



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADO

TEMA: “CREACIÓN DE UNA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAN
CON FRUTAS NATURALES EN LA CIUDAD DE IBARRA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN EL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORAS: HERNÁNDEZ CHULDE YOLANDA IVONNE

MERA LÓPEZ MELANI DANIELA

DIRECTOR: ACOSTA ANDINO BYRON FABRICIO

IBARRA, JUNIO 2018



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

3. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	040189011-6		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Hernández Chulde Yolanda Ivonne		
DIRECCIÓN:	Bayardo Tobar 1-49 y Virginia Pérez		
EMAIL:	yolandahernandez.92@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062632578	TELÉFONO MÓVIL:	0996162585

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Creación de una Productora y Comercializadora de pan con frutas naturales en la ciudad de Ibarra
AUTOR (ES):	Hernández Chulde Yolanda Ivonne, Mera López Melani Daniela
FECHA: DD/MM/AAAA	27/06/2018
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera Comercial
ASESOR /DIRECTOR:	Ing. Byron Fabricio Acosta Andino

4. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 25 días del mes de Junio de 2018

EL AUTOR:

(Firma).....
Nombre: Hernández Chulde Yolanda Ivonne



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100311737-9		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Mera López Melani Daniela		
DIRECCIÓN:	Luis E. Cevallos San Antonio de Ibarra		
EMAIL:	mel64@hotmail.es		
TELÉFONO FIJO:	062932411	TELÉFONO MÓVIL:	0992130808

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Creación de una Productora y Comercializadora de pan con frutas naturales en la ciudad de Ibarra
AUTOR (ES):	Hernández Chulde Yolanda Ivonne, Mera López Melani Daniela
FECHA: DD/MM/AAAA	27/06/2018
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera Comercial
ASESOR /DIRECTOR:	Ing. Byron Fabricio Acosta Andino

2. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 25 días del mes de Junio de 2018

EL AUTOR:

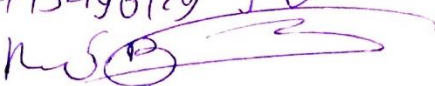
(Firma).....
Nombre: Mera López Melani Daniela

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como objetivo principal el realizar un estudio para la creación de una productora y comercializadora de pan con frutas naturales en la ciudad de Ibarra para lo cual se tomó en cuenta algunos aspectos. Para la recolección de datos en el diagnóstico situacional se utilizaron fuentes de información secundaria y observación directa. Se realizaron 256 encuestas con el fin de conocer las preferencias de los posibles consumidores y la aceptabilidad del producto, se analizó la oferta mediante 2 entrevistas a panificadores y fichas de observación a los 5 establecimientos que ofrecen pan de consumo selectivo. Mediante proformas se pudo conocer aspectos técnicos del equipo a utilizar y se analizó el sitio óptimo de ubicación de la microempresa a través de una matriz de localización; con información del estudio técnico se realizaron los presupuestos operacionales y proformas de estados financieros. En el diagnóstico situacional se encontró que existen 113 establecimientos dedicados a la elaboración de productos de panadería en el cantón Ibarra, dentro de la ciudad se identificaron 11 panaderías que son más frecuentadas. En el estudio de mercado el total de la población encuestada supo manifestar que sí consumiría el pan con frutas especialmente con: manzana, durazno, mora y piña; un 65% estaría dispuesto a pagar entre 0,25 y 0,30 ctvs. Dentro del estudio técnico se determinó: la localización del proyecto en la parroquia San Francisco, la capacidad de producción total que es de 5.760 panes al mes y una inversión inicial de \$6.404,30 donde el 60% será aportación propia y el 40% mediante un préstamo con BanEcuador. En el Presupuesto Operacional se obtuvo una utilidad anual de \$ 3554,28; la inversión se recuperará luego de un año y cinco meses. En relación al estudio organizacional se determinó que la microempresa tendrá dos áreas, una de producción y otra de ventas; se constituirá como persona natural regida bajo la normativa RISE. Por último, el impacto más importante que generará el proyecto es de tipo económico debido a la generación de dos fuentes de empleo.

SUMMARY

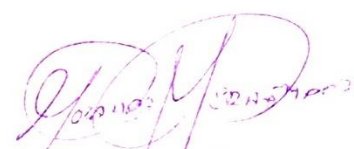
The main objective of this project is to carry out a study for the creation of a producer and marketer of organic fruit loaf in Ibarra city, for such enterprise were considered some aspects. For data collection of the situational diagnosis, were used sources of secondary information and direct observation. To know the preferences of the potential consumers and the acceptability of the product 256 surveys were applied, such offer was analyzed through 2 interviews to bakers and observation sheets applied to the 5 establishments that offer high quality bread for selective consumption. It was possible to know some technical aspects of the equipment to be used through invoice, a location matrix was used to analyze the optimal location of the microenterprise; with information obtained from the technical study the operational budgets and invoices of financial statements were considered. In the situational diagnosis it was found that there are 113 establishments focused in the preparation of bakery products in Ibarra and 11 bakeries were identified as the most frequented in the city. In the market study the total of the survey population said that they would consume fruit loaf especially with: apple, peach, blackberry and pineapple and 65% of them would be willing to pay from 0.25 to 0.30 cents per loaf. Through a technical study it was determined: the location of the project in the San Francisco parish, the total production capacity which is 5760 loaves per month, and the total investment will be \$6.404,30 where 60% by self-contribution and 40% will be financed with a loan from "BanEcuador". In the operational budget, an annual profit of \$3554,28 was obtained, the investment will be returned within one year and five months. In relation to the organizational study, it was determined that the microenterprise will have two areas, one for production and other for sales; it will be constituted as a natural person with a Simplified Tax Regime (RISE). Finally, the most important economic impact is the generation of two job sources.

Victor Rodriguez
1715496129




AUTORIA

Nosotros, YOLANDA IVONNE HERNÁNDEZ CHULDE y MELANI DANIELA MERA LOPEZ, portadores de la cedula de ciudadanía N° 0401890116 y N° 1003117379, respectivamente; declaramos bajo juramento que el presente trabajo es de nuestra autoría: “CREACIÓN DE UNA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAN CON FRUTAS NATURALES EN LA CIUDAD DE IBARRA”, y que los resultados de la investigación son de nuestra exclusiva responsabilidad, además no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y se ha respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



Yolanda Hernández

040189011-6



Melani Mera

100311737-9

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por los egresados YOLANDA IVONNE HERNÁNDEZ CHULDE y MELANI DANIELA MERA LÓPEZ, para optar por el Título de INGENIERÍA COMERCIAL, cuyo tema es: “CREACIÓN DE UNA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAN CON FRUTAS NATURALES EN LA CIUDAD DE IBARRA”, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra junio de 2018.



Ing. Byron Acosta

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

DEDICATORIA

A mi hija Jade

Yolanda Hernández

DEDICATORIA

A mi madre Cecilia y mi padre César por ser el pilar fundamental en mi educación tanto académica como de la vida, pero sobre todo por su amor incondicional.

Melani Mera

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a Dios por permitirme concluir este trabajo, a mis padres por sus consejos y apoyo total

A la Universidad Técnica del Norte particularmente a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas por todos los conocimientos proporcionados durante el transcurso de la carrera.

De manera muy especial mi agradecimiento al Ing. Byrón Acosta Phd., por impartirme sus conocimientos y apoyo para la terminación del presente trabajo.

Yolanda Hernández

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por haberme dado salud para lograr mis objetivos.

A toda mi familia por su apoyo permanente durante mi carrera.

Un agradecimiento especial al Ing. Byron Acosta Phd por brindarme su asesoramiento para la terminación del presente trabajo.

Melani Mera

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
AUTORIA.....	iv
CERTIFICACIÓN	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE DE CONTENIDO	vi
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xv
JUSTIFICACIÓN	1
OBJETIVOS	2
CAPITULO I	3
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	3
1.1. Antecedentes.....	3
1.2. Objetivos del diagnóstico situacional	4
1.2.1. Objetivo General.....	4
1.2.2. Objetivos Específicos.....	4
1.3. Variables e Indicadores diagnósticas.....	4
1.3.1. Situación Socioeconómica	4
1.3.2. Condición del Sector Panificador	4
1.3.3. Macrosegmentos del Producto.....	5
1.3.4. Actores de la Industria	5

1.3.5. Recursos.....	5
1.3.6. Requisitos de Funcionamiento.....	6
1.4. Matriz de Relación Diagnóstica.....	7
1.5. Análisis de Variables e Indicadores.....	8
1.5.1. Situación Socioeconómica.....	8
1.5.2. Condición del Sector Panificador.....	8
1.5.3. Macrosegmentos del Producto.....	10
1.5.4. Actores de la Industria.....	11
1.5.5. Recursos.....	13
1.5.6. Requisitos de Funcionamiento.....	15
1.6. Matriz AOOD.....	19
1.7. Definición de la Oportunidad de la Inversión.....	19
CAPÍTULO II.....	21
2. MARCO TEÓRICO.....	21
2.1. Empresa.....	21
2.1.1. Clasificación.....	21
2.2. Emprendimiento.....	23
2.3. Características del producto.....	23
2.3.1. Pan.....	23
2.3.2. Pan con frutas.....	24
2.4. Oferta y demanda.....	24
2.4.1. Oferta.....	24
2.4.2. Demanda.....	25
2.4.3. Competencia.....	25
2.5. Marketing Mix.....	26

2.6. Estudio técnico.....	27
2.6.1. Macro localización.....	27
2.6.2. Micro localización	27
2.6.3. Producción	27
2.6.4. Comercialización	28
2.7. Presupuesto	28
2.7.1. Presupuesto de Ventas	28
2.7.2. Punto de Equilibrio	28
2.7.3. Flujo de Caja.....	29
2.7.4. Materia Prima.....	29
2.7.5. Mano de Obra Directa.....	29
2.7.6. Costos Indirectos de Fabricación.....	30
2.7.7. Costo de producción	30
2.8. Estructura Organizacional.....	30
2.8.1. Misión	30
2.8.2. Visión	31
2.8.3. Valores	31
2.8.4. Políticas.....	31
CAPITULO III.....	32
3. ESTUDIO DE MERCADO	32
3.1. Introducción	32
3.2. Objetivo General.....	32
3.3. Objetivos Específicos.....	32
3.4. Variables	33
3.5. Indicadores del Estudio de Mercado.....	33

3.6. Matriz del Estudio de Mercado.....	35
3.7. Población y muestra.....	36
3.7.1. Identificación de la Población.....	36
3.7.2. Cálculo de la Muestra	36
3.7.3. Método Estadístico Empleado	37
3.8. Análisis y Apreciación de resultados.....	38
3.8.1. Resultados de las encuestas aplicadas.....	38
3.8.2. Resultados de la Entrevista Aplicada a los Panificadores	49
3.8.3. Resultados de la Entrevista Aplicada a un Especialista en Nutrición.....	54
3.9. Análisis del producto	56
3.9.1. Descripción del producto	56
3.9.2. Características del producto.....	56
3.10. Mercado Meta	57
3.11. Análisis de la Demanda	57
3.11.1 Análisis del Precio de la Demanda	57
3.12. Análisis de la Oferta.....	58
3.12.1 Análisis del Precio de los Ofertantes	60
3.13. Determinación del precio.....	61
3.14. Análisis de la Comercialización.....	61
3.15. Conclusiones del Estudio de Mercado.....	64
CAPÍTULO IV.....	65
4. ESTUDIO TÉCNICO	65
4.1. Presentación.....	65
4.2. Localización del proyecto	65
4.2.1. Macro localización.....	65

4.2.2. Micro localización	66
4.3. Matriz de localización.....	67
4.3.1. Selección de la Alternativa Óptima	68
4.4. Tamaño del Proyecto	68
4.4.1. Factores determinantes.....	68
4.5. Proceso de producción.....	70
4.5.1. Flujograma del proceso de producción del pan con frutas	71
4.5.2. Descripción del proceso de producción	72
4.6. Presupuesto de la inversión.....	74
4.6.1. Inversión Fija	74
4.6.2. Resumen Inversión Fija	75
4.6.3. Inversión diferida	76
4.6.4. Capital de Trabajo.....	76
4.6.5. Resumen Capital de Trabajo.....	79
CAPÍTULO V.....	80
5. PRESUPUESTO OPERACIONAL.....	80
5.1. Inversión inicial	80
5.2. Estructura del Financiamiento	80
5.3. Presupuesto de Ventas	81
5.4. Presupuesto de egresos	82
5.5. Amortización de la deuda	83
5.6. Depreciaciones.....	84
5.6. Estados Financieros	85
5.7.1. Estado de situación financiera	85
5.7.2. Estado de Resultados	86

5.7.3. Presupuesto de Caja	87
5.8. Evaluación Financiera.....	88
5.8.1. Tiempo de recuperación de la inversión	88
5.8.2. Punto de Equilibrio	89
CAPITULO VI.....	91
6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	91
6.1. Denominación de la microempresa.....	91
6.1.1. Logo	91
6.1.2. Slogan	92
6.2. Filosofía de la empresa	92
6.2.1. Misión	92
6.2.2. Visión.....	92
6.2.3. Principios y valores.....	92
6.2.4. Políticas.....	93
6.3. Organigrama Estructural.....	94
6.4. Descripción de puestos	95
6.5. Aspectos legales de funcionamiento.....	96
6.5.1. Constitución	96
6.5.2. Permisos y obligaciones.....	97
CAPITULO VII	98
7. impactos	98
7.1. Introducción	98
7.2. Objetivo.....	98
7.3. Escala de Valoración de Impactos	98
7.4. Evaluación de Impactos	98

7.4.1. Impacto Económico	98
7.4.2. Impacto Ambiental.....	99
7.5. Impacto General del Proyecto.....	100
8. CONCLUSIONES	102
9. RECOMENDACIONES.....	104
10. BIBLIOGRAFÍA	106
11. ANEXOS	109

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de Relación Diagnóstica.....	7
Tabla 2. Población Económicamente Activa por Nivel de Pobreza	8
Tabla 3. Ficha de Observación al Sector Panificador	8
Tabla 4. Número de Empresas Panificadoras del Cantón Ibarra	9
Tabla 5. Panaderías más Frecuentadas de la Ciudad de Ibarra	9
Tabla 6 Establecimientos de Panadería de Consumo Selectivo.....	10
Tabla 7. Ficha de Observación a la Competencia.....	11
Tabla 8. Ofertantes de Frutas en la Ciudad de Ibarra.....	13
Tabla 9. Proveedores de Maquinaria para Panadería.....	13
Tabla 10. Matriz AOOR.....	19
Tabla 11. Matriz del Estudio de Mercado.....	35
Tabla 12. Consumo de Pan	38
Tabla 13. Tipo de Pan	39
Tabla 14. Frecuencia de Compra	40
Tabla 15. Consumo de Pan Diario	41
Tabla 16. Conocimiento del Pan con Frutas Naturales.....	42
Tabla 17. Nivel de Aceptación del Producto	43
Tabla 18. Precio de Adquisición	44
Tabla 19. Competencia	45
Tabla 20. Lugar de Adquisición del Producto	46
Tabla 21. Gustos del Consumidor.....	47
Tabla 22. Medios de Información	48
Tabla 23. Valores Numéricos.....	67
Tabla 24 Matriz de Localización	67
Tabla 25. Proceso de Preparación de Frutas	70
Tabla 26 Proceso de Obtención de la Masa	70
Tabla 27. Fórmula para la Elaboración del Pan.....	73
Tabla 28. Maquinaria y Equipo.....	74
Tabla 29. Muebles y Enceres (Producción)	74
Tabla 30. Muebles y Enseres (Administración y Ventas).....	75
Tabla 31. Equipo de Computo	75
Tabla 32 Inversión Fija	75
Tabla 33 Gastos de Constitución	76
Tabla 34 Materia Prima.....	76
Tabla 35. Costo de la Materia Prima por cada Variedad de Fruta	77
Tabla 36. Promedio del Costo de la Materia Prima del Pan con Frutas	77
Tabla 37. Mano de Obra Directa.....	77
Tabla 38. Costo por Hora MOD.....	78
Tabla 39. Costo por cada Unidad de Pan MOD.....	78
Tabla 40. Costos Indirectos de Fabricación.....	78

Tabla 41. Costo de Producción	78
Tabla 42. Nomina Administración.....	79
Tabla 43. Precio del Pan con Frutas.....	79
Tabla 44. Capital de Trabajo.....	79
Tabla 45 Inversión Total	80
Tabla 46 Financiamiento.....	80
Tabla 47. Determinación de Ventas.....	81
Tabla 48. Determinación de Egresos	82
Tabla 49 Tabla Amortización	83
Tabla 50. Depreciación	84
Tabla 51 Estado de Situación Financiera.....	85
Tabla 52. Estado de Resultados	86
Tabla 53. Presupuesto de Caja	87
Tabla 54. Recuperación de la inversión	88
Tabla 55 Comportamiento del costo	89
Tabla 56 Punto de equilibrio.....	89
Tabla 57 Punto de equilibrio mensual	90
Tabla 58 Escala de Valoración de Impactos	98
Tabla 59 Impacto Económico	98
Tabla 60 Impacto Ambiental.....	99
Tabla 61. Impacto General del Proyecto.....	100

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Consumo de Pan.....	38
Figura 2 Tipo de Pan.....	39
Figura 3 Frecuencia de Compra.....	40
Figura 4 Consumo de Pan Diario.....	41
Figura 5 Conocimiento del Pan con Frutas Naturales	42
Figura 6 Nivel de Aceptación del Producto.....	43
Figura 7 Precio de Adquisición	44
Figura 8 Competencia.....	45
Figura 9 Lugar de Adquisición del Producto.....	46
Figura 10 Gustos del Consumidor	47
Figura 11 Medios de Información	48
Figura 12 Canal de Comercialización.....	63
Figura 13 Mapa de la Provincia de Imbabura.....	66
Figura 14 Mapa Ubicación del Emprendimiento.....	67
Figura 15 Diseño de la Planta.....	69
Figura 16 Flujograma del Proceso de Elaboración del Pan con Frutas	71
Figura 17 Logo FrutiPan.....	91
Figura 18 Organigrama.....	94

JUSTIFICACIÓN

Dentro de la ciudad de Ibarra existen varios establecimientos donde producen y comercializan pan, en donde las personas acuden a adquirir este producto, pero carecen de sabor natural y de un toque frutal.

El presente proyecto nace de la necesidad satisfacer el paladar del público en general, ya que el producto que lo diferenciará de los demás será el pan hecho con frutas naturales lo cual lo cataloga como un producto saludable y sin saborizantes artificiales lo que permitirá llevar una alimentación sana.

Además, se estaría ayudando a los pequeños y medianos productores y comerciantes de frutas del medio, es así que de este modo se les permitirá crecer como también se estaría dinamizando la economía.

La finalidad de este proyecto tiene un enfoque social ya que las personas podrán disfrutar de sus desayunos, almuerzos o en cualquier hora del día acompañadas de un pan con hecho con el exquisito sabor de las frutas, así mismo tiene una perspectiva económica porque se estaría ayudando de alguna forma a los productores y comerciantes de frutas, para que sus productos sean valorados y reconocidos a nivel de nuestro medio.

OBJETIVOS

Objetivo General del Emprendimiento

Realizar un estudio para la creación de una productora y comercializadora de pan con frutas naturales en la ciudad de Ibarra.

Objetivos Específicos del Emprendimiento

- Realizar el diagnóstico situacional para identificar los factores y riesgos que benefician o afectan al proyecto de emprendimiento.
- Estructurar bases teóricas y científicas para determinar conceptos importantes que sustenten la elaboración del marco teórico.
- Realizar el estudio de mercado y comercialización para conocer la aceptación del producto a ofrecer, los posibles consumidores, competencia directa o indirecta, como también canales de distribución.
- Realizar el estudio técnico para determinar los factores que están inmersos en el funcionamiento y operatividad del proyecto.
- Realizar un presupuesto operacional que permita conocer la viabilidad de implementación del proyecto.
- Desarrollar la estructura organizativa para una correcta distribución del talento humano.
- Determinar los principales impactos que va implicar la realización del proyecto de emprendimiento.

CAPITULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

La industria de la panadería dentro de la ciudad de Ibarra se ha caracterizado por ofertar el pan cotidiano, en donde su éxito se basa en el precio, calidad y una buena atención por parte del personal.

