de mismo siendo estos los aspectos más relevantes para compra.

10. Considera que los precios que paga actualmente por el pan son:

Tabla 31: Conformidad de precios

DESCRIPCIÓN	TOTAL	%
Muy excesivos	3	1%
Excesivos	11	4%
Económicos	258	86%
Muy económicos	29	10%
TOTAL	301	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

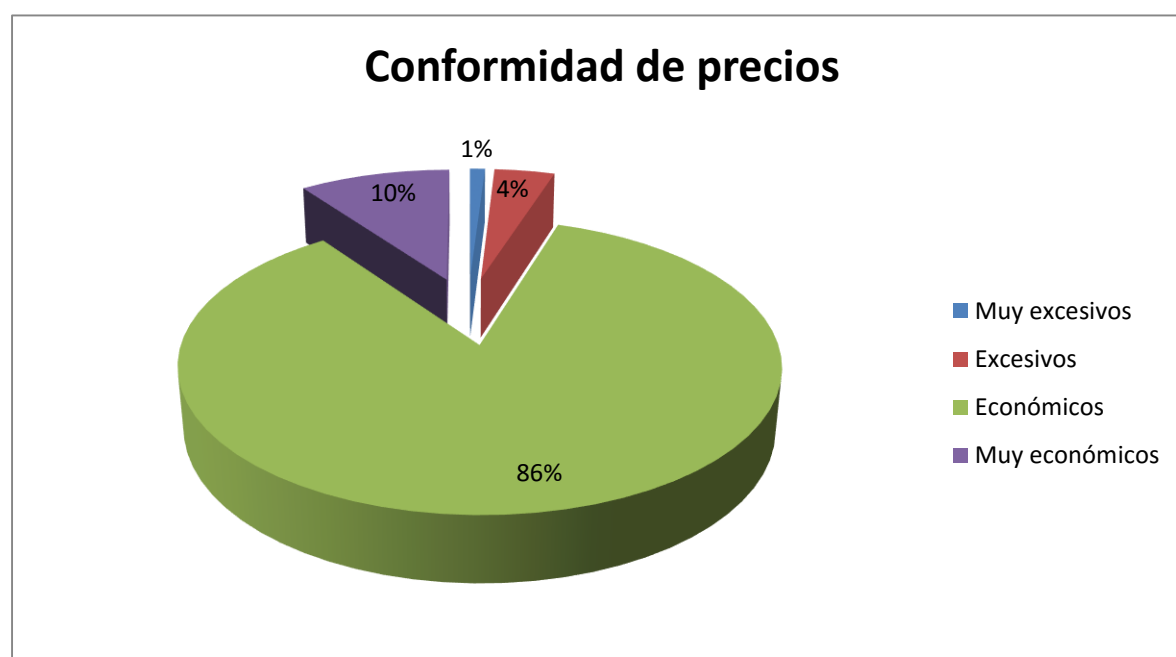


Gráfico 24: Conformidad de precios

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Análisis

La mayor parte de la población investigada de las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí, están de acuerdo con los precios que pagan habitualmente por el pan, ya que consideran que son económicos, tomando en cuenta también que la mayor parte de los habitantes consumen pan de agua que tiene un precio accesible de 0,12 centavos de dólar.

11. ¿Estaría de acuerdo de que en la comunidad El Juncal exista una panadería permanente?

Tabla 32: Aceptabilidad de la panadería

DESCRIPCIÓN	TOTAL	%
Sí	261	87%
No	40	13%
TOTAL	301	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

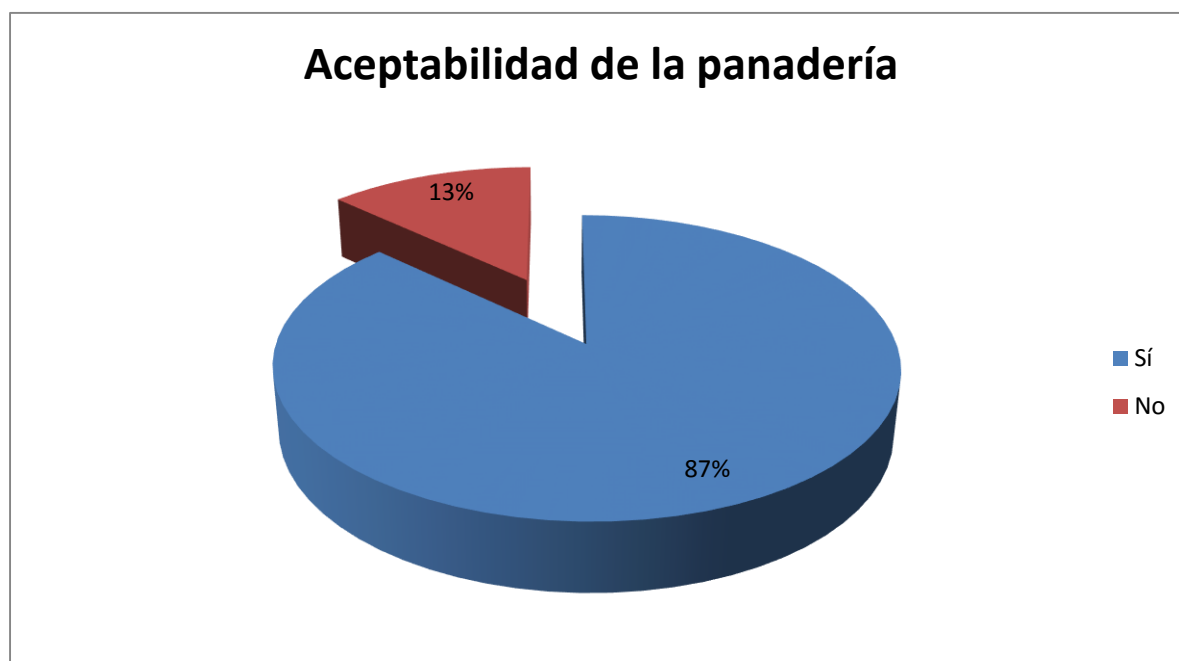


Gráfico 25: Aceptabilidad de la panadería

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Análisis

Al analizar los datos obtenidos de las respuestas de los habitantes de las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí, se determina que casi todos están de acuerdo de que en la comunidad exista una panadería permanente en la comunidad El Juncal que satisfaga las expectativas de los consumidores en calidad y atención al cliente.

12. Económicamente ¿Cuánto estaría dispuesto a consumir diariamente en la nueva panadería?

Tabla 33: Demanda potencial

<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>TOTAL</i>	<i>%</i>
De 0,50 a 1,00 Usd.	136	45%
De 1,01 a 2,00 Usd.	93	31%
De 2,01 a 3,00 Usd.	31	10%
De 3,01 a 4,00 Usd.	24	8%
Más de 4 Usd.	17	6%
TOTAL	301	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

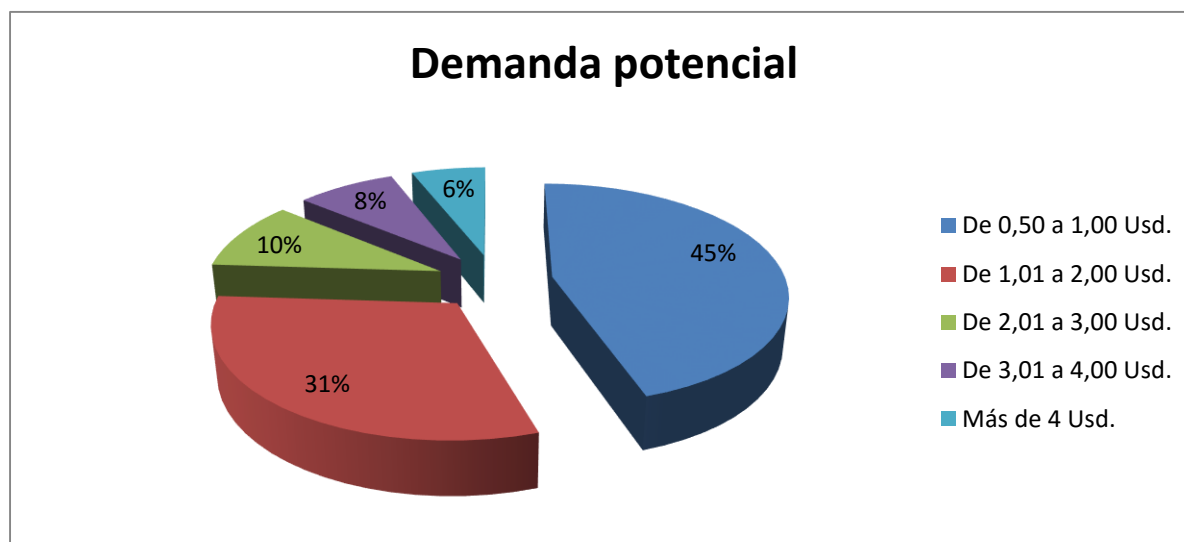


Gráfico 26: Demanda potencial

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Análisis

En conclusión gran parte de población investigada de las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí, estarían dispuestos a consumir económicamente un valor de 0,50 centavos a 1,00 dólar en productos de panificación; destacando también otra parte de los habitantes consumirían posiblemente hasta 2,00 dólares diariamente; el consumo del pan depende mucho del número de integrantes de la familia y de las posibilidades económicas del consumidor.

3.11. Análisis y proyección de la demanda

En base al estudio de mercado aplicado en la presente investigación, se determinó el comportamiento de la demanda, tomando como población el número de familias de la parroquia Ambuquí; permitiendo establecer la demanda de pan insatisfecha en la comunidad El Juncal y sus alrededores, esto debido a que en el sector investigado no existen panaderías, por lo que las tiendas distribuidoras no llegan a cubrir la demanda existente.

Según datos del INEC la población total del año 2010 de la parroquia Ambuquí es de 5.477 habitantes, con una tasa de crecimiento de 0.33%; de igual manera el INEC manifiesta que los miembros por unidad familiar en promedio son de 4 personas; lo cual permite calcular el número de familias previstas para el presente año:

Tabla 34:- Amanzanado de la comunidad El Juncal, proyección de las familias

<i>Año</i>	<i>Total Población</i>	<i>N° de familias proyectadas</i>
2010	5.477	1.369
2011	5.495	1.374
2012	5.513	1.378
2013	5.531	1.383
2014	5.550	1.387
2015	5.568	1.392

Fuente: Censo INEC, 2010

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Para el cálculo del consumo promedio de pan por familia en unidades y kilogramos se multiplica el consumo de 12 panes por día, que es considerado adecuado de acuerdo a la tendencia alimentaria del sector; por los 55 gramos que pesa el pan popular que es comercializado con mayor frecuencia en la zona de influencia del proyecto; el resultado que es de 660 gramos se lo divide para 1000 para obtener el valor en kilogramos que es de 0,66 así:

$$12(55g) = 660g / 1000 = 0.66 \text{ kg}$$

Es así que con los datos obtenidos anteriormente se puede calcular la demanda actual existente.

Tabla 35: Consumo promedio de pan por familia en unidades y kilogramos anual

Año	N° de familias proyectadas (clientes potenciales proyectados)	Consumo promedio de pan diario en unidades y kilogramos	Días del año	Demanda anual prevista en kilogramos	Demanda anual prevista en unidades
2015	1.392	12 unidades (0,66 kg)	360	330.739 kg	6.013.440

Fuente: Tabla 34

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Para el cálculo de la demanda anual prevista en unidades y kilogramos se multiplica el número de familias proyectas, es decir los clientes potenciales proyectados, por el consumo promedio de pan diario en unidades y kilogramos respectivamente y por los 360 días del año comercial.

3.11.1. Proyección de la demanda

Luego de realizar el cálculo de la demanda, se procede a realizar las respectivas proyecciones para los próximos 5 años.

Tabla 36: Demanda potencial proyectada

Año	N° de familias proyectadas (clientes potenciales proyectados)	Consumo promedio de pan diario en unidades y kilogramos	Días del año	Total anual previsto en kilogramos	Total anual previsto en unidades
2015	1.392	12 unidades (0,66 kg)	360	330.737 kg	6.013.440
2016	1.397	12 unidades (0,66 kg)	360	331.829 kg	6.033.284
2017	1.401	12 unidades (0,66 kg)	360	332.924 kg	6.053.194
2018	1.406	12 unidades (0,66 kg)	360	334.022 kg	6.073.170
2019	1.410	12 unidades (0,66 kg)	360	335.125 kg	6.093.211

* Un pan equivale a 0,055 kg.

Fuente: Tabla 35

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

3.12. Análisis y proyección de la oferta

En la comunidad El Juncal no existen establecimientos que oferten productos de panadería y pastelería que satisfagan las necesidades de los consumidores; sin embargo al no tener una oferta permanente de estos productos de panificación se los puede encontrar en las pequeñas tiendas que se abastecen de la producción de Ibarra y Pimampiro.

Tabla 37: Oferta actual de pan

Unidades de pan	N° de tiendas distribuidoras de pan	Pan adquirido diariamente	Unidades de pan al año
1 a 100	28	2.800	1.008.000
101 a 200	6	1.200	432.000
TOTAL	34	4.000	1.440.000

Fuente: Estudio de mercado tiendas distribuidoras de pan

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

A continuación se detalla la oferta actual en unidades y kilogramos existente en la zona de influencia del proyecto:

Tabla 38: Oferta actual de pan en unidades y kilogramos

Año	N° de familias proyectadas (clientes potenciales proyectados)	Promedio de pan diario en unidades	Consumo diario proyectado en unidades	Crecimiento de la oferta en unidades y kilogramos diarios	Total anual previsto en kilogramos	Total anual previsto en unidades
2015	1.392	12 unidades	16.704	4.000 unidades (220 kg)	79.200 kg	1.440.000

Fuente: Tabla 37

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

3.12.1. Proyección de la oferta

Según datos del INEC la comunidad El Juncal tiene una tasa de crecimiento de 0.33%; la cual se ha considerado para el cálculo de la proyección de la oferta. A continuación se procede a realizar las respectivas proyecciones para los próximos cinco años.

Tabla 39: Oferta proyectada

Año	N° de familias proyectadas (clientes potenciales proyectados)	Crecimiento de la oferta en unidades y kilogramos diarios	Días del año	Total anual previsto en kilogramos	Total anual previsto en unidades
2015	1.392	4.000 unidades (220 kg)	360	79.200 kg	1.440.000
2016	1.397	4.013 unidades (221 kg)	360	79.461 kg	1.444.752
2017	1.401	4.026 unidades (221 kg)	360	79.724 kg	1.449.520
2018	1.406	4.040 unidades (222 kg)	360	79.987 kg	1.454.303
2019	1.410	4.053 unidades (223 kg)	360	80.251 kg	1.459.102

* Un pan equivale a 0,055 kg.

Fuente: Tabla 37

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

3.13. Demanda potencial a satisfacer

Una vez obtenidos los datos de la oferta y la demanda; se realizó un balance entre los dos con el fin de determinar la demanda potencial a satisfacer, en unidades y kilogramos.

Tabla 40: Balance de oferta - demanda

Año	Oferta potencial proyectada		Demanda potencial proyectada		Demanda potencial insatisfecha	
	Kilogramos	Unidades	Kilogramos	Unidades	Kilogramos	Unidades
2015	79.200 kg	1.440.000	330.737 kg	6.013.440	251.537 kg	4.573.440
2016	79.461 kg	1.444.752	331.829 kg	6.033.284	327.816 kg	4.588.532
2017	79.724 kg	1.449.520	332.924 kg	6.053.194	328.827 kg	4.603.675
2018	79.987 kg	1.454.303	334.022 kg	6.073.170	329.983 kg	4.618.867
2019	80.251 kg	1.459.102	335.125 kg	6.093.211	331.072 kg	4.634.109

* Un pan equivale a 0,055 kg.

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Al realizar el balance entre la oferta y la demanda de mercados se puede apreciar que existe una demanda insatisfecha de pan y productos de panificación en las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí; por tal motivo se llega a la conclusión de que el proyecto puede ser puesto en marcha.

3.13.1. Demanda potencial a captar por el proyecto

De acuerdo a las tendencias de consumo en la zona de influencia del proyecto, se concluye que existen muchos productos sustitutos del pan, como la yuca, el arroz, el frejol, el camote y el plátano; lo que origina que no se haya expandido en forma sostenible la oferta de pan; por lo tanto el proyecto aspira en los próximos 5 años a captar como máximo el 27% de la demanda potencial a satisfacer al cabo de 5 años, iniciando con un 24% en el año uno, para ir creciendo en un 1% en los próximos 5 años; esto de acuerdo a la capacidad de producción de la planta para el año quinto que es de 1.260.000 unidades de pan, que corresponde a elaborar diariamente 3.500 panes, es decir 192,50 kg. La producción para el año uno sería de 1.085.378 unidades de pan, es decir 59.696 kg; considerando el año comercial de 360 días.

Tabla 41: Demanda potencial a captar

Año	Demanda potencial a captar	
	Kilogramos	Unidades
2015	59.696	1.085.378
2016	61.964	1.126.623
2017	64.319	1.169.434
2018	66.763	1.213.873
2019	69.300	1.260.000

* Un pan equivale a 0,055 kg.

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

3.14. Análisis y proyección de precios

Debido al incremento de costos en los insumos para la elaboración del pan y los productos de panificación, así también tomando en cuenta los cambios previstos para los próximos años y considerando que no solo la harina es un componente del pan, hay que tener en cuenta el aumento de precios para los próximos años en el gas y en el combustible; considerando al 3,40% que es la tasa de inflación actual vigente según datos del Banco Central

del Ecuador, como un porcentaje apropiado para proyectar los precios de los próximos cinco años.

El precio del pan se ha determinado en base a las proyecciones de la canasta básica actualmente establecida, que como precio promedio del pan popular establece un valor de 0.12 centavos de dólar, por cada pan popular que pesa 55 gramos y que es comercializado con mayor frecuencia en la zona de influencia del proyecto.

Tabla 42: Proyección de precios

Año	Precio Proyectado
2015	0.12 centavos
2016	0.12 centavos
2017	0.13 centavos
2018	0.13 centavos
2019	0.14 centavos

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

3.15. Análisis de la comercialización, distribución y publicidad del producto

La microempresa para alcanzar un buen posicionamiento en el mercado debe dar a conocer su producto a los potenciales clientes; a través de la utilización de estrategias de comercialización que le permitirán competir en el mercado y lograr su permanencia en el tiempo.

3.15.1. Logotipo de la microempresa

La marca en una en cualquier tipo de empresa se constituye un factor de diferenciación; para que el producto sea distinto del resto de la competencia, por tal razón para el presente proyecto se realizó el siguiente logotipo.



Ilustración 12: Logotipo

Elaborado por: Ana María Maldonado
Año: 2015

3.15.2. Estrategias de servicio

La capacitación en atención al cliente es de gran importancia, en lo que respecta a las estrategias de servicio; gracias a ello los empleados aprenderán a tratar a los clientes en forma correcta, debido a que conocerán cómo ofrecer un servicio de calidad que asegure que los clientes que compren en “Al Son del Valle Panadería y Pastelería” disfruten de una experiencia de compra que quieran repetir; siempre identificada por un trato amable y con la calidez que quiere la microempresa transmitir a todos sus potenciales clientes.

3.15.3. Estrategias de marketing mix

“Al Son del Valle Panadería y Pastelería” se manejará con estrategias de comercialización relacionadas con el producto, precio, plaza, publicidad y promoción que le permitirán desempeñarse adecuadamente en el mercado.

3.15.3.1. Estrategias de producto

- ✚ La materia prima e insumos que intervendrán en el proceso productivo serán seleccionados cuidadosamente, teniendo en cuenta principalmente la calidad de los mismos.
- ✚ El acopio de la materia prima e insumos se lo efectuará en un adecuado lugar libre de humedad, mismo que permita que se conserven en óptimas condiciones.
- ✚ El manejo de la materia prima e insumos, así mismo del producto final se hará en óptimas condiciones de higiene que garanticen la calidad del producto, lo que implica que los trabajadores habrán de tener las manos bien lavadas, las uñas cortadas y limpias, también deberán cubrirse el cabello con una malla para cocina y el uniforme apropiado.
- ✚ En el proceso de producción y comercialización se dará gran importancia a la calidad de los productos en relación al color, olor, sabor y textura.
- ✚ Una de las primordiales estrategias de “Al Son del Valle Panadería y Pastelería” será ofertar productos de calidad, para lograr satisfacer las necesidades de los consumidores en lo que respecta al sabor, frescura y presentación, sin dejar de lado una adecuada atención al cliente.

3.15.3.2. Estrategias de precio

- Una de las estrategias adoptadas por “Al Son del Valle Panadería y Pastelería”, será un precio accesible y competitivo, tomando en consideración los datos obtenidos en las encuestas, debido a que los potenciales consumidores de pan pertenecen a diversos estratos sociales, lo que permitirá obtener un apropiado posicionamiento en el mercado.

- En “Al Son del Valle Panadería y Pastelería” se llevará un control permanente de los costos, para que el precio esté acorde con la capacidad de adquisición de los consumidores, y con los intereses de rentabilidad de la microempresa, que permita cubrir los costos administrativos, de operación y ventas.

3.15.3.3. Estrategias de plaza

- ✚ Se elaborará un estudio para establecer el lugar idóneo donde se instalará la microempresa, dentro de la comunidad El Juncal, tomando en cuenta los gustos y preferencias de los potenciales consumidores, según datos obtenidos de las respectivas encuestas.
- ✚ El lugar tendrá una adecuada infraestructura, misma que permitirá que el proceso de producción y comercialización en “Al Son del Valle Panadería y Pastelería” se realice de la mejor forma, procurando dar cumplimiento a las normas que garanticen la seguridad ocupacional de los trabajadores.

3.15.3.4. Estrategias de publicidad y promoción

- Se realizarán cuñas publicitarias por la radio especialmente en la semana de lanzamiento, en el horario de la mañana de entre las 09:00 a 11:00, en la tarde entre las 14:00 a 16:00 horas, con una duración de 25 segundos cada una, para dar a conocer a los potenciales clientes acerca de “Al Son del Valle Panadería y Pastelería”, los productos que ofrece y su respectiva ubicación.
- De la misma manera se entregarán hojas volantes en las comunidades del valle del Chota, antes de la apertura de “Al Son del Valle Panadería y Pastelería” y cuando existan ofertas o descuentos especiales.

- Asimismo se pondrán afiches en lugares estratégicos de la comunidad y del resto de comunidades del valle del chota, como por ejemplo en las principales tiendas o negocios; para que más personas puedan conocer de “Al Son del Valle Panadería y Pastelería”, los productos que ofrece, el horario y la dirección.
- Se utilizará también la publicidad en el internet, a través de la creación de una página web y en redes sociales como Facebook, para ofrecer mayor información a los potenciales clientes de la nueva panadería y pastelería.

