

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto denominado “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa panificadora para la producción y comercialización de pan en el barrio san Miguel de Yahuarcocha, ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura” contribuye directa o indirectamente en el mejoramiento de la calidad de vida de los empleados y trabajadores que participen en el proceso de producción y comercialización del pan ya que mediante la generación de empleo se obtiene como resultado ingresos económicos y por ende una mejor calidad de vida, para la comunidad en general que habita en este sector en donde se instalará la microempresa es una oportunidad para poder obtener productos de excelente calidad y variedad y al precio exacto sin la necesidad de salir a la ciudad a obtener el mismo producto pero incurriendo en mayores gastos. El estudio de mercado realizado en el sector en los meses de Agosto y Septiembre del año 2010, nos da como resultado la gran demanda actual que tiene este producto como es el pan en este sector el mismo que equivale a 4.034(cuatro mil treinta y cuatro) unidades diarias. En la evaluación económica y financiera los resultados obtenidos muestran claramente que la puesta en marcha del proyecto es viable. Los indicadores financieros aplicados para evaluar este proyecto como el Valor Actual Neto fue de \$ 40.447.47 (cuarenta mil cuatrocientos cuarenta y siete dólares con cuarenta y siete centavos de dólar), la Tasa Interna de Retorno de este proyecto es de 33%; la Relación Costo – Beneficio es igual a 1.15%; el Margen de Utilidad Bruta es del 49%; el Margen de Utilidad Antes de Impuestos es del 21% ; el Margen de Utilidad Operacional equivalente al 25%; el Margen de Utilidad Neta correspondiente a 16%;para la puesta en marcha de este proyecto también se necesita de una fuente de financiamiento proveniente de una institución financiera externa la misma que para efectos de este proyecto será el Banco Nacional de Fomento la misma que presenta una tasa muy inferior al resto de instituciones financieras ya que el Gobierno Nacional a través de esta Institución Financiera incentiva la creación de microempresas equivalente a la cantidad de \$ 22.502.03 (veinte y dos mil quinientos dos dólares con tres centavos de dólar) y una inversión propia equivalente a \$ 15.001.35 (quince y un mil dólares con treinta y cinco centavos de dólar) la misma cantidad que será solventada por los socios de esta microempresa cuyas condiciones económicas mejoraran con la aplicación de este proyecto ya que en la actualidad no existe una microempresa con estas características que oferten este producto (pan) que es de consumo diario directamente al consumidor final. Por lo tanto el presente proyecto resuelve en parte algunos problemas económicos y sociales para las personas involucradas en el mismo.

## EXECUTIVE SUMMARIZE

The present denominated project "Study of feasibility for the creation of a micro company bakery for the production and commercialization the bread in the neighborhood Saint Miguel the Yahuarcocha, city the Ibarra, county Imbabura" it contributes direct or indirectly in the improvement of the quality of the employees' life and workers that participate since in the production process and commercialization of the bread by means of the employment generation it is obtained economic revenues as a result and for hence a better quality of life, for the community in general that inhabits this sector where will settle the micro company is an opportunity to be able to obtain products of excellent quality and variety and to the exact price without the necessity of leaving to the city to obtain the same product but incurring in more expenses. The market study carried out in the sector in the months of August and September of the year 2010, gives us as result the great current of demand that has this product like it is the bread in this sector the same one that is equal at 4.034(four thousand thirty four) daily units. In the economic and financial evaluation the obtained results show clearly that the setting in march of the project is viable. The financial indicators applied to evaluate this project as the Net Current Value were of \$40.447.47 (forty thousand four hundred forty seven dollars with forty seven cents of dollar), the Internal Rate of Return of this project is of 33%; the Relationship Cost - I Benefit it is similar to 1.15%; the Margin of Gross Utility is of 49%; the Margin of Utility Before Taxes is of 21%; the Margin of equivalent Operational Utility to 25%; the Margin of Net Utility corresponding to 16%; for the setting in march of this project is needed also of a financing source coming from an external financial institution the same one that stops effects of this project it will be the National Bank of Development the same one that presents a very inferior rate since to the rest of financial institutions the National Government through this Financial Institution it motivates the creation of equivalent micro company to the quantity of \$22.502.03 (twenty two a thousand five hundred two dollars with three cents of dollar) and an equivalent own investment to \$15.001.35 (fifteen and an a thousand dollars with thirty five cents of dollar) the same quantity that will be paid by the partners of this micro company whose economic conditions improved since at the present time with the application of this project a micro company doesn't exist with these characteristics that offer this product (bread) that is directly from consumption newspaper to the final consumer. Therefore the present project solves in part some economic and social problems for people involved in the same one.