El diagnostico situacional del sector de la panadería se encuentra actualmente con una fuerte competencia, la cual, según datos registrados en el Directorio de Empresas y Establecimientos (DIEE-2016), el cantón Ibarra cuenta con 113 establecimientos dedicados a la elaboración de pan y otros productos de panadería secos: pan de todo tipo, panecillos, bizcochos, tostadas, galletas, etcétera, incluso envasados.

Los establecimientos de panadería en la ciudad de Ibarra están compuestos por las Micro, pequeñas, y medianas empresas (MIPYMES), la cuales son negocios familiares con varios años en el mercado, quienes en su mayoría se encargan de la elaboración de los productos. Por otro lado, el negocio del sector del pan permite que se comercialice productos adicionales como leche, gaseosas, mermeladas etc., lo que representa un ingreso adicional al productor.

Por lo cual se ha tomado a Ibarra como lugar estratégico para la creación de una productora y comercializadora de pan con frutas naturales el mismo que se caracteriza por ser un producto diferente en la zona.

1.2. Objetivos del diagnóstico situacional

1.2.1. Objetivo General

Identificar los factores y riesgos que benefician o afectan a la productora y comercializadora de pan con frutas naturales en la ciudad de Ibarra.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Conocer la situación socioeconómica de la población de la ciudad de Ibarra
- Identificar las condiciones del sector panificador de la ciudad de Ibarra
- Explorar los macrosegmentos de productos de panadería.
- Analizar a los actores claves de la industria.
- Analizar los recursos claves en los negocios de panificación de la ciudad de Ibarra.
- Conocer los requisitos de funcionamiento para la productora y comercializadora de pan de con frutas naturales.

1.3. Variables e Indicadores diagnósticas

1.3.1. Situación Socioeconómica

a) PEA Por Nivel de Pobreza

1.3.2. Condición del Sector Panificador

a) Número de Panaderías de la Ciudad de Ibarra

b) Establecimientos de Panadería de Sector más Frecuentadas.

c) Establecimientos de Panadería de Consumo Selectivo

1.3.3. Macrosegmentos del Producto

a) Panadería de Pan Fresco

b) Panadería de pan envasado

c) Panadería de Productos Congelados

d) Panadería Gourmet

1.3.4. Actores de la Industria

a) Competidores

b) Sustitutos

c) Proveedores

d) Consumidores

1.3.5. Recursos

a) Maquinaria

b) Mano de Obra

c) Financiamiento

1.3.6. Requisitos de Funcionamiento

a) RISE

b) Permiso de Bomberos

c) Patente Municipal

d) Permiso ARCSA

e) Registro Único de Mipymes (RUM) - MIPRO

1.4. Matriz de Relación Diagnóstica

Tabla 1 *Matriz de Relación Diagnóstica*

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTE	INFORMANTE
Conocer la situación socioeconómica de la población de la ciudad de Ibarra	Situación Socioeconómica	PEA Por Nivel de Pobreza	Investigación Documentada	Secundaria	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Identificar las condiciones del sector panificador de la ciudad de Ibarra	Condición del Sector Panificador	Numero de Panaderías de la Ciudad de Ibarra Establecimientos de Panadería de Sector más Frecuentadas. Establecimientos de Panadería de Consumo Selectivo	Investigación Documentada Observación	Secundaria Primaria	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Explorar los macrosegmentos de productos de panadería.	Macrosegmentos del Producto	Panadería de Pan Fresco Panadería de pan envasado Panadería de Productos Congelados Panadería Gourmet Panadería de consumo selectivo	Observación	Secundaria	Ficha de Observación dirigida a las panaderías de la ciudad de Ibarra.
Analizar a los actores claves de la industria.	Actores de la Industria	Competidores Sustitutos Proveedores Consumidores	Observación	Primaria	Ficha de Observación dirigida a las panaderías de la ciudad de Ibarra.
Analizar los recursos claves en los negocios de panificación de la ciudad de Ibarra.	Recursos	Maquinaria Mano de Obra Financiamiento	Observación	Primaria	Ficha de Observación dirigida a las panaderías de la ciudad de Ibarra.
Conocer los requisitos de funcionamiento para la productora y comercializadora de pan de con frutas naturales.	Requisitos de Constitución	RISE Permiso de Bomberos Patente Municipal Permiso ARCSA Registro Único de Mipymes (RUM)	Información Documentada	Secundaria	Página Web del Cuerpo de Bomberos Ibarra, GAD Ibarra, ARCSA, MIPRO.

Elaborado por: Autoras

1.5. Análisis de Variables e Indicadores

1.5.1. Situación Socioeconómica

a) PEA Por Nivele de Pobreza

Tomando en cuenta la información obtenida del Instituto de Estadística y Censos (CPV-2010), la Población Económicamente Activa de la ciudad de Ibarra según necesidades básicas insatisfechas se la detalla en la tabla 2.

Tabla 2. *Población Económicamente Activa por Nivel de Pobreza*

NIVEL DE POBREZA (NBI)	Condición de Actividad (15 y más años)
	PEA
Población no Pobre	44.971
Población Pobre	14.773
Se Ignora	436
TOTAL	60.180

Fuente: Censo de Población y Vivienda (CPV) 2010

Elaboración: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

1.5.2. Condición del Sector Panificador

Tabla 3. *Ficha de Observación al Sector Panificador*

Elementos Para Observar
Análisis del Sector
CUESTIONARIO
¿Cuántos establecimientos se dedican a la panificación?
¿Cuántas panaderías ofrecen productos iguales o similares al del emprendimiento?
¿Dónde están ubicadas la mayoría de panaderías?
¿Cuáles son los principales o los más visitados por la ciudadanía?

Elaborado por: Las Autoras

a) Numero de Panaderías de la Ciudad de Ibarra

Según datos del INEC (DIEE-2016) los establecimientos dedicados a la panificación se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 4. Número de Empresas Panificadoras del Cantón Ibarra

Código CIU (6 dígitos)	Descripción de Actividad Económica	Número de empresas	Personal ocupado afiliado	Ventas
C107101	Elaboración de pan y otros productos de panadería secos: pan de todo tipo, panecillos, bizcochos, tostadas, galletas, etcétera, incluso envasados.	113	180	\$193.228,00

Fuente: Directorio de Empresas y Establecimientos (DIEE) 2016

Elaboración: INEC

Nota: El total de empresas en 2016, comprende las unidades económicas que registraron ventas en el SRI, registraron personal afiliado en el IESS o perteneciendo al RISE pagaron impuestos sobre sus ingresos en el SRI en ese año. Las ventas registradas en cada año corresponden al total de ventas declaradas por la empresa en el SRI en el año de referencia.

b) Establecimientos de Panadería del Sector más Frecuentados

Mediante un sondeo realizado con la ayuda de fichas de observación y una búsqueda mediante la app google maps se identificó los establecimientos de panificación mayor frecuentados dentro de la ciudad de Ibarra se identificó los siguientes:

Tabla 5. Panaderías más Frecuentadas de la Ciudad de Ibarra

Nro.	NOMBRE	DIRECCIÓN
1	Panadería “La Casa del Key”	Juan de Velasco
2	Panadería “Centeno”	Av. Teodoro Gómez de la Torre
3	Panadería y Pastelería “Tío Sam”	Av. El Retorno 17 56 y Río Curaray, sector los Ceibos
4	Panadería “San Luis”	Víctor Manuel Guzmán
5	Panadería “El Carmen”	Vicente Rocafuerte y Cristóbal Colón
6	Panadería “Nuestra Tradición”	Fray Vacas Galindo & Bolivia
7	Panadería “San Francisco”	Avenida “El Retorno”
8	Panadería, Pastelería, Restaurante “Antojitos de Colombia”	Fray Vacas Galindo
9	Panadería “Tulipan”	Bolívar y Teodoro Gómez
10	Panadería “NutriPan”	Calle Colón y Bolívar
11	Gusta Pan	Av. Teodoro Gómez de la Torre

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: Autoras

c) Establecimientos de Panadería de Consumo Selectivo

Tabla 6 *Establecimientos de Panadería de Consumo Selectivo*

Nro.	NOMBRE	DIRECCIÓN
1	“Deli Ajavi”	Av. Mariano Acosta 1680 y Dr. Cristóbal Gómez Jurado
2	“Supermaxi Panadería”	Av. Mariano Acosta
3	“Gran Aki Panadería”	Av. Fray Vacas Galindo y Av. Mariano Acosta
4	Panadería “Arenas”	Av. Atahualpa 16-150 y Emilio Grijalva
5	Pan de Leche	Sector parque de Caranqui

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: Autoras

Tomando en cuenta los aspectos a observar se puede determinar que en la ciudad de Ibarra, existen alrededor de once panaderías la cuales son las más visitadas por la población y cinco que ofrecen productos de consumos selectivo, las mismas que se encuentran en lugares céntricos o donde existe mayor afluencia de gente

1.5.3. Macrosegmentos del Producto

La segmentación de acuerdo con los productos que ofrece la industria de la panadería, se la ha dividido de la siguiente manera:

Pan Fresco: se refiere a la venta del producto, el mismo que se caracteriza por ser de consumo inmediato, el cual se ofrece en forma masiva en diferentes puntos de venta.

Pan envasado: este tipo de pan se ofrece empacado en supermercados y tiendas., es especialmente consumido por la gente que no compra pan día a día, el cual puede durar perfectamente alrededor de 10 días.

Pan Congelado: después de pasar por un proceso de mezclado de varios ingredientes y químicos para su conservación, el producto se lo vende congelado, en el momento de su consumo se debe descongelar y hornear en el hogar.

Pan Gourmet: se caracteriza por ser un producto de calidad superior, el mismo que en cada proceso ha sido elaborado cuidadosamente, y hace que se distinga del resto.

Pan de Consumo Selectivo: se caracteriza por poseer un valor agregado lo que lo hace diferente del pan común que las personas suelen adquirir.

Todos estos macrosegmentos ofrecen variedad de productos del pan como: pan normal (yema, botadas, Ambato, rositas, cachos. Enrollados etc.), pan integral, pan con aderezos (linaza, ají, queso parmesano, orégano, albahaca, entre otros.), panes especiales (como el pan de agua o baguette).

Nuestro emprendimiento se enfocará en el macro segmento de pan de consumo selectivo, por diferenciarse de su adicional que son las frutas frescas, el mismo que estaría aportando a la población con nuevas tendencias de consumo.

1.5.4. Actores de la Industria

Los actores clave de la industria del pan serian:

a) Competidores:

Tabla 7. *Ficha de Observación a la Competencia*

	Área Exterior		
Cuestionario	BUENO	REGULAR	MALO
¿La decoración del establecimiento como la entrada amplia, aceras, iluminación, limpieza es?			
¿El letrero el cual debe contener logotipo, slogan, imagen (imagen corporativa) es?			
¿La zona de parqueo es?			
	Área de servicio		
Cuestionario	BUENO	REGULAR	MALO
¿El ambiente y el lugar es ?			
¿La imagen del personal es?			
¿La limpieza del lugar es?			

Cuestionario	c)Área Interna		
	BUENO	REGULAR	MALO
¿La variedad de pan que ofrece es?			
¿La afluencia de clientes?			
¿Sus precios son?			
¿Su capacidad de producción y abastecimiento es?			

Elaborado por: Autoras

El área exterior a nivel general se puede categorizar como buenas, en el área de servicios las más frecuentadas son buenas y las de consumo selectivo son excelentes, y en cuanto al área interna se puede decir que cuentan con variedad de productos y cinco identificadas de consumo selectivo poseen servicios adicionales.

b) Sustitutos

Como sustitutos del producto se reconocen a los cereales en presentaciones de caja y por barras, galletas de cereales (avena, soya, quinua etc....) los mismo que contienen frutos secos, y son comercializados por canales donde se comercializa pan, y por cadenas de supermercados, minimarkets y tiendas.

c) Proveedores:

La mayoría de las panificadoras adquieren sus productos de las marcas: Levapan, Línea Maestro, Harina Poulter, CriSal, Tababuela, ya que al ser proveedores especialistas en panadería y con precios accesibles, permiten al panificador reducir sus costos e incrementar sus ganancias.

Es satisfactorio para el emprendimiento saber que la provincia de Imbabura ofrece un mercado adecuado de frutas es así que en la ciudad de Ibarra existen cuatro lugares donde se ofertan frutas al por mayor y menor los mismos que se presentan en la tabla 8.

Tabla 8. Ofertantes de Frutas en la Ciudad de Ibarra

NOMBRE	DIRECCIÓN
Mercado Mayorista	Av. Jaime Roldós Aguilera
Mercado Amazonas	Av. Alfredo Pérez Guerrero
Mercado Santo Domingo	Manuel de la Chica Narváez
Mercado La Playa	Av. Eugenio Espejo

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: Autoras

Los proveedores de maquinaria ofrecen una gama de equipos para la fabricación del producto desde batidoras industriales, hornos, cortadoras de pan, entre otros. Así tenemos los siguientes proveedores con buenas propuestas y precios:

Tabla 9. Proveedores de Maquinaria para Panadería

Establecimiento	Dirección
Metálicas Vaca	Velasco 9-27 y Sánchez y Cifuentes
Acerinox	Av. Mariano Acosta

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: Autoras

c) Consumidores: mediante la observación directa se determinó que el pan es un producto de consumo masivo, el mismo que es adquirido por personas de todas las edades y nivel socioeconómico, y que también se encuentra catalogado como parte de la canasta básica ecuatoriana, haciéndolo alimento indispensable

1.5.5. Recursos

Maquinaria

La maquinaria es un recurso muy importante dentro de las empresas dedicadas a la producción, las mismas que son fundamentales para poder transformar la materia prima en un producto terminado.

En el caso de los establecimientos dedicados a la panadería disponen de maquinaria adecuada, la cual ayuda a optimizar tiempos y consecuentemente hacen que su producción sea más eficiente, dependiendo del tamaño de esta.

Mano de Obra

El recurso humano es el motor de toda empresa, los mismos que deben estar constantemente capacitados para poder competir en el mercado.

Después de realizar una observación directa a las panaderías de la ciudad de Ibarra se identificó que la mano de obra requerida depende del tamaño del establecimiento y su capacidad de producción, así mismo se pudo identificar que no tiene líneas de jerarquía por ser negocios familiares los cuales no tiene un organigrama definido lo cual se debería implementar para establecer bases para el crecimiento futuro, y de esta manera determinar los roles necesarios para llevar a cabo cada gestión, además se evitaría de que todas las actividades sean ocupadas por una misma persona.

Financiamiento

El recurso monetario es muy importante para poder montar una microempresa, ya que permitirá tener acceso a los recursos complementarios para poder producir o fabricar un bien o servicio.

Es así que se identificó varias propuestas de financiamiento por parte de entidades financieras como bancos y cooperativas, de las cuales la mejor opción que se ha detectado es realizar un crédito mediante el BanEcuador.

1.5.6. Requisitos de Funcionamiento

a) RISE

Según el Servicio de Rentas Internas (SRI, 2018) el régimen Impositivo Simplificado (RISE); es un régimen de inscripción voluntaria que reemplaza el pago del IVA y del Impuesto a la Renta a través de cuotas mensuales y tiene por objeto mejorar la cultura tributaria en el país.

Requisitos:

- Ser persona natural
- No tener ingresos mayores a USD 60 mil en el año; o si se encuentra bajo relación de dependencia el ingreso por este concepto no supere la fracción básica del Impuesto a la Renta gravado con tarifa cero por ciento (0%) para cada año.
- No dedicarse a alguna de las actividades restringidas.
- No haber sido agente de retención durante los últimos 3 años.

b) Permiso de Bomberos

Según el (Cuerpo de Bomberos Ibarra, 2018), el permiso de funcionamiento es la autorización que se emite a todo local para su funcionamiento y que se enmarca en la actividad.

TIPO C

Almacenes en general, funerarias, farmacias, boticas, imprentas, salas de belleza, ferreterías picanterías, restaurantes, heladerías, cafeterías, panaderías, distribuidoras de gas, juegos electrónicos, vehículos repartidores de gas, tanqueros de líquidos inflamables, locales de centros comerciales.

Requisitos:

- Solicitud de inspección del local;
- Informe favorable de la inspección;
- Copia del RUC; y;
- Copias de la calificación artesanal (artesanos calificados).

c) Patente Municipal

Según (GAD Ibarra, 2018), de Acuerdo con Art. 547 del COOTAD publicado en el suplemento del Registro Oficial Nro. 303 del 10 de octubre del 2010, deben declarar y pagar el impuesto a la patente municipal todas las personas y las empresas o sociedades domiciliadas o con establecimiento en el Cantón Ibarra que realicen permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales.

Por tanto, toda persona que realice actividades económicas que generen ingresos por su propia cuenta está obligada a pagar el impuesto de patente municipal.

Requisitos:

Copia del Ruc o RISE actualizado;

Copia de la cedula de identidad y certificado de votación;

Copia del comprobante de pago del impuesto predial donde funciona la actividad económica;

Solicitud de inspección del Cuerpo de Bomberos

Con el fin de identificar plenamente el lugar donde se realiza la actividad económica la municipalidad incorpora al registro de actividades económicas la clave catastral del predio, para lo cual podrán presentar, uno de los siguientes requisitos.

Copia de la carta de pago del impuesto predial del predio donde funciona la actividad económica del año en el que se esté realizando el registro.

d) Permiso ARCSA

Según la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA, 2018) ,los requisitos para que el emprendimiento pueda entrar en funcionamiento primero deberá ubicarse según la clase, en nuestro caso para una productora y comercializadora de pan con frutas naturales entraría en la categoría de “Establecimientos destinados a la elaboración de panadería y pastelería” el cual establece lo siguiente:

Descripción

Son establecimientos destinados a la manufactura y comercialización de productos de panadería y pastelería (ejemplo pan, postres, galletas, buñuelos, pasteles, etc.) y adicionalmente comercializar productos relacionados como leche, queso, yogurt, jugos, huevos, etc. Deberán contar con los siguientes requisitos para obtención del permiso de funcionamiento:

- Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Categorización otorgada por el Ministerio de productividad (MIPRO) o por la
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS).
- Categoría:28.9 Establecimientos Destinados a la Elaboración de Productos de Panadería y
- Pastelería Costo: \$0.00

e) Emisión del Registro Único de Mipymes (RUM) – MIPRO

Según el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO, 2018) Tramite orientado a categorizar a las micro, pequeñas y medianas empresas que realicen actividades de producción y proporcionar el Registro Único de MIPYMES (RUM), documento válido para efectuar tramites en otras instituciones del Estado.

Requisitos:

- Registro Único de Contribuyentes- RUC activo o Régimen Impositivo Simplificado
- Ecuatoriano (RISE) activo.
- Dirección de correo electrónico actualizada en el SRI Donde se realiza:

Este trámite se lo realiza en línea mediante el siguiente link:

http://servicios.industrias.gob.ec/site_rum/rum.html

1.6. Matriz AOOD

Tabla 10. Matriz AOOD

ALIADOS	OPONENTES
Comercialización adecuada de frutas dentro del sector.	Poca experiencia en lo que se refiere a la elaboración de pan con frutas.
Mano de obra calificada.	Variabilidad de los costos de la materia prima
Facilidad de adquisición de maquinaria de panificación.	Costumbres de consumo de pan especial.
Disposición de la materia prima dentro de la ciudad.	Introducción de productos similares o sustitutos.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
Inexistencia de competencia directa	Competencia por parte de productores de pan
Crédito por parte de instituciones financieras para emprendimientos	Afectaciones climáticas para el cultivo de frutas.
Facilidad de tramitación para permisos de funcionamiento del emprendimiento	Precios del producto.
	Tendencias de cuidados en la salud por los consumidores.

Elaborado por: Autoras

1.7. Definición de la Oportunidad de la Inversión

Realizado el diagnóstico se considera a la ciudad de Ibarra lugar estratégico para poner en marcha la productora y comercializadora de pan con frutas naturales.

Se debe tomar en cuenta que el producto que se va a ofertar será de consumo selectivo, el cual deberá poseer variedad y calidad y por ende cumpla con las expectativas de los consumidores.

Las panaderías del sector se consideran competencia indirecta puesto que no ofertan productos iguales, pero si elaboran pan de consumo selectivo en otras variedades y sabores

Así mismo al implementar este producto se está aportando al consumo de la población ya que se evitará el uso de saborizantes artificiales utilizando el natural que la misma fruta lo proporciona.