3.15.3.5. Estrategias de comercialización

- ✚ El canal de distribución a utilizarse será la venta directa, es decir panadería-cliente; razón por la cual se abrirá un local en la comunidad El Juncal, su ubicación será acorde los resultados obtenidos del estudio técnico y de las encuestas.
- ✚ En lo posterior y dependiendo de la aceptación de la nueva panadería y pastelería en el mercado y tomando en cuenta que el uso de intermediarios incrementará las ventas de los productos, “Al Son del Valle Panadería y Pastelería” utilizará un canal de distribución nivel uno, es decir panadería-intermediario-cliente, para distribuir el producto a tiendas que sean de las comunidades del valle del Chota y que pertenezcan a la parroquia Ambuquí.
- ✚ Se brindará una atención personalizada y de calidad a los potenciales clientes, dando paso la fidelización de los mismos en “Al Son del Valle Panadería y Pastelería”; considerando que el horario de atención será de 07:00 a 21:00 horas, de lunes a domingo, para que la atención al cliente sea permanente.

3.16. Conclusiones del estudio de mercado

Tomando en consideración que el estudio de mercado es un instrumento que permite conocer la factibilidad del proyecto se aplicaron encuestas y entrevistas. Las encuestas fueron aplicadas a los habitantes de las comunidades del valle del Chota, que pertenecen a la parroquia Ambuquí, lo cual permitió conocer aspectos relevantes de los consumidores como el nivel de demanda existente, los gustos y preferencias de los potenciales clientes y el nivel de aceptación de la nueva panadería y pastelería.

Asimismo las encuestas permitieron determinar que casi todos los encuestados consumen el pan, y que adquieren diariamente un promedio de 12 panes; demostrando que la demanda actual existente es alta, lo cual favorece la oportunidad de inversión del proyecto.

Finalmente se puede determinar a través de las encuestas aplicadas que el porcentaje de aceptabilidad del proyecto es alto, proporcionando una persuasión de la posible factibilidad del mismo; y permitiendo conocer la información necesaria para determinar la oferta actual con la cual se iniciará; tomando en cuenta aspectos importantes como los gustos y preferencias de los consumidores potenciales.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño del proyecto

El diseño del tamaño del proyecto, implica el análisis de los siguientes aspectos:

- ✓ Tamaño del mercado al que se pretende cubrir con la oferta potencial.
- ✓ Las instalaciones e infraestructura física.
- ✓ Inversiones disponibles.
- ✓ Tecnología referente a la instalación y funcionamiento de la maquinaria a adquirir.
- ✓ Aspectos legales que debe cumplir el proyecto.

Para determinar el tamaño de “Al Son del Valle Panadería y Pastelería”, se tomó en cuenta los diferentes factores que inciden en el desarrollo del presente estudio de factibilidad, mismos que se mencionan a continuación:

4.1.1. Mercado

La demanda de pan en las comunidades del valle del Chota que pertenecen a la parroquia Ambuquí, se ha incrementado con el pasar del tiempo, es por ello que el mercado al que se pretende ofertar el pan y los productos de pastelería, constituye 1.392 familias, las mismas que según las encuestas manifestaron en su mayoría que consumen pan diariamente, de igual forma se pretende distribuir el producto a las principales tiendas de las comunidades.

4.1.2. Capacidad de producción

La demanda insatisfecha identificada en el estudio de mercado permite determinar la capacidad de producción de la planta. Bajo esta óptica la capacidad de producción prevista es de 1.260.000 unidades de pan, es decir 69.300 kg en un año.

La capacidad del proyecto depende de la demanda potencial insatisfecha y como se mencionó en el estudio de mercado se prevé que la producción de la nueva panadería y pastelería permitirá cubrir aproximadamente el 27% de la demanda insatisfecha, iniciando con un 24% en el año uno, para ir creciendo en un 1% en los próximos 5 años; lo que implica que diariamente se producirán 3.500 panes, es decir 192,5 kg; considerando el año comercial de 360 días.

4.1.3. Disponibilidad de recursos financieros

La disponibilidad de recursos financieros se halla en parámetros admisibles, debido a que la inversión total asciende a 65.242,36 dólares y estará compuesta de recursos propios y de un préstamo bancario. Se evaluó minuciosamente la alternativa más conveniente en términos financieros teniendo en cuenta las tasas de interés, los plazos y las facilidades respecto a los trámites, por lo que el Banco Nacional de Fomento será la institución que financie el monto de 21.000,00 dólares con una tasa de interés del 11.2% y a un plazo de 5 años.

4.1.4. Disponibilidad de mano de obra

Para el óptimo desarrollo del proyecto e implantación de la nueva microempresa, en lo referente a la mano de obra, se requerirá de la contratación de personal especializado en conocimientos de productos de panificación, ventas, atención al cliente, administración y conocimientos contables.

4.1.5. Disponibilidad de materia prima e insumos

En lo que se refiere a la materia prima e insumos es de gran importancia adquirir la cantidad óptima que será necesaria en la producción de los productos de panificación, para ofrecer al cliente productos de calidad, que cumplan con los requerimientos de los mismos.

Los principales proveedores se encuentran ubicados en la ciudad de Ibarra, siendo esto una ventaja para la microempresa, debido a que la distancia y el tiempo para la compra de estos materiales e insumos será mínimo. Entre las alternativas más importantes de proveedores están: Levapan, La Fabril, entre otros.

4.1.6. Disponibilidad tecnológica

Para la elaboración del pan en términos de cantidades producidas, se necesitará algunos equipos básicos, mismos que facilitarán la producción entre los más importantes están: amasadoras, cámaras de fermentación industrial, balanzas digitales, coches porta bandeja, mesones, entre otros; y en el caso que se evalué la posibilidad de ampliar la cobertura de mercado, se incrementará la tecnología necesaria para mejorar los niveles de productividad de la microempresa.

4.2. Localización del proyecto

4.2.1. Macro localización

La localización del proyecto es un factor determinante para su éxito, debido a que ayuda a determinar la ubicación óptima, ya que de ésta depende considerablemente que se obtenga la rentabilidad esperada. En este caso se determinó que la microempresa estará ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, parroquia Ambuquí, comunidad El Juncal.

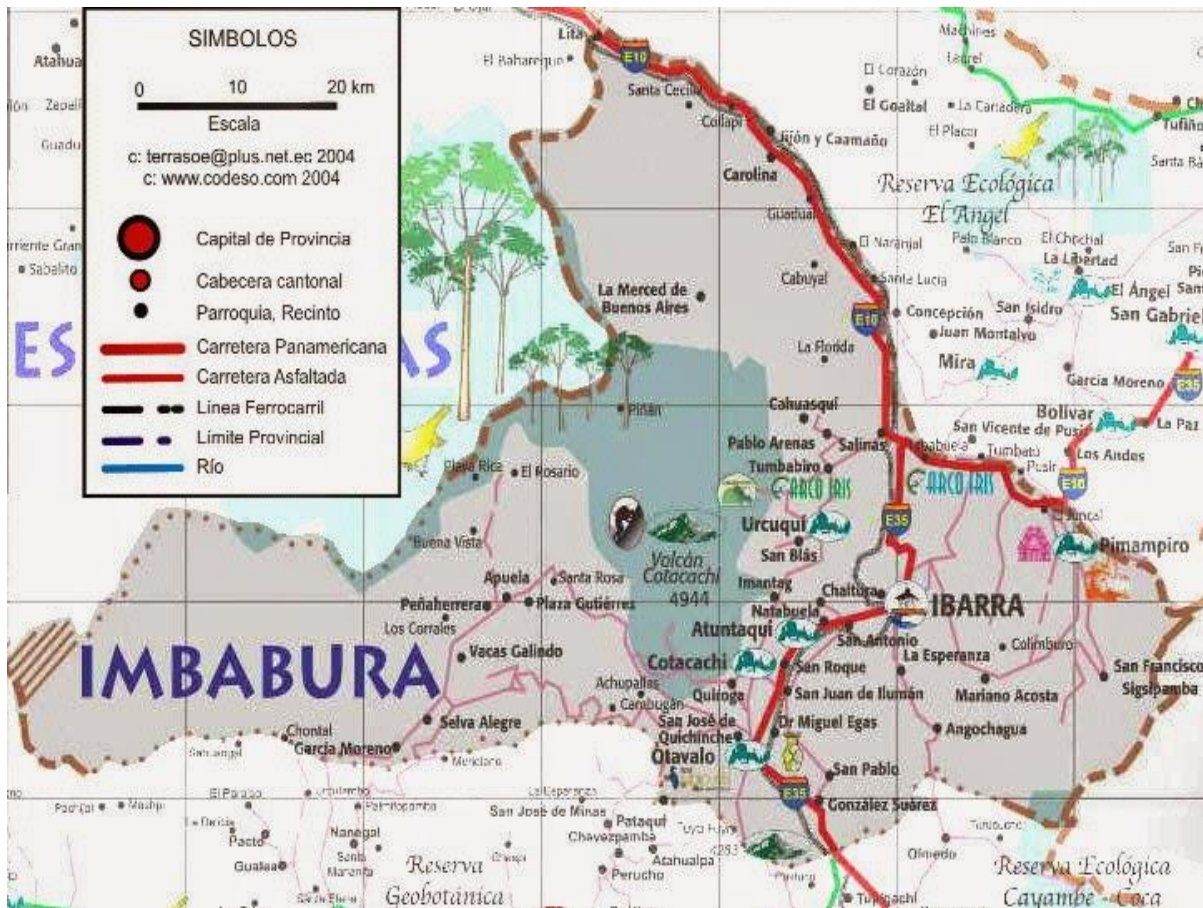


Ilustración 13: Macro localización

Fuente: <https://www.google.com.ec>

Año: 2015

4.2.2. Micro localización

Debido a la gran demanda del pan en las comunidades del valle del Chota, que pertenecen a la parroquia Ambuquí, se ve la necesidad de que el lugar de producción, venta y distribución de este producto, este ubicado en un sector estratégico, como es la comunidad El Juncal, lo que permitirá cumplir con criterios de eficiencia y eficacia.

Para el análisis de la micro localización, se necesita realizar un estudio de los factores más importantes que influyen en la ubicación del proyecto mismos que son:

- ✓ Posición estratégica
- ✓ Flujo de personas

- ✓ Servicios básicos
- ✓ Seguridad
- ✓ Vías de acceso y transporte
- ✓ Disponibilidad de materia prima
- ✓ Disponibilidad de mano de obra

A continuación se ponderó los factores en una escala de medida de 1 a 5 puntos, siendo 5 la de mayor puntuación y 1 la de menor valor.

Tabla 43: Matriz de micro localización

<i>Factores</i>	<i>Calificación</i>	<i>Cerca de la Panamericana</i>		<i>Calle principal</i>	
		<i>Ponderación</i>	<i>Calificación</i>	<i>Promedio</i>	<i>Calificación</i>
Posición estratégica	30%	5	1.5	3	0.9
Flujo de personas	20%	5	1	3	0.6
Servicios básicos	15%	4	0.6	4	0.6
Seguridad	10%	2	0.2	2	0.2
Vías de acceso y transporte	10%	3	0.3	3	0.3
Disponibilidad de materia prima	10%	5	0.5	5	0.5
Disponibilidad de mano de obra	5%	5	0.25	5	0.25
TOTAL	100%		4.35		3.35

Fuente: PDOT AMBUQUÍ-CHOTA
Elaborado por: Ana María Maldonado
Año: 2015

De acuerdo a los valores ponderados la mejor opción es ubicar el proyecto en la comunidad El Juncal, cerca de la Panamericana Norte, en la intersección a la carretera que une la comunidad con el cantón Pimampiro.

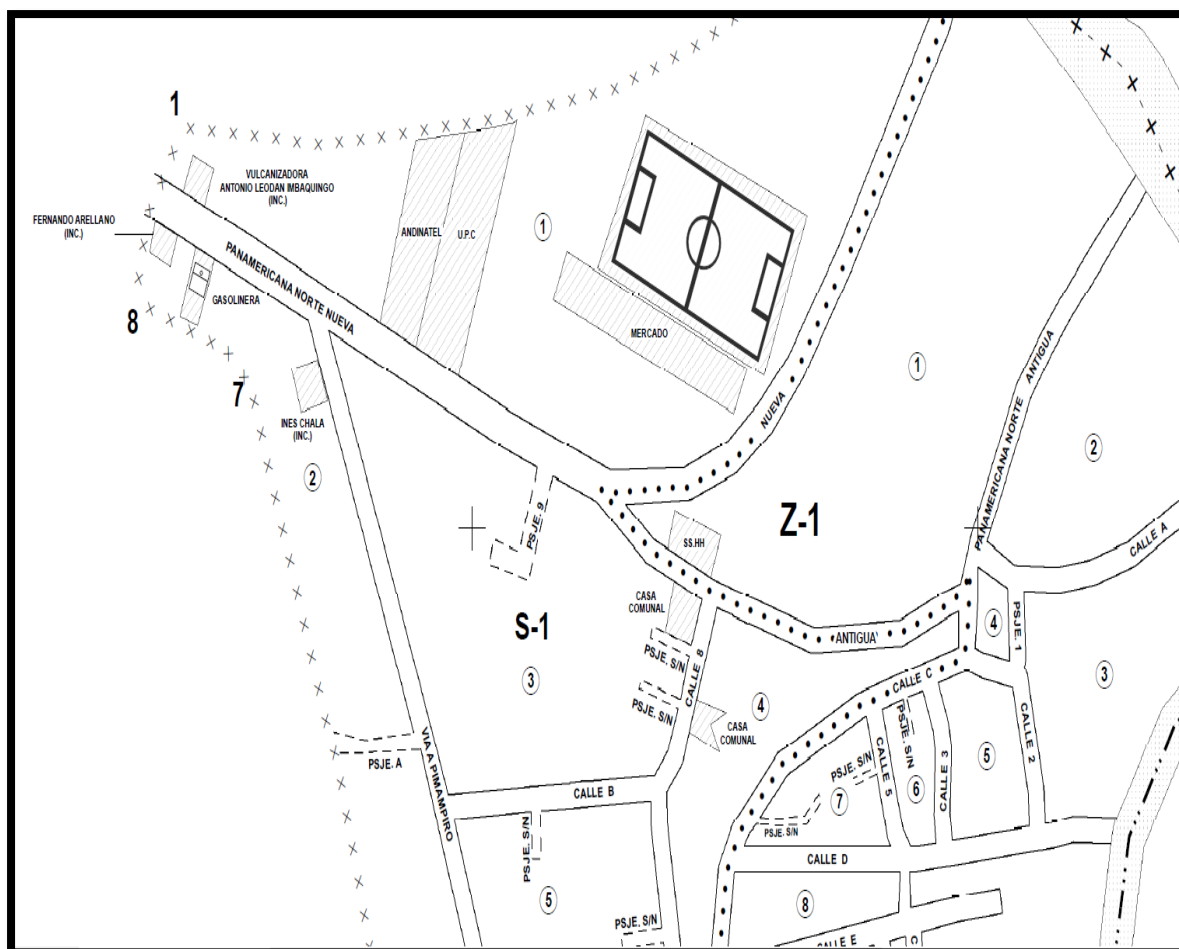


Ilustración 14: Micro localización

Fuente: INEC
Año: 2015

4.3. Ingeniería del proyecto

El diseño de la infraestructura del proyecto se establece de acuerdo a las necesidades de la panadería y pastelería, para lo cual se ha tomado en cuenta lo siguiente:

4.3.1. Infraestructura física

Para el diseño de la infraestructura física se consideró los procesos necesarios para la producción y comercialización del producto, así como la cantidad de personas que trabajaran en la panadería y pastelería, por lo que se determinó que serían necesarias las áreas de ventas y atención al cliente, producto terminado, producción, administración, servicios para empleados, recepción y almacenamiento de materia prima.

La infraestructura física de la planta contará con los siguientes aspectos para que los procesos sean desempeñados apropiadamente:

- ✚ En el área de ventas y atención al cliente, así como también el área de servicios para empleados; se distribuirá adecuadamente los espacios para tener una apariencia ordenada y limpia, y de esta manera asegurar que el personal y los clientes de la panadería y pastelería cuenten con el saneamiento apropiado y con las comodidades necesarias.
- ✚ El área destinada para la producción y producto terminado, estará bien iluminada y tendrá la ventilación suficiente para que exista un ambiente cómodo y agradable para los trabajadores de la de la panadería y pastelería.
- ✚ El área administrativa será instalada estratégicamente para que no interfiera con el proceso de producción y comercialización del producto y a la vez permita tener un control permanente sobre los trabajadores.
- ✚ El área de recepción y almacenamiento de materia prima, estará libre de humedad para que la materia prima e insumos almacenados se mantengan en condiciones óptimas para el proceso productivo, y de esta manera garantizar la calidad del producto.

La adecuación de instalaciones físicas de la panadería y pastelería se detalla de la siguiente manera:



Ilustración 15: Plano de adecuación de las instalaciones

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Para la distribución física de la planta se dispondrá de un área total 140 m², es decir 14.00 m de ancho y 10.00 m de largo; y estará distribuida de la siguiente manera:

- ✓ Un área destinada para las ventas y atención al cliente de 4.13 m en la parte superior, 4.93 m en la parte inferior y 10m de largo.
- ✓ Un área de 1.70 m² para el producto terminado que se ubicará en medio de las áreas de ventas y de producción.
- ✓ Un área 34,07 m², es decir 7.57 m de ancho y 4.50 m de largo para la producción.

- ✓ Un área de 2.06 m² para la administración, misma que se ubicará en la parte inferior de la panadería junto a la área de atención al cliente y a la salida de emergencia.
- ✓ Un área de 8.00 m² de servicios para empleados, es decir, de 1.60 m de ancho en la parte inferior y 5m de largo; en la cual se incluyen los baños; misma que ubicará junto a las áreas de producción y de recepción y almacenamiento de la materia prima.
- ✓ Un área 38.80 m², es decir 9.70 m de ancho y 4.00 m de largo destinada para recepción y almacenamiento de la materia prima.

4.3.2. Procesos productivos

El proceso de producción del pan en “Al Son del Valle Panadería y Pastelería”, está definido en diferentes etapas, mismas que a continuación se detallan:

4.3.2.1. Compra de materia prima e insumos.

Con la finalidad de garantizar la calidad del producto final, se debe adquirir la materia prima e insumos apropiados para el proceso de panificación, por lo que previamente se debe analizar las cotizaciones de los diferentes proveedores, y una vez seleccionado el mejor proveedor se procede a realizar el pedido y la compra.

4.3.2.2. Recepción de la materia prima e insumos

En el proceso de producción del pan, es preciso identificar que la materia prima esencial es la harina, razón por la que se debe mantener especial cuidado en la etapa de descargue, debido a que se trata de evitar que los sacos de harina se rompan o sufran algún otro daño; del mismo modo la recepción de los demás insumos se la debe realizar con debido cuidado.

4.3.2.3. Almacenamiento

La materia prima y demás insumos deben ser almacenados en la bodega, en un área libre de humedad para evitar pérdidas económicas y desperdicios innecesarios; de igual forma cuando se dé inicio al proceso de panificación, se debe trasladar las cantidades solicitadas al área de producción en un tiempo máximo de 4 minutos.

4.3.2.4. Revisión y control

En el momento en que se inicie el proceso de producción del pan y se requiera que se saque la harina y los demás insumos del área de recepción y almacenamiento de materia prima, es necesario que el encargado revise el estado de los sacos de harina y demás de insumos, para asegurarse que ninguno este roto o contaminado. Es importante mencionar que en esta etapa se controla que la materia prima e insumos estén en condiciones óptimas y libres de impurezas para garantizar la calidad del producto; en un tiempo máximo de 5 minutos.

4.3.2.5. Pesado de ingredientes

El pesado de los ingredientes consiste en medir la cantidad del ingrediente requerido para la elaboración del producto.

Los ingredientes que se van a integrar en el proceso de producción del pan, acorde a los valores establecidos estos deben ser pesados en una balanza digital, para controlar los costos y asegurar una calidad uniforme del producto ; en un tiempo máximo de 5 minutos.



Báscula digital con capacidad máxima de 300 g y resolución de 5 g

Ilustración 16: Báscula digital

Fuente: <http://site.ebrary.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=10721709>

4.3.2.6. Mezclado y amasado de ingredientes

El amasado es la fase siguiente al pesado de los ingredientes, su principal función es conseguir que la masa sea capaz de retener de manera adecuada el gas que se causará durante la fermentación y estimulando así el levado de las piezas.

En esta etapa la harina debe ser colocada en la máquina mezcladora dependiendo de la cantidad que se vaya a producir en el día, en seguida se incorpora el agua y los otros insumos como la sal, levadura y grasas debidamente pesadas por un tiempo aproximado de 20 minutos.

Todos los ingredientes deben ser mezclados a una velocidad constante hasta que la masa adquiera una consistencia homogénea y la elasticidad apropiada, puesto que de ello dependerá el rendimiento de la masa para que sea fácil de trabajar y se obtenga la forma deseada para el producto.



Amasado manual

Ilustración 17: Mezclado y amasado de ingredientes

Fuente: <http://site.ebrary.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=10721709>

4.3.2.7. Reposo de la masa

Durante el reposo se deja descansar la masa, esta etapa puede aparecer durante varios momentos dentro de la elaboración del producto; a pesar de parecer simple, es fundamental, debido a que da a las masas de nuevas características necesarias para poder continuar con el proceso productivo.

Cuando la masa ya tenga la consistencia deseada y haya alcanzado la elasticidad apropiada, se debe dejar que repose por 10 minutos para que la misma se suavice, debido a que la masa esta tensa al momento de salir de la máquina mezcladora.



Reposo masa panaria en bloque en cuba de amasado

Ilustración 18: Reposo de la masa

Fuente: <http://site.ebrary.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=10721709>

4.3.2.8. Corte y boleado

El corte consiste en dividir la masa y obtener porciones del mismo tamaño. Así también el boleado es que las porciones masa homogénea eviten la menor pérdida posible de gas a la hora de la fermentación.

Una vez que la masa esté lista se pesa trozos de 2.100 gramos cada uno y se da forma plana con ayuda de los rodillos; cada uno de los trozos ya aplanados se coloca en la máquina divisora boleadora para proceder a realizar los cortes correspondientes de 60 gramos. En esta etapa se obtiene el tamaño, peso y forma uniforme de cada unidad y se evita los desperdicios de la masa en tiempo máximo de 3 minutos.



Ilustración 19: Corte y boleado

Fuente: <http://www.ferneto.com/equipamentos/divisoras>

4.3.2.9. Colocación de la masa en bandejas

Esta fase consiste en la colocación de las piezas formadas en las bandejas, mismas en las que se dará paso a la fermentación y al respectivo tratamiento térmico.

La masa adecuadamente moldeada, se la coloca en bandejas de acero inoxidable previamente engrasadas de forma uniforme, para poder controlar de este modo la cantidad producida, en tiempo máximo de 8 minutos.