## **AUTORÍA**

*Nosotras, Aida Beatriz Morales Morales y Cruz Elena Puma Gavilima, declaramos bajo juramento que el trabajo de grado aquí escrito y desarrollado es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ninguna materia, trabajo, ni calificación profesional, y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.*

---

**Aida Beatriz Morales Morales**

**C.C.100248298-0**

---

**Cruz Elena Puma Gavilima**

**C.C. 100189929-1**

## CERTIFICACIÓN

Ibarra, Diciembre 2010

Dra.

**Soraya Rhea**

**SUBDECANA DE LA FACAE**

Presente.

De acuerdo al anteproyecto aprobado, y al haber concluido con todo el proceso investigativo del proyecto **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PANIFICADORA PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PAN EN EL BARRIO SAN MIGUEL DE YAHUARCOCHA, CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, previa la obtención del título de Ingenieras Comerciales; y al haber culminado con la revisión técnica, considero que el presente trabajo de grado cumple con todos los requerimientos, razón por la cual solicito a usted se realice la revisión metodológica.

Atentamente,

**Dr. Roberto Lara C.**

**DIRECTOR DE TESIS.**



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Nosotras, MORALES MORALES AIDA BEATRIZ Y PUMA GAVILIMA CRUZ ELENA, con cédula de identidad Nro. 100248298-0 y 100189929-1 manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor(as) de la obra o trabajo de grado denominado: “Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa panificadora para la producción y comercialización de pan en el barrio San Miguel de Yahuarcocha, ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura”, que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingenieras Comerciales en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En nuestra condición de autor(as) nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribimos este documento en el momento que haga entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

---

Aida Beatriz Morales Morales, Cruz Elena Puma Gavilima

100248298-0

100189929-1

Ibarra, a los 16 días del mes de Febrero del 2.011

## **DEDICATORIA**

*Este trabajo le dedicamos a nuestros padres, quienes con mucho esfuerzo y sacrificio nos han ayudado a que sea posible realizar nuestro sueño, el cual era el de estudiar la universidad y culminar sin ningún contratiempo, y a quienes estuvieron a nuestro lado brindándonos su apoyo incondicional tanto moral como económicamente de una forma desinteresada en todo momento.*

**LAS AUTORAS**

## **AGRADECIMIENTO**

*Al culminar con éxito el estudio universitario, nuestro agradecimiento es en primer lugar a Dios por ser nuestro guía en todo el camino que hemos recorrido y por darnos la vida, salud y fuerzas para seguir adelante con nuestro ideal, a todos los Catedráticos de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas por los conocimientos transmitidos, de manera especial al Dr. Roberto Lara por su experiencia y a todas aquellas personas que sin tener obligación alguna nos dedicaron su tiempo, paciencia y voluntad en el desarrollo y culminación de este proyecto investigativo para poder llegar hasta este momento de nuestra vida, donde nuestro más grande sueño se hace realidad.*

**LAS AUTORAS**

## **PRESENTACIÓN:**

El presente trabajo de investigación tiene por objetivo realizar el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa panificadora para la producción y comercialización de pan en el Barrio San Miguel de Yahuarcocha de la ciudad de Ibarra, la cual permitirá brindar un producto de calidad, competitivo, con un precio conveniente, entregando en la cantidad requerida por el cliente y en forma oportuna.

La investigación ha sido estructurada y desarrollada en siete capítulos los mismos que contienen toda la información necesaria para comprender la problemática que existe en este barrio con respecto a satisfacer la necesidad de adquirir un producto de consumo diario como es el pan, dando como alternativa la creación de esta microempresa panificadora.

En el Primer Capítulo se realizó un diagnóstico situacional indispensable para el análisis en lo referente a la oferta y la demanda del pan en este Barrio, aplicando los instrumentos necesarios que permitieron conocer datos reales, con el fin de determinar la viabilidad del proyecto, a través de la observación directa, encuestas, opiniones de expertos e información obtenida del INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) para determinar el número de habitantes de este barrio.

En el Segundo Capítulo se desarrolló aspectos teóricos y científicos que se los obtuvo por medio de una investigación, revisión, recopilación y análisis de bibliografía, a través de fichas bibliográficas, utilizando libros, revistas, folletos, internet, documentos recopilados sobre empresas con similares características.