Por último, existe una oportunidad de inversión, ya que al ser una microempresa el acceso a los permisos de funcionamiento es viable.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Empresa

Existen varias definiciones sobre empresa, Fuentes (2014) determina que una empresa es “una organización que transforma un conjunto de recursos físicos, monetarios y cognitivos en bienes y/o servicios, con el objetivo principal de obtener beneficios” (p.24).

Al mencionar la palabra organización se hace relación a que las personas participan en la misma para la obtención de un objetivo. Se puede determinar que, una empresa es una entidad que mediante unos factores productivos se encarga de la elaboración de bienes o prestación de servicios para satisfacer las necesidades de la sociedad.

2.1.1. Clasificación

Es conocido que no existe un solo modelo o tipo de empresa, y se las puede clasificar de acuerdo a varios parámetros.

Según la actividad

- Empresas del sector primario o agro ganadero: crean utilidad al obtener los recursos de la naturaleza.
- Empresas del sector secundario o industrial: desarrollan una actividad productiva al transformar físicamente unos bienes en otros más útiles para su uso.
- Empresas del sector terciario o de servicios: reúnen las actividades destinadas a satisfacer las necesidades de servicios.

Según la propiedad del capital

- Empresas públicas: pertenecen al Estado o administraciones públicas.
- Empresas privadas: pertenecen a personas físicas o a otras sociedades.
- Empresas mixtas: tienen una parte de capital privado y otro público.

Según el número de socios:

- Unipersonales: El capital es aporte de una sola persona.
- Sociedades: Aporte de capital por personas jurídicas o naturales. (Gutierrez, 2013, pág. 42)

Según el tamaño

- Grandes empresas

“Se considera una gran empresa aquella que su volumen de ventas anual es de cinco millones de dólares en adelante, y el número de personas con las que cuenta son doscientas en adelante” (INEC, 2015).

- Medianas empresas

“En este caso se considera dos tipos: Mediana “B” en la cual las ventas anuales van desde los \$2’000001 a \$5’000000, el número de personal es de 100 a 199; y la Mediana “A” donde sus ventas están entre \$1’000001 a \$2’000000 y cuentan de entre 50 a 99 personas” (INEC, 2015).

- Pequeñas empresas

“El volumen de ventas anuales es de \$100000 a \$1’000000, el número de personas mínimo son 10 y máximo 49” (INEC, 2015).

Microempresas

“En este caso las ventas anuales son inferiores a los \$100000 y las personas que trabajan son entre 1 a 9”. (INEC, 2015).

Según los últimos datos del Directorio de Empresas 2016 publicado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) existen 763636 microempresas de diferentes actividades económicas en el Ecuador, representando el 90,5% del total de empresas de acuerdo al tamaño, lo que muestra la importancia que este sector tiene en la economía del país.

2.2. Emprendimiento

Durante los últimos años se le ha venido dando importancia al fenómeno emprendedor debido al impacto social y económico que genera en la sociedad. Román (2017) menciona que el emprendimiento “es la actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos y proyectos” (p.9). Este término está relacionado con la innovación, no solo con relación a creación de productos o servicios, sino también nuevos procedimientos de los ya existentes.

2.3. Características del producto

2.3.1. Pan

El pan es un alimento muy importante en la dieta del ser humano que ha sido adaptado a cada región y costumbres.

Se lo puede definir como “masas elaboradas por la mezcla de harina de trigo, sal comestible y agua potable, todo ello fermentado por efecto de la levadura” (Delgado & Caro, 2012, pág. 15).

2.3.2. Pan con frutas

Existen algunos tipos de panes denominados especiales, uno de ellos es el pan de frutas el cual es “un pan de masa de flama al que se le agregan frutas escarchadas por lo general” (Delgado & Caro, 2012, pág. 18). El pan con frutas es un producto que parte de la preparación tradicional de un pan común, es decir una masa obtenida de la mezcla de harina de trigo, agua, sal, levadura, y que adicionalmente se le agregan frutas picadas en trozos pequeños.

2.4. Oferta y demanda

2.4.1. Oferta

“La oferta de un bien hace referencia a la conducta de todas las empresas que están dispuestas a producir dicho bien para los consumidores” (O’Kean, 2013, pág. 30).

Es decir que es la cantidad total de un bien o servicio que cierto número de productores está dispuesto a ofrecer a un precio determinado. Esta cantidad depende de:

- Precio del bien
- Costo de los factores de producción
- Tecnología
- Objetivos empresariales
- Impuestos al bien que se produce

La oferta en este caso está constituida por los productores existentes en el mercado que ofrecen un producto similar al pan con frutas naturales en ciertos establecimientos como panaderías, cafeterías y supermercados de la ciudad de Ibarra.

2.4.2. Demanda

Es importante conocer los gustos y preferencias de los posibles consumidores para determinar el producto que cumpla con las características para satisfacer las necesidades de una sociedad en común. “La demanda es la cantidad de bienes y servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir a los diferentes precios” (Cue & Quintana, 2014).

Factores de los que depende:

- Precio del bien
- Ingresos de los consumidores
- Gustos y preferencias

2.4.3. Competencia

Para un determinado bien pueden existir variedad de ofertantes, así, se habla de un competidor a aquel que vende un bien o servicio similar que satisfaga una misma necesidad de los compradores (Flórez, 2015).

Se debe analizar a la competencia, tomar en cuenta la manera en la que opera, las características de los productos que ofrece.

2.5. Marketing Mix

a) Producto

El producto es “cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad” (Kotler & Armstrong, 2012, pág. 224).

Un producto es todo aquello que se oferta en un mercado, tiene ciertas características, y satisface una necesidad de los consumidores.

b) Precio

Las empresas fijan un valor monetario a sus productos para ser vendidos en el mercado y así poder recuperar los costos en los que incurrieron al momento de elaborarlos. Monferrer (2013) afirma “el precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o por un servicio” (p.117).

Es importante tomar en cuenta que para establecer el precio de un producto se debe tomar en cuenta los precios de la competencia como referencia.

c) Plaza

La Plaza se refiere al lugar donde el producto o servicio estará a disposición del consumidor, es decir que es la manera en que estos llegan al mercado.

d) Promoción

Para presentar el producto a los posibles consumidores se necesita buscar la forma para que estos lo conozcan. “La promoción implica actividades que comunican las ventajas del producto y persuaden a los clientes meta de que lo compren” (Kotler & Armstrong, 2012, pág. 52).

Entonces, la promoción son todas las funciones que se realizan para que el mercado meta conozca el producto a ofrecer utilizando distintos medios.

2.6. Estudio técnico

2.6.1. Macro localización

La macro localización “corresponde a la selección de un área global en donde, de acuerdo con los estudios preliminares realizados, se puede ubicar el proyecto” (Flórez, 2015, pág. 73).

En este caso la determinación de la macro localización es identificar la provincia, cantón o ciudad.

2.6.2. Micro localización

La micro localización hace referencia al proceso de escoger el sitio preciso donde se realice las actividades para el funcionamiento del emprendimiento; la localización que se elija puede ser determinante en el éxito o fracaso del proyecto, empresa o negocio.

2.6.3. Producción

“Producción es el conjunto de actividades desarrolladas con la utilización de unos medios o recursos convenientemente seleccionados, organizados y gestionados, para la obtención o adición de valor de uno o varios productos, a través de un proceso de producción” (Cuatrecasas, 2012, pág.

16). La producción entonces, es la creación de un producto elaborado o semielaborado para la disposición de los consumidores, es importante que, para que se diferencie dentro del mercado, este debe tener un valor agregado para que tenga acogida.

2.6.4. Comercialización

“La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar” (Baca, 2013, pág. 4).

Se puede decir que la comercialización es un conjunto de técnicas con las cuales se pretende llegar o conquistar el mercado meta con el objetivo principal de satisfacción del cliente.

2.7. Presupuesto

Un presupuesto es una herramienta de planeación importante para todo tipo de empresa desde la más pequeña hasta la de mayor tamaño. Según Toro (2016) “es la expresión cuantitativa de un plan de acción propuesto por la administración de una empresa para un determinado periodo de tiempo” (p.128).

2.7.1. Presupuesto de Ventas

Se puede definir como “un presupuesto de ingresos que se basa en las estimaciones o previsiones que sobre las ventas realice la empresa” (San Millán, 2016, pág. 125). Es decir, que se planea con visión a futuro lo que se pretende vender en un tiempo determinado.

2.7.2. Punto de Equilibrio

Existe un punto de actividad donde no se genera pérdidas ni ganancias, (Luna, 2016) menciona “el punto de equilibrio determina el volumen de operación o nivel de utilización de la capacidad

instalada donde los ingresos determinados por las ventas, son iguales a los costos fijos y variables” (p.170).

Por debajo del resultado se incurre en pérdidas y por encima se genera ganancias. En este análisis se relaciona los costos fijos y variables con las ventas con el fin de planificar los beneficios o utilidades a obtener.

2.7.3. Flujo de Caja

Hace referencia a los flujos de entradas y salidas de efectivo de una empresa o proyecto en un tiempo determinado. El Flujo de Caja de un periodo mide la diferencia entre los cobros y los pagos del periodo y se expresa en unidades monetarias (Pérez-Carballo, 2013).

2.7.4. Materia Prima

Es necesario contar con los materiales o en este caso los ingredientes para el proceso de elaboración del producto. Según Guerrero (2014) “constituyen los insumos necesarios para ser consumidos o transformados durante los procesos, es el elemento físico que se incorpora a un proceso para ser transformado en un producto” (p. 141).

2.7.5. Mano de Obra Directa

Representan las personas que están a cargo del proceso productivo, es decir las que intervienen directamente en la elaboración del producto.

2.7.6. Costos Indirectos de Fabricación

Son aquellos que no es posible identificarlos de manera directa con el producto ni la cantidad exacta que interviene en el mismo, como la energía eléctrica utilizada, la depreciación de equipos, entre otras.

2.7.7. Costo de producción

“Son en los que se incurren para lograr que los productos manufacturados estén listos para su venta” (Arredondo, 2015, pág. 23). Estos incluyen: costos de materia prima directa, costos de mano de obra directa y costos indirectos de fabricación.

2.8. Estructura Organizacional

Se hace referencia a la estructura organizativa como un “esquema de jerarquización y división de las funciones que comprende una empresa” (Salinas, 2013).

Existen algunos modelos de organización, pero los más conocidos son los de tipo vertical y horizontal. En la estructura vertical las órdenes provienen del primer nivel jerárquico mientras que en la horizontal se reparte las actividades a realizar favoreciendo al trabajo en equipo.

2.8.1. Misión

La misión es la razón de ser de una organización, Pedraza (2014) menciona “el enunciado de la misión establece el perfil de la organización y refleja la identidad y sentido de la empresa” (p.11). Es decir que se debe plantear qué se hace, para qué y para quién está dirigido el producto o servicio.

2.8.2. Visión

Luego de declarar la misión se establece la visión, en la cual se determina el rumbo al que se desea llegar, contempla los elementos necesarios para cumplir lo que se desea ser en un futuro en un tiempo determinado.

2.8.3. Valores

Como plantea Briasco (2014) “cada organización define una serie de principios que desea cumplir al realizar su trabajo, es decir las directrices morales y de conducta para guiar el desempeño” (p.85).

2.8.4. Políticas

Para tener en claro los procedimientos adecuados a seguir en distintas áreas es importante desarrollar políticas. Moreno (2016) dice “la política es el comportamiento que caracteriza al negocio y sirve para describir su acción prolongada en el tiempo, en especial cuando debe afrontar situaciones de diversa naturaleza” (p.100). Se pueden establecer políticas de tipo financiera, a nivel comercial, talento humano, operativo.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Introducción

En la actualidad el sector de la panificación se encuentra activo, ya que al ser el pan un producto indispensable en la dieta diaria del ser humano forma parte de la lista de alimentos de la canasta básica de los ecuatorianos.

El estudio de mercado tiene la finalidad de determinar aspectos como: conocer el número de ofertantes, la población que estaría dispuesta a consumir el producto, los canales de distribución y determinación de precios de venta del pan con frutas naturales.

Para la ejecución del presente capítulo se empleó técnicas como encuestas, entrevistas, fichas de observación y la obtención de datos históricos, lo que nos ayudara a conocer de mejor manera la situación de los establecimientos que ofertan productos iguales o similares, y gustos y preferencias del consumidor

3.2. Objetivo General

Realizar un estudio de mercado para definir la oferta y demanda existentes para la creación de una productora y comercializadora de pan con frutas naturales.

3.3. Objetivos Específicos

- Determinar el comportamiento de la demanda de productos de panadería.
- Identificar la oferta de productos de panadería de consumo selectivo en la ciudad de Ibarra.

- Identificar gustos y preferencias del cliente sobre el pan con frutas naturales.
- Determinación del precio del producto
- Establecer adecuadas estrategias de mercado para la comercialización del producto.

3.4. Variables

a) Producto

b) Demanda

c) Oferta

d) Precio

e) Estrategias de Comercialización

3.5. Indicadores del Estudio de Mercado

3.5.1. Producto

a) Características del producto

b) Materia prima

c) Percepción del producto

3.5.2. Demanda

a) Población

b) Mercado meta

c) Número de demandantes

d) Análisis del precio

3.5.3. Oferta

a) Competencia

b) Características de los competidores

c) Análisis del precio

3.5.4. Precio

a) Determinación del precio

3.5.5. Estrategias de Comercialización

Canales de comercialización

Marketing mix

Presentación del producto

3.6. Matriz del Estudio de Mercado

Tabla 11. *Matriz del Estudio de Mercado*

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADORES	TÉCNICAS	TIPOS DE INFORMACIÓN	FUENTE DE INFORMACIÓN
Definir las características y la forma de elaboración del pan de frutas al natural	Producto	Características del producto Materia prima Percepción del producto	Entrevista Encuesta	Primaria	Entrevista realizada a la competencia. Entrevista realizada a un especialista en nutrición. Interrogatorio dirigido a la PEA del cantón Ibarra.
Identificar el comportamiento de la demanda	Demanda	Población Mercado meta Número de demandantes Análisis del precio	Encuesta	Primaria	Interrogatorio dirigido a la PEA del cantón Ibarra.
Identificar el comportamiento de la oferta	Oferta	Competencia Características de los competidores Análisis del precio	Encuesta Entrevista	Primaria	Interrogatorio dirigido a la PEA del cantón Ibarra Entrevista realizada a la competencia
Determinación del precio del producto	Precio	Determinación del precio	Encuesta Entrevista	Primaria	Interrogatorio dirigido a la PEA del cantón Ibarra Entrevista realizada a la competencia
Establecer adecuadas estrategias de mercado para la comercialización del producto.	Estrategias de comercialización.	Canales de comercialización Marketing mix Presentación del producto	Información bibliográfica	Secundaria	Libros especializados

Elaborado por: Autoras

3.7. Población y muestra

3.7.1. Identificación de la Población

Para la creación de una productora y comercializadora de pan con frutas naturales, se tomará en cuenta a la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra, la que según el último censo realizado por el INEC en el 2010 es de 60180, de la cual se ha tomado a la población no pobre, que se posiciona en de 44971.¹, habitantes, según las Necesidades Básicas Insatisfechas.

3.7.2. Cálculo de la Muestra

Para realizar el cálculo de la muestra se tomó en cuenta la siguiente formula, con la cual se concretó la población para el estudio de mercado.

$$n = \frac{NK^2PQ}{e^2(N - 1) + K^2PQ}$$

Dónde:

n= tamaño de la muestra

N= tamaño de la población

K²= 1,96 constante que no debe ser menos de 95%

e= 0,06 error absoluto

P=0,50probabilidad

Q=0,50probabilidad

¹ www.ecuadorencifras.gob.ec

$$n = \frac{(44971) \times ((1,96)^2) \times (0,5) \times (0,5)}{((0,06)^2) \times (44971 - 1) + ((1,96)^2) \times (0,5) \times (0,5)}$$

$$n = \frac{43190,15}{162,85}$$

$$n = 265,21$$

$n = 265$ número de personas encuestadas

3.7.3. Método Estadístico Empleado

a) Investigación Primaria

Encuesta: técnica de obtención de información, mediante la aplicación de cuestionario al cliente, específicamente al número de personas perfiladas de la muestra de la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra.

Entrevista: técnica para recabar información con el uso de un cuestionario realizado a través de una conversación directa con los productores de pan, y con un especialista en nutrición para obtener un criterio técnico de la mezcla de los ingredientes que contiene el producto.

Ficha de observación: técnica que se la realiza a través de la visualización a la competencia con el fin de obtener información acerca de varios aspectos, la misma que será aplica a los establecimientos que ofertan productos similares o iguales a la del proyecto

b) Investigación Secundaria:

Se obtuvo de libros especializados como también de documentos como el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra, así como de la página web del INEC.

3.8. Análisis y Apreciación de resultados

3.8.1. Resultados de las encuestas aplicadas

PREGUNTA 1: ¿Consume usted o su familia pan?

Tabla 12. Consumo de Pan

OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mucho	137	52%
Poco	128	48%
Nada	0	0%
TOTAL	265	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a la población del Cantón Ibarra

Elaborado por: Autoras

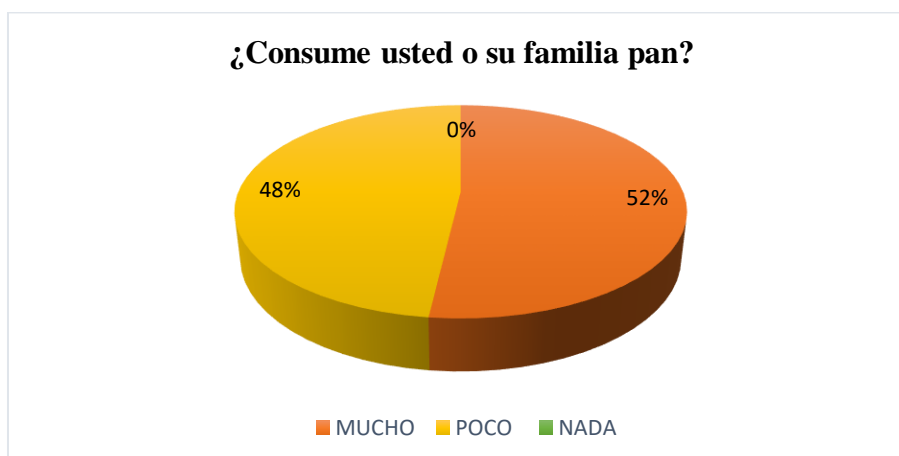


Figura 1 Consumo de Pan

Fuente: Encuesta a la Población de la Ciudad de Ibarra

Elaborado por: Autoras

Análisis:

De acuerdo con las encuestas aplicada, los resultados arrojan un 52% de consumo de pan en una categoría de mucho contra un 48% que pudieron mencionar que consumen poco, pero ninguno de los encuestados menciona que nada. En conclusión, la mayoría de los encuestados son consumidores del producto de estudio lo que es satisfactorio para el proyecto de emprendimiento.

PREGUNTA 2: ¿Qué tipo de pan consume?

Tabla 13. *Tipo de Pan*

OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Blanco	215	81%
Integral	50	19%
Otro	0	0%
TOTAL	265	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a la población del Cantón Ibarra

Elaborado por: Autoras

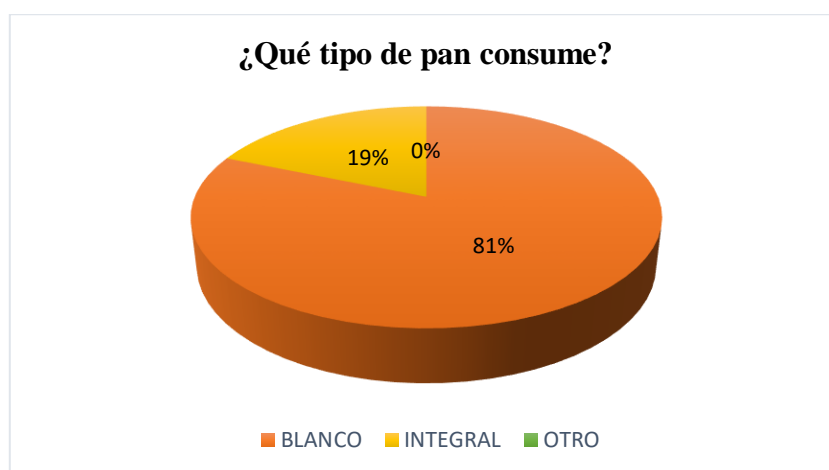


Figura 2 *Tipo de Pan*

Fuente: Encuesta a la Población del Cantón Ibarra

Elaborado por: Autoras

Análisis:

En el gráfico se puede observar que la población de la ciudad de Ibarra está acostumbrada a consumir el pan blanco, ya que los resultados de la encuesta realizada determinan un 81% pero no se descarta el consumo de pan integral. Es así, que en el proyecto se tendrá en cuenta las dos preferencias del consumidor así se estará satisfaciendo los gustos de la población.