Ilustración 20: Colocación de la masa en bandejas

Fuente: <http://site.ebrary.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=10721709>

4.3.2.10. Fermentado

Durante esta fase, los gases que expulsa la levadura tienden a ascender, para luego desaparecer en el aire, dando paso a que las piezas consigan la mayor parte del volumen que tendrán cuando se haya terminado el proceso de elaboración.

Las bandejas de acero son llevadas a una temperatura mínima de 20°C, por un tiempo aproximado 30 minutos hasta que la masa se vuelva esponjosa e incremente su volumen por acción de la levadura.



Fermentación final

Ilustración 21: Fermentación

Fuente: <http://site.ebrary.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=10721709>

4.3.2.11. Pintado

Esta etapa se la realiza de forma manual con ayuda de una brocha, se procede a humedecer la superficie de la masa con una mezcla de huevos batidos con un poco de agua para dar una presentación más adecuada y brillo al pan, esto en tiempo máximo de 8 minutos

4.3.2.12. Horneado

Las bandejas son llevadas al horno en un tiempo máximo de 2 minutos, con una temperatura de 220°C, y el proceso de cocción se demora 25 minutos. Es uno de los procesos más importantes en la elaboración del pan pues en esta etapa la masa se transforma en un producto suave, poroso, digestible y con sabor agradable.



Bandeja sacada manualmente del horno

Ilustración 22: Horneado

Fuente: <http://site.ebrary.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=10721709>

4.3.2.13. Enfriado

Esta parte del proceso comienza justo cuando se abre el horno, cuando el pan esté listo, debe ser llevado al área de enfriamiento por 20 minutos para que esté en condiciones de salir a la venta, y se verifica la calidad del producto en un tiempo máximo de 5 minutos.



Ilustración 23: Enfriado

Fuente: (<http://www.ecuapan.amawebs.com/>, 2015)

Año: 2015

4.3.2.14. Perchado

El pan es colocado en las respectivas perchas o mostradores, en un tiempo máximo de 15 minutos, para la venta a los potenciales clientes.



Ilustración 24: Perchado

Fuente: (<http://www.ecuapan.amawebs.com/>, 2015)

Año: 2015

4.3.3. Flujograma de producción

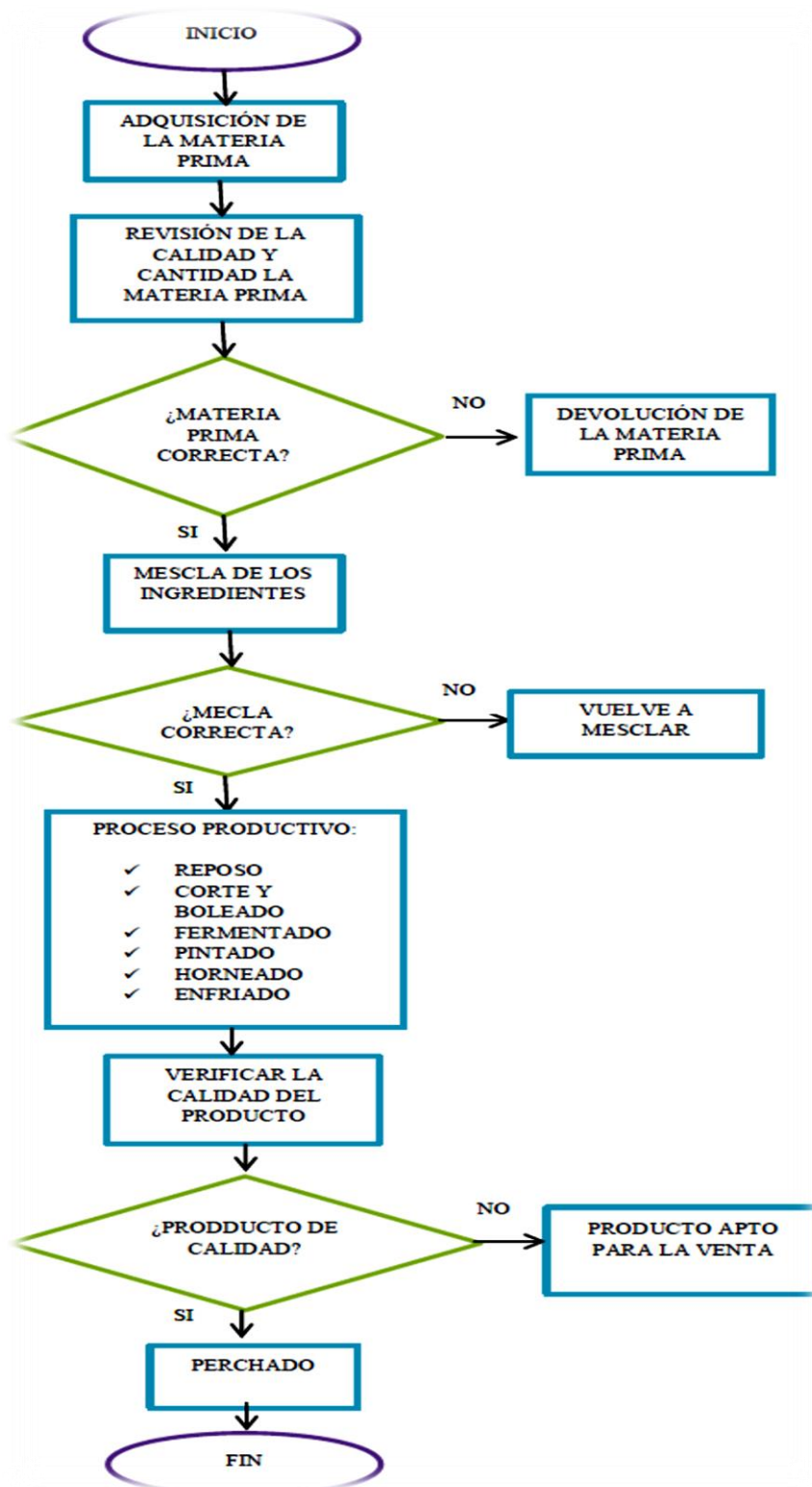


Ilustración 25: Flujograma de procesos

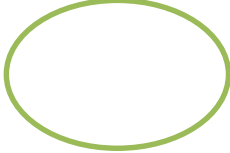

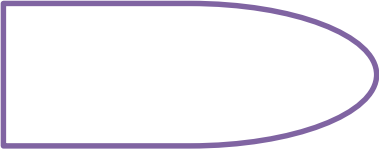
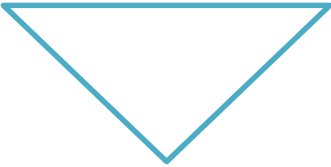

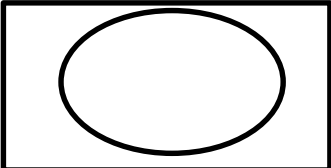
Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

4.3.4. Flujoograma de operaciones
















4.3.4.1. Simbología del flujoograma de operaciones

Tabla 44: Simbología del flujoograma de operaciones

SIGNIFICADO	SÍMBOLO
OPERACIÓN	
TRANSPORTE	
DEMORA	
ALMACENAMIENTO	
VERIFICACIÓN	
OPERACIÓN COMBINADA	

4.3.4.2. Diseño del flujograma de operación

Tabla 45: Flujo de operaciones

N°		ACTIVIDAD	TIEMPO
1		Compra de materia prima e insumos	20min
2		Recepción de la materia prima e insumos	15min
3		Almacenamiento	4min
4		Revisión y control	5min
5		Pesado de ingredientes	5min
6		Mezclado y amasado de ingredientes	20min
7		Reposo	10min
8		Corte y boleado	3min
9		Colocación de la masa en bandejas	8min
10		Fermentado	30min
11		Pintado	8min
12		Horneado	25min
13		Enfriado	5min
14		Revisión de la calidad	5min
15		Perchado	15min
		TOTAL	178min

4.3.5. Tecnología

El tipo de maquinaria y equipos que se utilizarán en el proyecto, serán selectos en función del producto que se desea producir, con el fin de reducir el desperdicio de materia prima, disminuir los costos y tiempos de producción y optimizar la calidad del producto, para ello se combinará en el proceso de panificación con el uso de la tecnología, siendo las más utilizadas las siguientes máquinas:

- ✚ Amasadora industrial
- ✚ Cámara de fermentación
- ✚ Máquina divisora boleadora
- ✚ Horno giratorio
- ✚ Balanza digital

La administración del negocio contará principalmente con un equipo de computación y software que permitirán controlar correctamente la parte contable, financiera y costos del negocio.

4.3.6. Maquinaria y equipo

4.3.6.1. Horno giratorio



Ilustración 26: Horno giratorio

Fuente: (<http://www.olx.com.ec/>, 2015)

Año: 2015

Horno de 10 latas

Ventajas:

- ✓ Control automático de temperatura preestablecida
- ✓ Cocción uniforme
- ✓ Rapidez de carga y descarga del producto.
- ✓ Equilibrada relación velocidad-caudal de aire, que evita el resecado del producto.
- ✓ Fácil mantenimiento
- ✓ Ahorro de energía eléctrica gracias a la optimización de los componentes
- ✓ Ahorro de combustible (gas o diésel).
- ✓ Entrega de vapor temporizados e independiente de la temperatura del horno.
- ✓ Leudador calentado indirectamente por el horno-Bandejas (latas) amplias de 71 x 41 cm.

Características:

- ✓ Voltaje de operación: 220 voltios.
- ✓ Consumo de corriente: 4 amperios.
- ✓ Capacidad: 10 bandejas.
- ✓ Combustible: gas o diésel.

- ✓ Encendido: automático
- ✓ Puerta: amplía con vidrio panorámico.
- ✓ Alumbrado interior.
- ✓ Manómetro: indicador de falta de presión
- ✓ Control automático de temperatura establecida.
- ✓ Temporizadores: para el control del tiempo de cocción del producto
- ✓ Evaporizadores: para control del tiempo de expulsión de vapor.
- ✓ Frente: del horno y cámara de cocción en acero inoxidable.
- ✓ Sistema: controlado por medio de una tarjeta electrónica S. B. C.

4.3.6.2. Amasadora SM-120T



Ilustración 27: Amasadora

Fuente: (Citalsa, 2015)

Año: 2015

- **Marca:** Sinmag
- **Procedencia:** Taiwán
- **Función:** Amasadora de masa de excelente rendimiento.

Características:

- ✓ Para la elaboración de todo tipo de productos de panadería: panes, pastelería, productos de queso, pizzas.
- ✓ Estandarización de proceso de mezcla.
- ✓ Menos contacto del operario con el producto lo que genera unas mejores prácticas de manufactura.
- ✓ Menos mano de obra y mejores condiciones de trabajo para el operario.
- ✓ Ocupa poco espacio.
- ✓ Dos motores, uno para la artesa y otro para la espiral.
- ✓ Opción manual interruptor manual para operar la amasadora.
- ✓ Cubierta de seguridad ABS o en rejilla.
- ✓ Capacidad: Harina: 75 Kg, masa: 120 Kg
- ✓ Velocidad de espiral: Velocidad 1: 110 rpm, velocidad 2: 220 rpm
- ✓ Velocidad de plato: Velocidad 1: 13 rpm, velocidad 2: 13 rpm
- ✓ Potencia: Espiral: 9Kw, plato: 0.55kw
- ✓ Voltaje: 220V.
- ✓ Dimensiones: 830 x 1300 x 1470 (A x L x H)
- ✓ Peso: 610 Kg.

4.3.6.3. Divisora boleadora SM-430



Ilustración 28: Divisora boleadora

Fuente: (Citalsa, 2015)

Año: 2015

- **Marca:** SINMAG
- **Procedencia:** TAIWAN
- **Descripción:** Divisora de masa automática con boleadora para formar en bola en porciones iguales y agilizar los procesos en la industria de panificación.

✚ **Características:**

- ✓ Viene con tres placas plásticas moldeadoras.
- ✓ Divide y bolea la masa en piezas iguales.
- ✓ Automatiza y agiliza los procesos en la industria.
- ✓ Peso por división: 40 A 120 Gramos.
- ✓ Número de divisiones: 30 Divisiones.
- ✓ Dimensiones: 650 x 710 x 2050 mm (A x L x H).
- ✓ Peso neto: 340 Kg.

- ✓ Potencia: 0.75 KW
- ✓ Accesorios estándar: 3 platos plásticos.

4.3.6.4. Balanza digital ACS-6Z DD



Ilustración 29: Balanza digital

Fuente: (Citalsa, 2015)

Año: 2015

- **Marca:** BACSA
- **Procedencia:** ESPAÑA
- **Función:** Cumple con las funciones de pesaje simple, contaje y porcentaje.
- **Capacidad:** 6 kg
- **Rango de precisión:** Desde 0,1 g hasta 0,5 g
- **Dimensiones:** Dimensiones del plato de acero inoxidable: 230 mm x 335 mm, dimensiones de la báscula: 320 mm x 335 mm x 110 mm.
- **Peso bruto:** 3.5 Kg
- **Diámetro del plato:** 330 MM
- **Alimentación:** Eléctrica 100V
- **Amperios:** 0.5 A

➤ **Watts:** 3W

➤ **Hertz:** 60Hz

✚ **Características:**

- ✓ Botón de puesta acero.
- ✓ Indicación de sobrecarga y de batería baja.
- ✓ Puede funcionar con batería o conectada a la red eléctrica.
- ✓ Apta para trabajo en temperatura ambiente.
- ✓ Los receptores de carga han sido estudiados especialmente para un uso intenso y están equipados con una célula con un punto de apoyo central para una fiabilidad y precisión óptimas.

4.3.6.5. Carro escabiladero



Ilustración 30: Carro escabiladero

Fuente: (Citalsa, 2015)

Año: 2015

➤ **Marca:** Citalsa

➤ **Procedencia:** Colombia

- **Construcción:** Acero inoxidable AISI 304 calibre 14, acabado en pintura brillante, ruedas en nylon, soporte de las ruedas en hierro galvanizado.
- **Capacidad:** De 18 niveles. Para bandejas de 66 x 46 cm.
- **Función:** Colocar bandejas con cualquier tipo de producto de panadería para hornear.

✚ **Características:**

- ✓ Fácil limpieza y desinfección.
- ✓ 4 ruedas de nylon para su desplazamiento aún en superficies rugosas.
- ✓ Ventajas: Disminuye la manipulación de los productos.
- ✓ Dimensiones: a= 1115 mm, b= 1020 mm, c= 80 mm, d= 467 mm, e= 670 mm

4.3.6.6. Mesa acero inoxidable 1000 x 700 x 900



Ilustración 31: Mesa de acero inoxidable

Fuente: (Citalsa, 2015)

Año: 2015

✚ Características:

- ✓ Mesas diseñadas para trabajo pesado 100% acero inoxidable, soldadas con refuerzo en acero inoxidable tipo sandblasting.
- ✓ Lámina de la mesa calibre 16 con omegas del mismo calibre, pozuelo y entrepaño calibre 18, tubería cuadrada calibre 1 ½ con niveladores de ½” acero inoxidable, sin entrepaño se cierra con la misma tubería de las tapas.
- ✓ Altura de 900 mm con tienen tornillos graduables que permiten una altura mínima de 850 mm.

4.3.6.7. Lata liza 65x45



Ilustración 32: Lata liza

Fuente: (Citalsa, 2015)

Año: 2015

✚ Características:

- ✓ Latas 100% acero inoxidable, con capacidad para 28 unidades.

4.4. Presupuesto técnico

El presupuesto técnico aborda detalles de las inversiones fijas, inversiones variables, inversiones diferidas y el capital de trabajo que se requiere para la puesta en marcha del presente proyecto.

4.4.1. Inversión fija

Se entiende como inversión fija a todos los aspectos relacionados con los bienes tangibles necesarios para dar inicio al proyecto y que serán utilizados en el proceso de transformación de los productos o que servirán de apoyo en las actividades de operación del mismo, y se dividen en tres áreas: Administrativa, ventas y producción.

4.4.1.1. Inversión fija área administrativa

Dentro de las inversiones fijas para el área administrativa de la microempresa se encuentran: un terreno, el edificio, los muebles de oficina, el equipo de oficina y el equipo de computación, mismos que se detallan a continuación:

Tabla 46: Terreno

Cantidad	Descripción	Valor unitario USD	Valor total USD
1	Terreno 200 m ²	6.000,00	6.000,00
	TOTAL	6.000,00	6.000,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ana María Maldonado
Año: 2015

Tabla 47: Edificio

Cantidad	Descripción	Valor unitario USD	Valor total USD
1	Edificio 140 m ²	21.000,00	21.000,00
	TOTAL	21.000,00	21.000,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ana María Maldonado
Año: 2015

Tabla 48: Muebles de oficina

Cantidad	Descripción	Valor unitario USD	Valor total USD
2	Escritorios	120,00	240,00
2	Sillones giratorios	50,00	100,00
3	Silla normales	40,00	120,00
2	Archivadores aéreos	98,00	196,00
TOTAL		308,00	656,00

Fuente: (<http://www.olx.com.ec/>, 2015)

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Tabla 49: Equipo de oficina

Cantidad	Descripción	Valor unitario USD	Valor total USD
1	Claculadora	50,00	50,00
1	Extensión telefónica con telefono	120,00	120,00
TOTAL		170,00	170,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Tabla 50: Equipo de computación

Cantidad	Descripción	Valor unitario USD	Valor total USD
2	Computador Escritorio Core I3, Led Lg 18.5, 4gb	539,99	1.079,98
2	Flash memory 8 gb	5,60	11,20
1	Impresora Multifunción hpphotosmart C5280	110,00	110,00
TOTAL		655,59	1.201,18

Fuente: (<http://www.olx.com.ec/>, 2015)

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Tabla 51: Reinversión área administrativa

Cantidad	Descripción	Valor unitario USD	Valor total USD
2	Computador Escritorio Core I3, Led Lg 18.5, 4gb	539,99	1.079,98
2	Flash memory 8 gb	5,60	11,20
1	Impresora Multifunción hpphotosmart C5280	110,00	110,00
TOTAL		655,59	1.201,18

Fuente: Tabla 50, pág. 157

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

4.4.1.2. Inversión fija área de ventas

En las inversiones del área de ventas se encuentran los muebles y enseres necesarios para realizar las ventas, el equipo de oficina, el equipo de computación y el vehículo adecuado para el proyecto; mismo que será una Camioneta Mazda b2200 año 2007 debidamente equipada para la distribución del producto terminado, en las diferentes tiendas de las comunidades del valle del Chota pertenecientes a la parroquia Ambuquí.

El detalle de las inversiones de ventas a utilizarse en el presente proyecto y los correspondientes precios se los presenta en las siguientes tablas:

Tabla 52: Muebles y enseres

Cantidad	Descripción	Valor unitario USD	Valor total USD
1	Escritorio	120,00	120,00
1	Sillón giratorio	50,00	50,00
1	Silla normal	40,00	40,00
1	Archivadores aéreos	98,00	98,00
2	Panera para nueve canastos	250,00	500,00
2	Perchas	50,00	100,00
1	Mostrador	120,00	120,00
1	Archivador metálico de 1,80 x 0,60 cm	130,00	130,00
TOTAL		858,00	1.158,00

Fuente: (<http://www.olx.com.ec/>, 2015)

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Tabla 53: Equipo de oficina ventas

Cantidad	Descripción	Valor unitario USD	Valor total USD
1	Caja registradora sam4s - er-350ii	350,00	350,00
1	Extensión telefónica	60,00	60,00
TOTAL		410,00	410,00

Fuente: (<http://www.olx.com.ec/>, 2015)

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Tabla 54: Equipo de computación ventas

Cantidad	Descripción	Valor unitario USD	Valor total USD
1	Computador Escritorio Core I3, Led Lg 18.5, 4gb,	495,02	495,02
2	Flash memory 8 gb	5,60	11,20
1	Impresora multifunción a colores	246,00	246,00
TOTAL		746,62	752,22

Fuente: (<http://www.olx.com.ec/>, 2015)

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Tabla 55: Vehículo

Cantidad	Descripción	Valor unitario USD	Valor total USD
1	Camioneta Mazda b2200 2007	13.500,00	13.500,00
TOTAL		13.500,00	13.500,00

Fuente: (<http://www.olx.com.ec/>, 2015)

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Tabla 56: Reinversión área de ventas

Cantidad	Descripción	Valor unitario USD	Valor total USD
1	Computador Escritorio Core I3, Led Lg 18.5, 4gb,	495,02	495,02
2	Flash memory 8 gb	5,60	11,20
1	Impresora multifunción a colores	246,00	246,00
TOTAL		746,62	752,22

Fuente: (<http://www.olx.com.ec/>, 2015)

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

4.4.1.3. Inversión fija área de producción

El proceso de producción requiere de cierta maquinaria y equipo de seguridad necesarios para asegurar la calidad del producto y la integridad de los trabajadores, mismos que se detallan a continuación en las siguientes tablas:

Tabla 57: Maquinaria y equipo

Cantidad	Descripción	Valor unitario USD	Valor total USD
1	Horno Industrial	6000	6.000,00
1	Amasadora SM-120T	2453	2.453,00
1	Divisora Boleadora SM-430	874	874,00
1	Balanza digital ACS-6Z DD	221,81	221,81
1	Carro escabiladero	216,1	216,10
2	Mesa de acero inoxidable 100x700x900	356	712,00
20	Lata de acero inoxidable 65x45cm(28)	14,25	285,00
2	Olla de acero inoxidable home club	19,9	39,80
1	Olla industrial inox 98 litros con tapa pu290050	263,25	263,25
TOTAL		10135,16	11064,96

Fuente: (Citalisa, 2015)

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Tabla 58: Equipo de seguridad

Cantidad	Descripción	Valor unitario USD	Valor total USD
2	Extintor	65,00	130,00
1	Alarma	164,00	164,00
1	Equipo con 10 metros manguera	125,00	125,00
1	Botiquín	50,00	50,00
5	Señalética	25,00	125,00
TOTAL		379,00	594,00

Fuente: (<http://www.olx.com.ec/>, 2015)

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

4.4.1.4. Resumen de la inversión fija

En la siguiente tabla se puede observar la inversión fija correspondiente a la propiedad, planta y equipo, que se requiere para la puesta en marcha del proyecto. El monto de la inversión fija total asciende a 56.506,36 dólares, detallado de la siguiente manera:

Tabla 59: Resumen de la inversión fija

Resumen de inversiones fijas		
N°	Descripción	Valor total USD
Inversión fija área administrativa		
1	Terreno	6.000,00
2	Edificio	21.000,00
3	Muebles de oficina	656,00
4	Equipos de oficina	170,00
5	Equipos de computación y software	1.201,18
	Subtotal	29.027,18
Inversión fija área de ventas		
1	Muebles de oficina	1.158,00
2	Equipos de oficina	410,00
3	Equipos de computación y software	752,22
4	Vehículo	13.500,00
	Subtotal	15.820,22
Inversión fija área de producción		
1	Maquinaria y equipo	11.064,96
2	Equipos de seguridad	594,00
	Subtotal	11.658,96
	Total inversión fija	<u>56.506,36</u>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

4.4.2. Inversión variable

Consiste en todos los recursos que el proyecto destinará para la contratación de mano de obra directa, mano de obra indirecta, materiales e insumos necesarios para iniciar con el proceso de producción. Este tipo de inversión también se denomina capital de trabajo, ya que son todos los costos y gastos en efectivo, para cubrir las obligaciones del proyecto y continuar con el normal desarrollo de sus actividades en un corto plazo.