En el Tercer Capítulo se efectúa un Estudio de Mercado donde se procedió a la identificación del producto a ofertar, para saber qué características indispensables debe tener el mismo para que tenga la

aceptación positiva en el mercado meta, mediante encuestas aplicadas en el Barrio San Miguel de Yahuarcocha, como también se analizó la oferta, la demanda y se realizó las proyecciones respectivas.

En el Cuarto Capítulo se efectúa el Estudio Técnico en donde se analiza los detalles de la localización, el tamaño, la distribución de la planta, flujo grama de procesos, vida útil de la microempresa, el producto que se ofertará, la inversión necesaria para la puesta en marcha de la microempresa, y su respectivo financiamiento.

El Capítulo Quinto presenta un Estudio Económico-Financiero indicando los datos de la inversión basado en cifras reales, se proyecta precios y costos, ingresos por ventas, gastos de administración, ventas y financieros, estado de flujo de efectivo, tiempo de recuperación de la inversión, evaluación financiera: el VAN, el TIR y el Costo – Beneficio. Todo esto permitió visualizar que el proyecto es rentable y así decidir la puesta en marcha o no del mismo.

En el Capítulo Sexto se lleva a cabo el estudio de la parte legal para la conformación de la microempresa en donde se detalla la misión, visión y políticas de la misma y las funciones de cada uno de los empleados y trabajadores, lo que permitirá un buen funcionamiento económico y administrativo de la misma.

Finalmente en el Séptimo Capítulo se describen los principales impactos que genera la creación de esta microempresa como son el Impacto Social, Económico, Educativo, Tecnológico, Ecológico-Ambiental y el impacto General; los mismos que fueron analizados según su importancia.

## INDICE GENERAL:

<b>CONTENIDOS:</b>	<b>PÁGINA</b>
Portada.	i
Resumen ejecutivo.	ii
Executive summarize.	iii
Autoría	iv
Certificación.	v
Cesión de derechos.	vi
Dedicatoria.	vii
Agradecimiento.	viii
Presentación.	ix
Índice.	xi
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.</b>	<b>20</b>
Introducción.	20
Localización geográfica y datos generales.	21
Situación socio-organizativa.	22
Actividades económicas.	23
Objetivos.	24
Objetivo general.	24
Objetivos específicos.	24
Variables diagnósticas.	25
Indicadores.	25
Oferta.	25
Demanda.	26
Producto.	26
Plaza.	26
Servicio al cliente.	26
Infraestructura y equipamiento.	27
Matriz de relación diagnóstica.	27
Mecánica operativa.	30

Universo.	30
Determinación de la muestra.	30
Tabulación, análisis e interpretación de la información.	32
Determinación de aliados, opuestos, riesgos y oportunidades.	57
Determinación del problema diagnóstico.	58
<b>CAPÍTULO II.</b>	
<b>BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS.</b>	59
Las empresas.	59
Concepto.	59
Características o fines.	60
Clasificación de las empresas.	61
La microempresa.	61
Concepto.	61
Actividades de una microempresa.	62
Tipos de microempresas.	63
Requisitos para el funcionamiento.	63
Características de una microempresa.	64
Objetivos de una microempresa.	65
Ventajas de una microempresa.	65
Desventajas de una microempresa.	65
Sistemas de comercialización.	67
Producción.	67
Concepto.	67
Tipos de producción.	68
Panificadora (panadería).	68
Concepto.	69
Antecedentes.	70
Importancia.	71
Principales ingredientes.	72
Proceso productivo.	72

Administración.	77
Importancia.	77
Principios generales de la administración.	77
El proceso administrativo.	78
Fundamentos de Mercadotecnia.	83
Concepto.	83
Producto.	84
Precio.	86
Publicidad.	88
Contabilidad.	89
Contabilidad de costos.	89
Elementos del costo.	90
Clasificación de los costos.	91
<b>CAPÍTULO III.</b>	
<b>ESTUDIO DE MERCADO.</b>	93
Presentación.	93
Identificación del producto.	94
Mercado – Meta.	95
Segmento de mercado.	96
Población.	96
Identificación de la demanda.	98
Proyección de la demanda.	99
Análisis de la competencia.	100
Análisis de la Oferta.	101
Balance Oferta – Demanda.	103
Análisis de precios.	104
Proyección de precios.	105
Promoción.	106
Publicidad.	107
Comercialización.	108
Conclusión del estudio.	109