PREGUNTA 3: ¿Con que frecuencia compra pan?

Tabla 14. *Frecuencia de Compra*

OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diariamente	151	57%
Cada 2 días	78	29%
Más de 5 días	36	14%
TOTAL	265	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a la población del Cantón Ibarra

Elaborado por: Autoras

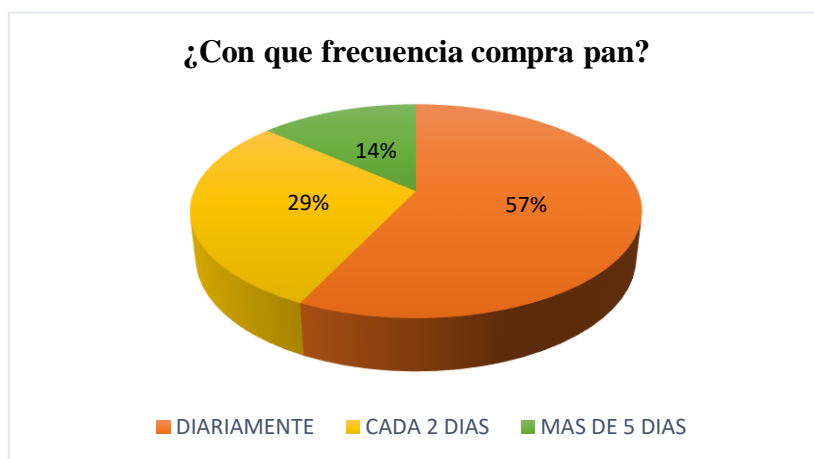


Figura 3 *Frecuencia de Compra*

Fuente: Encuesta a la Población del Cantón Ibarra

Elaborado por: Autoras

Análisis:

Los resultados arrojan que más del 50% de la población de Ibarra realiza sus compras diariamente, lo que refleja que el consumo de este producto es alto, esto le da una ventaja al proyecto ya que no se verá afectado por la falta de consumidores

PREGUNTA 4: ¿Cuántos panes consume al día?

Tabla 15. *Consumo de Pan Diario*

OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1unidad	121	46%
2unidades	117	44%
Más de 3 unidades	27	10%
TOTAL	265	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a la población del Cantón Ibarra

Elaborado por: Autoras

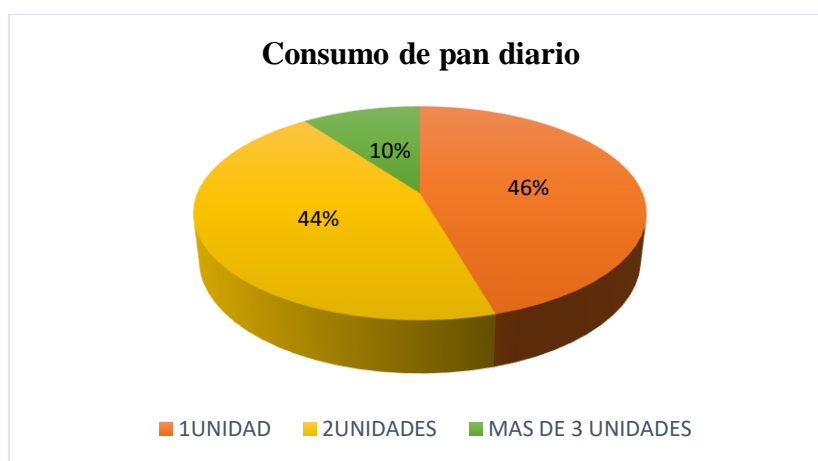


Figura 4 *Consumo de Pan Diario*

Fuente: Encuesta a la Población del Cantón Ibarra

Elaborado por: Autoras

Análisis:

En el gráfico se puede observar que cada integrante de la familia consume al menos una unidad de pan al día, dando como resultado un 46%, estando muy cerca un 44% que dice que consume dos unidades del producto lo que es muy bueno porque por cada familia el consumo se incrementaría dependiendo del número de integrantes.

PREGUNTA 5: ¿Ha escuchado sobre el pan con frutas naturales?

Tabla 16. *Conocimiento del Pan con Frutas Naturales*

OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	76	29%
No	189	71%
TOTAL	265	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a la población del Cantón Ibarra

Elaborado por: Autoras

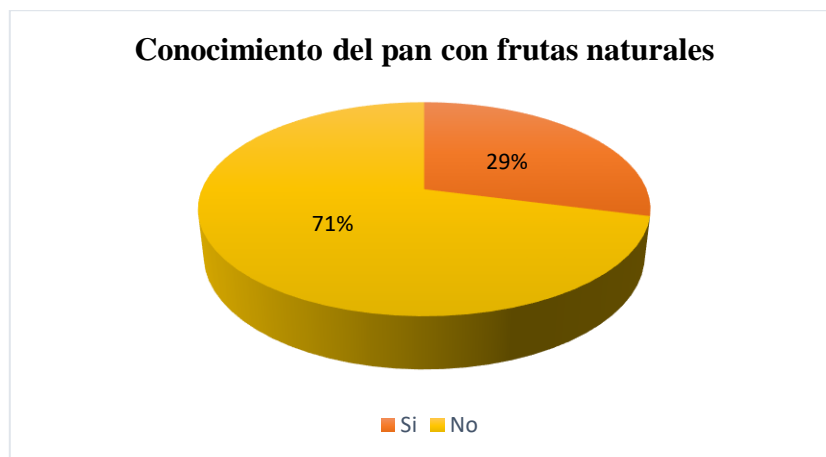


Figura 5 *Conocimiento del Pan con Frutas Naturales*

Fuente: Encuesta a la Población del Cantón Ibarra

Elaborado por: Autoras

Análisis:

Se puede analizar que la mayoría (71%) de la población encuestada no tiene conocimiento del pan con frutas naturales, lo que refleja que es un producto nuevo para las personas, el cual que se puede introducir dentro del mercado.

PREGUNTA 6: ¿Consumiría pan con frutas naturales?

Tabla 17. Nivel de Aceptación del Producto

OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	265	100%
No	0	0%
TOTAL	265	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a la población del Cantón Ibarra

Elaborado por: Autoras

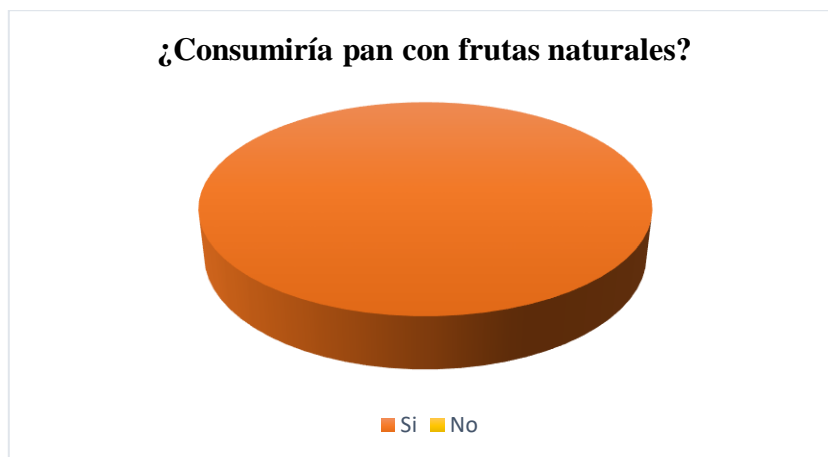


Figura 6 Nivel de Aceptación del Producto

Fuente: Encuesta a la Población del Cantón Ibarra

Elaborado por: Autoras

Análisis:

Una vez realizada la encuesta los resultados arrojaron que el 100% de la población encuestada consumiría el pan con frutas al natural. Esto es muy satisfactorio para el proyecto ya que existe una gran demanda de consumidores por ser un producto diferente.

PREGUNTA 7: ¿Cuál sería el precio que estaría dispuesto a pagar por cada unidad de pan con frutas?

Tabla 18. Precio de Adquisición

OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0,20	93	35%
0,25	145	55%
0,30	27	10%
TOTAL	265	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a la población del Cantón Ibarra

Elaborado por: Autoras

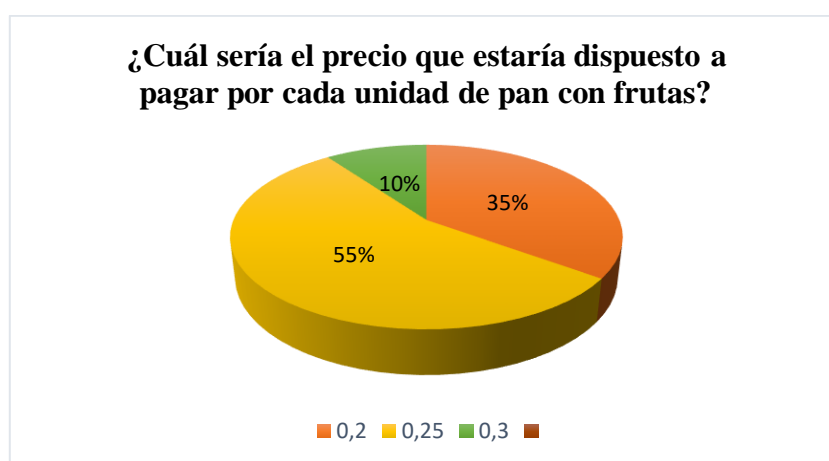


Figura 7 Precio de Adquisición

Fuente: Encuesta a la Población del Cantón Ibarra

Elaborado por: Autoras

Análisis:

Los resultados muestran que el precio que el consumidor estaría dispuesto a pagar es de 0,25 ctvs. por cada unidad de pan. Mas una parte significativa de la población encuestada dice que pagaría 0.20ctvs.

PREGUNTA 8: ¿Conoce usted algún lugar donde se ofrezca pan con frutas naturales?

Tabla 19. Competencia

OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	35	13%
No	230	87%
TOTAL	265	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a la población del Cantón Ibarra

Elaborado por: Autoras

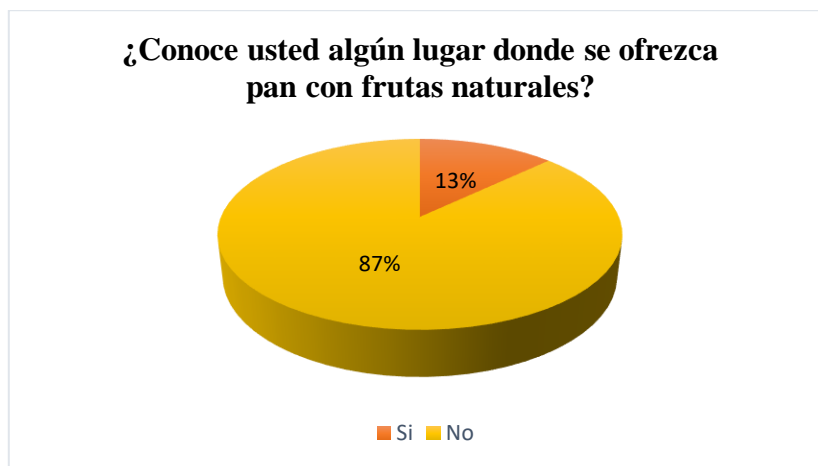


Figura 8 Competencia

Fuente: Encuesta a la Población del Cantón Ibarra

Elaborado por: Autoras

Análisis

Esta pregunta nos ayuda a distinguir el nivel de competencia que tiene el pan con frutas al natural dando como resultado de que un 87% de la población encuestada dice que no tiene conocimiento de un lugar donde se expenda este producto. Mas no se descarta de una inexistencia de competencia ya que un 13% dice que si conocen lugares de comercialización del producto.

PREGUNTA 9: ¿Dónde le gustaría que se oferte el pan de frutas al natural?

Tabla 20. *Lugar de Adquisición del Producto*

OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Panadería	136	52%
Cafeterías	54	20%
Supermercados	75	28%
TOTAL	266	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a la población del Cantón Ibarra

Elaborado por: Autoras

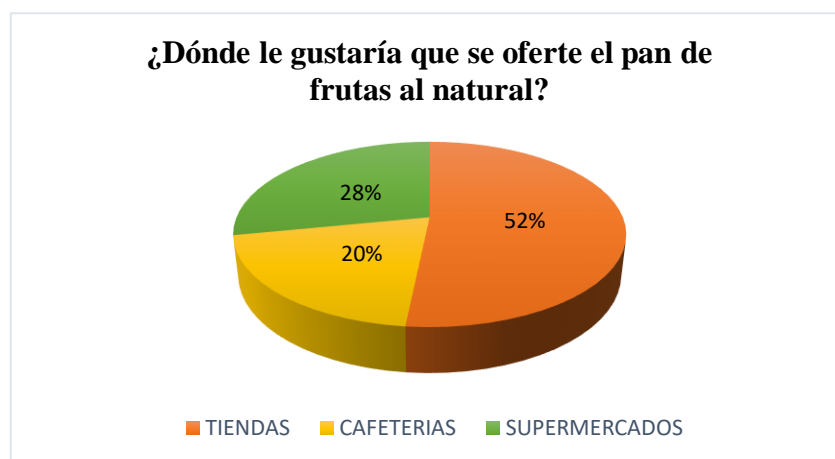


Figura 9 *Lugar de Adquisición del Producto*

Fuente: Encuesta a la Población del Cantón Ibarra

Elaborado por: Autoras

Análisis:

A través de las encuestas realizadas se puede observar que los encuestados prefieren que el producto se comercialice en tiendas, seguido de que también optan por adquirir el producto en supermercados, por lo que el emprendimiento tomara en cuenta estos dos lugares para distribuir el nuevo producto.

PREGUNTA 10: ¿Con que tipo de fruta preferiría degustar el pan?

Tabla 21. *Gustos del Consumidor*

OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mora	49	18%
Maracuyá	26	10%
Fresa	33	13%
Piña	47	17%
Manzana	50	19%
Naranja	10	4%
Durazno	50	19%
TOTAL	265	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a la población del Cantón Ibarra

Elaborado por: Autoras

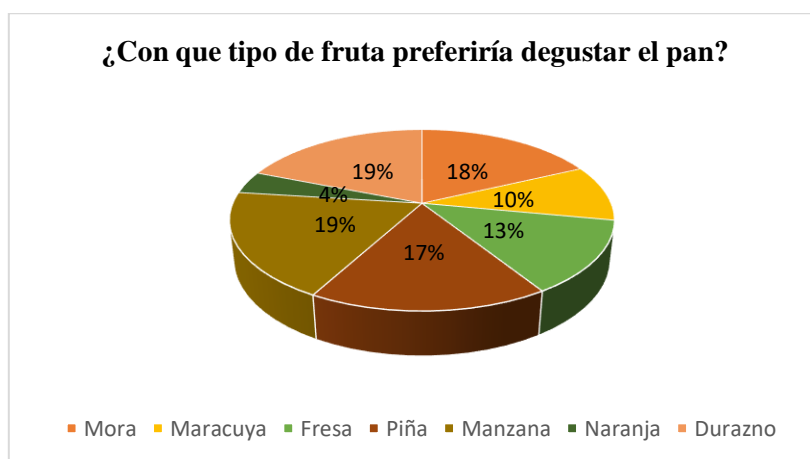


Figura 10 *Gustos del Consumidor*

Fuente: Encuesta a la Población del Cantón Ibarra

Elaborado por: Autoras

Análisis:

En esta pregunta en la cual se observa los gustos del consumidor, se tuvo como resultado de que la población prefiere consumir el pan con frutas como la mora, durazno, manzana y piña; lo cual se tendrá en cuenta para la fabricación del producto sin descartar la introducción de nuevos sabores.

PREGUNTA 11: ¿Por qué medios le gustaría recibir información acerca del producto?

Tabla 22. Medios de Información

OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	30	11%
Televisión	40	15%
Redes sociales	195	74%
TOTAL	265	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a la población del Cantón Ibarra

Elaborado por: Autoras

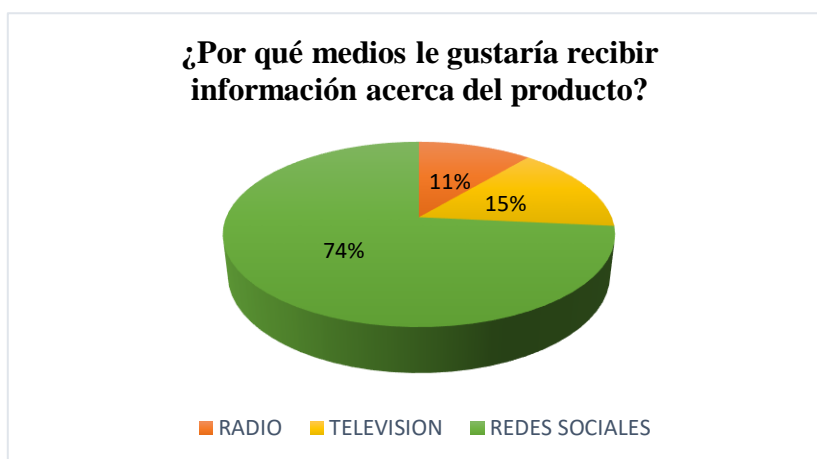


Figura 11 Medios de Información

Fuente: Encuesta a la Población del Cantón Ibarra

Elaborado por: Autoras

Análisis:

El 74% de los encuestados mencionan que le gustaría recibir información mediante redes sociales, siendo muy satisfactorio para el proyecto ya que se reduciría costos en lo que es publicidad ya que al estar en una era tecnológica las personas utilizan este medio para estar al día.

3.8.2. Resultados de la Entrevista Aplicada a los Panificadores

Establecimiento: Panadería “Isabella”

¿Cuál es la variedad de pan que ofrece?

El pan que ofrecemos es muy variado tenemos pan de Ambato, cachos, enrollados de queso, integral de sal y de dulce, el pan gusanito, de yema, arepas, empanadas, y biscochos.

¿Qué precios tiene el pan que ofrece?

Los precios varían dependiendo del producto, pero los panes que se ofrecen están en un rango entre 0,12 ctvs. hasta los 0,30 ctv.

¿Cuál es el pan que más vende el blanco o integral?

Nosotros elaboramos el pan con los tipos de harina, porque hay clientes que les gusta pan integral por ser más saludable para la salud, pero la mayoría del pan de producimos es hecho a base de la harina blanca que es lo que más consumen.

¿Elabora pan con frutas al natural?

No elaboramos ese tipo de pan, pero tenemos un pan relleno de piña que vendría a ser categorizado como postre.

¿En qué precio vendería el pan de frutas o si lo vende cual es el precio?

El precio que le pondría sería de 0,25 ctvs. a 0,30 ctvs. para obtener ganancias, menos de esos precios no me parecería rentable, pero considero que es una buena idea.

¿Qué maquinaria utiliza para la elaboración del pan?

Para la elaboración de nuestros productos utilizamos un horno de 10 latas, una batidora industrial, una balanza para pesar los ingredientes, una refrigeradora para guardar la materia prima q necesita mantenerse en refrigeración, últimamente adquirimos una cortadora de pan para aprovechar el tiempo, además tenemos sierras especiales para panadería, raspes metálicas y espátulas para sacar con cuidado el pan de las latas y realizar la limpieza de residuos que quedan impregnados en las latas.

¿Cuántos panes vende al día?

En este local se produce una cantidad exacta dependiendo del tipo de pan que se va a producir esto va desde 100 unidades de cada producto hasta 50 unidades en los que menos se venden.

¿Cuál es el tiempo de duración de horneado?

Para este proceso el pan se demora de 25min a 30min dependiendo del tipo de pan

¿Cuánta materia prima utiliza para la elaboración del pan?