Para que el proyecto pueda operar en forma apropiada es necesario contar con lo siguiente:

4.4.2.1. Talento humano

El proyecto requiere de mano de obra con conocimientos sólidos en el proceso de panificación, así como también talento humano de apoyo para las áreas de administración y ventas. Los costos se estimaron según la tabla de salarios mínimos sectoriales para 2015, definidos por el Ministerio de Relaciones Laborales, Ecuador; y se detalla a continuación:

Tabla 60: Talento humano

CANTIDAD	PERSONAL	CODIGO MRL/IESS	SALARIO BASICO UNIFICADO 2015
Area administrativa			
1	Administrador	0504154109048	371,95
1	Contador general	1910000000012	183,51
Area de Ventas			
1	Vendedor	1930000000020	363,27
Mano de Obra Directa			
1	Panaderos de mesa, pastelero / galletero de mesa	0504154109060	367,70
TOTAL MENSUAL USD			1.286,44

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ana María Maldonado
Año: 2015

4.4.2.2. Resumen de capital de trabajo mensual

El capital de trabajo está presupuestado para un mes, período en cual se necesita invertir en la fase pre operativa, posteriormente el proyecto generará liquidez. Así también garantizando el pago oportuno de sueldos, la compra de la materia prima e insumos, el pago a proveedores, entre otros.

Tabla 61: Resumen de capital de trabajo mensual

Resumen de capital de trabajo		
Descripción	Total anual USD	Total mensual USD
Proyección costos de producción	83.752,02	6.979,33
Proyección gastos administrativos	10.287,05	857,25
Proyección gastos de ventas	8.607,86	717,32
Proyección gastos financieros	2.185,04	182,09
TOTAL	104.831,97	8.736,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

4.4.3. Resumen de las inversiones del proyecto

En la siguiente tabla se puede observar el resumen total de las inversiones del proyecto, es decir, la inversión fija más la inversión variable.

Tabla 62: Resumen de las inversiones del proyecto

Resumen de inversiones		
Nro.	Descripción	Valor total USD
Inversión fija área administrativa		
1	Terreno	6.000,00
2	Edificio	21.000,00
3	Muebles de oficina	656,00
4	Equipos de oficina	170,00
5	Equipos de computación y software	1.201,18
	Subtotal	29.027,18
Inversión fija área de ventas		
1	Muebles de oficina	1.158,00
2	Equipos de oficina	410,00
3	Equipos de computación y software	752,22
4	Vehículo	13.500,00
	Subtotal ventas	15.820,22
Inversión fija área de producción		
1	Maquinaria y equipo	11.064,96
2	Equipos de seguridad	594,00
	Subtotal	11.658,96
	Total inversión fija	56.506,36
	Capital de trabajo	8.736,00
	Total inversiones	65.242,36

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

4.5. Inversión total del proyecto

La inversión total que se necesita para el proyecto es de 65.242,36 dólares, los mismos que se obtendrán mediante inversión propia y financiamiento. A continuación se presenta la estructura de la inversión:

Tabla 63: Inversión total del proyecto

Nro.	Descripción	Porcentaje %	Valor total USD
1	Resumen de inversiones fijas	86,61	56.506,36
2	Resumen de inversiones variables	13,39	8.736,00
	Total inversión	100,00	65.242,36

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

4.6. Financiamiento

La estructura del financiamiento estará compuesta por recursos propios cuyo monto es de 44.242,36 dólares, es decir el 32,19% de la inversión total, y el resto se lo financiará a través de un préstamo del Banco Nacional de Fomento cuyo monto será de 21.000,00 dólares que equivale al 67,81% del total de la inversión requerida que es de 65.242,36 dólares.

Tabla 64: Financiamiento

Detalle del capital		
Descripción	Valor total USD	Porcentaje %
Capital Propio	44.242,36	67,81
Préstamo	21.000,00	32,19
TOTAL	65.242,36	100,00

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Presupuesto de ingresos

5.1.1. Proyección de ingresos

Se ha determinado el precio del pan en base a las proyecciones de la canasta básica actualmente establecida, que como precio promedio del pan popular establece un valor de 0.12 centavos de dólar, por cada pan popular que pesa 55 gramos y que es comercializado con mayor frecuencia en la zona de influencia del proyecto. También se toma como referencia para la proyección de precios a la tasa de inflación actual vigente que es del 3,40% según datos del Banco Central del Ecuador.

Asimismo el valor del volumen de ventas ha sido tomado de la capacidad de producción anual de la panadería y pastelería, esta información fue tomada del capítulo IV pág. 129 del presente estudio de factibilidad, tomando en consideración el crecimiento económico del país cuya tasa es del 3.80% según datos del Banco Central del Ecuador.

Tabla 65: Proyección de ingresos

Descripción	2015	2016	2017	2018	2019
Volumen de ventas (panes)	1.085.378	1.126.623	1.169.434	1.213.873	1.260.000
Precio unitario	0,12	0,12	0,13	0,13	0,14
TOTAL USD	130.245,00	139.791,00	150.037,00	161.033,00	172.836,00

Fuente: Estudio de mercado tabla 41, pág. 122.

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Como se puede observar en la tabla, la panadería y pastelería obtendrá \$ 130.245,00 dólares de ingresos brutos para el primer año y para el quinto año \$ 172.836,00 dólares.

5.2. Presupuesto de egresos

5.2.1. Costo de producción

El costo de producción está constituido por todos los valores incurridos en el período de producción, tales como la materia prima, la mano de obra y los costos indirectos de producción, mismos que son recuperables al venderse el producto.

5.2.1.1. Materia prima directa

A la materia prima directa se le considera el principal elemento en los costos de producción, debido a que al transformarse se convierte en un producto terminado.

En lo que se refiere a la proyección de la materia prima directa requerida para los próximos 5 años, se consideraron las mismas variables de las ventas; es decir, el crecimiento económico del país cuya tasa es del 3.80% y la tasa de inflación actual vigente que es del 3,40% según datos del Banco Central del Ecuador.

Tabla 66: Proyección materia prima directa

Materia prima directa					
Descripción	2015	2016	2017	2018	2019
Harina					
Cantidad unidad qq	868	901	936	971	1.008
Precio USD	38,00	39,29	40,63	42,01	43,44
TOTAL USD	32.995,50	35.413,81	38.009,35	40.795,14	43.785,09

*Con un quintal de harina se producen 1.250 panes

*Se divide el volumen de ventas para los 1.250 panes

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

5.2.1.2. Mano de obra directa

En la mano de obra directa interviene el maestro panadero, que trabajará en la producción diaria de los productos de panadería y pastelería. El costo de los sueldos de la mano

de obra directa correspondiente al sector de panadería, se estableció según la tabla de salarios mínimos sectoriales para 2015, definidos por el Ministerio de Relaciones Laborales del Ecuador; cabe destacar que la tabla incluye beneficios de ley.

En lo que se refiere a la proyección de la mano de obra directa requerida para los próximos 5 años, se utilizó la tasa de inflación actual vigente que es del 3,40% según datos del Banco Central del Ecuador.

Tabla 67: Proyección mano de obra directa

Mano de obra directa					
<i>Sueldo mensual</i>					
Personal	2015	2016	2017	2018	2019
Panadero	367,70	380,20	393,13	406,50	420,32
Mensual	367,70	380,20	393,13	406,50	420,32
Anual	4.412,40	4.562,42	4.717,54	4.877,94	5.043,79
<i>Componentes salariales</i>					
Descripción	2015	2016	2017	2018	2019
Salario básico unificado	4.412,40	4.562,42	4.717,54	4.877,94	5.043,79
Vacaciones	183,85	190,10	196,56	203,25	210,16
Aporte patronal	536,11	554,33	573,18	592,67	612,82
Fondos de Reserva	-	380,05	392,97	406,33	420,15
Decimo tercero	367,70	380,20	393,13	406,50	420,32
Decimo cuarto	354,00	366,04	378,48	391,35	404,66
Total USD	5.854,06	6.433,14	6.651,87	6.878,03	7.111,89

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

5.2.1.3. Costos indirectos de producción

Estos costos indirectos de producción, son todos aquellos gastos adicionales que se presenten en la elaboración de los productos de panadería y pastelería.

5.2.1.3.1. Materia prima indirecta

La materia prima indirecta es el complemento que se necesita para transformar la materia prima directa en productos terminados. Con respecto a la proyección de la materia prima indirecta requerida para los próximos 5 años, se consideró el crecimiento económico del país cuya tasa es del 3.80% y la tasa de inflación actual vigente que es del 3,40% según datos del Banco Central del Ecuador.

Tabla 68: Proyección de la materia prima indirecta

Materia prima indirecta					
Descripción	2015	2016	2017	2018	2019
Azucar					
Cantidad unidad quintal.	87	90	94	97	101
Precio unitario	35,00	36,19	37,42	38,69	40,01
Total USD	3.039,06	3.261,80	3.500,86	3.757,45	4.032,84
Manteca					
Cantidad unidad libras	32890	34.008,52	35.164,81	36.360,41	37.596,67
Precio unitario	0,94	0,97	1,01	1,04	1,07
Total USD	30.916,84	33.054,92	35.340,87	37.784,90	40.397,95
Huevos					
Cantidad unidad	30149	31174	32234	33330	34464
Precio unitario	0,12	0,12	0,13	0,13	0,14
Total USD	3.617,93	3.868,13	4.135,63	4.421,64	4.727,42
Levadura					
Cantidad paquete	3468	3586	3707	3834	3964
Precio unitario	1,75	1,81	1,87	1,93	2,00
Total USD	6.068,41	6.488,08	6.936,77	7.416,48	7.929,38
ANUAL USD	43.642,23	46.672,92	49.914,13	53.380,47	57.087,59

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

5.2.1.3.2. Utencillos de cocina

Con respecto a la proyección de los utensilios de cocina requeridos para los próximos 5 años, se detallan a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 69: Proyección utensilios de cocina

Utencillos de cocina	
Descripción	2015
Balde acero inoxidable 15 lit	
Cantidad unidad	3
Precio	6,59
Total	19,77
Basurero pedal	
Cantidad unidad	1
Precio	14,25
Total	14,25
Batidor manual smart cook	
Cantidad unidad	2
Precio	1,59
Total	3,18
Brocha silicone smart cook	
Cantidad unidad	3
Precio	1,59
Total	4,77
Cedazos	
Cantidad unidad	2
Precio	8,00
Total	16,00
Colador malla metálica 29 x18 cm	
Cantidad unidad	2
Precio	2,99
Total	5,98
Cuchara 1,8 mn	
Cantidad unidad	2
Precio	0,99
Total	1,98
Cuchillo smart cook 7	
Cantidad unidad	4
Precio	2,99
Total	11,96

Espátula de mago 12cm	
Cantidad unidad	2
Precio	1,99
Total	3,98
Guantes para panadería	
Cantidad unidad	12
Precio	1,35
Total	16,20
Jarras de medida	
Cantidad unidad	4
Precio	1,29
Total	5,16
Malla para pelo	
Cantidad unidad	20
Precio	1,35
Total	27,00
Mascarilla	
Cantidad unidad	10
Precio	0,60
Total	6,00
Rallador sc 20cm	
Cantidad unidad	2
Precio	2,99
Total	5,98
Raspador de masa acero inoxidable	
Cantidad unidad	2
Precio	2,75
Total	5,50
Recipientes plásticos	
Cantidad unidad	4
Precio	5,99
Total	23,96
Rodillo de masa 22*16 cm	
Cantidad unidad	4
Precio	3,99
Total	15,96
Delantal	
Cantidad unidad	10
Precio	6,70
Total	67,00
TOTAL ANUAL USD	254,63

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

5.2.1.3.3. Servicios básicos operativos

Con respecto a la proyección de los costos por servicios básicos requeridos para la producción en los próximos 5 años, se detallan a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 70: Servicios básicos operativos

Servicios básicos operativos					
Descripción	2015	2016	2017	2018	2019
Agua potable					
Cantidad (m3)	15,00	15,57	16,16	16,78	17,41
Precio	0,12	0,12	0,13	0,13	0,14
Valor mensual	1,80	1,93	2,07	2,23	2,39
Total anual	21,60	23,18	24,88	26,71	28,66
Energía eléctrica					
Cantidad (KW)	500	517,00	534,58	552,75	571,55
Precio	0,120	0,12	0,13	0,13	0,14
Valor mensual	60,00	64,15	68,59	73,33	78,40
Total anual	720,00	769,79	823,03	879,95	940,80
Teléfono					
Cantidad (minutos)	200	206,80	213,83	221,10	228,62
Precio	0,06	0,06	0,06	0,07	0,07
Valor mensual	12,00	12,83	13,72	14,67	15,68
Total anual	144,00	153,96	164,61	175,99	188,16
Internet					
Valor (plan) mensual	10,00	10,34	10,69	11,06	11,43
Total anual	120,00	124,08	128,30	132,66	137,17
TOTAL USD	1.005,60	1.071,01	1.140,81	1.215,30	1.294,79

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

5.2.1.3.4. Resumen de los costos indirectos de producción

En la siguiente tabla se puede observar el resumen de los costos indirectos de producción y su respectiva proyección:

Tabla 71: Resumen de los costos indirectos de fabricación

Resumen de costos indirectos de fabricación						
Nº	Descripción	2015	2016	2017	2018	2019
1	Materia prima indirecta	43.642,23	46.672,92	49.914,13	53.380,47	57.087,59
2	Utencillos de cocina	254,63				
3	Servicios básicos operativos	1.005,60	1.071,01	1.140,81	1.215,30	1.294,79
	Total USD	44.902,46	47.743,94	51.054,94	54.595,77	58.382,38

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

5.2.1.4. Resumen de los costos de producción

A continuación en siguiente cuadro muestra el resumen de los costos de producción y su respectiva proyección:

Tabla 72: Resumen de costos de producción

Proyección costos de producción					
Descripción	2015	2016	2017	2018	2019
Materia prima directa	32.995,50	35.413,81	38.009,35	40.795,14	43.785,09
Mano de obra directa	5.854,06	6.433,14	6.651,87	6.878,03	7.111,89
Costos indirectos de producción	44.902,46	47.743,94	51.054,94	54.595,77	58.382,38
TOTAL USD	83.752,02	89.590,89	95.716,17	102.268,94	109.279,36

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

5.2.2. Gastos de administración

Para el cálculo de los gastos administrativos se han considerado los costos de los sueldos del personal administrativo, servicios básicos, suministros de oficina, suministros de limpieza y los gastos de constitución. Es importante destacar que estos gastos no son recuperables, pero sin son de apoyo para la comercialización del producto; como se puede observar en las tablas que se presentan a continuación:

5.2.2.1. Sueldos administrativos

Para el cálculo de los sueldos administrativos, se tomó en cuenta el sueldo básico sectorial más los beneficios de ley; y los fondos de reserva se calcularon a partir del segundo año. En lo que se refiere a la proyección requerida para los próximos 5 años, se utilizó la tasa de inflación actual vigente que es del 3,40% según datos del Banco Central del Ecuador.

Tabla 73: Proyección sueldos administrativos

Remuneraciones administrativas					
<i>Sueldo mensual</i>					
Personal	2015	2016	2017	2018	2019
Administrador	371,95	384,60	397,67	411,19	425,17
Contador	183,52	189,75	196,21	202,88	209,77
Mensual	555,47	574,35	593,88	614,07	634,95
Anual	6.665,58	6.892,21	7.126,54	7.368,85	7.619,39
<i>Componentes salariales</i>					
Descripción	2015	2016	2017	2018	2019
Salario básico unificado	6.665,58	6.892,21	7.126,54	7.368,85	7.619,39
Vacaciones	277,73	287,18	296,94	307,04	317,47
Aporte patronal	809,87	837,40	865,88	895,31	925,76
Fondos de Reserva	-	574,12	593,64	613,82	634,70
Decimo tercero	555,47	574,35	593,88	614,07	634,95
Decimo cuarto	531,00	549,05	567,72	587,02	606,98
Total USD	8.839,65	9.714,31	10.044,60	10.386,12	10.739,25

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

5.2.2.2. Servicios básicos administrativos

La siguiente tabla muestra el detalle de los costos por concepto de servicios básicos en el área administrativa, y para el cálculo de las proyecciones para los próximos 5 años, se utilizó la tasa de inflación actual vigente que es del 3,40% según datos del Banco Central del Ecuador.

Tabla 74: Proyección servicios básicos administrativos

Servicios básicos administrativos					
Descripción	2015	2016	2017	2018	2019
Agua potable					
Cantidad (m3)	5,00	5,19	5,39	5,59	5,80
Precio	0,12	0,12	0,13	0,13	0,14
Valor mensual	0,60	0,64	0,69	0,74	0,80
Anual	7,20	7,73	8,29	8,90	9,55
Energía eléctrica					
Cantidad (kw)	100	103,40	106,92	110,55	114,31
Precio	0,120	0,12	0,13	0,13	0,14
Valor mensual	12,00	12,83	13,72	14,67	15,68
Anual	144,00	153,96	164,61	175,99	188,16
Teléfono					
Cantidad (minutos)	100	103,40	106,92	110,55	114,31
Precio	0,06	0,06	0,06	0,07	0,07
Valor mensual	6,00	6,41	6,86	7,33	7,84
Anual	72,00	76,98	82,30	87,99	94,08
Internet					
Valor (plan) mensual	10,00	10,34	10,69	11,06	11,43
Anual	120,00	124,08	128,30	132,66	137,17
TOTAL USD	343,20	362,75	383,50	405,55	428,97

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

5.2.2.3. Suministros de oficina

El detalle de los costos de los suministros de oficina, necesarios para la realización de las actividades administrativas de la microempresa, y la proyección correspondiente se muestra

a continuación, utilizando la inflación actual vigente que es del 3,40% según datos del Banco Central del Ecuador.

Tabla 75: Proyección suministros de oficina

Suministros de oficina					
Descripción	2015	2016	2017	2018	2019
Carpetas archivadoras					
Cantidad	12	12	12	12	12
Precio	1,50	1,55	1,60	1,66	1,71
Valor	18,00	18,61	19,24	19,90	20,58
Carpetas plásticas					
Cantidad	12	12	12	12	12
Precio	0,50	0,52	0,53	0,55	0,57
Valor	6,00	6,20	6,41	6,63	6,86
Tableros					
Cantidad	2	2	2	2	2
Precio	2,00	2,07	2,14	2,21	2,29
Valor	4,00	4,14	4,28	4,42	4,57
Basureros					
Cantidad	4	4	4	4	4
Precio	10,00	10,34	10,69	11,06	11,43
Valor	40,00	41,36	42,77	44,22	45,72
Boligarfos					
Cantidad	24	24	24	24	24
Precio	0,30	0,31	0,32	0,33	0,34
Valor	7,20	7,44	7,70	7,96	8,23
Factura libretines					
Cantidad	2	2	2	2	2
Precio	7,50	7,76	8,02	8,29	8,57
Valor	15,00	15,51	16,04	16,58	17,15
Papel Bond					
Cantidad (resmas)	6	6	6	6	6
Precio	4,50	4,65	4,81	4,97	5,14
Valor	27,00	27,92	28,87	29,85	30,86
Grapadora					
Cantidad	4	4	4	4	4
Precio	6,00	6,20	6,41	6,63	6,86
Valor	24,00	24,82	25,66	26,53	27,43

Perforadora					
Cantidad	4	4	4	4	4
Precio	6,00	6,20	6,41	6,63	6,86
Valor	24,00	24,82	25,66	26,53	27,43
Agendas					
Cantidad	4	4	4	4	4
Precio	6,00	6,20	6,41	6,63	6,86
Valor	24,00	24,82	25,66	26,53	27,43
TOTAL USD	189,20	180,12	186,25	192,58	199,13

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

5.2.2.4. Suministros de limpieza

Para la proyección de los suministros de limpieza considerados necesarios para la puesta en marcha del proyecto, utilizando la inflación actual vigente que es del 3,40% según datos del Banco Central del Ecuador; a continuación se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 76: Proyección suministros de limpieza

Suministros de limpieza					
Descripción	2015	2016	2017	2018	2019
1 Escobas					
Cantidad	6	6	6	6	6
Valor Unitario	3,00	3,10	3,21	3,32	3,43
Valor anual	18,00	18,61	19,24	19,90	20,58
2 Detergente					
Cantidad grnade	12	12	12	12	12
Valor Unitario	6,50	6,72	6,95	7,19	7,43
Valor anual	78,00	80,65	83,39	86,23	89,16
3 Trapeador					
Cantidad	6	6	6	6	6
Valor Unitario	4,00	4,14	4,28	4,42	4,57
Valor anual	24,00	24,82	25,66	26,53	27,43
4 Desinfectante					
Cantidad galones	4	4	4	4	4
Valor Unitario	4,00	4,14	4,28	4,42	4,57
Valor anual	16,00	16,54	17,11	17,69	18,29

5 Toalla de tocador					
Cantidad	2	2	2	2	2
Valor Unitario	6,50	6,72	6,95	7,19	7,43
Valor anual	13,00	13,44	13,90	14,37	14,86
6 Recogedor de basura					
Cantidad	2	2	2	2	2
Valor Unitario	5,00	5,17	5,35	5,53	5,72
Valor anual	10,00	10,34	10,69	11,06	11,43
7 Franelas					
Cantidad	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
Valor Unitario	1,00	1,03	1,07	1,11	1,14
Valor anual	6,00	6,20	6,41	6,63	6,86
TOTAL USD	165,00	170,61	176,41	182,41	188,61

Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: Ana María Maldonado
 Año: 2015

5.2.2.5. Gastos de constitución

Están constituidos por los gastos e inversiones necesarias, para conformar o implementar el proyecto, igualmente constan los que demande el estudio de factibilidad.