## **CAPÍTULO IV.**

<b>ESTUDIO TÉCNICO - INGENIERÍA DEL PROYECTO.</b>	111
Localización de la planta.	111
Macro y micro localización del proyecto.	111
Factores de la localización.	115
Fuentes de materia prima e insumos.	115
Infraestructura y servicios.	115
Mano de obra.	116
Servicios básicos.	117
Situación ambiental.	117
Diseño de instrumentos.	117
Tamaño de la planta.	118
Distribución de la planta.	119
Flujo grama de procesos.	119
Presupuesto técnico.	122
Inversiones en obra física, maquinaria y equipos.	122
Tamaño del proyecto.	125
Capacidad de la microempresa.	125
Tecnología a utilizar.	126
Tipo de mercado.	127
Valoración de la inversión y financiamiento.	127
Vida útil del proyecto.	128
Costo de oportunidad.	128

## **CAPÍTULO V.**

<b>ANÁLISIS ECONÓMICO – FINANCIERO.</b>	130
Inversión.	130
Amortización del préstamo.	133
Materia prima.	133
Costos de materia prima.	134
Mano de obra.	134
Costos de conversión.	135

Mano de obra indirecta.	135
Gastos administrativos.	136
Gastos de ventas.	137
Estado de pérdidas o ganancias.	137
Estructura del flujo de caja.	138
Rentabilidad del proyecto.	140
Valor actual neto (VAN).	140
Tasa interna de retorno (TIR).	141
Costo – Beneficio.	142
Punto de equilibrio.	142
Recuperación de la inversión.	143
Indicadores Financieros.	143
Análisis de Sensibilidad del proyecto.	145
Escenario optimista.	145
Escenario pesimista.	147
Análisis de riesgo del proyecto.	149
<b>CAPÍTULO VI.</b>	
<b>ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.</b>	150
Nombre de la microempresa.	150
Importancia.	150
Misión, Visión y Valores.	151
Políticas.	152
Políticas de producción.	152
Políticas de ventas.	153
Requisitos para su funcionamiento.	153
Descripción general de la microempresa.	153
Estructura orgánica.	159
Manual de funciones.	159

<b>CAPÍTULO VII.</b>	
<b>IMPACTOS DEL PROYECTO.</b>	165
Determinación de la zona de influencia.	165
Impacto social.	166
Impacto económico.	167
Impacto educativo.	168
Impacto tecnológico.	170
Ecológico - ambiental.	171
Impacto general.	172
Conclusiones.	173
Recomendaciones.	175
Bibliografía.	177
Anexos.	179

## INDICE DE CUADROS

<b>CUADROS</b>	<b>PÁGINA</b>
<b>Cuadro N° 1:</b> Sectores de Yahuarcocha.	22
<b>Cuadro N° 2:</b> Principales actividades de la economía familiar.	24
<b>Cuadro N° 3:</b> Frecuencia de consumo.	32
<b>Cuadro N° 4:</b> Existencia de panaderías.	33
<b>Cuadro N° 5:</b> Preferencia del lugar de compra.	34
<b>Cuadro N° 6:</b> Consumo diario de pan.	35
<b>Cuadro N° 7:</b> Gasto diario en pan.	36
<b>Cuadro N° 8:</b> Calidad del pan.	37
<b>Cuadro N° 9:</b> Precio del pan.	38
<b>Cuadro N° 10:</b> Atención al cliente.	39
<b>Cuadro N° 11:</b> Presentación del lugar de compra.	40
<b>Cuadro N° 12:</b> Expectativas esperadas.	41
<b>Cuadro N° 13:</b> Creación de una panadería.	42
<b>Cuadro N° 14:</b> Variedad de pan.	43
<b>Cuadro N° 15:</b> Ubicación de la nueva panadería.	44
<b>Cuadro N° 16:</b> Preferencia en promoción.	45
<b>Cuadro N° 17:</b> Preferencia en publicidad escrita.	46
<b>Cuadro N° 18:</b> Preferencia de publicidad en radio.	47
<b>Cuadro N° 19:</b> Venta de pan.	48
<b>Cuadro N° 20:</b> Frecuencia de venta.	49
<b>Cuadro N° 21:</b> Variedad de pan.	50
<b>Cuadro N° 22:</b> Satisfacción de los clientes.	51
<b>Cuadro N° 23:</b> Precio de venta al público.	52
<b>Cuadro N° 24:</b> Calidad del pan.	53
<b>Cuadro N° 25:</b> Venta diaria de pan.	54
<b>Cuadro N° 26:</b> Venta diaria de pan en el año 2009.	55
<b>Cuadro N° 27:</b> Venta diaria de pan en el año 2008.	56
<b>Cuadro N° 28:</b> Identificación del producto.	95