Para la elaboración del pan siempre nos basamos en un formula la cual se aplica según la cantidad de unidades de pan que se desea realizar y es la siguiente:

INGREDIENTES	CANTIDAD (% , ml)
Harina	100%
Sal	2%
Levadura	3%
Mantequilla	35%
Huevos	0.2% (lo que quiere decir uno por cada libra de harina)
Azúcar	10%
Agua	500ml (variara dependiendo de la consistencia de la mezcla)

¿De cuantas unidades de pan es el horno que usted utiliza?

El horno que adquirí es de 10 latas en cada lata alcanzan de 24 a 36 panes dependiendo del tipo de pan que se vaya a hornear, es un horno que funciona a gas.

¿Con que personal cuenta para el funcionamiento de su establecimiento?

Cuento con dos vendedoras, un panadero, un pastelero y mi persona que también colaboro en los que es la elaboración del pan y en la parte de administración del negocio, además cuento con los servicios de una contadora.

Establecimiento: Panadería “Su NutriPan”

¿Cuál es la variedad de pan que ofrece?

En nuestro establecimiento se ofrece pan con propiedades nutricionales como el pan de naranja, el pan de quinua, pan de maíz entre otros cereales, nuestros productos hacen referencia al nombre de la panadería.

¿Qué precios tiene el pan que ofrece?

El precio del pan que ofrecemos va desde los 0,20 ctvs. hasta los 0,25 dependiendo del tipo de pan que se elabore.

¿Cuál es el pan que más vende el blanco o integral?

Producimos pan con los dos tipos tanto de la integral como del blanco, pero lo que más se utiliza es la harina blanca, la idea es satisfacer al cliente.

¿Elabora pan con frutas al natural?

Si, únicamente el pan de naranja el cual se lo elabora con el jugo de la naranja lo que sustituye el agua para su realización.

¿En qué precio vendería el pan de frutas o si lo vende cual es precio?

El pan de naranja que se oferta se lo vende a un precio de 0,25ctvs. cada unidad.

¿Qué maquinaria utiliza para la elaboración del pan?

El horno juntamente con las latas, una mesa para amasar la masa, chuchillos, espátula, una balanza y una nevera donde se almacena alguna materia prima que necesite está en esa temperatura.

¿Cuántos panes vende al día?

La producción no es mucha varía desde las 80 unidades de cada tipo de pan hasta las 100 unidades como máxima.

¿Cuál es el tiempo de duración de horneado?

El tiempo que se demora el pan en hornearse es de 25 a 30 min.

¿Cuánta materia prima utiliza para la elaboración del pan?

Depende de la cantidad y tipo de pan que se va a elaborar, para eso trabajamos con pesos exactos de harina, huevos, levadura, manteca o margarina, leche o aguay cereales.

¿De cuantas unidades de pan es el horno que usted utiliza?

El horno es de 10 latas y la cantidad de pan es de 240 panes por horno.

¿Con que personal cuenta para el funcionamiento de su establecimiento?

Trabajo con la ayuda de un panadero, para la venta y administración del local lo hago de forma personal.

3.8.3. Resultados de la Entrevista Aplicada a un Especialista en Nutrición.

Nutricionista Rosa Marlene Lascano

Docente en la Universidad Técnica del Norte

Con más de 20 años de experiencia

1. ¿Usted cree que el pan es un alimento esencial en la dieta diaria de las personas?

El pan es un alimento importante para el desayuno de la mayoría de las familias ecuatorianas, es fuente significativa de carbohidratos. Forman parte de toda dieta variada y equilibrada y debe consumirse para contribuir con la energía que requiere el ser humano diariamente.

2. ¿Las frutas al entrar en un proceso de cocción pierden su valor nutricional? ¿O existe algún tiempo límite para que se mantengan con las mismas propiedades?

Las frutas y verduras desde el momento mismo de la manipulación van a sufrir cambios en el aspecto físico y en menor proporción en el aspecto químico y más aún padecen alteraciones cuando entran en proceso de cocción. Se recomienda poner cuidado desde su almacenamiento hasta el momento de su consumo. Para conservar al máximo los nutrientes de los alimentos, es aconsejable pelar y cortar poco antes de prepararlo y/o consumirlo, emplear tiempos cortos de remojo, usar cocciones en las que el agua y el alimento tengan poco contacto como vapor, microondas, frituras, salteado; en los hervidos, esperar a que el agua hierva para sumergir el alimento, cocinar por poco tiempo y a bajas temperaturas y enfriarlas lo antes posible, aprovechar el agua de cocción para preparar otros alimentos.

3. ¿Cree que es recomendable mezclar carbohidratos (harina) con frutas?

Todos los alimentos poseen diversas propiedades nutritivas y al estar correctamente mezclados van a beneficiar el estado de salud de los individuos. Los hidratos de carbono (contiene el pan) comienzan la digestión en la boca y necesitan de suficiente masticación y un medio alcalino y las frutas acidas hacen que la digestión sea un tanto lenta, por ende, cuando están crudas no se recomienda mezclar.

Si es recomendable

4. ¿Qué ventajas tendría el consumir esta mezcla de alimentos?

Al mezclar el pan con frutas cocidas (en almíbar o mermeladas) se tiene mayor aporte de carbohidratos y por ende de calorías, las que son absorbidas más rápidamente que las de los otros macronutrientes, sin embargo, se incorporan a esta mezcla pequeñas cantidades de otros nutrientes como vitaminas que va a depender de tipo de fruta.

5. ¿Con que tipo de harina sería recomendable mezclar las frutas con la harina integral o blanca?

Preferible utilizar la harina integral, pues al provenir del grano casi integro es más saludable, contiene nutriente como la vitamina E, fibra ac g esenciales, potasio, magnesio, zinc, algo de vitaminas del complejo B.

Si es no es recomendable

6. ¿Qué consecuencias tendría el cuerpo del ser humano si ingiere esta mezcla de alimentos (frutas y harina)?

Un consumo excesivo de esta mezcla puede constituirse en una dieta hipercalórica, hiperhidrocarbonada; trayendo como consecuencia un incremento de glucosa y de triglicéridos.

3.9. Análisis del producto

3.9.1. Descripción del producto

El pan con frutas naturales es el producto que se proyecta presentar al mercado de la ciudad de Ibarra, este es un tipo de pan de consumo selectivo, ya que además de los ingredientes tradicionales que se utilizan para la elaboración de un pan común, en él se incluyen las frutas naturales que le dan un sabor especial, por lo que se considera diferente.

3.9.2. Características del producto

Se ha puesto énfasis en la producción de un tipo de pan, el mismo que será elaborado con harina blanca de trigo procesado, que en consecuencia se obtendrá un pan blanco el mismo que llevara en su interior trozos de diferentes frutas, el que se lo presentará en cuatro variedades de pan como el piña, manzana, mora, y durazno.

Los ingredientes para su elaboración son los siguientes:

- Harina de trigo
- Mantequilla
- Azúcar
- Sal
- Huevos
- Levadura
- Huevos
- Frutas como: mora, piña, manzana, durazno

3.10. Mercado Meta

El mercado meta para el pan con frutas naturales serán la población de la ciudad de Ibarra de nivel no pobre, considerados consumidores potenciales, con una perspectiva a que el producto sea puesto en marcha en el lugar de mayor afluencia de personas dentro del sector.

3.11. Análisis de la Demanda

El estudio de la demanda es uno de los aspectos más importantes para el proyecto de emprendimiento; el cual tiene como objetivo conocer el consumo de la población.

La demanda del producto se encuentra establecida por la población de la ciudad de Ibarra de las cuales la mayor parte consume pan tradicional, asimismo existe un mercado viable que están dispuestos a consumir el pan con frutas al natural.

Como resultado de las encuestas aplicadas a la población de la ciudad de Ibarra, se determinó la frecuencia de consumo de pan que fue del 57% de las personas encuestadas, las mismas que realizan sus compras diariamente y el nivel de aceptación del nuevo producto “el pan elaborado con frutas al natural”, alcanzo un 100% del total de los encuestados de los cuales el 46% consumen una unidad de pan de forma diaria, el 44% consumen dos unidades, mientras que la diferencia del 10% consumen tres unidades diarias.

3.11.1 Análisis del Precio de la Demanda

Utilizando la información recogida en las encuestas, se identificó en la pregunta número siete, donde se hace referencia al precio de adquisición, más del 50% de la población encuestada dijo que estaría dispuesto a pagar 0,25 ctvs. por cada unidad de pan.

3.12. Análisis de la Oferta

Para determinar el número de ofertantes con productos iguales o similares al del proyecto se realizó una observación directa a las panaderías y establecimientos más frecuentados por la ciudadanía de la ciudad de Ibarra, lugar en donde se desea poner en marcha el emprendimiento.

Posterior a la observación se identificó un total de cinco establecimientos que ofertan productos similares al del emprendimiento los mismos que se encuentran ubicados en el centro de la ciudad de Ibarra.

- “Deli Ajaví”
- “Panadería Arenas”
- “SUPERMAXI Panadería”
- “GRAN AKI Panadería”
- “Pan de Leche” Caranqui

Establecimiento: “Deli Ajaví”

Este establecimiento es parte del hotel “Ajaví”, el cual cuenta con una excelente presentación del local tanto interna como externa, la exhibición de sus productos es adecuado para el cliente, la atención por parte del personal es muy buena, además ofrece una gran variedad de pan, pero no oferta el con frutas naturales, únicamente pan relleno con mermelada el cual no se lo realiza de forma diaria, sus precios varían desde 0,30 ctvs. por cada unidad hasta 0,70 ctvs. dependiendo del tipo de pan. Además de la elaboración del pan, este establecimiento ofrece otras líneas de productos.

Establecimiento: Panadería “Arenas”

Este establecimiento cuenta con local ubicado en un lugar comercial de la ciudad de Ibarra, el cual es frecuentado por parte de la población de la ciudad de Ibarra, el ambiente del lugar es muy acogedor, empezando desde su exterior con una imagen que llama la atención al cliente, el pan que se oferta en este lugar es variada, en el cual el único producto similar al pan con frutas naturales que se pudo encontrar es el pan danés de guayaba y el pan danés de piña, los precios de venta van desde 0,30 ctvs. hasta los 0,75 ctvs. cada unidad, además se pudo observar que ofrece otros tipos de productos los que hacen un complemento perfecto al pan como leches gaseosas mermeladas.

Establecimiento: “SUPERMAXI”-Panadería

Se encuentra ubicado en el centro de la ciudad de Ibarra en una zona muy concurrida por la ciudadanía de Ibarra, cuenta con una gran variedad de productos que van desde postes, tortas, y pan de diferentes precios y sabores, pero no pudimos identificar el pan con frutas naturales, solo el pan con frutas confitadas el cual se lo oferta en un tamaño familiar pero no por unidades, los precios del producto observado varían desde 0,50ctvs. y pueden llegar hasta un dólar por unidad dependiendo del tipo de pan, el lugar tiene una buena presentación, la exhibición de sus productos hacen de este lugar agradable a la vista de sus clientes ya que al momento de adquirir el producto el consumidor lo hace de manera personal.

Establecimiento: GRAN AKI “Panadería”

Este lugar es muy visitado por la ciudadanía ibarreña, su capacidad de producción y abastecimiento es poca pero variada, el ambiente del lugar es bueno, la exhibición de sus productos lo hacen en vitrinas, en el que no se encontró el pan con frutas, sus precios de venta varían desde 0,40 ctvs. hasta 1,00 dólar por unidad dependiendo del tipo de pana a adquirir.

Establecimiento: Caranqui “Pan de Leche”

Alrededor del parque del barrio de Caranqui existen varios establecimientos donde se oferta el pan de leche el cual es catalogado de consumo selectivo, donde todos los fines de semana acude la población de la ciudad de Ibarra a degustar el pan acompañado de un helado, sus precios son fijos en todos los establecimientos con un valor de 0,60 ctvs. cada unidad de pan, sitio es acogedor en el cual se puede disfrutar en familia un momento agradable.

Después de realizar la observación a los distintos establecimientos de la ciudad de Ibarra, se determinó que existe cinco lugares donde ofertan pan de consumo selectivo como son: “Deli Ajavi” el cual ofrece cada día, nuevas variedades y sabores, como también presta servicios adicionales; así mismo la parte de panadería de “Supermaxi” y “Gran Aki” ofrece productos de consumo selectivo, presentando sus productos en diferentes sabores dependiendo de la temporada del año y adicional a esto pone a disposición el supermercado; y por último la panadería "Arenas" la cual aparte de su línea de pan especial, ofrece servicios como su delicatessen y cafetería, y por último el pan de leche en el sector de Caranqui en el cual solo se oferta esta variedad de pan, además en todos los lugares se identificó su excelente atención y presentación tanto en el interior como en el exterior lo cual atrae la atención de los consumidores en los tres locales. Después de esta observación directa se llega a concluir que no existe un pan que sea igual al de nuestro emprendimiento.

3.12.1 Análisis del Precio de los Ofertantes

Mediante observación directa a los establecimientos que ofertan productos similares se pudo identificar el precio de venta de sus productos varían, van desde los 0,12 ctvs. (pan normal) hasta los 0,30 ctvs. (pan con algún agregado).

Utilizando las entrevistas aplicadas a la competencia en las cuales los panificadores pudieron definir que el precio de venta del pan con frutas naturales que ellos fijarían variaría entre los 0,25 y 0,30 ctvs.

3.13. Determinación del precio

Para determinar el precio de venta del pan con frutas al natural se tomó en cuenta el nivel de ingresos económicos de la población económicamente activa, la cual mediante una segmentación se tomó a la población no pobre de la ciudad de Ibarra.

Para establecer el precio de venta del pan con frutas por unidad se tomará en cuenta los costos en los que se incurre en la elaboración, así como los precios de la competencia y lo que el cliente estaría dispuesto a pagar, consecuentemente se define un precio estándar de 0,30 ctvs. por unidad de pan.

3.14. Análisis de la Comercialización.

La forma de comercialización del producto se lo realizará por medio de cuatro aspectos fundamentales, establecidos en estrategias de: producto, precio, plaza, promoción, y, con lo que se podrá establecer un mix de oferta del producto.

Además, se analizó la manera de cómo llegar al cliente, lo cual se identificó en la encuesta realizada donde manifestaron que les gustaría adquirir el producto en una panadería como tradicionalmente lo hacen, es así como el producto se lo comercializaría en este lugar

3.14.1. Estrategias de Comercialización

Producto

Como antes se lo detallo el producto a ofrecer es el pan con frutas naturales y sus estrategias para ofrecer un producto serán la siguientes:

- Comercializar productos de calidad.

- Buscar que el cliente perciba que los productos provistos entreguen suficiente valor, logrando que el cliente reciba los resultados que quiere obtener: la utilidad y garantía del producto en términos de disponibilidad, capacidad, continuidad y seguridad.
- Dar un valor agregado a los productos
- Diseñar un empaque que vaya acorde al producto ya que es muy importante que sea resistente que proteja los productos de la manipulación directa y del medio ambiente, el cual debe tener características de cuidado medioambiental como fundas de papel resistentes para la comercialización de pan. o si fuera necesario las fundas de plástico biodegradables en casos que sea necesario utilizarlas.

Precio

La microempresa se manejará con el precio venta establecido mediante el estudio de mercado y basándose en los costos de producción del producto. El precio variará, teniendo en cuenta el crecimiento del establecimiento dentro del mercado. Tenemos las siguientes estrategias:

- Establecer precios totalmente accesibles, ya que esto nos facilitara introducir los productos al mercado.
- No basar los precios únicamente en los de la competencia, sino en la economía del cliente, lo que permitirá ganar confianza y fidelidad.

Plaza

El emprendimiento estará ubicado en un lugar céntrico, donde el cliente puede tener acceso al producto sin ningún inconveniente, el área externa del local estará presentada de la mejor manera junto a su letrero el cual llamará la atención del cliente, y al momento de ingresar llame la atención por su buena presentación del producto, así como del personal que atiende, su

higiene , organización, es así que se llegara al cliente por medio de la percepción visual y será la carta de presentación del producto.

El canal de comercialización para el expendio del pan con frutas naturales será directo, puesto que interviene el productor y finalmente el consumidor.



Figura 12 Canal de Comercialización
Elaborado por: Autoras

Publicidad y Promoción

Publicidad

Para proporcionar información al cliente sobre el pan con frutas naturales se lo realizara por medio de las siguientes estrategias:

- Asistir a ferias locales organizadas por el Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra, para ofertar los panes con frutas naturales
- Realizar publicidad por medio de redes sociales como también la creación de una página web, dándonos a conocer a nivel de mercado.

Promoción

- Realizar promociones por días festivos como san Valentín, 2 de noviembre, y Navidad las cuales son épocas donde le producto tendrá más acogida por parte de los consumidores.

3.15. Conclusiones del Estudio de Mercado

- La microempresa producirá y comercializará pan con frutas naturales combinando lo saludable de la fruta con el buen sabor del pan el cual es indispensable en la dieta diaria de una persona. Creando un producto alimenticio ideal y diferente para el consumidor.
- A través del estudio realizado a los consumidores se determina que dicho producto tiene una acogida significativa, ya que el consumo es diario y cada persona por lo menos consume una unidad diaria de pan.
- Después de identificar los ofertantes de producto iguales o similares se determina que no posee un nivel de competidores directos, ya que no existe productores de pan de frutas naturales, sin descartar la presencia de productores de pan tradicional de diferentes tipos y variedades.
- El precio venta del producto se establece en 0,30 ctvs. tomando en cuenta los costos incurridos, la opinión de los clientes y basándose en los precios de la competencia, el precio podrá tener variaciones a futuro dependiendo del precio de mercado y de la materia prima utilizada.
- Se establecieron estrategias de comercialización utilizando el marketing mix con la finalidad de posicionar al producto en el mercado, sus características competitivas como la calidad en las materias primas utilizadas y el diferente sabor de las frutas.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Presentación

El estudio técnico permite identificar los requerimientos para implementar el proyecto estableciendo factores importantes referentes al sitio óptimo para su localización, tamaño, los procesos productivos, equipamiento. Es decir, todo lo relacionado con los aspectos técnicos operativos necesarios para realizar el producto.

4.2. Localización del proyecto

El lugar para montar el emprendimiento se lo determino mediante un análisis de la macro y micro localización.

4.2.1. Macro localización

Para realizar el proyecto se ha considerado la provincia de Imbabura ubicada en la región Sierra Norte del Ecuador. Posee seis cantones los cuales son: Ibarra, Otavalo, Cotacachi, Pimampiro, Antonio Ante y Urcuquí.

Se ha determinado que el emprendimiento estará ubicado en el cantón Ibarra concretamente en la ciudad de Ibarra, capital de la provincia de Imbabura, al ser el lugar principal de desarrollo educativo, económico y científico, presenta las características y condiciones favorables para la realización del producto. (Figura13).

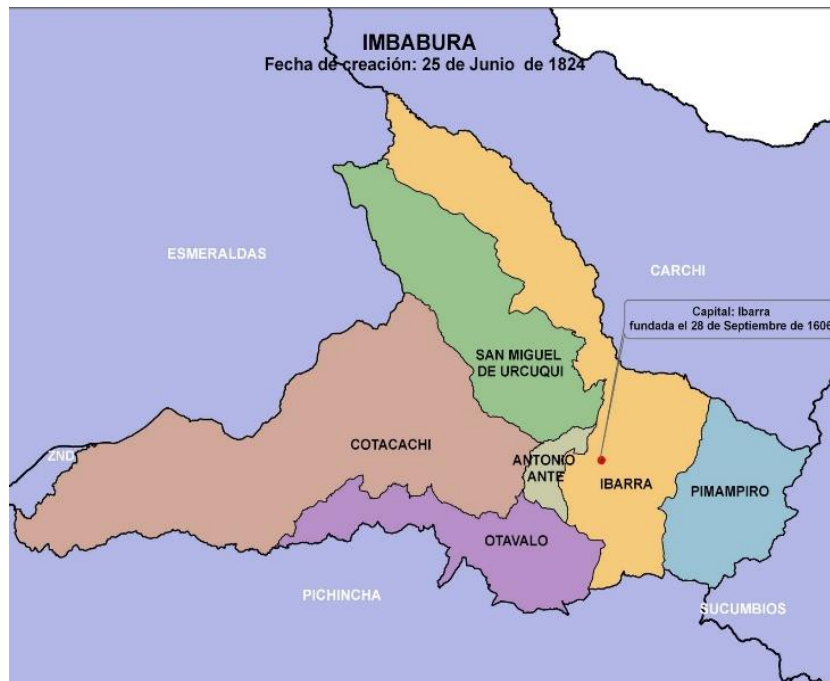


Figura 13 Mapa de la Provincia de Imbabura

Fuente: <https://sites.google.com/site/imbaburaprovinciadeloslagos/datos-adicionales>

4.2.2. Micro localización

El proyecto se centra en la parroquia urbana San Francisco en las calles Antonio José de Sucre entre Cristóbal Colón y Elías Liborio Madera. El local cuenta con todos los servicios básicos como: agua potable, luz eléctrica, alcantarillado, teléfono; la zona cuenta con dos cooperativas de transporte público, Cooperativa de transporte urbano San Miguel de Ibarra y Cooperativa 28 de septiembre que permiten una movilización ágil y segura. (Figura 14).