Tabla 77: Gastos de constitución

Gastos de constitución				
Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor total	
		USD	USD	
1	Patente municipal	100	100	
1	Permiso de bomberos	25	25	
1	SRI	25	25	
1	Estudio de factibilidad	600	600	
	Total USD		750,00	

Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: Ana María Maldonado
 Año: 2015

5.2.2.6. Resumen gastos de administración

A continuación en la siguiente tabla se muestra el resumen de los gastos de administración y su respectiva proyección:

Tabla 78: Resumen gastos de administración

Proyección gastos administrativos					
Descripción	2015	2016	2017	2018	2019
Servicios básicos administrativos	343,20	362,75	383,50	405,55	428,97
Suministros de limpieza	165,00	170,61	176,41	182,41	188,61
Suministros de oficina	189,20	180,12	186,25	192,58	199,13
Gastos constitución	750,00				
Sueldos administrativos	8.839,65	9.714,31	10.044,60	10.386,12	10.739,25
Total USD	10.287,05	10.427,79	10.790,76	11.166,65	11.555,95

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

5.2.3. Gastos de ventas

Para realizar la proyección de los gastos de venta, se ha tomado en cuenta el gasto del sueldo generado por el vendedor despachador, la publicidad, el consumo del combustible y lubricantes del vehículo. Destacando que estos costos se incrementan según la inflación actual vigente que es del 3,40% según datos del Banco Central del Ecuador; con excepción del sueldo que se proyecta según datos establecidos en la tabla de salarios mínimos sectoriales para 2015; a continuación se detalla lo expresado en las siguientes tablas:

5.2.3.1. Sueldos de ventas

Para el cálculo de los sueldos del vendedor despachador, se tomó en cuenta el sueldo básico sectorial más los beneficios de ley; y los fondos de reserva se calcularon a partir del segundo año. En lo que se refiere a la proyección requerida para los próximos 5 años, se utilizó la tasa de inflación actual vigente que es del 3,40% según datos del Banco Central del Ecuador, como se detalla a continuación:

Tabla 79: Sueldos de ventas

Remuneraciones ventas					
<i>Sueldo mensual</i>					
Personal	2015	2016	2017	2018	2019
Vendedor despachador Mensual	363,27	375,63	388,40	401,60	415,26
Anual	4.359,30	4.507,51	4.660,77	4.819,24	4.983,09
<i>Componentes salariales</i>					
Descripción	2015	2016	2017	2018	2019
Salario básico unificado	4.359,30	4.507,51	4.660,77	4.819,24	4.983,09
Vacaciones	181,64	187,81	194,20	200,80	207,63
Aporte patronal	529,65	547,66	566,28	585,54	605,45
Fondos de Reserva	-	375,48	388,24	401,44	415,09
Décimo tercero	363,27	397,42	434,78	475,65	520,36
Décimo cuarto	354,00	366,04	378,48	391,35	404,66
Total USD	5.787,86	6.381,92	6.622,76	6.874,02	7.136,27

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

5.2.3.2. Gasto publicidad

Para el cálculo del gasto publicidad se consideró el marketing mix, para promover y dar a conocer los productos de la microempresa, asimismo para las respectivas proyecciones, se utilizó la tasa de inflación actual vigente que es del 3,40% según datos del Banco Central del Ecuador, como se detalla a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 80: Proyección gasto publicidad

Gastos de publicidad					
Descripción	2015	2016	2017	2018	2019
Afiches tamaño A3 (25)					
Cantidad	2	2	2	2	2
Valor unitario	40,00	41,36	42,77	44,22	45,72
Total	80,00	82,72	85,53	88,44	91,45

Cuñas radiales					
Cantidad	4	4	4	4	4
Valor unitario	70,00	72,38	74,84	77,39	80,02
Total	280,00	289,52	299,36	309,54	320,07
Hojas volantes					
Cantidad	2	2	2	2	2
Valor unitario	130,00	134,42	138,99	143,72	148,60
Total	260,00	268,84	277,98	287,43	297,20
Diario el Norte (1 Publicación al mes)					
Cantidad	2	12	12	12	12
Valor unitario	10,00	10,34	10,69	11,06	11,43
Total	20,00	124,08	128,30	132,66	137,17
Total USD	650,00	775,50	801,87	829,13	857,32

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

5.2.3.3. Gastos combustibles y lubricantes del vehículo

Para el cálculo del gasto combustibles y lubricantes del vehículo, y sus respectivas proyecciones para los próximos cinco años, se utilizó la tasa de inflación actual vigente que es del 3,40% según datos del Banco Central del Ecuador, como se detalla a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 81: Proyección gasto combustibles y lubricantes del vehículo

Proyección gasto combustibles y lubricantes del vehículo					
Descripción	2015	2016	2017	2018	2019
Gasolina					
Cantidad Galón	710,00	710,00	710,00	710,00	710,00
Precio	2,00	2,07	2,14	2,21	2,29
Anual	1.420,00	1.468,28	1.518,20	1.569,82	1.623,19
Mantenimiento vehiculo					
Cantidad mensual	12	12,00	12,00	12,00	12,00
Precio	62,500	64,63	66,82	69,09	71,44
Valor	750,00	775,50	801,87	829,13	857,32
TOTAL USD	2.170,00	2.243,78	2.320,07	2.398,95	2.480,52

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

5.2.3.4. Resumen gastos de ventas

A continuación en la siguiente tabla se muestra el resumen de los gastos de ventas y su respectiva proyección:

Tabla 82: Resumen gastos de ventas

Proyección gastos ventas					
Descripción	2015	2016	2017	2018	2019
Gastos de publicidad	650,00	775,50	801,87	829,13	857,32
Gasto combustibles y lubricantes	2.170,00	2.243,78	2.320,07	2.398,95	2.480,52
Sueldos ventas	5.787,86	6.381,92	6.622,76	6.874,02	7.136,27
Total USD	8.607,86	9.401,20	9.744,69	10.102,10	10.474,11

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

5.2.4. Gastos financieros

El gasto de financiero está conformado por los intereses generados por el préstamo, a continuación se muestra la tabla de amortización del préstamo, y el detalle de los intereses:

Tabla 83: Tabla de amortización del préstamo

Tabla de amortización del préstamo					
Interés				11,20%	anual
Monto				21.000,00	
Plazo				5 años	
PAGO DE LA DEUDA					
Tasa				11,20%	anual
Pagos				mensuales	
Tiempo				5 años	
Nº	PAGO	INTERES	AMORTIZACIÓN	SALDO DE LA DEUDA	
0				21.000,00	
1	458,69	196,00	262,69	20.737,31	
2	458,69	193,55	265,14	20.472,17	

3	458,69	191,07	267,61	20.204,56
4	458,69	188,58	270,11	19.934,44
5	458,69	186,05	272,63	19.661,81
6	458,69	183,51	275,18	19.386,63
7	458,69	180,94	277,75	19.108,89
8	458,69	178,35	280,34	18.828,55
9	458,69	175,73	282,96	18.545,59
10	458,69	173,09	285,60	18.260,00
11	458,69	170,43	288,26	17.971,74
12	458,69	167,74	290,95	17.680,78
13	458,69	165,02	293,67	17.387,12
14	458,69	162,28	296,41	17.090,71
15	458,69	159,51	299,17	16.791,53
16	458,69	156,72	301,97	16.489,57
17	458,69	153,90	304,79	16.184,78
18	458,69	151,06	307,63	15.877,15
19	458,69	148,19	310,50	15.566,65
20	458,69	145,29	313,40	15.253,25
21	458,69	142,36	316,32	14.936,92
22	458,69	139,41	319,28	14.617,65
23	458,69	136,43	322,26	14.295,39
24	458,69	133,42	325,26	13.970,12
25	458,69	130,39	328,30	13.641,82
26	458,69	127,32	331,36	13.310,46
27	458,69	124,23	334,46	12.976,00
28	458,69	121,11	337,58	12.638,42
29	458,69	117,96	340,73	12.297,69
30	458,69	114,78	343,91	11.953,78
31	458,69	111,57	347,12	11.606,66
32	458,69	108,33	350,36	11.256,31
33	458,69	105,06	353,63	10.902,68
34	458,69	101,76	356,93	10.545,75
35	458,69	98,43	360,26	10.185,48
36	458,69	95,06	363,62	9.821,86
37	458,69	91,67	367,02	9.454,84
38	458,69	88,25	370,44	9.084,40
39	458,69	84,79	373,90	8.710,50
40	458,69	81,30	377,39	8.333,11
41	458,69	77,78	380,91	7.952,20
42	458,69	74,22	384,47	7.567,73

43	458,69	70,63	388,06	7.179,67
44	458,69	67,01	391,68	6.788,00
45	458,69	63,35	395,33	6.392,66
46	458,69	59,66	399,02	5.993,64
47	458,69	55,94	402,75	5.590,89
48	458,69	52,18	406,51	5.184,38
49	458,69	48,39	410,30	4.774,08
50	458,69	44,56	414,13	4.359,95
51	458,69	40,69	418,00	3.941,96
52	458,69	36,79	421,90	3.520,06
53	458,69	32,85	425,83	3.094,23
54	458,69	28,88	429,81	2.664,42
55	458,69	24,87	433,82	2.230,60
56	458,69	20,82	437,87	1.792,73
57	458,69	16,73	441,96	1.350,77
58	458,69	12,61	446,08	904,69
59	458,69	8,44	450,24	454,45
60	458,69	4,24	454,45	-
TOTALES	27.521,29	6.521,29	21.000,00	
USD				

Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: Ana María Maldonado
 Año: 2015

Tabla 84: Gastos financieros

Tabla de interes anual y abonos de capital al crédito financiero

Concepto/año	2015	2016	2017	2018	2019	Total USD
Interés	2.185,04	1.793,60	1.355,99	866,78	319,87	6.521,29
Abonos de capital	3.319,22	3.710,66	4.148,27	4.637,48	5.184,37	21.000,00
Total USD	5.504,26	5.504,26	5.504,26	5.504,26	5.504,24	27.521,29

Fuente: Estudio financiero tabla 83, pág. 181.
 Elaborado por: Ana María Maldonado
 Año: 2015

5.2.5. Resumen de costos y gastos anuales

A continuación en la siguiente tabla se muestra el resumen de los costos y gastos anuales y su respectiva proyección:

Tabla 85: Resumen de costos y gastos anuales

Resumen de costos y gastos anuales					
Descripción	2015	2016	2017	2018	2019
Proyección costos producción	83.752,02	89.590,89	95.716,17	102.268,94	109.279,36
Proyección gastos administrativos	10.287,05	10.427,79	10.790,76	11.166,65	11.555,95
Proyección gastos de ventas	8.607,86	9.401,20	9.744,69	10.102,10	10.474,11
Proyección gastos financieros	2.185,04	1.793,60	1.355,99	866,78	319,87
Total USD	104.831,97	111.213,48	117.607,61	124.404,47	131.629,29

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

5.2.6. Depreciación de activos fijos

La depreciación de los activos fijos se refiere al desgaste sufrido por los mismo a causa del uso, la obsolescencia y el pasar del tiempo; razones por las que es necesario reparar la pérdida contablemente; a través de la aplicación de un método de depreciación; en esta ocasión se utilizará el método de Línea Recta de acuerdo a los porcentajes señalados en el Reglamento a la Ley de Régimen Tributario Interno, Art.25 numeral 6. En la siguiente tabla se presenta los valores de la depreciación correspondientes a los 5 años.

Tabla 86: Activos fijos a depreciar

Nro.	Activos fijos	Porcentaje	Años	Reinversión	Inversión
Área administrativa					
1	Terreno				6.000,00
2	Edificio	5%	20 años		21.000,00
3	Muebles de oficina	10%	10 años		656,00
4	Equipos de oficina	10%	10 años		170,00
5	Equipos de computación	33,33%	3 años		1.201,18
6	Reinversión equipo de computación	33,33%	3 años	1.201,18	

Área de ventas				
1	Muebles de oficina	10%	10 años	1.158,00
2	Equipos de oficina	10%	10 años	410,00
3	Vehículo	20%	5 años	13.500,00
4	Equipos de computación	33,33%	3 años	752,22
5	Reinversión equipo de computación	33,33%	3 años	752,22
Inversiones operativas				
1	Maquinaria y equipo	10%	10 años	11.064,96
2	Equipos de seguridad	10%	10 años	594,00
TOTAL USD			1.953,40	56.506,36

Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: Ana María Maldonado
 Año: 2015

Tabla 87: Resumen gasto depreciación de activos fijos

Resumen gasto depreciación de activos fijos								
Nº	Descripción	2015	2016	2017	2018	2019	Depre. Acumu.	Saldo libros
Área administrativa								
1	Terreno							6.000,00
2	Edificio	1.050,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00	5.250,00	15.750,00
3	Muebles de oficina	65,60	65,60	65,60	65,60	65,60	328,00	328,00
4	Equipos de oficina	17,00	17,00	17,00	17,00	17,00	85,00	85,00
5	Equipos de computación	400,39	400,39	400,39			1.201,18	-
6	Reinversión equipos de computación				400,39	400,39	800,79	400,39
Subtotal		1.532,99	1.532,99	1.532,99	1.532,99	1.532,99	7.664,97	22.563,39
Área de ventas								
1	Muebles de oficina	115,80	115,80	115,80	115,80	115,80	579,00	579,00
2	Equipos de oficina	41,00	41,00	41,00	41,00	41,00	205,00	205,00

3	Vehículo	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	2.700,00	13.500,00	-
4	Equipos de computación y software	250,74	250,74	250,74			752,22	-
5	Reinversión equipos de computación				250,74	250,74	501,48	250,74
	Subtotal ventas	3.107,54	3.107,54	3.107,54	3.107,54	3.107,54	15.537,70	1.034,74
	Inversiones operativas							
1	Maquinaria y equipo	1.106,50	1.106,50	1.106,50	1.106,50	1.106,50	5.532,48	5.532,48
2	Equipos de seguridad	59,40	59,40	59,40	59,40	59,40	297,00	297,00
	Subtotal	1.165,90	1.165,90	1.165,90	1.165,90	1.165,90	5.829,48	5.829,48
	TOTAL USD	5.806,43	5.806,43	5.806,43	5.806,43	5.806,43	29.032,15	29.427,61

Fuente: Tabla 86, pág. 184

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

5.2.7. Presupuesto de egresos

El detalle del presupuesto de egresos y su respectiva proyección se lo realiza en la siguiente tabla:

Tabla 88: Presupuesto de egresos

Presupuesto de egresos					
Descripción	2015	2016	2017	2018	2019
Gasto personal					
Mano de obra directa	5.854,06	6.433,14	6.651,87	6.878,03	7.111,89
Remuneraciones administrativas	8.839,65	9.714,31	10.044,60	10.386,12	10.739,25
Remuneraciones ventas	5.787,86	6.381,92	6.622,76	6.874,02	7.136,27
Total USD	20.481,57	22.529,38	23.319,23	24.138,17	24.987,40

Costos y gastos					
Materia prima directa	32.995,50	35.413,81	38.009,35	40.795,14	43.785,09
Costos indirectos producción	44.902,46	47.743,94	51.054,94	54.595,77	58.382,38
Gastos administrativos	1.447,40	713,48	746,16	780,53	816,70
Gastos de ventas	2.820,00	3.019,28	3.121,94	3.228,08	3.337,84
Gastos financieros	2.185,04	1.793,60	1.355,99	866,78	319,87
Total USD	84.350,40	88.684,10	94.288,39	100.266,30	106.641,89
Depreciaciones	5.806,43	5.806,43	5.806,43	5.806,43	5.806,43
Utilidades trabajadores	2.941,05	3.415,71	3.993,43	4.623,38	5.310,03
Impuesto renta	438,59	750,49	1.201,92	1.737,37	2.321,02
Total presupuesto de egresos USD	114.018,04	121.186,11	128.609,39	136.571,65	145.066,77

Fuente: Estudio financiero
 Elaborado por: Ana María Maldonado
 Año: 2015

5.3. Estado de situación inicial proforma

El estado de situación inicial o estado de situación financiera proforma muestra los valores correspondientes a los activos de la microempresa, es decir, los bienes que serán adquiridos para el proyecto.

Así también se presentan los pasivos, mismo que se constituyen de las obligaciones financieras que serán adquiridas durante el proyecto, y finalmente el patrimonio neto, que representa el capital contable de la misma.

A continuación en la siguiente tabla se muestran los valores correspondientes al estado de situación inicial proforma:

Tabla 89: Estado de situación inicial proforma

Estado de situación inicial proforma			
Balance de arranque			
Año 2015			
<u>ACTIVOS</u>		<u>PASIVOS</u>	
Propiedad del Proyecto	8.736,00	<u>Obligaciones con instituciones financieras</u>	
<u>Activos de libre Disponibilidad</u>	8.736,00	Obligación largo plazo	21.000,00
Bancos	8.736,00	TOTAL PASIVO	21.000,00
Propiedad planta y equipo	56.506,36		
<u>Administrativos</u>			
Terreno	6.000,00		
Edificio	21.000,00		
Muebles de oficina	656,00		
Equipos de oficina	170,00		
Equipos de computación	1.201,18		
<u>Ventas</u>		<u>PATRIMONIO</u>	
Muebles de oficina	1.158,00		
Equipos de oficina	410,00	Inversión propia	44.242,36
Equipos de computación y software	752,22		
Vehículo	13.500,00	TOTAL PATRIMONIO	44.242,36
<u>Producción</u>			
Maquinaria y equipo	11.064,96		
Equipos de seguridad	594,00		
TOTAL ACTIVOS	<u>65.242,36</u>	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	<u>65.242,36</u>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

5.4. Estado de resultados proyectado

En el estado de resultados proyectado se toma en cuenta los ingresos por ventas menos los egresos estimados, y así también refleja los resultados económicos de la operación prevista del proyecto para los 5 primeros años; del mismo modo a este estado se lo conoce como estado de pérdidas y ganancias.

Tabla 90: Estado de resultados proyectado

Estado de resultados proyectado					
<i>Proyección costos operativos</i>					
Descripción/ años	2015	2016	2017	2018	2019
Materia prima directa	32.995,50	35.413,81	38.009,35	40.795,14	43.785,09
Mano de obra operativa	5.854,06	6.433,14	6.651,87	6.878,03	7.111,89
Costos indirectos de producción	46.068,36	48.909,83	52.220,84	55.761,67	59.548,28
Total USD	84.917,91	90.756,78	96.882,06	103.434,84	110.445,26
<u>Estado de pérdidas o ganancia proyectado</u>					
Descripción/ años	2.015	2.016	2.017	2.018	2.019
Ventas proyectadas	130.245,39	139.791,34	150.036,93	161.033,43	172.835,90
Ventas netas	130.245,39	139.791,34	150.036,93	161.033,43	172.835,90
(-) costos de operativos	84.917,91	90.756,78	96.882,06	103.434,84	110.445,26
Utilidad (pérdida) operacional	45.327,48	49.034,56	53.154,86	57.598,60	62.390,64
Gastos administracion	11.820,04	11.960,79	12.323,75	12.699,65	13.088,94
Servicios básicos administrativos	343,20	362,75	383,50	405,55	428,97
Materiales de aseo	165,00	170,61	176,41	182,41	188,61

Materiales de oficina	189,20	180,12	186,25	192,58	199,13
Gastos constitución	750,00				
Sueldos administrativos	8.839,65	9.714,31	10.044,60	10.386,12	10.739,25
Gastos depreciación	1.532,99	1.532,99	1.532,99	1.532,99	1.532,99
Gastos ventas	11.715,40	12.508,74	12.852,23	13.209,64	13.581,65
Gastos de publicidad	650,00	775,50	801,87	829,13	857,32
Gasto combustibles y lubricantes	2.170,00	2.243,78	2.320,07	2.398,95	2.480,52
Sueldos ventas	5.787,86	6.381,92	6.622,76	6.874,02	7.136,27
Gastos depreciación	3.107,54	3.107,54	3.107,54	3.107,54	3.107,54
Utilidad (perdida) operacional	21.792,04	24.565,03	27.978,88	31.689,31	35.720,05
Gastos financieros	2.185,04	1.793,60	1.355,99	866,78	319,87
Intereses pagados	2.185,04	1.793,60	1.355,99	866,78	319,87
Utilidad o perdida ejercicio	19.607,00	22.771,43	26.622,89	30.822,53	35.400,17
Participación trabajadores 15 %	2.941,05	3.415,71	3.993,43	4.623,38	5.310,03
Utilidades antes de impuestos	16.665,95	19.355,71	22.629,45	26.199,15	30.090,15
Impuesto a la renta	438,59	750,49	1.201,92	1.737,37	2.321,02
Utilidad o perdida neta	16.227,35	18.605,23	21.427,53	24.461,78	27.769,13

Fuente: Estudio financiero
 Elaborado por: Ana María Maldonado
 Año: 2015

Tabla 91: Cálculo impuesto a la renta para el primer año

Cálculo impuesto para el primer año			
Base imponible	Fracción básica	Excedente	Total USD
16.665,95	13.770,00	2.895,95	
Valor a pagar	149,00	289,59	438,59

Fuente: Estudio financiero, tabla 90.
 Elaborado por: Ana María Maldonado
 Año: 2015

Como se puede observar en la tabla 91, el cálculo del impuesto a la renta para el primer año, se lo realizó utilizando la tabla del impuesto a la renta para el año 2015, para personas naturales, misma que es emitida por el Servicio de Rentas Internas del Ecuador.

A continuación la siguiente imagen presenta la mencionada tabla:

TABLA IMPUESTO A LA RENTA 2015, PERSONAS NATURALES			
Fracción Básica	Exceso hasta	Impuesto a la Fracción Básica	% Impuesto a la fracción excedente
0	10,800	0	
10,800	13,770	0	5%
13,770	17,210	149	10%
17,210	20,670	493	12%
20,670	41,330	908	15%
41,330	61,980	4,007	20%
61,980	82,660	8,137	25%
82,660	110,190	13,307	30%
110,190	En adelante	21,566	35%

Resolución: NAC-DGERCGC14-00001085

Ilustración 33: Tabla impuesto a la renta 2015, personas naturales

Fuente: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>

Año: 2015

5.5. Flujo de caja proyectado

El flujo de caja en cualquier tipo de empresa simboliza el comportamiento del dinero en las operaciones que se realizan dentro del negocio; tomando en consideración que estos valores dentro del presente estudio; son solo pronósticos; mas no se tiene ninguna certeza de los verdaderos ingresos y egresos que obtendrá la microempresa.

A continuación en la siguiente tabla se muestra el flujo de caja y su respectiva proyección para los próximos cinco años:

Tabla 92: Flujo de caja proyectado

Flujo de caja proyectado						
Descripción/ años	AÑO 0	2015	2016	2017	2018	2019
Capital propio	(44.242,36)					
Capital financiado	(21.000,00)					
INVERSION TOTAL	(65.242,36)					
Utilidad del Ejercicio		16.227,35	18.605,23	21.427,53	24.461,78	27.769,13
(+) Depreciaciones		5.806,43	5.806,43	5.806,43	5.806,43	5.806,43
TOTAL DE INGRESOS		22.033,78	24.411,66	27.233,96	30.268,21	33.575,56
EGRESOS						
Pago de deuda		3.319,22	3.710,66	4.148,27	4.637,48	5.184,37
Reinversión					1.953,40	
(-) TOTAL DE EGRESOS		3.319,22	3.710,66	4.148,27	6.590,88	5.184,37
(+) Recuperación efectivo						8.736,00
(+) Recuperación Activos Fijos (saldo en libros)						29.427,61
FLUJO NETO	(65.242,36)	18.714,56	20.700,99	23.085,70	23.677,33	66.554,80

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

5.6. Evaluación financiera

5.6.1. Determinación del Costo de oportunidad y Tasa de Rendimiento Medio

5.6.1.1. Costo de oportunidad

El costo de oportunidad es conocido como la tasa de desgaste de la inversión; la misma permite determinar el rendimiento de la inversión.