<b>Cuadro N° 29:</b> Población de acuerdo a la edad.	96
<b>Cuadro N° 30:</b> Población según cantones de Imbabura.	97
<b>Cuadro N° 31:</b> Identificación de la demanda.	98
<b>Cuadro N° 32:</b> Proyección de la demanda.	99
<b>Cuadro N° 33:</b> Proyección de la demanda en productos.	99
<b>Cuadro N° 34:</b> Análisis de la competencia.	101
<b>Cuadro N° 35:</b> Análisis de la oferta.	102
<b>Cuadro N° 36:</b> Oferta promedio de pan en los últimos tres años.	103
<b>Cuadro N° 37:</b> Proyección de la oferta en productos.	103
<b>Cuadro N° 38:</b> Balance oferta – demanda.	104
<b>Cuadro N° 39:</b> Proyección de precios.	106
<b>Cuadro N° 40:</b> Publicidad.	108
<b>Cuadro N° 41:</b> Comercialización.	109
<b>Cuadro N° 42:</b> Tamaño de la planta.	118
<b>Cuadro N° 43:</b> Distribución de la planta.	119
<b>Cuadro N° 44:</b> Valoración de la inversión.	128
<b>Cuadro N° 45:</b> Costo de oportunidad.	129
<b>Cuadro N° 46:</b> Inversión en maquinaria y equipo.	131
<b>Cuadro N° 47:</b> Inversión Muebles y enceres ventas.	131
<b>Cuadro N° 48:</b> Inversión Muebles y enceres administración.	131
<b>Cuadro N° 49:</b> Inversión en construcción.	132
<b>Cuadro N° 50:</b> Ingresos por ventas.	133

## INDICE DE GRÁFICOS

<b>GRÁFICOS</b>	<b>PÁGINA</b>
<b>Gráfico N° 1:</b> Frecuencia de consumo.	32
<b>Gráfico N° 2:</b> Existencia de panaderías.	33
<b>Gráfico N° 3:</b> Preferencia del lugar de compra.	34
<b>Gráfico N° 4:</b> Consumo diario de pan.	35
<b>Gráfico N° 5:</b> Gasto diario en pan.	36
<b>Gráfico N° 6:</b> Calidad del pan.	37
<b>Gráfico N° 7:</b> Precio de pan.	38
<b>Gráfico N° 8:</b> Atención al cliente.	39
<b>Gráfico N° 9:</b> Presentación del lugar de compra.	40
<b>Gráfico N° 10:</b> Expectativas esperadas.	41
<b>Gráfico N° 11:</b> Creación de una panadería.	42
<b>Gráfico N° 12:</b> Variedad de pan.	43
<b>Gráfico N° 13:</b> Ubicación de la nueva panadería.	44
<b>Gráfico N° 14:</b> Preferencia en promoción.	45
<b>Gráfico N° 15:</b> Preferencia en publicidad escrita.	46
<b>Gráfico N° 16:</b> Preferencia en publicidad en radio.	47
<b>Gráfico N° 17:</b> Venta de pan.	48
<b>Gráfico N° 18:</b> Frecuencia de venta.	49
<b>Gráfico N° 19:</b> Variedad de pan.	50
<b>Gráfico N° 20:</b> Satisfacción del cliente.	51
<b>Gráfico N° 21:</b> Precio de venta al público.	52
<b>Gráfico N° 22:</b> Calidad del pan.	53
<b>Gráfico N° 23:</b> Venta diaria de pan.	54
<b>Gráfico N° 24:</b> Venta diaria de pan en el año 2009.	55
<b>Gráfico N° 25:</b> Venta diaria de pan en el año 2008.	56
<b>Gráfico N° 26:</b> Análisis de precios	105
<b>Gráfico N° 27:</b> Promoción.	107
<b>Gráfico N° 28:</b> Publicidad.	107
<b>Gráfico N° 29:</b> Fachada frontal y posterior.	123