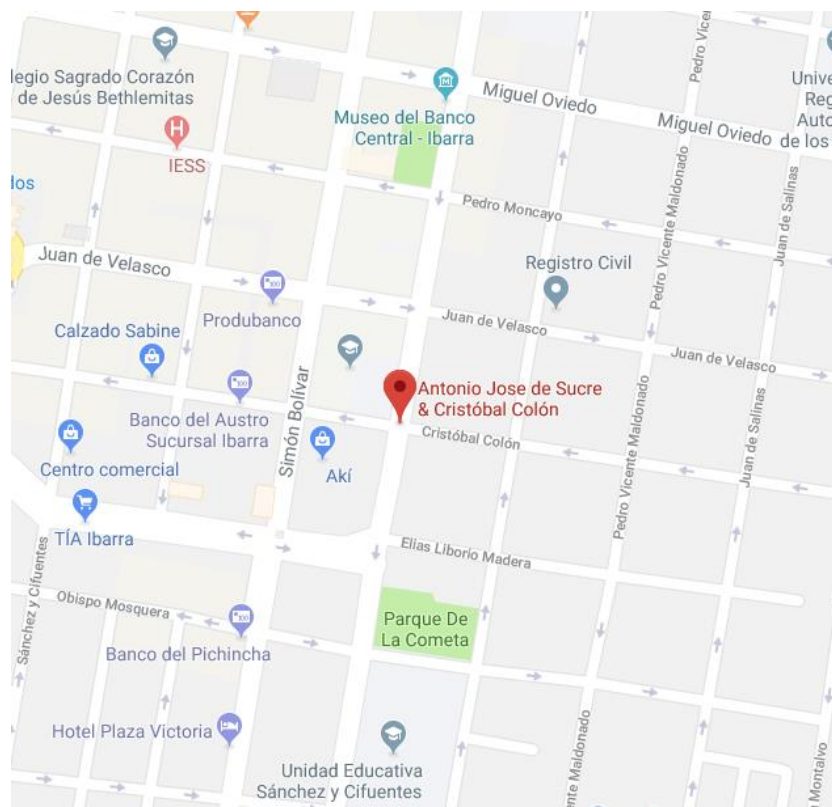


Figura 14 Mapa Ubicación del Emprendimiento
Fuente: (Maps, 2018)

4.3. Matriz de localización

Tabla 23. Valores Numéricos

Calificación	Valor
Excelente	5
Muy bueno	4
Bueno	3
Regular	2
Malo	1

Elaborado por: Autoras

Tabla 24 Matriz de Localización

Factores	Peso	Parroquia San Francisco		Parroquia San Antonio		Parroquia el Sagrario	
Vías de acceso y transporte	0,25	5	1,25	4	1	5	1,25
Acceso a servicios básicos	0,25	5	1,25	5	1,25	5	1,25
Disponibilidad de materia prima	0,20	5	1	3	0,6	5	1
Cercanía al mercado objetivo	0,15	5	0,75	2	0,3	4	0,6
Costo y disponibilidad del local	0,15	4	0,6	1	0,15	2	0,3
Total	1		4,85		3,3		4,4

Elaborado por: Autoras

4.3.1. Selección de la Alternativa Óptima

Según el análisis por el método cualitativo por puntos, la alternativa que tiene mayor puntuación es la opción de la parroquia San Francisco, calles Antonio José de Sucre entre Cristóbal Colón y Elías Liborio Madera; técnicamente es favorable ubicar el proyecto en este lugar.

4.4. Tamaño del Proyecto

4.4.1. Factores determinantes

a) Tamaño del mercado

De acuerdo con las encuestas realizadas en el Estudio de Mercado se pudo determinar que la totalidad de personas encuestadas consumen pan. La demanda del pan con frutas al natural muestra un panorama favorable ya que estas personas si están dispuestas a consumir el producto a ofertar.

b) Disponibilidad de materia prima

El emprendimiento necesita como ingrediente principal la harina además de las frutas e insumos para realizar el pan con frutas al natural, los proveedores serán las empresas productoras o importadoras de la materia prima necesaria, la cual se adquirirá de manera directa en la ciudad de Ibarra.

c) Disponibilidad de mano de obra

Para el desarrollo del proyecto se requiere de personal especializado con conocimientos de panadería y administración en el cual se consideran conocimientos generales de contabilidad.

d) Disponibilidad de recursos financieros

Para el financiamiento del emprendimiento se requiere de fondos propios y un crédito bancario, seleccionando la mejor alternativa según las características que presente el préstamo.

e) Capacidad de producción

En base a la disponibilidad del personal y tomando en consideración la maquinaria en especial el horno de cuatro latas, en donde cada lata tiene espacio para colocar 36 panes, por lo que en un turno se obtendría 144 unidades. Se ha determinado que la capacidad de producción es de 288 panes con frutas diarios ya que se realizará dos turnos en el día, lo que significa que se elaborarían 5760 panes al mes.

4.4.2. Diseño de la planta

La planta estará distribuida principalmente en dos áreas: área de producción u operativa y área de ventas, con una superficie total de 24.50 m² distribuidos de la siguiente manera:



Figura 15 Diseño de la Planta

Elaborado por: Las autoras

4.5. Proceso de producción

El proceso de producción de 144 panes con frutas se compone de dos partes: la elaboración de la masa y la preparación de las frutas.

Tabla 25. *Proceso de Preparación de Frutas*

ACTIVIDAD	SÍMBOLO				TIEMPO (minutos)
	○	□	◻	D	
Lavado de frutas			X		10
Pelado de frutas			X		15
Cortado de frutas			X		20
Cocción de frutas en azúcar			X		15
Enfriado de frutas			X		15
TOTAL					75

Elaborado por: Las autoras

Tabla 26 *Proceso de Obtención de la Masa*

ACTIVIDAD	SÍMBOLO				TIEMPO (minutos)
	○	□	◻	D	
Pesado de ingredientes			X		10
Mezclado de ingredientes	X				15
Reposo de la masa (leudado)				X	75
División de la masa en 4 partes	X				5
Pesado de cada porción de masa	X				5
Incorporación de frutas en las porciones de masa	X				20
División de la masa en 36 unidades por cada porción	X				15
Vertido de unidades de pan en las latas	X				15
Horneado del pan	X				25
Enfriado del pan	X				15
TOTAL					200

Elaborado por: Autoras

4.5.1. Flujograma del proceso de producción del pan con frutas

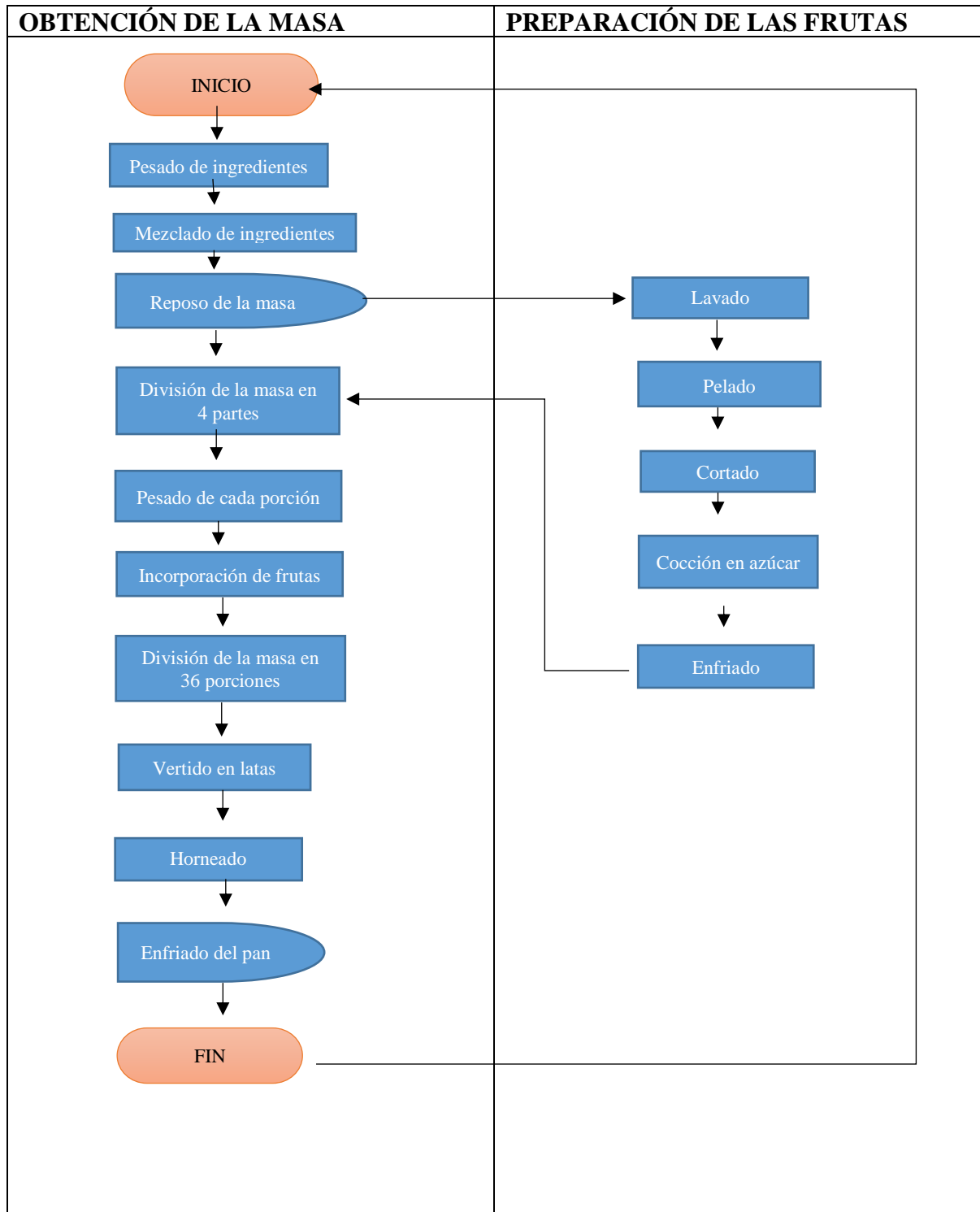


Figura 16 Flujograma del Proceso de Elaboración del Pan con Frutas

Elaborado por: Autoras

4.5.2. Descripción del proceso de producción

El proceso de producción del pan con frutas se lo realiza de forma paralela, es decir, mientras se deja reposar la masa, se procede a preparar las frutas.

PREPARACIÓN DE LAS FRUTAS

a) Lavado

Se lavan las frutas a ser utilizadas con la finalidad de eliminar cualquier tipo de suciedad.

b) Pelado y cortado

En el proceso de pelado, a las frutas (piña y manzana) se les quita la cáscara, al durazno y mora no es necesario. Luego se cortan en trozos pequeños todas las frutas.

c) Cocción

Las frutas (piña, manzana, mora) son colocadas en diferentes ollas para cocinarlas en azúcar por aproximadamente 15 minutos.

d) Enfriamiento

Se deja enfriar las frutas por 15 minutos para luego ser incorporadas a la masa ya elaborada.

OBTENCIÓN DE LA MASA

a) Pesado de ingredientes

El pesado de los ingredientes dependerá de la cantidad de pan que se va a producir lo cual se basará en la siguiente fórmula:

Tabla 27. Fórmula para la Elaboración del Pan

INGREDIENTES	CANTIDAD (% , ml)
Harina	100%
Sal	2%
Levadura	3%
Mantequilla	35%
Huevos	0.2% (lo que quiere decir uno por cada libra de harina)
Azúcar	10%
Agua	500ml (variará dependiendo de la consistencia de la mezcla)

Fuente: Entrevista a Panificadores

Elaborado por: Autoras

b) Proceso de mezclado

- El proceso de mezclado comienza con la incorporación de los ingredientes: harina, sal, levadura, mantequilla, huevos, azúcar y agua, dentro de la batidora industrial.
- Se deja reposar la masa (leudado) por 1 hora y 15 minutos a una temperatura no menor de 20°C. Mientras transcurre este tiempo, se procede a preparar las frutas.
- Se divide la masa en 4 partes que pesarán 5 libras cada una.
- Se agregan las frutas (durazno, mora, manzana, piña) en cada porción, una fruta diferente para cada parte que se ha dividido.
- Una vez lista cada porción grande, se procede a dividir en porciones más pequeñas con la ayuda de la divisora de masa.
- Finalmente se procede a ubicar las porciones en las latas.

c) Proceso de cocción

Las latas son colocadas en el horno a una temperatura de 150 °C aproximadamente; de 25 a 30 min. Una vez pasado este tiempo se deja enfriar por quince minutos para luego proceder a sacarlos. Debido a que la producción diría es de 288 panes, se lo realizará en dos turnos debido a la capacidad del horno.

d) Proceso de enfriamiento

Una vez que se han sacado los panes del horno, pasa a la fase de enfriamiento donde se los dejará por 15 minutos, luego estarán listos para su perchado en la vitrina de exhibición.

4.6. Presupuesto de la inversión

4.6.1. Inversión Fija

a) Maquinaria y equipo

Tabla 28. *Maquinaria y Equipo*

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Horno para pan 4 latas	1	650	650
Batidora industrial	1	1200	1200
Divisora de masa	1	500	500
Tanque de gas	2	50	100
Cocineta 4 hornillas	1	80	80
Total			2530

Elaborado por: Autoras

b) Muebles y Enseres (Producción)

Tabla 29. *Muebles y Enseres (Producción)*

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Mesa de trabajo en acero inoxidable	1	170	170
Set cucharas medidoras	1	4	4
Espátulas	2	6	12
Raspes metálicos	3	4	12
Sierra especial para panadería	1	10	10
Tazones	3	6	18
Ollas	3	10	30
Vitrina para pan	1	1300	1300
Total			1556

Elaborado por: Autoras

c) Muebles y Enseres (Administración y Ventas)

Tabla 30. *Muebles y Enseres (Administración y Ventas)*

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Mueble para caja de cobro	1	150	150
Silla giratoria	1	50	50
Archivador	1	65	65
Sillas	2	10	20
Mesa redonda	1	50	50
Total			335

Elaborado por: Autoras

d) Equipo de Cómputo

Tabla 31. *Equipo de Computo*

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computadora	1	330	330
Impresora	1	150	150
Total			480

Elaborado por: Autoras

4.6.2. Resumen Inversión Fija

En la tabla 32 se detalla toda la inversión fija para el emprendimiento

Tabla 32 *Inversión Fija*

Detalle	Valor total
Producción	
Maquinaria y equipo	2530
Muebles y enseres(producción)	1556
Administración/ventas	
Muebles y enseres	335
Equipo de cómputo	480
Total	4901

Elaborado por: Autoras

4.6.3. Inversión diferida

a) Gastos de constitución

Tabla 33 *Gastos de Constitución*

Detalle	Valor Total
Permiso de funcionamiento ARCOSA	0
RISE	0
Patente Municipal	30
Permiso Bomberos	40
Total	70

Elaborado por: Autoras

4.6.4. Capital de Trabajo

a) Costos de Producción

Materia Prima Directa

Son los materiales o ingredientes utilizados para la elaboración del pan con frutas. Para elaborar 288 panes al día se necesita los ingredientes detallados en la tabla 34 en la misma que constan sus respectivas cantidades:

Tabla 34 *Materia Prima*

Ingredientes	Fórmula	Cantidad necesaria (g)	Cantidad adquirir al por mayor (g)	Precio \$	Cantidad unitaria (g)	Costo unitario
Harina	100%	9000	45359	32	31	0,0220
Sal	2%	180	96000	45	0,6	0,0003
Azúcar	10%	900	45359	32	3,13	0,0022
Levadura	3%	270	24000	96	0,94	0,0038
Mantequilla	35%	3150	45359	35	10,94	0,0084
Huevos	0,20%	1080	1800	2,5	3,75	0,0052
Mora		907	3628	6	3,15	0,0052
Durazno		1640	1640	8	5,69	0,0278
Manzana		2100	31500	30	7,29	0,0069
Piña		2000	2000	2	6,94	0,0069

Elaborado por: Autoras

La tabla 35 presenta el costo unitario de cada pan con según la variedad de fruta.

Tabla 35. Costo de la Materia Prima por cada Variedad de Fruta

Pan con Mora		Pan con Durazno		Pan con Manzana		Pan con Piña	
Ingredientes	Costo unitario	Ingredientes	Costo unitario	Ingredientes	Costo unitario	Ingredientes	Costo unitario
Harina	0,022	Harina	0,022	Harina	0,022	Harina	0,022
Sal	0,0003	Sal	0,0003	Sal	0,0003	Sal	0,0003
Azúcar	0,0022	Azúcar	0,0022	Azúcar	0,0022	Azúcar	0,0022
Levadura	0,0038	Levadura	0,0038	Levadura	0,0038	Levadura	0,0038
Mantequilla	0,0084	Mantequilla	0,0084	Mantequilla	0,0084	Mantequilla	0,0084
Huevos	0,0052	Huevos	0,0052	Huevos	0,0052	Huevos	0,0052
Mora	0,0052	Durazno	0,0278	Manzana	0,0069	Piña	0,0069
Total	0,05	Total	0,07	Total	0,05	Total	0,05

Elaborado por: Autoras

Para obtener el costo unitario de materia prima se realizó un promedio entre los cuatro tipos de pan con fruta. (Tabla 36).

Tabla 36. Promedio del Costo de la Materia Prima del Pan con Frutas

Descripción	Costo unitario (\$)
Pan con mora	0,05
Pan con durazno	0,07
Pan con manzana	0,05
Pan con piña	0,05
Promedio	0,06

Elaborado por: Autoras

Mano de Obra Directa

Es aquella que interviene directamente en la transformación de los insumos en un producto elaborado, en el caso del emprendimiento se detalla en la tabla 37.

Tabla 37. Mano de Obra Directa

Cargo	Sueldo	Patronal IESS (12,15%)	13 sueldo	14 sueldo	Total
Operario	386,00	46,90	32,17	32,17	497,24

Elaborado por: Autoras

Para determinar el costo por hora se realizó la operación de la tabla 38.

Tabla 38. Costo por Hora MOD

Sueldo Operario	Horas (mes)	Costo por hora
386,00	160	2,41

Elaborado por: Autoras

Para obtener el costo unitario de Mano de Obra Directa se tomó en cuenta el tiempo total que toma realizar los 288 panes con frutas. (tabla 39).

Tabla 39. Costo por cada Unidad de Pan MOD

Producción diaria	Tiempo (horas)	Costo total	Costo unitario
288	6,6	15,90	0,06

Elaborado por: Autoras

Costos Indirectos de Fabricación

Tabla 40. Costos Indirectos de Fabricación

Detalle	Valor Mensual \$	Valor Anual
Agua	15,00	180,00
Luz eléctrica	25,00	300,00
Gas	20,00	240,00
Fundas de papel	20,00	240,00
Arriendo	150,00	1800,00
Total	230,00	4960,00

Elaborado por: Autoras

Resumen Costo de Producción

Tabla 41. Costo de Producción

Descripción	Valor (u)	Producción mensual	Costo
Material directo	0,06	5760	\$ 345,60
Mano de obra directa	0,06	5760	\$ 345,60
Costos Indirectos de Fabricación	0,04	5760	\$ 230,00
Costo total de producción			\$ 921,20

Elaborado por: Autoras

b) Gastos Administrativos

Dentro de los gastos administrativos se considera lo reflejado en la tabla 43.