Para establecer el costo de oportunidad se tomó como referencia las pólizas de depósitos a plazo fijo que pagan por mantener el dinero en efectivo durante un año sin ningún riesgo; cuya tasa de interés es de 7,50% para la inversión propia y para la inversión financiada, la tasa de interés del 11.20% según datos del Banco Nacional del Fomento.

Tabla 93: Costo de oportunidad

Descripción	VALOR USD	Porcentaje	TASA	VALOR PONDERADO
Inversión propia	44.242,36	67,81%	7,50%	5,09%
Inversión financiada	21.000,00	32,19%	11,20%	3,61%
Total	65.242,36	100,00%	18,70%	8,69%

Fuente: Estudio financiero tabla 120, pág. 193.

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

✓ **Coste del capital**

$$CK=8.69\%$$

Como se puede evidenciar el proyecto en el caso de ser financiado por una institución financiera con una tasa de interés del 11,20%, tiene un rendimiento de por lo menos un 8.69%.

5.6.1.2. Tasa de Rendimiento Medio

Para el cálculo de la Tasa de Rendimiento Medio se consideró dos componentes; uno es el coste del capital y otra es la inflación actual vigente según datos del Banco Central del Ecuador.

Para obtener la Tasa de Rendimiento Medio, se debe aplicar la siguiente fórmula:

$$TRM = (1 + CK)(1 + INFLACIÓN) - 1$$

Dónde:

CK= Costo de capital

CK=8,69%

Inflación = Según Banco Central del Ecuador

Inflación = 3,40%

Tasa de Rendimiento Medio:

TRM = (1 + CK) (1 + Inf) – 1

TRM = (1 + 0,0869) (1 + 0,0340) – 1

TRM = 0,1239

TRM = 12,39%

En conclusión el rendimiento real mínimo del proyecto es del 12,39%.

5.6.2. Valor Actual Neto

El VAN es la suma de todos los flujos netos de efectivo de los años proyectados anteriormente y se resta la inversión inicial. Es importante mencionar que el VAN representa el valor del dinero en el presente; y si el resultado de la operación es igual o superior que cero, el proyecto debe ser aceptado.

$$VAN = \sum \frac{\text{Flujos netos de caja actualizados}}{(1+i)^n} - \text{Inversión inicial}$$

$$\text{VAN} = \frac{18.714,56}{(1 + 0,1239)^1} + \frac{20.700,99}{(1 + 0,1239)^2} + \frac{23.085,70}{(1 + 0,1239)^3} + \frac{23.677,33}{(1 + 0,1239)^4} + \frac{66.554,80}{(1 + 0,1239)^5} - 65.242,36$$

$$\text{VAN} = 101.266,05 - 65.242,36$$

$$\text{VAN} = 36.023,69$$

Tabla 94: Flujos netos actualizados para el cálculo del VAN.

Flujos netos actualizados			
Años	Flujos netos	Factor actualización 1/(1+r)^(n)	Flujos de caja actualizados
1	18.714,56	0,89	16.651,97
2	20.700,99	0,79	16.389,41
3	23.085,70	0,70	16.263,02
4	23.677,33	0,63	14.841,48
5	66.554,80	0,56	37.120,16
TOTAL USD	152.733,38		101.266,05

Fuente: Estudio financiero, tabla 92, pág. 192

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Tabla 95: Cálculo del VAN

Cálculo del VAN
VAN = FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS-INVERSIÓN
VAN = 101.266,05 - 65.242,36
VAN = 36.023,69

Fuente: Estudio financiero, tabla 94, pág. 195

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

En vista que valor actual neto del presente proyecto es de \$ 36.023,69 mayor que cero (> 0); se puede decir que el proyecto es potencialmente aceptable.

5.6.3. Tasa Interna de Retorno

La Tasa Interna de Retorno es aquella que determina la rentabilidad del proyecto durante su vida útil, e indica a que tasa el proyecto debe rendir para recuperar la inversión.

Para el cálculo de la TIR debemos proceder a obtener el VAN positivo y el VAN negativo de la siguiente manera:

Tabla 96: Flujos netos actualizados para el cálculo de la TIR

Flujos netos actualizados			
Años	Flujos netos.	VAN positivo 27 %	VAN negativo 29 %
0	-65.242,36	-65.242,36	-65.242,36
1	18.714,56	14.735,87	14.507,41
2	20.700,99	12.834,64	12.439,75
3	23.085,70	11.270,21	10.754,09
4	23.677,33	9.101,60	8.550,15
5	66.554,80	20.144,70	18.630,77
TOTAL USD	87.491,02	2.844,66	-360,17

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

La fórmula de la TIR es:

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \left[\frac{VAN Ti}{(VAN Ti - VAN Ts)} \right]$$

$$TIR = 0,27 + (0,29 - 0,27) \left[\frac{2.844,66}{(2.844,66 - (-360,17))} \right]$$

$$TIR = 0,27 + (0,02) [0,887615643]$$

$$\mathbf{TIR = 28,78\%}$$

La Tasa Interna de Retorno que se obtuvo del cálculo, muestra la rentabilidad del proyecto con una tasa del 28,78% positiva; y debido que dicha tasa supera a la tasa pasiva vigente en el sistema financiero, se puede manifestar que el proyecto es potencialmente factible.

5.6.4. Período de recuperación de la inversión

Tabla 97: Flujos de caja netos actualizados para el período de recuperación

Años	Flujos de caja	Flujos acumulados	Flujos netos actualizados	Flujos actualizados acumulados
0	(65.242,36)		(65.242,36)	
1	18.714,56		16.651,97	
2	20.700,99	39.415,56	16.389,41	33.041,39
3	23.085,70	62.501,25	16.263,02	49.304,41
4	23.677,33	86.178,58	14.841,48	64.145,89
5	66.554,80	152.733,38	37.120,16	101.266,05

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

5.6.4.1. Recuperación de la inversión a valor corriente

Año tres (sumatoria año 1, 2, 3): 62.501,25

Año cuatro: 23.677,33

Falta: 2.741,11

$$PRI = \frac{2.741,11}{23.677,33}$$

$$PRI = 0,115769287 + 3$$

$$PRI = 3,115769287$$

$$PRI = 3,1$$

La inversión se recupera en 3 años y 1 mes a valor corriente.

5.6.4.2. Recuperación de la inversión a valor real

Año cuatro (sumatoria año 1, 2, 3 y 4): 64.145,89

Año cinco: 37.120,16

Falta: 1.096,47

$$PRI = \frac{1.096,47}{37.120,16}$$

$$PRI = 0,029538428 + 4$$

$$PRI = 4,029538428$$

$$PRI = 4$$

La inversión se recupera en 4 años a valor real.

5.6.5. Relación Beneficio Costo

La relación beneficio costo es aquella que establece la comparación entre el costo que tiene la inversión y la rentabilidad que se va a obtener durante la vida útil del proyecto.

Tabla 98: Relación Beneficio Costo

Años	Ingresos	Egresos	Ingresos actualizados	Egresos actualizados
1	130.245,39	114.018,04	115.890,67	101.451,78
2	139.791,34	121.186,11	110.675,75	95.945,60
3	150.036,93	128.609,39	105.695,49	90.600,58
4	161.033,43	136.571,65	100.939,34	85.606,15
5	172.835,90	145.066,77	96.397,21	80.909,30
TOTAL	753.942,99	645.451,97	529.598,46	454.513,41

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

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

$$B / C = \frac{529.598,46}{454.513,41}$$

$$B / C = 1,17$$

El valor calculado de la relación beneficio – costo, es de 1,17 USD, lo que significa que por cada dólar que la microempresa invierte tiene un beneficio de 0,17 centavos de dólar, esto quiere decir que es recomendable invertir en el proyecto.

5.6.6. Punto de equilibrio del proyecto

El punto de equilibrio es aquella herramienta que se utiliza dentro del estudio financiero para poder establecer el punto a partir del cual la microempresa, va a empezar a tener ganancias, e inicia la recuperación de su inversión fija.

Tabla 99: Proyección punto de equilibrio del proyecto

Proyección para el punto de equilibrio					
Descripción	2015	2016	2017	2018	2019
Ingresos					
Ventas	130.245,39	139.791,34	150.036,93	161.033,43	172.835,90
Costos fijos					
Remuneraciones administrativas	8.839,65	9.714,31	10.044,60	10.386,12	10.739,25
Remuneraciones ventas	5.787,86	6.381,92	6.622,76	6.874,02	7.136,27
Mano de obra directa	5.854,06	6.433,14	6.651,87	6.878,03	7.111,89

Gastos de ventas	2.820,00	3.019,28	3.121,94	3.228,08	3.337,84
Gastos administrativos	1.447,40	713,48	746,16	780,53	816,70
Gastos financieros	2.185,04	1.793,60	1.355,99	866,78	319,87
Depreciación	5.806,43	5.806,43	5.806,43	5.806,43	5.806,43
Total costo fijo	32.740,44	33.862,17	34.349,74	34.819,99	35.268,25
Costos variables					
Materia prima directa	32.995,50	35.413,81	38.009,35	40.795,14	43.785,09
Costos indirectos producción	44.902,46	47.743,94	51.054,94	54.595,77	58.382,38
Total costo variable	77.897,96	83.157,74	89.064,30	95.390,91	102.167,48
Punto de Equilibrio en dolares	81.461,32	83.583,57	84.525,30	85.419,98	86.256,62

Fuente: Estudio financiero
 Elaborado por: Ana María Maldonado
 Año: 2015

El punto de equilibrio se calcula en base a la siguiente formula:

✓ **Punto de Equilibrio en dólares año 2015**

$$PE \$ = \frac{\text{COSTOS FIJOS TOTALES}}{1 - (\text{COSTOS VARIABLES/VENTAS})}$$

$$PE \$ = \frac{32.740,44}{1 - (77.897,96 / 130.245,39)}$$

$$PE \$ = \frac{32.740,44}{0,40}$$

$$PE \$ = 81.461,32 \text{ USD}$$

✓ **Punto de Equilibrio en unidades año 2015**

$$PE \ u = \frac{PE \$}{PV}$$

$$PE \ u = \frac{81.461,32}{0,12}$$

$$PE \ u = 678.844$$

Tabla 100: Detalle del cálculo del punto de equilibrio

Descripción	Producto	Porcentaje %	Valor unit.	Valor total	Porcentaje %	P.E dólares	P.E unid.
Panes	1085378	100,00%	0,12	130.245,39	100,00%	81.461,32	678.844
Total	1.085.378	100,00%		130.245,39	100,00%	81.461,32	678.844

Fuente: Estudio financiero tabla 99, pág 200.

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Significa la microempresa a partir de la venta de 678.844 unidades de pan, es decir 37.336,42 kg; y con respecto al punto de equilibrio en dólares quiere decir que a partir de la venta de \$ 81.461.32 dólares, se iniciará con la recuperación de la inversión.

5.6.7. Resumen de la evaluación financiera

La evaluación financiera determina que el proyecto económicamente es potencialmente factible, debido a que sus indicadores son todos positivos.

En la tabla que se presenta a continuación se muestra el resumen de la evaluación financiera perteneciente al siguiente capítulo:

Tabla 101: Resumen de la evaluación financiera

Resumen de la evaluación financiera				
Nro	Siglas	Rubro	Resultado	Observaciones
1	TRM	Tasa Rendimiento Medio	12,39%	Aceptable
2	TIR	Tasa Interna de Retorno	28,78%	Es superior a la TRM.
3	VAN	Valor Actual Neto	36.023,69	Aceptable
4	RC	Recuperacion Inversión	Recupera en 4 años	Aceptable
5	CB	Costo Beneficio	1,17	Por cada dólar gana 0,17 centavos.
6	PE	Punto de Equilibrio dólares	81.461,32 USD	Para no ganar ni perder
		Punto de Equilibrio unidades	678.844	Panes

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ana María Maldonado

Año: 2015

Se puede concluir que los evaluadores financieros del proyecto presentan una situación potencial favorable lo que significa que es atractivo, siempre y cuando los diversos escenarios no tengan cambios significativos. Es importante también, tomar en consideración que la Tasa Interna de Retorno ha dejado de mostrar un escenario conservador, pues es de 16,39 puntos sobre la Tasa de Rendimiento Medio, demostrando ser superior.

De igual manera en la tabla de evaluadores financieros del proyecto, se puede apreciar que se presentan niveles razonables, debido a que si todos los evaluadores estuviesen en niveles altos no serian tan reales, es decir; el proyecto estuviera sobredimensionado.

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

6.1. Nombre de la microempresa

La nueva microempresa tendrá como nombre comercial: “Al Son del Valle Panadería y Pastelería”, esperando que el mismo cause impacto y llame la atención del consumidor.

6.1.1. Actividad económica de la microempresa

“Al Son del Valle Panadería y Pastelería”, es una microempresa de responsabilidad limitada, encaminada a satisfacer las necesidades de alimentación en productos de panificación a los consumidores finales.

6.1.2. Logotipo de la microempresa



Ilustración 34: Logotipo
Elaborado por: Ana María Maldonado
Año: 2015

6.1.3. Slogan

“La mejor calidad y sabor a su alcance”

6.2. Misión

“Proveer a la comunidad El Juncal y sus alrededores productos de panadería y pastelería, mediante la utilización de insumos de calidad, brindando un servicio cordial y oportuno encaminado a satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes”.

6.3. Visión

“Para el año 2017 lograr posicionarse como una microempresa altamente competitiva e innovadora, reconocida por la elaboración y comercialización de productos de panadería de calidad a nivel del valle del Chota, buscando siempre la satisfacción de necesidades; para lograr un desarrollo económico, alta participación en el mercado y contribuir con la comunidad”.

6.4. Objetivos organizacionales

- ✚ Atender a los clientes en cada compra con cordialidad, calidez y oportunidad.
- ✚ Ofrecer productos de calidad que cumplan con las normas de higiene para satisfacer las necesidades de los clientes y generar rentabilidad.
- ✚ Mantener el producto en el mercado e incrementar gradualmente y lograr el posicionamiento de la imagen.
- ✚ Cumplir con toda la normativa legal que permita que la microempresa desarrolle normalmente sus actividades.
- ✚ Contribuir con la generación de fuentes de empleo en la comunidad El Juncal donde se ubicará la microempresa.

6.5. Principios y valores

6.5.1. Principios

- ✚ En “Al Son del Valle Panadería y Pastelería”, el trabajo se lo realizará de acuerdo a las necesidades de los clientes y trabajadores.
- ✚ Para “Al Son del Valle Panadería y Pastelería” la disciplina será el eje fundamental para lograr la excelencia y el éxito.
- ✚ Para obtener la total satisfacción de los clientes, “Al Son del Valle Panadería y Pastelería” ofrecerá productos y servicios de calidad.
- ✚ Las relaciones con distribuidores, proveedores y otros involucrados se caracterizarán por ser mutuamente benéficas y se lograrán por medio de los objetivos establecidos.

6.5.2. Valores

Los valores fundamentales que orientan y definen la forma de trabajar y las relaciones entre el personal y los clientes para alcanzar el logro del éxito en “Al Son del Valle Panadería y Pastelería” son:

- ✚ **Ética y honestidad:** “Al Son del Valle Panadería y Pastelería”, realizará cada actividad con transparencia y rectitud, buscando armonía en las relaciones interpersonales, laborales y comerciales.
- ✚ **Respeto:** “Al Son del Valle Panadería y Pastelería” verá a los trabajadores como personas y no como instrumentos. Es por eso que valorará a cada persona y comprenderá sus diferencias sociales, culturales, religiosas y de pensamiento.

- ✚ **Responsabilidad:** “Al Son del Valle Panadería y Pastelería”, desarrollará el trabajo con dedicación y cumplirá con los deberes a tiempo y acorde al compromiso con la microempresa.
- ✚ **Confianza:** “Al Son del Valle Panadería y Pastelería”, ofrecerá productos a precios justos y razonables para mantener e incrementar la participación en el mercado.

6.6. Políticas

Las políticas de la microempresa son las directrices que orientan el accionar de los empleados, mismas que a continuación se desarrollan:

- ✚ La administración será quien defina la estructura organizacional de la microempresa para que las actividades se desarrollen claramente de tal manera que se logre satisfacer las necesidades con productos y servicios de calidad.
- ✚ Las tareas y responsabilidades asignadas a los trabajadores deberán asignarse de acuerdo a las competencias de cada uno de ellos, evitando que haya duplicidad de funciones.
- ✚ La información se manejará de manera reservada y con el debido profesionalismo para poder tomar decisiones en beneficio de la microempresa y sus trabajadores.
- ✚ El cumplimiento de los objetivos organizacionales y el desempeño del personal serán evaluados continuamente por la administración para garantizar una mejora continua de los procesos y actividades de la microempresa.

6.7. Organigrama estructural

El organigrama estructural refleja gráficamente la organización de la microempresa y permite determinar las áreas, niveles jerárquicos y la relación de autoridad entre ellos. El organigrama estructural que tendrá “Al Son del Valle Panadería y Pastelería”, es el siguiente:



Ilustración 35: Organigrama estructural

Elaborado por: Ana María Maldonado
Año: 2015

La organización interna de “Al Son del Valle Panadería y Pastelería”, tendrá los siguientes niveles jerárquicos:

Nivel directivo

Está conformado por el administrador general de la microempresa, cuya principal función es la toma de decisiones encaminadas al desarrollo y crecimiento organizacional.

Es importante destacar que al ser una microempresa, no cuenta con un nivel ejecutivo, así también es importante mencionar que el administrador general es quien se encargará de dirigir, orientar y supervisar la ejecución de las actividades y políticas de la misma.

Nivel operativo

Este nivel está conformado por la contadora, el maestro panificador, y por el vendedor despachador de la microempresa.

6.8. Organigrama funcional

Son las principales funciones, responsabilidades o tareas que tendrá cada área de “Al Son del Valle Panadería y Pastelería”, acuerdo al siguiente detalle:

Administración

Esta área se encargará de las siguientes actividades:

- ✓ Plantear objetivos a corto, mediano y largo plazo para que la microempresa se desarrolle y siga creciendo.
- ✓ Planificar, organizar, dirigir y controlar todos los aspectos de la microempresa, así como de la toma de decisiones y dar solución a los conflictos.
- ✓ Coordinar las actividades del resto de departamentos.
- ✓ Tomar decisiones adecuadas para el manejo idóneo de la microempresa.
- ✓ Designar funciones y responsabilidades para todos los miembros de la microempresa.

Departamento de contabilidad

Será el encargado de desarrollar las actividades financieras contables necesarias para el funcionamiento operacional normal de la microempresa, como:

- ✓ Llevar la contabilidad de la microempresa.
- ✓ Realizar las declaraciones y pagos correspondientes, así como todo lo que tenga que ver con el Servicio de Rentas Internas, IESS y con el Ministerio de Relaciones Laborales.
- ✓ Formular los roles de pagos y realizar el pago al personal.
- ✓ Controlar los costos del proceso productivo.

Departamento de producción

Se ejecutarán todas las actividades relacionadas con la elaboración del producto como:

- ✓ Control del tiempo, adquisición y almacenamiento de la materia prima y otros insumos.
- ✓ Trabajo en equipo, control permanente de calidad de los procesos productivos y de los productos.
- ✓ Controlar los inventarios de materia prima e insumos y realizar los pedidos acorde a las necesidades de producción.
- ✓ Dar mantenimiento a los equipos de panificación, y realizar la limpieza del área de producción.

Departamento de ventas

En este departamento se efectuarán las siguientes actividades:

- ✓ Correcta atención y servicio al cliente
- ✓ Comercializar adecuadamente el producto hasta llegar al consumidor final, y tomar en cuenta sus requerimientos y quejas.

- ✓ Arreglo y limpieza el punto de venta.
- ✓ Controlar adecuadamente los inventarios.
- ✓ Realizar el cobro correspondiente y entregar el comprobante de venta respectivo.

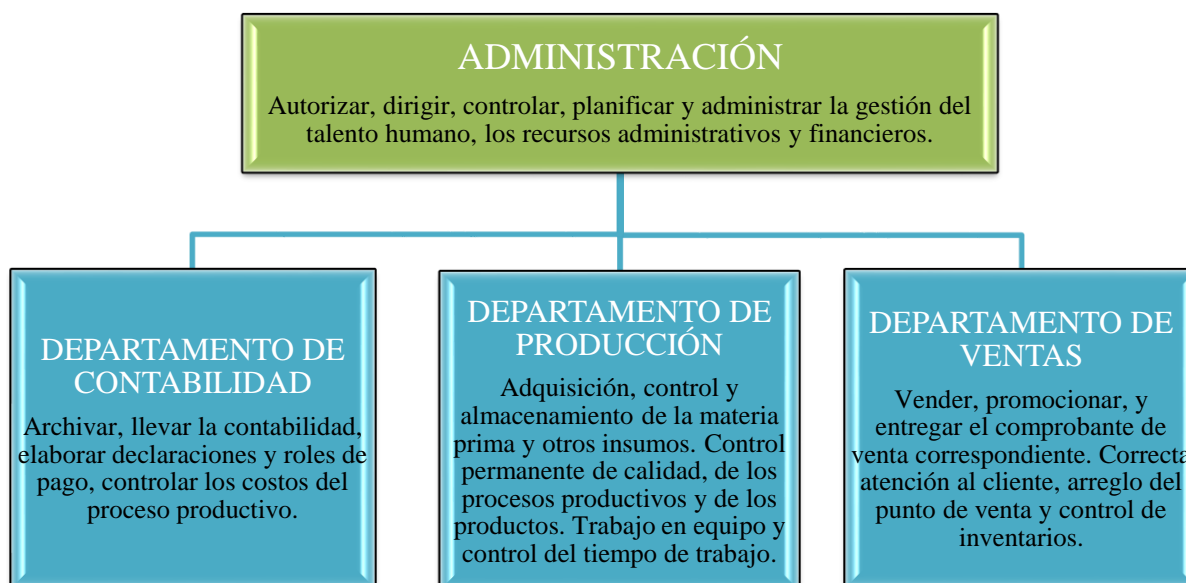


Ilustración 36: Organigrama funcional

Elaborado por: Ana María Maldonado
Año: 2015

6.9. Manual de funciones

“Al Son del Valle Panadería y Pastelería”, contará con una herramienta que le permitirá conocer el perfil de los puestos, y de esta manera realizar una correcta asignación tomando en cuenta la formación y habilidades de cada persona, a continuación se detalla el manual de funciones con la respectiva descripción y perfil de cada cargo.

Administrador general

Descripción del cargo

Nombre del cargo: Administrador general

Superior Inmediato: Administrador general

Nivel del cargo: Directivo

Puestos: 1

Perfil:

- ✓ Estabilidad emocional
- ✓ Habilidad para negociar
- ✓ Liderazgo.
- ✓ Trabajo bajo presión.
- ✓ Excelente manejo de relaciones humanas

Funciones:

- a) Ser el representante de la microempresa en el ámbito administrativo, legal y judicial ante cualquier autoridad.
- b) Dirigir y administrar los recursos de la microempresa asegurándose que todas las actividades se ejecuten de acuerdo a lo establecido en la ley.
- c) Ejercer el control necesario sobre la contabilidad de la microempresa para asegurarse de que todas las operaciones estén al día y conforme los requerimientos legales.
- d) Organizar el recurso humano y cuando sea necesario tomar decisiones respecto al reclutamiento y selección del personal.
- e) Cumplir y hacer cumplir las disposiciones establecidas por los propietarios.
- f) Asegurarse de que el personal cuente con las condiciones y herramientas de trabajo idóneas para garantizar el rendimiento laboral y la seguridad de todo el personal.

- g) Velar constantemente por el cumplimiento de la misión, visión, principios, valores y objetivos organizacionales de la microempresa.
- h) Mantener relaciones cordiales con los empleados, proveedores, clientes, propietarios y otros involucrados con la microempresa.
- i) Mantener y mejorar la buena imagen mediante la calidad del producto y servicio ofertado por la microempresa y fortaleciendo la relaciones con el entorno.

Requisitos mínimos:

- ✓ Estudios en ingeniería contabilidad, o en administración de empresas o carreras afines.
- ✓ Mínimo 1 año de experiencia en cargos similares.

Contador general

Descripción del cargo

Nombre del cargo: Contador general

Superior Inmediato: Administrador general

Nivel del cargo: Operativo

Puestos: 1

Perfil:

- ✓ Manejo de contabilidad
- ✓ Conocimiento leyes tributarias.
- ✓ Excelentes relaciones humanas.

Funciones:

- a) Recopilar toda la información financiera efectuada, que se originan en un documento legalmente constituido y aprobado.

- b) Llevar un registro contable y financiero de las operaciones efectuadas dentro y fuera de la organización, que permita observar su situación económica.
- c) Realizar las declaraciones y pagos correspondientes, así como todo lo que tenga que ver con el Servicio de Rentas Internas, IESS y con el Ministerio de Relaciones Laborales.
- d) Emplear todos los principios, normas y leyes que sustenten el proceso contable y económico al que se sujetará la microempresa.
- e) Presentar los estados financieros pertinentes en el lapso comprendido

Requisitos mínimos:

- ✓ Estudios en Contabilidad Superior y Auditoría
- ✓ Mínimo 2 años de experiencia en cargos similares.

Maestro panificador

Descripción del cargo

Nombre del cargo: Maestro panificador

Superior Inmediato: Administrador general

Nivel del cargo: Operativo

Puestos: 1

Perfil:

- ✓ Amplios conocimientos en el proceso productivo del pan y control de calidad.
- ✓ Estabilidad emocional
- ✓ Trabajo bajo presión.
- ✓ Excelente manejo de relaciones humanas.

Funciones:

- a) Revisar permanentemente los resultados, para estar siempre en condiciones de hacer sugerencias de mejoras.
- b) Controlar el buen desarrollo de todas y cada una de las etapas del proceso de producción. Garantizar el adecuado y buen uso de los materiales de trabajo.
- c) Realizar el control de calidad del producto terminado.
- d) Supervisar la calidad y cantidad, así como el adecuado manejo de las materias bajo su responsabilidad.
- e) Notificar cualquier anomalía en su área.
- f) Controlar el trabajo del ayudante de producción.

Requisitos mínimos:

- ✓ Estudios superiores en el área de panificación.
- ✓ Mínimo 2 años de experiencia en cargos similares.

Vendedor despachador**Descripción del cargo**

Nombre del cargo: Vendedor despachador

Superior Inmediato: Administrador general

Nivel del cargo: Operativo

Puestos: 1

Perfil:

- ✓ Trabajo bajo presión.
- ✓ Excelente manejo de relaciones humanas

- ✓ Amabilidad y cordialidad
- ✓ Agilidad
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Estabilidad emocional

Funciones:

- a) Entregar reportes de ventas.
- b) Cierre de caja diariamente
- c) Realizar las actividades pertinentes a la venta del producto.
- d) Organizar el espacio destinado a la comercialización y exhibición del producto teniendo en cuenta el flujo de clientes.
- e) Colocar el producto en los lugares asignados de forma estratégica y ordenada para que exista una buena visibilidad de los mismos.
- f) Verificar la limpieza, higiene, estado del producto y del espacio destinado a la comercialización.
- g) Colocar el material publicitario o de promoción de forma visible y asegurando que no interfieran con la visibilidad del producto.

Requisitos mínimos:

- ✓ Título de bachiller o estudios superiores.
- ✓ Mínimo 2 años de experiencia en cargos similares.

6.10. Aspectos legales de funcionamiento

Los aspectos legales para la constitución y funcionamiento de “Al Son del Valle Panadería y Pastelería”, son los siguientes:

Normativa IEPI

El Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI) es el ente estatal que regula y controla la aplicación de las leyes de la propiedad intelectual, es decir, las creaciones.

El IEPI es una Institución revolucionaria que promueve a la propiedad intelectual en el Ecuador, como una herramienta para alcanzar el “sumak kawsay o buen vivir”, a través de la democratización del conocimiento y de la puesta al servicio de la sociedad de los avances tecnológicos y científicos de la humanidad, precautelando la soberanía nacional y los derechos de los ciudadanos y ciudadanas.

El IEPI es el Organismo Administrativo Competente para propiciar, promover, fomentar, prevenir, proteger y defender a nombre del Estado Ecuatoriano, los derechos de propiedad intelectual reconocidos en la Ley y en los tratados y convenios internacionales, sin perjuicio de las acciones civiles y penales que sobre esta materia deberán conocerse por la Función Judicial.

¿Qué es una Marca?

Una marca es un signo que distingue un servicio o producto de otros de su misma clase o ramo. Puede estar representada por una palabra, números, un símbolo, un logotipo, un diseño, un sonido, un olor, la textura, o una combinación de estos. Para efectos del registro de marcas deben distinguirse los tipos y las clases de marcas.

✓ **¿Cuánto cuesta registrar una marca en el Ecuador y cuánto tiempo dura la protección?**

El trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Marcas \$ 208,00 USD. La protección de la marca tiene una duración de 10 años, y siendo renovables

indefinidamente, la renovación se la puede realizar entre los seis meses antes y seis meses de la fecha de vencimiento.

¿Qué es nombre comercial?

Es el rótulo o enseña comercial que identifica un local comercial y las actividades que desarrolla.

✓ **¿Cuánto cuesta registrar un nombre comercial en el Ecuador, y cuánto tiempo dura la protección?**

El trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Nombre Comercial \$ 208,00 USD. La protección del nombre comercial tiene una duración de 10 años, y siendo renovables indefinidamente, la renovación se la puede realizar entre los seis meses antes y seis meses de la fecha de vencimiento.

¿Qué es un lema comercial?

Es la frase publicitaria que acompaña a una marca.

✓ **¿Cuánto cuesta registrar un lema comercial en el Ecuador, y cuánto tiempo dura la protección?**

El Trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Lema Comercial \$ 208,00 USD.

La protección del lema comercial tiene una duración de 10 años, y siendo renovables indefinidamente, la renovación se la puede realizar entre los seis meses antes y seis meses de la fecha de vencimiento.

¿Qué es una denominación de origen?

Es aquel signo que identifica un producto proveniente de determinada región, y que reúne requisitos específicos como factores humanos y naturales.

Este trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Denominación de Origen no tiene costo, al igual que el trámite de reconocimiento de Denominación de Origen extranjera.

¿Quién puede registrar una marca?

Puede registrar una marca cualquier persona natural o jurídica, sea nacional o extranjera.

¿Requiere de firma de abogado para registrar una marca, o una obra de derecho de autor?

No requiere firma de abogado

¿Qué se puede registrar?

Constituye marca cualquier signo que pueda por sí sólo distinguir los productos o servicios que expende en el mercado, respecto de otros ya existentes, para lo cual deberá ser susceptible de representación gráfica.

¿Qué beneficios y derechos que confiere el registro de una Marca?

Derecho al uso exclusivo, solo el titular puede hacer uso del signo.

Protección en toda la República Ecuatoriana y derecho de prioridad en los países de la Comunidad Andina de Naciones (Colombia, Perú y Bolivia), dentro de los primeros seis meses de presentada la solicitud en nuestro país.

Derecho de presentar acciones legales civiles, penales y administrativas en contra de infractores.

- ✓ Desalienta el uso de su marca por los piratas.
- ✓ Protege su prioridad del registro de estas marcas en otras naciones.
- ✓ Permite restringir la importación de bienes que utilizan marcas que infringen derechos.
- ✓ Derecho de otorgar licencias a terceros y de cobrar regalías.
- ✓ Derecho de franquiciar su producto o servicio.
- ✓ Ceder los derechos sobre su marca a terceros.
- ✓ Posibilidad de garantizar un crédito con su marca.

Al registrar su marca la convierte en un activo intangible, el cual en muchas ocasiones llega a convertirse en el activo más valioso de su empresa.

Obtención del Registro Único de Contribuyentes

El Servicio de Rentas Internas solicita los siguientes requisitos:

- a) Cédula del representante legal.
- b) Copia del certificado de votación.
- c) Factura, planilla, comprobante de pago de servicios básicos u otros servicios.
- d) Patente Municipal, Permiso de Bomberos.

Obtención de la Patente Municipal

Es el permiso municipal obligatorio para el funcionamiento de una actividad económica habitual; se la debe obtener dentro de los 30 días siguientes al día final del mes en que se inician las actividades y durante mes de enero de cada año.

Los requisitos son los siguientes:

- a) Copia del RUC.
- b) Cédula y papeleta de votación.
- c) Formulario de declaración del impuesto de patentes.
- d) Formulario para categorización según el tipo de local y lugar donde está ubicado.

Obtención del Permiso de Funcionamiento Sanitario

El Ministerio de Salud Pública del Ecuador, en el Acuerdo Ministerial 818, solicita:

- a) Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- b) Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- c) Copia de la cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
- d) Documentos que acrediten la personería jurídica cuando corresponda.
- e) Plano del establecimiento a escala 1:50.
- f) Croquis de ubicación del establecimiento.
- g) Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.

- h)** Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

Obtención del permiso de los Bomberos

El Cuerpo de Bomberos emite la autorización para el funcionamiento de todo local, como se trata de una empresa panificadora el tipo de permiso a tramitar es de categoría C.

Los requisitos son:

- a)** Solicitud de Inspección
- b)** Inspección aprobada por personal del Cuerpo de Bomberos de Ibarra.
- c)** Copia del RUC.
- d)** Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal.
- e)** Pago de la especie correspondiente al Permiso de Funcionamiento solicitado.

Responsabilidad laboral

El Código de Trabajo Ecuatoriano, acerca de la responsabilidad laboral manifiesta lo siguiente:

- a)** Pagar un sueldo al trabajador en la cantidad correspondiente y a su debido tiempo.
- b)** Adecuar lugares de trabajo, sujetándose a las disposiciones legales.
- c)** Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieran en el trabajo.

- d) Tratar a los trabajadores con el debido respeto.
- e) Dar al trabajador gratuitamente, certificado relativos a su trabajo cuantas veces lo solicite.
- f) Pagar al trabajador la remuneración correspondiente al tiempo perdido cuando se vea imposibilitado de trabajar.
- g) Inscribir a los trabajadores en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, desde el primer día de labores y todos los beneficios de ley, como son décimos, utilidades y vacaciones.

6.11. Constitución legal

En el momento que una microempresa inicia sus actividades económicas; para el propietario recién empieza la sociedad de hecho o de responsabilidad limitada, no se necesita instrumento escrito, sólo se requieren los documentos de los socios y algunos datos para comprobar el domicilio.

De acuerdo al Código Civil del año 2013, en Art. 499; la sociedad de hecho no es persona jurídica. Por consiguiente, los derechos que se adquieran y las obligaciones que se contraigan para la empresa social se entenderán adquiridos o contraídos a favor o a cargo de todos los socios de hecho o socio individualmente.

Determinación de la forma jurídica

La forma jurídica de “Al Son del Valle Panadería y Pastelería”, es una Compañía de Responsabilidad Limitada, con capacidad legal para realizar actividades de comercio, para lo cual son necesarios los siguientes requisitos:

a) Apertura de una cuenta

La apertura de la cuenta se lo realiza en principio para cumplir lo legal ya que para crear una compañía se necesita un capital social pagado de \$800 como mínimo según la ley de compañías. Este capital es recuperable.

b) Elaboración de la minuta ante un abogado

Se debe elaborar una minuta ante un abogado donde se detalla el capital social, los nombres de los socios de haberlo, y demás requisitos que se requiere para este efecto.

c) Registrar en la notaría pública

En seguida de elaborar la minuta se debe elevar a escritura pública, para que se legalice la creación de la compañía de responsabilidad limitada, en la cual debe estar presente la firma de un notario público y el detalle del capital social pagado.

CAPÍTULO VII

IMPACTOS

7.1. Introducción

Los impactos establecen los posibles efectos que en un determinado momento podría acarrear la implementación del proyecto, es por tal motivo que en este capítulo se efectúa un análisis de los posibles impactos a generarse en el ámbito económico, social, ambiental y educativo.

Es necesario realizar un análisis cuantitativo y cualitativo; a través del uso de la técnica de la matriz de valoración de impactos; en la que se establecerán indicadores, mismos a los que se les asignará consecutivamente una valoración, ya sea numérica positiva o negativa dependiendo del nivel de impacto de dicho indicador.

El diseño y la valoración se desarrollan de acuerdo a los siguientes criterios:

Tabla 102: Valoración cualitativa y cuantitativa de impactos

Escala positiva (Favorable)		Escala negativa (Desfavorable)	
Valoración cualitativa	Valoración cuantitativa	Valoración cualitativa	Valoración cuantitativa
Impacto alto positivo	3	Impacto alto negativo	-3
Impacto medio positivo	2	Impacto medio negativo	-2
Impacto bajo positivo	1	Impacto bajo negativo	-1
No hay impacto	0		

7.2. Impacto económico

Tabla 103: Impacto económico

N°	Indicadores	Valores							Total
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Generación de empleo					x			1
2	Nivel de ingresos						x		2
3	Costos de producción						x		2
4	Estabilidad económica						x		2
5	Rentabilidad del proyecto						x		2
									9

Elaborado por: Ana María Maldonado
Año: 2015

$$\text{Impacto económico} = \frac{\Sigma \text{ Nivel de impacto}}{\text{N° de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto económico} = \frac{9}{5}$$

$$\text{Impacto económico} = 1,8$$

$$\text{Impacto económico} = 2 \text{ Impacto medio positivo}$$

Análisis

Respecto al impacto económico el resultado de la matriz de evaluación es favorable, debido a que muestra que la implementación del proyecto tiene un impacto medio positivo, ya que el pan es un producto de primera necesidad y de consumo diario, que generará ingresos permanentes para la microempresa, así como también fuentes de empleo, demostrando que el nivel de ingresos de los propietarios y trabajadores aumentará; de igual forma los costos de producción son adecuados y permitirán obtener una apropiada rentabilidad y estabilidad económica.

7.3. Impacto social

Tabla 104: Impacto social

N°	Indicadores	Valores						Total
		-3	-2	-1	0	1	2	
1	Mejoramiento de calidad de vida					x		1
2	Imagen micro empresarial						x	2
3	Estabilidad familiar						x	2
4	Emprendimiento						x	2
5	Liderazgo					x		1
								8

Elaborado por: Ana María Maldonado
Año: 2015

$$\text{Impacto social} = \frac{\Sigma \text{ Nivel de impacto}}{\text{N}^\circ \text{ de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto social} = \frac{8}{5}$$

$$\text{Impacto social} = 1,6$$

$$\text{Impacto social} = 2 \text{ Impacto medio positivo}$$

Análisis

Se puede apreciar en la matriz de evaluación que el impacto social del proyecto es medio positivo, ya que mediante la implementación del mismo se mejorará la calidad de vida de los clientes potenciales con el consumo de productos de excelente calidad, así como también de los propietarios y los trabajadores debido a que la microempresa poseerá un ingreso fijo que permitirá cubrir las necesidades básicas; beneficiando de esta manera para que “Al Son del Valle Panadería y Pastelería” obtenga una buena imagen micro empresarial, además el proyecto tendrá liderazgo ya que será la primera panadería y pastelería de la comunidad el Juncal, convirtiéndose en una alternativa que incrementa el emprendimiento dentro del sector.

7.4. Impacto ambiental

Tabla 105: Impacto ambiental

N°	Indicadores	Valores							Total
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Manejo adecuado de desechos			x					-1
2	Uso racional de aguas residuales			x					-1
3	Contaminación por olores			x					-1
4	Contaminación por ruido			x					-1
									-4

Elaborado por: Ana María Maldonado
Año: 2015

$$\text{Impacto ambiental} = \frac{\Sigma \text{ Nivel de impacto}}{\text{N}^\circ \text{ de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto ambiental} = \frac{-4}{4}$$

$$\text{Impacto ambiental} = -1$$

$$\text{Impacto ambiental} = -1 \text{ Impacto bajo negativo}$$

Análisis

La matriz muestra que el impacto ambiental es bajo negativo, debido a que las actividades relacionadas al proceso productivo del proyecto, no contienen productos tóxicos, así también el mismo contará con normas ambientales con la finalidad de mitigar los riesgos. Sin embargo es importante mencionar que al tratarse de una panadería y pastelería, la contaminación olfativa siempre estará presente; asimismo en “Al Son del Valle Panadería y Pastelería” se tratará de reducir el consumo de agua en cuanto sea posible y se tendrá un riguroso cuidado con las fugas, finalmente se dará un adecuado tratamiento a los desechos siendo así amigables con el medio ambiente.

7.5. Impacto educativo

Tabla 106: Impacto educativo

N°	Indicadores	Valores							Total
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Aprendizaje al manejo del presupuesto familiar, social, empresarial, entre otros.						x		2
2	Idoneidad para brindar atención al cliente de calidad.						x		2
3	Amplia gama de productos de oferta y atención a las necesidades de la demanda potencial y una sana competencia.						x		2
									6

Elaborado por: Ana María Maldonado
Año: 2015

$$\text{Impacto educativo} = \frac{\Sigma \text{ Nivel de impacto}}{\text{N}^\circ \text{ de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto educativo} = \frac{6}{3}$$

$$\text{Impacto educativo} = 2 \text{ Impacto medio positivo}$$

Análisis

Se puede apreciar en la matriz de evaluación que el impacto educativo, es medio positivo, debido a que la creación de la microempresa favorece el aprendizaje de la sociedad en el manejo del presupuesto, diferenciando calidad y cantidad, el precio, la atención al cliente y otros factores fundamentales del proceso. De igual forma se establece una relación de competitividad para brindar atención de calidad; y una amplia gama de productos, por lo que se implementará también una política de sana competencia y oferta del producto.

7.6. Impacto general

Tabla 107: Impacto general

N°	Indicadores	Valores							Total
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Impacto económico						x		2
2	Impacto social						x		2
3	Impacto ambiental			x					-1
4	Impacto educativo						x		2
									5

Elaborado por: Ana María Maldonado
Año: 2015

$$\text{Impacto general} = \frac{\Sigma \text{ Nivel de impacto}}{\text{N}^\circ \text{ de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto general} = \frac{5}{4}$$

$$\text{Impacto general} = 1,25$$

$$\text{Impacto general} = 1 \text{ Impacto bajo positivo}$$

Análisis

Con respecto al impacto general, se puede apreciar en la matriz de evaluación que el impacto es bajo positivo, debido a que la puesta en marcha de la microempresa generará beneficios para la población en general.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Una vez efectuada la investigación del “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PANADERÍA Y PASTELERÍA, EN LA COMUNIDAD EL JUNCAL, PARROQUIA AMBUQUÍ, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”, se puede corroborar que se han alcanzado los objetivos propuestos.

- ✓ El diagnóstico situacional realizado, determinó que el Juncal dispone de todos los servicios básicos; así como también transporte y viabilidad en condiciones adecuadas, lo que incide de manera positiva en la factibilidad del proyecto, asimismo se identificó una buena cultura de consumo de pan, es importante mencionar que en la comunidad no existe microempresas panificadoras permanentes que oferten productos de panadería y pastelería.
- ✓ Las bases teóricas desarrolladas proporcionaron la información suficiente sobre el tema de investigación propuesto, lo que permitió sustentar científicamente cada una de las fases del mencionado proyecto.
- ✓ El estudio de mercado permitió determinar la existencia de un mercado potencial a satisfacer, frente a la oferta actual, debido a que actualmente en el Juncal existe un déficit en calidad del pan, lo cual afecta de manera potencialmente favorable a la factibilidad del proyecto.
- ✓ El proyecto es técnicamente factible, tomando en consideración que para determinar el tamaño de la planta se tomó en cuenta la demanda potencial a satisfacer, y de esta forma asegurar la calidad del producto y la optimización de recursos tanto materiales como

humanos; estableciendo una adecuada utilización de la maquinaria y equipos de alta tecnología, mismos que permiten optimizar la producción y el tiempo, razón por lo que la capacidad instalada de la planta va acorde a las necesidades de producción

- ✓ El estudio financiero, permitió identificar que el proyecto es potencialmente factible, así como también la sensibilidad del mismo. Los evaluadores financieros teóricamente demuestran una bondad al proyecto, situación varía cuando los diferentes escenarios del mercado cambian.

- ✓ La estructura orgánica y funcional, sirvió para establecer un diseño que facilitará el desempeño y normal desenvolvimiento de las actividades dentro del negocio. De igual forma se definió el aspecto legal para la creación de la microempresa, la misión, visión, principios, las funciones y responsabilidades de cada integrante para controlar la duplicidad de funciones.

- ✓ El nivel de los impactos analizados en la presente investigación demostró ser positivo, lo que determina que en la zona de influencia, el proyecto a implantarse es razonablemente factible.