Tabla 42. Nomina Administración

Cargo	Sueldo	Patronal IESS (12,15%)	13 sueldo	14 sueldo	Total
Administrador	400	48,60	33,33	32,17	514,10

Elaborado por: Autoras

Precio del Pan con Frutas

Tabla 43. Precio del Pan con Frutas

	Unidades :5760	
Materia Prima Directa	345,60	0,06
Mano de Obra Directa	345,60	0,06
Costos Indirectos de Fabricación	230,00	0,04
COSTO		0,16
Gasto Administrativo	514,10	0,08
Gasto Financiero	21,42	0,003
GASTO		0,083
TOTAL		0,24
Utilidad (45%)		0,11
Precio de Venta		0,35

Elaborado por: Autoras

4.6.5. Resumen Capital de Trabajo

Para el Capital de Trabajo se consideró lo requerido para la operación de un mes:

Tabla 44. Capital de Trabajo

Detalle	Valor mensual \$
Costo de producción	921,20
Gastos administrativos	514,10
Total	1435,30

Elaborado por: Autoras

CAPÍTULO V

5. PRESUPUESTO OPERACIONAL

5.1. Inversión inicial

La inversión inicial que se necesita para la producción y comercialización del pan con frutas naturales es la siguiente:

Tabla 45 *Inversión Total*

INVERSIÓN	
Activos fijos	4901,00
Activos diferidos	70,00
Capital de Trabajo	1435,30
Total	6406,30

Elaborado por: Autoras

5.2. Estructura del Financiamiento

La inversión total del proyecto asciende a \$6406,30 de los cuales 60% será capital propio y 40% será capital financiado obtenido de un préstamo a una entidad financiera en este caso BanEcuador.

Tabla 46 *Financiamiento*

Financiamiento	Valor	Porcentaje
Interno	3843,78	60%
Externo	2562,52	40%
Total	6406,30	100%

Elaborado por: Autoras

5.3. Presupuesto de Ventas

Para la proyección de ventas se tomó en cuenta la producción que ofrecerá la microempresa, se comenzará con el 80% en los tres primeros meses, aumentando un 5% cada tres meses hasta llegar al 100% de la producción total. El precio fue determinado mediante el estudio de mercado y los costos incurridos en la elaboración del producto considerando un margen de utilidad.

Tabla 47. *Determinación de Ventas*

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Precio unitario	0,35	0,35	0,35	0,35	0,35	0,35	0,35	0,35	0,35	0,35	0,35	0,35
Proyección de ventas (unidades)	4608	4608	4608	4896	4896	4896	4896	5184	5184	5184	5760	5760
Ventas (\$)	1612,80	1612,80	1612,80	1713,60	1713,60	1713,60	1713,60	1814,40	1814,40	1814,40	2016,00	2016,00

Elaborado por: Las autoras

5.4. Presupuesto de egresos

Para el presupuesto de egresos se considera los costos y gastos incurridos para la producción del pan con frutas.

Tabla 48. *Determinación de Egresos*

Descripción	Valor (u)	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Material directo	0,06	276,48	276,48	276,48	293,76	293,76	293,76	293,76	311,04	311,04	311,04	345,60	345,60
Mano de obra directa	0,06	276,48	276,48	276,48	293,76	293,76	293,76	293,76	311,04	311,04	311,04	345,60	345,60
CIF		216,40	216,40	216,40	219,80	219,80	219,80	219,80	223,20	223,20	223,20	230,00	230,00
Costo total de fabricación		769,36	769,36	769,36	807,32	807,32	807,32	807,32	845,28	845,28	845,28	921,20	921,20
Gastos administrativos		514,10	514,10	514,10	514,10	514,10	514,10	514,10	514,10	514,10	514,10	514,10	514,10
Gastos financieros		24,71	24,13	23,55	22,96	22,36	21,76	21,16	20,55	19,93	19,31	18,68	18,04
Egreso mensual		1.308,17	1.307,59	1.307,01	1.344,38	1.343,78	1.343,18	1.342,58	1.379,93	1.379,31	1.378,69	1.453,98	1.453,34

Elaborado por: Autoras

5.5. Amortización de la deuda

La tabla 49 presenta el valor del préstamo a solicitarse en el BanEcuador el cual es particularmente para emprendimientos con una tasa de interés del 11,57% con un plazo de 3 años La tabla de amortización de la deuda muestra el primer año de endeudamiento

Tabla 49 *Tabla Amortización*

Monto:	2562,52
Interés:	11,57%
Plazo(años):	3
Cuota:	84,59

N°	CUOTA	INTERÉS	CAPITAL
1	\$ 84,59	\$ 24,71	\$ 59,88
2	\$ 84,59	\$ 24,13	\$ 60,46
3	\$ 84,59	\$ 23,55	\$ 61,04
4	\$ 84,59	\$ 22,96	\$ 61,63
5	\$ 84,59	\$ 22,36	\$ 62,22
6	\$ 84,59	\$ 21,76	\$ 62,82
7	\$ 84,59	\$ 21,16	\$ 63,43
8	\$ 84,59	\$ 20,55	\$ 64,04
9	\$ 84,59	\$ 19,93	\$ 64,66
10	\$ 84,59	\$ 19,31	\$ 65,28
11	\$ 84,59	\$ 18,68	\$ 65,91
12	\$ 84,59	\$ 18,04	\$ 66,55
Total		257,13	757,92

Elaborado por: Autoras

5.6. Depreciaciones

Para la aplicación de la depreciación a los activos fijos de la microempresa “FrutiPan” se tomó en cuenta lo que menciona la ley de régimen tributario interno en el art 28 numeral 6², lo mismo que se detalla en la tabla 50.

Tabla 50. Depreciación

ACTIVO	VALOR	% DEPREC	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
Muebles y enseres producción	1156,00	10%	115,60	9,63
Muebles de enseres administración	335,00	10%	33,50	2,79
Equipo de computación	480,00	33%	158,40	13,20
Maquinaria y equipo	2530,00	10%	253,00	21,08
Gastos de Constitución	70,00	20%	14,00	1,17
TOTAL	4571,00		574,50	47,88

Elaborado por: Autoras

² (I) Inmuebles (excepto terrenos) naves, aeronaves, barcasas y similares 5% anual.

(II) Instalaciones, maquinarias, equipos y mueble 10% anual.

(III) Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.

(IV) Equipos de cómputo y software 33% anual.

5.6. Estados Financieros

5.7.1. Estado de situación financiera

La realización del estado de situación financiera determina como se encuentra financieramente la microempresa al inicio de sus actividades económicas.

Tabla 51 *Estado de Situación Financiera*

FRUTIPAN				
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL				
CUENTAS				
<u>ACTIVOS</u>			<u>PASIVOS</u>	
<u>ACTIVOS CORRIENTES</u>			Pasivos largo plazo	2562,52
Caja – Bancos		1435,30		
TOTAL	ACTIVOS	1435,30	TOTAL PASIVOS	2562,52
CORRIENTES				
<u>ACTIVOS FIJOS</u>			<u>PATRIMONIO</u>	
Muebles y Enseres Producción		1556,00	Capital social	3843,78
Muebles y Enseres Administración		335,00		
Equipo de cómputo		480,00		
Maquinaria y Equipo		2530,00		
TOTAL ACTIVOS FIJOS		4901,00	TOTAL PATRIMONIO	3843,78
<u>ACTIVOS DIFERIDOS</u>				
Gastos de constitución		70,00		
TOTAL	ACTIVOS	70,00		
DIFERIDOS				
TOTAL ACTIVOS		6406,30	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	6406,30

Elaborado por: Autoras

5.7.2. Estado de Resultados

Este informe económico nos permite conocer el desarrollo del emprendimiento dentro de un año, el cual tiene un propósito calcular los resultados económicos, es decir las pérdidas o ganancias que generara la microempresa, el cual nos refleja el manejo adecuado o inadecuado de los recursos.

Tabla 52. Estado de Resultados

CUENTAS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Ingresos												
Ventas producto	1612,80	1612,80	1612,80	1713,60	1713,60	1713,60	1713,60	1814,40	1814,40	1814,40	2016,00	2016,00
(-) Costo de Ventas												
MPD	276,48	276,48	276,48	293,76	293,76	293,76	293,76	311,04	311,04	311,04	345,60	345,60
MOD	276,48	276,48	276,48	293,76	293,76	293,76	293,76	311,04	311,04	311,04	345,60	345,60
CIF	216,40	216,40	216,40	219,80	219,80	219,80	219,80	223,20	223,20	223,20	230,00	230,00
Total	769,36	769,36	769,36	807,32	807,32	807,32	807,32	845,28	845,28	845,28	921,20	921,20
(=)Utilidad Bruta	843,44	843,44	843,44	906,28	906,28	906,28	906,28	969,12	969,12	969,12	1.094,80	1.094,80
(-)Gastos Administrativos	514,10	514,10	514,10	514,10	514,10	514,10	514,10	514,10	514,10	514,10	514,10	514,10
(-)Gastos constitución	70,00											
(-)Depreciación	47,88	47,88	47,88	47,88	47,88	47,88	47,88	47,88	47,88	47,88	47,88	47,88
Total	631,98	561,98	561,98	561,98	561,98	561,98	561,98	561,98	561,98	561,98	561,98	561,98
(=) Utilidad Operaciones	211,46	281,46	281,46	344,30	344,30	344,30	344,30	407,14	407,14	407,14	532,82	532,82
(-) Intereses	24,71	24,13	23,55	22,96	22,36	21,76	21,16	20,55	19,93	19,31	18,68	18,04
(=) Utilidad antes de participación trabajadores	186,75	257,33	257,91	321,34	321,94	322,54	323,14	386,59	387,21	387,83	514,14	514,78
(-) 15% Participación trabajadores	38,51	38,60	38,69	48,20	48,29	48,38	48,47	57,99	58,08	58,17	77,12	77,22
(=) Utilidad antes de impuestos	158,74	218,73	219,22	273,14	273,65	274,16	274,67	328,60	329,13	329,66	437,02	437,56
(-) Impuesto a la renta	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(=) Utilidad Neta	158,74	218,73	219,22	273,14	273,65	274,16	274,67	328,60	329,13	329,66	437,02	437,56

Elaborado por: Autoras

5.7.3. Presupuesto de Caja

Mediante este presupuesto de caja se puede determinar si la productora y comercializadora de pan con frutas “FrutiPan” tendrá excedentes o déficit de efectivo durante el periodo de un año el cual ayudará a tomar medidas correctoras a tiempo lo que permitirá el correcto funcionamiento del negocio tanto de entradas como salidas de efectivo.

Tabla 53. *Presupuesto de Caja*

CUENTAS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGOST	SEPT	OCT	NOV	DIC
ENTRADAS DE CAJA												
Presupuesto Ventas 100% Efectivo	1612,80	1612,80	1612,80	1713,60	1713,60	1713,60	1713,60	1814,40	1814,40	1814,40	2016,00	2016,00
TOTAL	1612,80	1612,80	1612,80	1713,60	1713,60	1713,60	1713,60	1814,40	1814,40	1814,40	2016,00	2016,00
SALIDAS DE CAJA												
Costo de producción	769,36	769,36	769,36	807,32	807,32	807,32	807,32	845,28	845,28	845,28	921,20	921,20
Gastos administrativos	514,10	514,10	514,10	514,10	514,10	514,10	514,10	514,10	514,10	514,10	514,10	514,10
Intereses	24,71	24,13	23,55	22,96	22,36	21,76	21,16	20,55	19,93	19,31	18,68	18,04
Capital	59,88	60,46	61,04	61,63	62,22	62,82	63,43	64,04	64,66	65,28	65,91	66,55
TOTAL	1368,05	1368,05	1368,05	1406,01	1406,00	1406,00	1406,01	1443,97	1443,97	1443,97	1519,89	1519,89
SALDO MENSUAL	244,75	244,75	244,75	307,59	307,60	307,60	307,59	370,43	370,43	370,43	496,11	496,11
SALDO ACUMULADO	244,75	489,5	734,25	1041,84	1349,44	1657,04	1964,63	2335,06	2705,49	3075,92	3572,03	4068,14

Elaborado por: Autoras

5.8. Evaluación Financiera

Para verificar la viabilidad de microempresa “FrutiPan” durante un periodo de un año de actividades económicas se emplea el cálculo del punto de equilibrio y el tiempo de recuperación de la inversión total.

5.8.1. Tiempo de recuperación de la inversión

Para conocer el tiempo de recuperación de la inversión se realizó una proyección del saldo acumulado del Presupuesto de Caja. es así que en la tabla 54 se muestra que la inversión del proyecto (\$6406,30) se recupera en el mes número 17.

Tabla 54. *Recuperación de la inversión*

Nº	Descripción	Saldo mensual	Saldo acumulado
1	Enero	244,75	244,75
2	Febrero	244,75	489,50
3	Marzo	244,75	734,25
4	Abril	307,59	1041,84
5	Mayo	307,60	1349,44
6	Junio	307,60	1657,04
7	Julio	307,59	1964,63
8	Agosto	370,43	2335,06
9	Septiembre	370,43	2705,49
10	Octubre	370,43	3075,92
11	Noviembre	496,11	3572,03
12	Diciembre	496,11	4068,14
13	Enero	496,11	4564,25
14	Febrero	496,11	5060,36
15	Marzo	496,11	5556,47
16	Abril	496,11	6052,58
17	Mayo	496,11	6548,69
18	Junio	496,11	7044,80
19	Julio	496,11	7540,91
20	Agosto	496,11	8037,02
21	Septiembre	496,11	8533,13
22	Octubre	496,11	9029,24
23	Noviembre	496,11	9525,35
24	Diciembre	496,11	10021,46

Elaborado por: Autoras

5.8.2. Punto de Equilibrio

Mediante el cálculo del punto de equilibrio de la microempresa se obtendrá datos que permitan determinar las unidades que se debe vender mensual y anualmente para que los costos fijos y variables se encuentren cubiertos.

Tabla 55 *Comportamiento del costo*

DESCRIPCIÓN	FIJOS	VARIABLES	TOTAL
Materia Prima Directa		3628,80	3628,80
Mano de Obra Directa		3628,80	3628,80
CIF Variables		714,00	714,00
Remuneraciones administrativas	6169,20		6169,20
CIF Fijos	1944,00		1944,00
Depreciación	574,50		574,50
Gasto Financiero	257,14		257,14
TOTAL	8.944,84	7.971,60	16.916,44

Elaborado por: Autoras

Tabla 56 *Punto de equilibrio*

Producto	Precio	Costo Variable unitario	MC	Relación	P.E (U)	P.E (\$)
Pan con frutas	0,35	0,13	0,22	100%	40.995	14.348,12
Punto de equilibrio mensual					3.416	1.195,68

Elaborado por: Autoras

Aplicando la siguiente fórmula se obtiene el punto de equilibrio en unidades físicas

$$PE (U) = \frac{CFT}{PVu - CVu}$$

$$PE (U) = \frac{8.944,84}{0,22}$$

$$PE (U) = 40.995$$

Tabla 57 Punto de equilibrio mensual

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic
Precio unitario	0,35	0,35	0,35	0,35	0,35	0,35	0,35	0,35	0,35	0,35	0,35	0,35
Proyección de ventas (unidades)	4608	4608	4608	4896	4896	4896	4896	5184	5184	5184	5760	5760
Ventas	1612,80	1612,80	1612,80	1713,60	1713,60	1713,60	1713,60	1814,40	1814,40	1814,40	2016,00	2016,00
COSTO FIJO	745,40	745,40	745,40	745,40	745,40	745,40	745,40	745,40	745,40	745,40	745,40	745,40
COSTO VARIABLE	607,36	607,36	607,36	645,32	645,32	645,32	645,32	683,28	683,28	683,28	759,20	759,20
CVUNITARIO	0,13	0,13	0,13	0,13	0,13	0,13	0,13	0,13	0,13	0,13	0,13	0,13
PE(U)	3416	3416	3416	3416	3416	3416	3416	3416	3416	3416	3416	3416
PE(\$)	1195,68	1195,68	1195,68	1195,68	1195,68	1195,68	1195,68	1195,68	1195,68	1195,68	1195,68	1195,68

Elaborado por: Autoras

CAPITULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1. Denominación de la microempresa

El nombre con el cual la microempresa dedicada a la producción y comercialización de pan con frutas naturales se va a constituir será:

“FrutiPan”

El mismo que se estará situado en la parte interna como externa del local, así mismo constará de forma legal en la documentación para su constitución cualquier otro documento de la microempresa.

6.1.1. Logo



Figura 17 Logo FrutiPan
Elaborado por: Autoras

El logo se basa en la combinación de los ingredientes principales del producto las frutas y el pan, en el cual se puede visualizar una hoja, la que da esa idea de lo natural de las frutas.

6.1.2. Slogan

FrutiPan “El placer de degustar lo natural.”

6.2. Filosofía de la empresa

6.2.1. Misión

Somos una microempresa dedicada a la elaboración de pan con frutas, comprometidos con la calidad a fin de satisfacer a nuestros consumidores, nuestro producto está garantizado con el uso de materia prima de calidad, con una fuerza laboral calificada y comprometida con la visión empresarial.

6.2.2. Visión

Ser una microempresa competitiva, innovadora y líder en productos de panadería a nivel local y nacional

6.2.3. Principios y valores

a) Principios

Realizar trabajos con calidad, seguridad, cuidando el medio ambiente

b) Valores

- **Integridad:** Capacidad de actuar en consecuencia con lo que se dice de la mano de valores éticos y morales.
- **Compromiso:** Actuar con responsabilidad en todas las situaciones.

- **Liderazgo:** Orientar el talento de los trabajadores y lograr que busquen objetivos comunes.
- **Respeto:** Actuar y aceptar con mente abierta sobre las diversas opiniones, creencias, culturas y formas de ser de las personas, como también actuar con respeto hacia el medio ambiente y todo lo referente a la empresa.
- **Solidaridad:** Equilibrar intereses personales con los demás y buscar el bien común evitando el individualismo.

6.2.4. Políticas

- Los insumos deberán mantenerse en un lugar limpio y fresco para conservarlos en buen estado y así evitar su descomposición.
- Quienes intervienen en el proceso productivo contarán con la acepción y presentación adecuada y el uso de los respectivos uniformes.
- El mantenimiento de la maquinaria se valorará por lo menos una vez al año o según indique las especificaciones de su manual de uso.
- Se llevará un cuidadoso proceso de limpieza del área donde se elaborará el producto, revisando además que todo se encuentre ordenado.
- El cobro por el producto será en efectivo, recibiendo el dinero en el momento en que se entrega.
- La atención al cliente siempre debe ser cordial y respetuosa, estableciendo una buena comunicación.


6.3. Organigrama Estructural

Un organigrama es la representación gráfica de los niveles existentes dentro de una organización de cualquier tipo. En la figura 18, se presenta un modelo propuesto para la productora y comercializadora de pan con frutas naturales, “FrutiPan”.



Figura 18 Organigrama
Elaborado por: Autoras

6.4. Descripción de puestos

	
Nombre del puesto:	Administrador/ Vendedor
Nivel:	Directivo
Perfil	
<p>Académico:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel en Administración de empresas • Manejo de programas informáticos <p>Laboral: mínimo 1 años de experiencia en cargos similares</p>	
Competencias	
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de liderazgo • Habilidades para la comunicación • Agilidad para tomar decisiones • Iniciativa y creatividad • Facilidad de comunicación • Trato amable y respetuoso con el cliente 	
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir y hacer cumplir las políticas establecidas • Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades que se realizan y sus resultados • Revisar el presupuesto, balances y estados financieros • Coordinar las actividades de promoción del producto • Conocer las características del producto • Llevar un adecuado control de las ventas • Verificar los cobros por ventas 	

Elaborado por: Las autoras

	
Nombre del puesto:	Operario
Nivel:	Operativo
Perfil	
Académico: Profesional en carreras afines a manejo de alimentos	
Laboral: 1 año de experiencia	
Competencias	
<ul style="list-style-type: none"> • Aptitud para gestionar el tiempo • Capacidad de comunicación 	
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración del producto • Control del almacenamiento de la materia prima • Coordinar y revisar los procedimientos de fabricación del producto • Revisar la higiene del área de producción • Verificar el correcto funcionamiento de la maquinaria 	

Elaborado por: Las autoras

6.5. Aspectos legales de funcionamiento

6.5.1. Constitución

La microempresa productora y comercializadora de pan con frutas naturales se constituirá como persona natural bajo el Régimen Impositivo Simplificado (RISE). La responsabilidad será compartida por las dos socias ya que el capital propio estará constituido mediante el aporte de ambas, por lo que se realizará una carta de compromiso debidamente notariada.