RECOMENDACIONES

- ✓ Con los resultados obtenidos se recomienda la implementación y puesta en marcha del proyecto con el fin aprovechar en su totalidad las condiciones y oportunidades económicas, sociales y de mercado existentes en la comunidad el Juncal.
- ✓ Es importante poner énfasis en la búsqueda adecuada de fuentes de información, ya que un sustento teórico apropiado, sirve como base y apoyo para la toma de cualquier decisión.
- ✓ Se debe investigar de manera continua las necesidades de los clientes, de tal modo que se pueda aprovechar al máximo los recursos y ser un ente competitivo en el sector de la panificación.
- ✓ Es de gran importancia aprovechar la capacidad instalada de la planta, a través de una adecuada planificación de los procesos, así como también se debe ir innovado periódicamente cada uno de los mismos, a través de la utilización de tecnologías que favorezcan una óptima producción.
- ✓ Antes de implantar el negocio es recomendable, estudiar financieramente el proyecto a ejecutarse, a través de la utilización de evaluadores financieros que permitan determinar la factibilidad del mismo.
- ✓ Se deberá mantener los niveles positivos de impactos; y, en caso de que durante la ejecución del proyecto existieran variaciones, tratar de emendar errores y solucionar los inconvenientes que se presente de tal modo que no afecte directamente al proyecto.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Bibliografía

- Andrade y Guajardo, N. (2014). *Contabilidad financiera - Sexta edición* . México: McGraw-Hill.
- Anzola, R. (2010). *Administración de pequeñas empresas*. Mexico: MC Graw Hill.
- Araujo, A. D. (2012). *Proyectos de inversion: analisis, formulacion y evaluacion*. Mexico: Trillas.
- Baca, U. G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México D.F. - México: Editorial McGraw Hill Interamericana S.A., Sexta Edición.
- Baca, U. G. (2013). *Evaluacion de Proyectos*. Mexico D.F.: McGraw-Hill.
- Bravo, M. (2009). *Contabilidad General*. Escobar Impresores.
- Bravo, M. (2013). *Contabillidad General*. Quito: Escobar Impresores.
- Citalisa. (09 de 07 de 2015). <http://www.citalisa.com/>. Obtenido de <http://www.citalisa.com/>: <http://www.citalisa.com/>
- Código Civil . (2013). *Art. 499*. Quito-Ecuador: Talleres de la Corporación de Estudios y Publicaciones.
- Codigo de Trabajo Ecuatoriano 2015. (s.f.). *Ecuador legal online*. Recuperado el 1 de Julio de 2015, de <http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/codigo-de-trabajo/>
- Cordoba, P. M. (2011). *Formulacion y evaluacion de proyectos*. Bogota: Ecoe Ediciones.

Cuerpo de Bomberos de Ibarra. (s.f.). *Cuerpo de Bomberos de Ibarra*. Recuperado el 1 de julio de 2015, de Cuerpo de Bomberos de Ibarra: <http://bomberosibarra.gob.ec/?p=1353#!/>

Dra. Soraya Rhea González. (2012). *Trabajo de Grado*. Ibarra Ecuador: Universidad Técnica del Norte Primera edición.

Escalona, I. (2010). *Métodos de evaluación financiera en evaluación de proyectos*. México: UPIICSA-IPN.

Estupiñán, G. R. (2012). *Estados Financieros Básicos bajo NIC/NIF*. Colombia.: Eco. Ediciones .

Gallegos, R. R. (2012). *Elaboración de productos de bollería: panadería y bollería (UF0292)*. España: IC Editorial. ProQuest ebrary. Web. 13 June 2015. Copyright © 2012. IC Editorial. All rights reserved.

Hernández y Serra, M. (2010). *Libro Blanco del Pan*. Madrid: Médica Panamericana.

Hogarmania. (2015). <http://www.hogarmania.com/cocina/recetas/recetas-pan/>. Obtenido de <http://www.hogarmania.com/cocina/recetas/recetas-pan/>: <http://www.hogarmania.com/cocina/recetas/recetas-pan/>

<http://elsibaritaurbano.com/?p=2535>. (s.f.). Obtenido de <http://elsibaritaurbano.com/?p=2535>

<http://lolasabe.com/dia-mundial-del-pan/>. (14 de 01 de 2016). *lolasabe.com*. Obtenido de [lolasabe.com: http://lolasabe.com/dia-mundial-del-pan/](http://lolasabe.com/dia-mundial-del-pan/)

<http://www.ecuapan.amawebs.com/>. (09 de 07 de 2015). <http://www.ecuapan.amawebs.com/>. Obtenido de <http://www.ecuapan.amawebs.com/>: <http://www.ecuapan.amawebs.com/>

<http://www.olx.com.ec/>. (09 de 07 de 2015). <http://www.olx.com.ec/>. Obtenido de <http://www.olx.com.ec/>: <http://www.olx.com.ec/>

IEPI. (s.f.). *Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual*. Recuperado el 30 de Junio de 2015, de Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual: <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/la-institucion/>

Lezcano, E. P. (04 de 04 de 2011). *Alimentos Argentinos*. Recuperado el 19 de 05 de 2015, de Alimentos Argentinos.: http://www.alimentosargentinos.gov.ar/contenido/sectores/farinaceos/Productos/ProductosPanificados_2011_04Abr.pdf

Mejía, S. H. (2010). *Bienes y necesidades*. Perú: Huaraz-Ancash.

Ministerio de Salud Pública. (s.f.). *Ministerio de Salud Pública*. Recuperado el 1 de julio de 2015, de Ministerio de Salud Pública: <http://www.salud.gob.ec/tag/permiso-de-funcionamiento/>

Pavía, S. I. (2012). *Organización empresarial y de recursos humanos*. España: IC Editorial, ProQuest ebrary. Web. 14 January 2016.

Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Ambuquí-Chota. (2012). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Recuperado el 19 de Mayo de 2015, de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial: http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/%23recycle/PDyOTs%202014/1060014050001/PDyOT/31072013_102437_PDOT_AMBUQUI_FIN.pdf

Sánchez y Rey, A. C. (12 de 06 de 2012). *Elaboraciones y presentaciones de productos hechos a base de masas y pastas*. España: repostería (UF1096).: IC Editorial, 2012. ProQuest ebrary. Web. 12 June 2015. Copyright © 2012. IC Editorial. All ri. Recuperado el 12 de 06 de 2015

SRI. (s.f.). *Servicio de Rentas Internas*. Recuperado el 1 de Julio de 2015, de Servicio de Rentas Internas : <http://www.sri.gob.ec/web/guest/ins-pnatural>

Taylor, J. (2012). *Principios de economia*. Mexico: Cengage Cearning.

Terán, K. (2004). *Caracterización Ambiental de la Provincia de Imbabura, Gobierno Provincial de Imbabura. Dirección de Desarrollo Rural y Ambiente*. Ibarra, Ecuador.

Torres y Torres, H. M. (2014). *Administración de proyectos*. . México: ProQuest ebrary. Web. 14 January 2016.

Tramites ciudadanos. (s.f.). *Tramites ciudadanos*. Recuperado el 1 de julio de 2015, de Tramites ciudadanos: <http://www.tramitesciudadanos.gob.ec/tramite.php?cd=1107>

Vaquiaro, J. (2010). *Período de recuperación de la Inversión*. PRI. Pymesfuturo.

Zapata, S. P. (2011). *Contabilidad General*. Colombia: McGraw-Hill.

Linkografía

- ✓ www.bce.fin.ec
- ✓ www.inec.gob.ec
- ✓ www.inec.gob.ec
- ✓ www.bolsadequito.info

- ✓ www.salud.gob.ec
- ✓ www.mercadolibre.com.ec
- ✓ <http://www.significados.com/metodo/>
- ✓ Definición de método inductivo - Qué es, Significado y Concepto <http://definicion.de/metodo-inductivo/#ixzz3LnH4TW8u>
- ✓ Definición de método deductivo - Qué es, Significado y Concepto <http://definicion.de/metodo-deductivo/#ixzz3LnI1tGao>
- ✓ <http://foro.mundorecetas.com/showthread.php?225475> Ingredientes [b%C3%A1sicos-para-hacer-pan-en-panificadora-de-Lidl](#)
- ✓ http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_factibilidad
- ✓ <http://www.elnorte.ec/imbabura/actualidad/47811-en-el-valle-del-chota-hay-riqueza,-pero-falta-apoyo.html>
- ✓ <http://www.viajandox.com/imbabura/valle-del-chota-ibarra.htm>
- ✓ <http://www.ibarraecuador.gob.ec/index.php/ibarra1234/informacion-general>
- ✓ http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/%23recycle/PDyOTs%202014/1060014050001/PDyOT/31072013_102437_PDOT_AMBUQUI_FIN.pdf
- ✓ <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/la-institucion/>
- ✓ <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/>

- ✓ <https://www.google.com.ec/search?q=mapa+de+la+provincia+de+imbabura+por+cantones&espv=2&biw=1600&bih=775&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ei=20eTVd-JJourNuflgcAI&ved=0CBsQsAQ#imgrc=HjOzP1ly2z0uQM%3A>
- ✓ <http://www.sri.gob.ec/web/guest/ins-pnatural>
- ✓ <http://site.ebrary.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=10721709>
- ✓ <http://www.ferneto.com/equipamentos/divisoras>

Base de datos.

- ✓ INEC (2010): Censo de Población y Vivienda, base de datos Redatam Imbabura, CD Rom. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Quito.
- ✓ INAMHI (2010): Series mensuales de datos meteorológicos, periodo: 1950 – 2010. Instituto Nacional de Meteorología e hidrología. Quito.
- ✓ SIISE (2010): Sistema Integrado de Indicadores sociales del Ecuador, CD ROM. Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social. Quito.
- ✓ SNGR (2009): Registros de emergencias ocurridos en la provincia de Imbabura. Secretaria Nacional de Gestión de Riesgos. Ibarra.

ANEXOS

ANEXO N° 1 Solicitud de autorización de uso de la información pública

Ibarra, viernes 12 de junio del 2015,

Señor;
Tnigo. Adriano Cárdenas.
PRESIDENTE DEL GAD PARROQUIAL RURAL DE AMBUQUI.

Presente.-

De mi consideración:

Por medio de la presente me dirijo a usted muy comedidamente y a la vez deseándole éxitos en sus labores diarias.

El presente tiene como finalidad dirigirme a usted para solicitarle de la manera más comedida se proceda a AUTORIZAR, el Uso de la Información Pública del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Ambuquí, Chota, año 2012-2025.

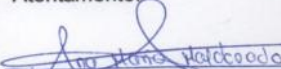
Por lo expuesto y en vista que actualmente me encuentro desarrollando mi Trabajo de Grado, en la Universidad Técnica del Norte, solicito se me permita hacer uso de la información antes mencionada.

Por ser legal mi pedido sírvase atender conforme lo solicito.

Mis datos personales los detallo a continuación: ANA MARIA MALDONADO MALDONADO, ecuatoriana, mayor de edad, de estado civil soltera, de ocupación estudiante, domiciliada en la Comunidad El Chota, Parroquia Ambuquí, Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura.

Por la atención que se sirva darse a la presente, le anticipó mi agradecimiento.

Atentamente,


ANA MARIA MALDONADO MALDONADO,
C.C. 100354060-4



Recibido
12-06-2015


ANEXO N° 2 Autorización de uso de la información pública

**GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
PARROQUIAL RURAL DE AMBUQUI-CHOTA
ADMINISTRACION 2014 – 2019
AMBUQUI-IBARRA – ECUADOR**

Ambuquí, 12 de junio del 2015
Oficio N° 0153-2015-GADPRA/CH

Señorita
Ana María Maldonado Maldonado
Presente.

Saludos Cordiales:

Tengo a bien extenderle un grato saludo y augurarle éxitos en sus labores diarias.

La presente tiene la finalidad de AUTORIZAR la utilización de la información contenida en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Ambuquí del año 2012 – 2025.

Particular que pongo en su conocimiento para los fines pertinentes.

Atentamente,


Tnlgo. Adriano Cárdenas
PRESIDENTE DEL GAD PARROQUIAL RURAL
AMBUQUI – CHOTA



Teléfono: 062 698- 159; Email: gadprambuquichota@yahoo.com

Cantón Ibarra, Parroquia Ambuquí: calle García Moreno s/n entre Velasco Ibarra y Eugenio Espejo.

ANEXO N° 3 Entrevista dirigida a los productores y distribuidores de pan en las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES Y DISTRIBUIDORES DE PAN EN LAS COMUNIDADES DEL VALLE DEL CHOTA, PERTENECIENTES A LA PARROQUIA AMBUQUÍ.

Objetivo: Recopilar información relevante y necesaria que permita determinar los factores que intervienen en la producción y comercialización de pan en una panadería.

ENTREVISTADOR:.....

ENTREVISTADO:.....

LUGAR:.....**PUESTO:**.....

FECHA:.....**HORA:**.....

INSTRUCCIÓN:.....**EDAD:**.....

CUESTIONARIO:

1. ¿Cuenta usted con los permisos reglamentarios para el funcionamiento de su panadería?

.....

2. Posee un manual de funciones acorde a las diferentes áreas que conforman la panadería.

.....
.....
.....

3. ¿Cómo contribuyente está usted sujeto a llevar contabilidad?

.....
.....
.....

4. Actualmente con que personal cuenta en la Panadería.

.....
.....
.....

5. ¿Cree usted que la panadería cuenta con la infraestructura adecuada para su funcionamiento?

.....
.....
.....

6. ¿Qué cantidad de materia prima utiliza diariamente para la elaboración del pan y cuantas unidades produce?

.....
.....
.....
.....
.....

7. ¿Qué productos son los más comercializados en su panadería?

.....
.....
.....

8. ¿Cuál es el precio de venta que maneja actualmente, y cuál es su porcentaje de rentabilidad?

.....
.....

9. ¿Cuáles son sus principales proveedores de materia prima?

.....
.....
.....

10. ¿Usted distribuye el pan? ¿A quién?

.....
.....
.....

11. ¿Qué estrategias de promoción aplica usted en su panadería?

.....
.....
.....

12. ¿Qué medios publicitarios son los que más utiliza para dar a conocer acerca de sus productos?

.....
.....
.....

13. ¿Cuál cree que son sus principales competidores en el sector?

.....
.....
.....

14. ¿Considera usted que su microempresa es rentable?

.....
.....
.....

****GRACIAS POR SU COLABORACIÓN****

ANEXO N° 4 Encuesta dirigida a las tiendas distribuidoras de pan de las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LAS TIENDAS DISTRIBUIDORAS
DE PAN DE LAS COMUNIDADES DEL VALLE DEL CHOTA,
PERTENECIENTES A LA PARROQUIA AMBUQUÍ.**

OBJETIVO GENERAL: Obtener información sobre el consumo de pan en las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí y determinar su valiosa opinión, acerca de la creación de una panadería y pastelería en la comunidad el Juncal.

INSTRUCCIONES: Distinguido señor(a) marque con una X la respuesta que usted crea adecuada, conteste con confianza y sinceridad. Sus respuestas son muy importantes para la investigación. **POR FAVOR SELECCIONE SOLO UN CASILLERO EN CADA PREGUNTA.**

ENCUESTADOR: _____

FECHA: _____

DATOS GENERALES:

Género: M () F ()

Nivel de Instrucción: Primaria () Secundaria () Superior ()

Edad: 18-25 () 26-35 () 36-45 () 46-55 () 56-65 () + 66 ()

CUESTIONARIO

1. ¿Qué cantidad de pan adquiere usted en cada compra para la venta diaria a sus clientes?

De 1 a 100 unidades

De 101 a 200 unidades

De 201 a 500 unidades

Otro (Especifique) _____

2. ¿Cuántas veces al día adquiere usted el pan para la venta?

1 vez al día especifique: mañana () Tarde () Noche ()

2 veces al día especifique: mañana () Tarde () Noche ()

3 veces al día especifique: mañana () Tarde () Noche ()

Otros (Especifique) _____

3. Asigne el porcentaje que estime conveniente al tipo de pan que más comercializa en su venta diaria:

Tipo de pan	%
Pan sencillo	
Cachitos	
Arepas	
Quesadillas	
Enrollados	
Otros (Especifique):	

4. ¿Quién le distribuye a usted el pan que comercializa diariamente?

Lo produce usted mismo

Panaderías de los alrededores

Otros (especifique) _____

5. ¿Qué tan satisfecho está usted con la calidad de pan que le distribuye su proveedor?

Muy satisfecho

Satisfecho

Regular

Insatisfecho

Muy insatisfecho

6. ¿Qué tan satisfecho está usted con la atención al cliente que le brinda su proveedor?

Muy satisfecho () Satisfecho () Regular ()

Insatisfecho () Muy insatisfecho ()

7. ¿Ha tenido algún inconveniente con su proveedor actual? ¿Cuál ha sido?

Retraso en la entrega del producto

Cobro exagerado

Producto incompleto

Mal estado del producto

Otros (especifique) _____

8. ¿Qué incentivo le brinda su proveedor actual?

Descuentos en los productos

Productos adicionales

Otros (especifique) _____

9. ¿Por qué razón usted prefiere adquirir el pan a su proveedor actual?

Esta cerca

No conoce otro proveedor

Le da financiamiento

Variedad de productos

Promociones y descuentos

Otros (especifique) _____

10. ¿Estaría de acuerdo de que en la comunidad el Juncal exista una panadería permanente?

Si () No ()

11. ¿Qué le gustaría a usted como intermediario obtener por parte de la nueva panadería?

Financiamiento Productos gratis

Variedad de Productos Precio cómodo

Entrega puntual Otros (especifique) _____

12. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría informarse acerca de los productos y beneficios de la nueva panadería?

Hojas volantes Afiches

Catálogo de productos Correo electrónico

Visita personalizada Otros (especifique) _____

****GRACIAS POR SU COLABORACIÓN****

ANEXO N° 5 Encuesta dirigida a los habitantes de las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DE LAS COMUNIDADES DEL VALLE DEL CHOTA, PERTENECIENTES A LA PARROQUIA AMBUQUÍ.

OBJETIVO GENERAL: Obtener información sobre el consumo de pan en las comunidades del valle del Chota, pertenecientes a la parroquia Ambuquí, y determinar la opinión que tienen los habitantes, acerca de la creación de una panadería y pastelería en la comunidad el Juncal.

INSTRUCCIONES: Distinguido señor(a) marque con una X la respuesta que usted crea adecuada, conteste con confianza y sinceridad. Sus respuestas son muy importantes para la investigación. **POR FAVOR SELECCIONE SOLO UN CASILLERO EN CADA PREGUNTA.**

ENCUESTADOR: _____

FECHA: _____

DATOS GENERALES:

Género:	Masculino	<input type="checkbox"/>	Femenino	<input type="checkbox"/>
Edad:	16-20 años	<input type="checkbox"/>	21-30 años	<input type="checkbox"/>
	31-40 años	<input type="checkbox"/>	41-50 años	<input type="checkbox"/>
	Más de 50 años	<input type="checkbox"/>		
Escolaridad:	Primaria	<input type="checkbox"/>	Secundaria	<input type="checkbox"/>
				Superior <input type="checkbox"/>
Ocupación y/o profesión:	Ama de casa	<input type="checkbox"/>	Agricultor	<input type="checkbox"/>
	Estudiante	<input type="checkbox"/>	Otros (especifique)	Comerciante <input type="checkbox"/>

N° de personas que integran su familia:

De 1 a 4 De 5 a 8 Más de 8

CUESTIONARIO:

1. ¿Consume usted pan?

Sí
No

2. ¿Cada qué tiempo usted compra pan?

Diariamente Cada quince días
2 veces en semana Mensualmente
Otros (especifique) _____

3. ¿Cuántos panes compra diariamente?

- | | | | |
|------------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|
| De 1 a 5 panes | <input type="checkbox"/> | De 6 a 10 panes | <input type="checkbox"/> |
| De 11 a 15 panes | <input type="checkbox"/> | De 16 en adelante | <input type="checkbox"/> |

4. ¿Cuál es el precio habitual del pan que usted consume?

- | | | | |
|----------------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------|
| De 0,12 a 0,15 ctvs. | <input type="checkbox"/> | De 0,16 a 0,20 ctvs. | <input type="checkbox"/> |
| De 0,21 a 0,30 ctvs. | <input type="checkbox"/> | De 0,30 ctvs. en adelante | <input type="checkbox"/> |

5. ¿Cuál es la clase de pan que consume con mayor frecuencia?

- | | | | |
|--------------------------------|--------------------------|--------------|--------------------------|
| Pan de agua | <input type="checkbox"/> | Pan integral | <input type="checkbox"/> |
| Pan de maíz | <input type="checkbox"/> | Palanquetas | <input type="checkbox"/> |
| Pan de dulce | <input type="checkbox"/> | Empanadas | <input type="checkbox"/> |
| Enrollado de queso o mortadela | <input type="checkbox"/> | Bizcochos | <input type="checkbox"/> |
| Otros (especifique) | _____ | | |

6. ¿En qué lugar compra el pan?

- | | |
|-------------------------|--------------------------|
| Panaderías | <input type="checkbox"/> |
| Tiendas de la comunidad | <input type="checkbox"/> |
| Otros (especifique) | _____ |

7. ¿Qué tan satisfecho está usted con la calidad del pan que compra?

- | | |
|-------------------------|--------------------------|
| Muy satisfecho | <input type="checkbox"/> |
| Satisfecho | <input type="checkbox"/> |
| Medianamente satisfecho | <input type="checkbox"/> |
| Insatisfecho | <input type="checkbox"/> |
| Muy insatisfecho | <input type="checkbox"/> |

8. En el lugar donde usted compra el pan la atención al cliente es:

- | | |
|-----------|--------------------------|
| Excelente | <input type="checkbox"/> |
| Muy buena | <input type="checkbox"/> |
| Buena | <input type="checkbox"/> |
| Regular | <input type="checkbox"/> |
| Pésima | <input type="checkbox"/> |

9. ¿Qué aspectos considera importantes al momento de adquirir el pan?

Precio	<input type="checkbox"/>	Sabor	<input type="checkbox"/>
Calidad	<input type="checkbox"/>	Variedad	<input type="checkbox"/>
Tamaño	<input type="checkbox"/>	Promociones y Descuentos	<input type="checkbox"/>
Otros (especifique)	<hr/>		

10. Considera que los precios que paga actualmente por el pan son:

Muy excesivos	<input type="checkbox"/>
Excesivos	<input type="checkbox"/>
Económicos	<input type="checkbox"/>
Muy económicos	<input type="checkbox"/>

11. ¿Estaría de acuerdo de que en la comunidad El Juncal exista una panadería permanente?

Sí	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

12. Económicamente ¿Cuánto estaría dispuesto a consumir diariamente en la nueva panadería?

De 0,50 Usd – 1,00 Usd	<input type="checkbox"/>	De 1,01 Usd – 2,00 Usd	<input type="checkbox"/>
De 2,01 Usd – 3,00 Usd	<input type="checkbox"/>	De 3,01 Usd – 4,00 Usd	<input type="checkbox"/>
Más de 4 Usd	<input type="checkbox"/>		

****GRACIAS POR SU COLABORACIÓN****