6.5.2. Permisos y obligaciones

La productora y comercializadora de pan con frutas naturales denominada “FRUTIPAN” deberá responder a los siguientes trámites:

- Obtención de RISE
- Adquisición de la Patente municipal
- Permiso del Cuerpo de Bomberos
- Permiso de por parte de la agencia nacional de control y vigilancia sanitaria
- Categorización emitida por el Ministerio de Productividad (MIPRO) o por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS)

CAPITULO VII

7. IMPACTOS

7.1. Introducción

Para evaluar los impactos que la productora y comercializadora de pan con frutas naturales tendrá en la ciudad de Ibarra, se utilizara una matriz en donde se valorara diferentes aspectos.

7.2. Objetivo

Identificar los impactos que tendrá al poner en marcha la productora y comercializadora de pan con frutas al natural.

7.3. Escala de Valoración de Impactos

Tabla 58 *Escala de Valoración de Impactos*

Valor	Nivel de Impacto
3	Alto – Positivo
2	Medio – Positivo
1	Bajo – Positivo
0	Neutral
-1	Bajo – Negativo
-2	Medio – Negativo
-3	Alto – Negativo

Elaborado por: Autoras

La fórmula empleada para la determinación del impacto es la siguiente:

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\text{Suma de Valoracion de Indicadores}}{\text{Numero de Indicadores}}$$

7.4. Evaluación de Impactos

7.4.1. Impacto Económico

Tabla 59 *Impacto Económico*

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Generacion de empleo					X			1
Integracion de pequeños proveedores						X		2
Crecimiento microempresarial							X	3
TOTAL								7

Elaborado por: Autoras

$$\frac{7}{3} = 2 \text{ Nivel de Impacto Medio – Positivo}$$

a) Generación de empleo

La productora y comercializadora de pan con frutas creará dos fuentes empleo, y por ende generará ingresos económicos para las propietarias del emprendimiento.

b) Integración de pequeños proveedores

El emprendimiento contribuirá de alguna manera a los pequeños comerciantes de frutas de la ciudad de Ibarra, abastecer a la microempresa de su producto y por ende les permitirá crecer económicamente.

c) Crecimiento micro empresarial

Realizado el estudio económico del producto se puede decir que a largo plazo el negocio permitirá obtener excedentes los mismo que se aprovecharan y permitirán tener nuevas oportunidades de inversión, y por ende permitirá crecer a la microempresa.

7.4.2. Impacto Ambiental

Tabla 60 *Impacto Ambiental*

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Utilizacion de empaques reciclables							X	3
Uso adecuado del agua y energia electrica							X	3
Clasificacion de basura							X	3
TOTAL								9

Elaborado por: Autoras

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

a) Utilización de empaques reciclables

La microempresa actuará con responsabilidad ambiental, pues se utilizará fundas de papel para la comercialización de los productos de este modo se estar evitando el uso de plástico lo cual generados problemas de contaminación.

b) Uso adecuado del agua y energía eléctrica

Al momento de poner en marcha el emprendimiento se optimizará al máximo estos recursos, evitando el uso inadecuado del agua y de la energía eléctrica

c) Clasificación de la basura

Los residuos obtenidos de la producción del pan se los clasificará en orgánicos e inorgánicos en diferentes bolsas biodegradables, de este modo se estará cumpliendo con el buen manejo de desechos, aportando positivamente al medio ambiente.

7.5. Impacto General del Proyecto

Tabla 61. *Impacto General del Proyecto*

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	3	2	1	0	-1	-2	-3	
Impacto Económico		X						2
Impacto Ambiental	X							3
TOTAL								5

Elaborado por: Autoras

$$\frac{5}{2} = 2,5 \text{ Nivel de Impacto Medio – Positivo}$$

Después de evaluar los impactos que generara la microempresa “FrutiPan” se concluye que el impacto global se pondera en un rango medio positivo con un valor de 2,5, determinando que el emprendimiento es positivo tanto ambientalmente como económicamente.

8. CONCLUSIONES

- El objetivo de este trabajo fue realizar un estudio para la creación de una productora y comercializadora de pan con frutas naturales de lo cual después de haber analizado cada capítulo se obtiene las siguientes conclusiones.
- Dentro del diagnóstico del sector se determinó que la ciudad de Ibarra es un lugar estratégico para poner en marcha la microempresa, con la ayuda de fichas de observación e investigación directa se pudo identificar que dentro del cantón Ibarra existen 113 establecimientos dedicados a la panificación según el DICE, además dentro de la ciudad de Ibarra se identificaron 11 panaderías las cuales son las más visitadas por la ciudadanía, del mismo modo se encontró 5 establecimientos que ofrecen pan de consumo selectivo, se pudo identificar que existen varios ofertantes de la materia prima a utilizarse de la cuales se ha escogió la mejor opción, además de la fácil tramitación para los permisos de funcionamiento que le emprendimiento necesita como el RISE, patente municipal, ARCSA y el RUM.
- El aporte de las fuentes bibliográficas ha permitido respaldar e incrementar el conocimiento sobre la realización del emprendimiento.
- Con la realización del Estudio de Mercado se logró definir la oferta y la demanda existentes para la creación de la microempresa, mediante la aplicación de 265 encuestas a la población, entrevistas a dos panificadores y una entrevista a un especialista en nutrición de lo cual se identificó cuatro gustos y preferencias de frutas (piña, durazno, manzana y mora) por parte de los encuestados para elaborar el producto , además el 100% de los encuestados se mostraron como potenciales consumidores del producto, la frecuencia de consumo del producto depende del cliente por ser un pan de consumo selectivo, por último se estableció un precio de venta tomando en cuenta la oferta, demanda y costos de producción se fijó un precio de venta de 0,35 ctvs.

- En la parte técnica se determinó el total de la inversión fija(\$4901), diferida (\$70), y capital de trabajo (1435,30) datos que se encuentran respaldados con proformas, además se determinó el lugar para dar inicio con las actividades económicas de la microempresa la cual estará situada en la parroquia San Francisco (calles Antonio José de Sucre entre Cristóbal Colón y Elías Liborio Madera.), así mismo se detalló el proceso productivo del pan en donde se determinó una capacidad de producción 288 unidades diarias por ser un producto de consumo selectivo y tomando en cuenta la capacidad del horno, lo que significa que se elaboraran 5760 panes al mes.
- En el Presupuesto Operacional se determinó una inversión total de \$6406,30 la cual se recuperará en un año y cinco meses aproximadamente, el 40% será financiado por BanEcuador y la diferencia será capital propio; después de realizar los respectivos cálculos de acuerdo a los presupuestos de ingresos y egresos se obtuvo una utilidad anual de \$3554,28. El punto de equilibrio del producto es de 3416 unidades de pan al mes.
- La microempresa será denominada “FrutiPan” la cual contará con una estructura organizacional y constitución legal como Persona Natural, así se determinaron las funciones y requisitos para dos puestos de trabajo (uno para administración /ventas y otro para producción) con el cual contará el emprendimiento.
- Los impactos que generará el proyecto serán de carácter económico ya que se generará dos fuentes de empleo y ambiental porque se evitará el uso de plástico, los cuales al ser evaluados arrojaron un impacto medio positivo.

9. RECOMENDACIONES

- Para un buen desempeño de la microempresa dedicada a la producción y comercialización de pan con frutas naturales se ha realizado sugerencias, las cuales hacen referencia a cada capítulo del proyecto.
- Con el diagnóstico realizado se recomienda tomar en cuenta los aspectos analizados dentro de la matriz AORR como los aliados, los cuales de alguna forma ayudarán al correcto funcionamiento de la microempresa, los oponentes, los cuales se sugiere dar soluciones para que el desarrollo del proyecto no fracase, tratar de aprovechar las oportunidades que tiene la microempresa y tratar de mitigar los riesgos que pueden afectar al proyecto tanto a corto como largo plazo.
- Se pide tomar en cuenta los conceptos plasmados en el segundo capítulo de este trabajo los cuales ayudarán a entender su desarrollo.
- En lo que se refiere al Estudio de Mercado se recomienda realizar una encuesta de satisfacción al cliente o un focus group ya que aportará al emprendimiento con una visión más clara de lo que aspira el cliente y de esta manera poder satisfacerlo.
- En lo referente al Estudio Técnico se recomienda tomar en cuenta los cálculos realizados ya que han sido datos reales respaldados con proformas para la parte de maquinaria y equipo, lo mismo que permitirá un buen desarrollo de la microempresa.
- Los valores correspondientes a la inversión inicial y a los presupuestos deben estar calculados de acuerdo a la realidad del entorno donde se desarrollará el proyecto, así mismo se recomienda analizar distintas opciones de financiamiento para elegir las más conveniente.
- Se recomienda adoptar la estructura organizacional propuesta ya que es sencilla y contiene las funciones a cumplir para el personal, otorgando agilidad en los procesos administrativos y productivos.

- Es importante conocer los impactos que tendría el proyecto para mantener los aspectos positivos que generaría y tratar de mitigar los negativos.

10. BIBLIOGRAFÍA

ARCSA. (20 de 02 de 2018). *Agencia Nacional de Regulación, Control, y Vigilancia Sanitaria*.

Obtenido de Agencia Nacional de Regulación, Control, y Vigilancia Sanitaria:

<http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/>

Arredondo, M. M. (2015). *Contabilidad y análisis de costos*. Distrito Federal: Grupo Editorial Patria.

Baca, G. (2013). *Evaluación de Proyectos*. España: McGraw-Hill.

Briascos, I. (2014). *El desafío de emprender en el siglo XXI: herramientas para desarrollar la competencia emprendedora*. Madrid: Narcea Ediciones.

Cuatrecasas, L. (2012). *Organización de la Producción y Dirección de Operaciones*. Madrid: Editorial Diaz de Santos.

Cue, A., & Quintana, L. (2014). *Introducción a la Microeconomía, un enfoque integral para México*. México: Grupo Editorial Patria.

Cuerpo de Bomberos Ibarra. (20 de 02 de 2018). *Jefatura de Bomberos Ibarra*. Obtenido de Jefatura de Bomberos Ibarra: <http://bomberosibarra.gob.ec/?p=1353#!/>

Delgado, F., & Caro, A. (2012). *Elaboración de productos de panadería: panadería y bollería (UF0291)*. Andalucía: IC Editorial.

El comercio. (02 de 16 de 2018). *El comercio*. Obtenido de El comercio: <http://www.elcomercio.com/actualidad/imbabura-exportacion-frutas-comercio-agricultura.html>

- Flórez, J. A. (2015). *Proyectos de inversión para las Pyme* (3a. ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Fuentes, M. d. (2014). *Fundamentos de dirección y administración de empresas* (3a. ed.). Madrid: Difusora Larousse-Ediciones Pirámide.
- GAD Ibarra. (20 de 02 de 2018). *Gobierno Atonomo Decentralizado*. Obtenido de Gobierno Atonomo Decentralizado: <https://www.ibarra.gob.ec/web/index.php/gobierno/gestion-tributaria/1214-informacion-de-la-patente-municipal>
- Guerrero, J. (2014). *Contabilidad 1*. México: Grupo Editorial Patria.
- Gutierrez, Ó. (2013). *Fundamentos de administración de empresas*. Madrid: Difusora Larousse-Ediciones Pirámide.
- INEC. (2015). *Ecuador en cifras*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/140210%20DirEmpresas%20final3.pdf
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. México: Pearson Educación.
- Luna, A. (2016). *Plan estratégico de negocios*. México: Grupo Editorial Patria.
- Maps, G. (01 de 01 de 2018). Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps>
- MIPRO. (20 de 02 de 2018). *Ministerio de Industrias y Productividad*. Obtenido de Ministerio de Industrias y Productividad: http://servicios.industrias.gob.ec/site_rum/rum.html
- Monferrer, D. (2013). *Fundamentos de marketing*. Castellón de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume.

- Moreno, T. (2016). *Emprendimiento y plan de negocio*. Santiago de Chile: RIL editores.
- O'Kean, J. M. (2013). *Economía*. Madrid: McGraw-Hill España.
- Pedraza, O. (2014). *Modelo del plan de negocios: para la micro y pequeña empresa*. México: Grupo Editorial Patria.
- Pérez-Carballo, J. (2013). *El análisis de inversiones en la empresa*. Madrid: ESIC Editorial.
- Román, Y. (2017). *La estrategia de comunicación de las startups en España*. Barcelona: Editorial UOC.
- Salinas, J. (2013). *Empresa e Iniciativa Emprendedora*. Madrid: McGraw-Hill.
- San Millán, M. (2016). *Previsión y Control de Ventas*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- SRI. (20 de 02 de 2018). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de Servicio de Rentas Internas:
<http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>
- Toro, F. (2016). *Costos abc y presupuestos: herramientas para la productividad (2a.ed)*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

11. ANEXOS

Anexo 1: Ficha de Observación al Sector Panificador



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

Carrera Ingeniería Comercial

Ficha de Observación al Sector Panificador

OBJETIVO: Conocer el número de establecimientos dedicados a la panificación dentro de la ciudad de Ibarra

Elementos Para Observar

Análisis del Sector panificador de la ciudad de Ibarra

CUESTIONARIO	CANTIDAD
¿Cuántos establecimientos se dedican a la panificación?	
¿Cuántas panaderías ofrecen productos iguales o similares al del emprendimiento?	
¿Cuántos establecimientos se ubican el en centro de la ciudad??	
¿Cuántos son los principales o los más visitados por la ciudadanía?	

Anexo 2: Ficha de Observación a la Competencia



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

Carrera Ingeniería Comercial

Ficha de Observación al Sector Panificador

Establecimiento: _____

Ubicación: _____

OBJETIVO: Conocer aspectos importantes de la competencia

Ficha de Observación a la Competencia

Aspectos para observar

Área Exterior			
Cuestionario	BUENO	REGULAR	MALO
¿La empresa cuenta con una adecuada decoración como la entrada amplia, aceras, iluminación, limpieza?			
¿el letrero contiene logotipo, slogan, imagen (imagen corporativa)			
¿Tiene zona de parqueo?			
Área de servicio			
Cuestionario	BUENO	REGULAR	MALO
¿El montaje de las vitrinas es adecuado?			
¿El ambiente y el lugar es el indicado?			
¿La imagen del personal es?			
¿La limpieza del lugar es?			
c)Área Interna			
Cuestionario	BUENO	REGULAR	MALO
¿Qué variedad de pan ofrece?			
¿Se observa mucha afluencia de clientes?			
¿Cuáles son sus precios?			
¿Cuál es su capacidad de producción y abastecimiento?			
¿Qué materiales e insumos usan para sus productos?			
¿Cuáles son sus ventajas competitivas?			

Anexo 3: Encuesta dirigida a la población de la ciudad de Ibarra



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Carrera Ingeniería Comercial

OBJETIVO: Conocer el nivel de aceptación del pan con frutas naturales en la ciudad de Ibarra.

INSTRUCCIONES: Seleccione una de las alternativas que usted prefiera de acuerdo a sus intereses y criterios personales.

ENCUESTA

1. ¿Consumen usted o su familia pan?

Mucho

Poco

Nada

2. ¿Qué tipo de pan consume?

Blanco

Integral

Otro.....

3. ¿Con qué frecuencia compra pan?

Diariamente

Cada 2 días

Más de 5 días

4. ¿Cuántos panes consume al día?

1 unidad

2 unidades

Más de 3 unidades

5. ¿Ha escuchado sobre el pan con frutas naturales?

SI

NO

6. ¿Consumiría pan con frutas naturales?

SI

NO

7. ¿Cuál sería el precio que estaría dispuesto a pagar por cada unidad de pan con frutas?

0,20 ctvs.

0,25 ctvs.

0,30 ctvs.

8. ¿Conoce usted algún lugar donde se ofrezca pan con frutas naturales?

SI

NO

9. ¿Dónde le gustaría que se oferte el pan de frutas al natural?

Tiendas

Cafeterías

Supermercados

10. ¿Con qué tipo de fruta preferiría degustar el pan? (escoja las frutas que sean de su agrado)

Mora

Maracuyá

Fresa

Piña

Manzana

Naranja

Durazno

11. ¿Por qué medios le gustaría recibir información acerca del producto?

Radio

Televisión

Redes Sociales

Muchas gracias....

Anexo 4: Entrevista dirigida a los panificadores del sector**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE****Carrera Ingeniería Comercial****Establecimiento:** _____**Ubicación:** _____**OBJETIVO:** Determinar aspectos importantes de la competencia**ENTREVISTA**

1. ¿Cuál es la variedad de pan que ofrece?
2. ¿Qué precios tiene el pan que ofrece?
3. ¿Cuál es el pan que más vende el blanco o integral?
4. ¿Elabora pan con frutas al natural?
5. ¿En qué precio vendería el pan de frutas o si lo vende cual es precio?
6. ¿Qué maquinaria utiliza para la elaboración del pan?
7. ¿Cuántos panes vende al día?
8. ¿Cuál es el tiempo de duración de horneado?
9. ¿Cuánta materia prima utiliza para la elaboración del pan?
10. ¿De cuantas unidades de pan es el horno que usted utiliza?
11. ¿Con que personal cuenta para el funcionamiento de su establecimiento?

Anexo 5: Entrevista dirigida a un especialista en nutrición



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Carrera Ingeniería Comercial

OBJETIVO: Obtener una opinión de un experto en nutrición, para conocer si el producto a desarrollarse es adecuado en la dieta de un individuo

Entrevista dirigida a un especialista en nutrición

1. ¿Usted cree que el pan es un alimento esencial en la dieta diaria de las personas?
2. ¿Las frutas al entrar en un proceso de cocción pierden su valor nutricional? ¿O existe algún tiempo límite para que se mantengan con las mismas propiedades?
3. ¿Cree que es recomendable mezclar carbohidratos (harina) con frutas?

Si es recomendable

4. ¿Qué ventajas tendría el consumir esta mezcla de alimentos?
5. ¿Con que tipo de harina sería recomendable mezclar las frutas con la harina integral o blanca?

Si es no es recomendable

6. ¿Qué consecuencias tendría el cuerpo del ser humano si ingiere esta mezcla de alimentos (frutas y harina)?

Muchas gracias por su colaboración.....



VIALESA INDUSTRIA Y CONSTRUCCION CIA. LTDA.

Fábrica: Av. Fray Vaca Gallardo Y Rodrigo Miño
E-mail: vialesa@andinane.net Telf: 2800210 2806839 2859049
Ruc. 1091724983001



PROFORMA

Nro. 11267

CLIENTE:	Srta. Melani Mera	FECHA:	31-enero-2018
ATENCION:		RUC:	
DIRECCION:		TELEF.:	
DESCRIPCION:	MUEBLES DE OFICINA (Materiales Originales)		

Cant.	Descripción	V. Unitario	Subtotal
1,00	ESCRITORIO ISO 1600x1600 3G T, fabricado en madera DURAPLAC bordeada con perfil plástico, formado por superficie "L" 1 60 x 1 60 mts, bases y faldón metálicos, cajonera metálica triple de dos gavetas y archivo, portateclado deslizante plástico con portapapeles y pasacables. todos los elementos metálicos son tratados con pintura electrostática.	309,00	309,00
1,00	SILLON EJECUTIVO DE MALLA TRIPOLI	103,57	103,57
2,00	SILLAS TIPO VISITA MOVIE	49,00	98,00
1,00	ARCHIVADOR METALICO DE 4 GAVETAS	165,00	165,00
		Subtotal	675,57
		12,00 % Impuestos	81,07
		Transporte	
		Total Presupuesto	756,64

TIEMPO DE ENTREGA: 10 días

FORMA DE PAGO: 70,00 % de Anticipo y 30,00 % Contraentrega

VALIDEZ DE LA OFERTA: 15 días

SON: SETECIENTOS CINCUENTA Y SEIS DOLARES CON SESENTA Y CUATRO CENTAVOS

El Comprador

VIALESA INDUSTRIA
CONSTRUCCION
CIA. LTDA.
El Vendedor 91724983001