



TECNOLOGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

CARRERA ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA
DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE
DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en
Administración Bancaria y Financiera

Autor: Ushiña Caguana Mishelle Stefania

Tutor: Ing. Ángela Pimbo

Quito, Octubre 2017



ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 22 de Septiembre del 2017

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) **USHIÑA CAGUANA MISHELLE STEFANIA** de la carrera de Administración Bancaria y Financiera cuyo tema de investigación fue: **CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO QUITO.** Una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.

Ing. Angela Pimbo
Tutor del Proyecto

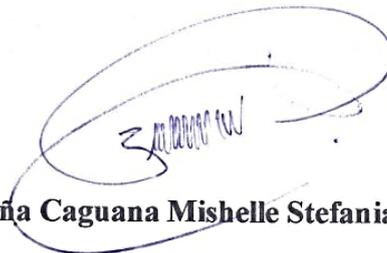
Ing. Carlos Guzman
Lector del Proyecto

Ing. Galo Cisneros
Coordinador de la Unidad de Titulación

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
DIRECCIÓN DE CARRERA
Adm. Bancaria y Producción
Ing. Fernando Buitron
Director de Escuela

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal, que se ha citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Ushiña Caguana Mishelle Stefania

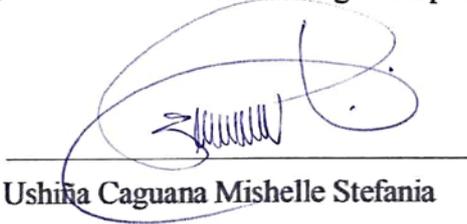
C.I: 1721874715

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA
DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON
HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Ushiña Caguana Mishelle Stefania portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1721874715 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: "En el caso de la obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superior, e institutos públicos de investigación como, resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos u otro análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio que se aplicara a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.", otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2017** con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA



NOMBRE

Ushiña Caguana Mishelle Stefania

CÉDULA

1721874715

Quito, a los 02 de Octubre del 2017

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

AGRADECIMIENTO

A DIOS todopoderoso, por brindarme la sabiduría necesaria y fortaleza para culminar esta etapa de mi vida, por todas sus enseñanzas que me ha permitido crecer como ser humano. A mis padres, y a mi hermano por su apoyo incondicional que hicieron posible la culminación de una meta más. Mis más sinceros agradecimientos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera y a cada uno de sus docentes por haberme impartido sus conocimientos brindándome una herramienta de estudio durante tan importante etapa de mi vida. A mi tutora, Ing. Ángela Pimbo por su paciencia y tiempo siendo la guía para la realización del proyecto.

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA
DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON
HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO

DEDICATORIA

A DIOS principalmente por ser el pilar fundamental,
Por haberme puesto en este camino permitiéndome
Que pueda culminar esta meta trazada con su bendición.

Dedico a mis padres Manuel y Faby también a mi hermano Leo
Por darme su cuidado, amor y comprensión en el transcurso
De mi vida son las personas más importantes,
Gracias por creer en mí, brindándome una profesión para
Mi futuro ya que fueron mi inspiración
Para la realización del presente proyecto.

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA
DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON
HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA	¡Error! Marcador no definido.
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	¡Error! Marcador no definido.
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA.....	iv
ÍNDICE GENERAL	v
RESUMEN EJECUTIVO	xx
ABSTRACT	xxii
INTRODUCCIÓN	xxiii
CAPÍTULO I.....	1
1.1 Justificación	1
1.2 Antecedentes.....	2
CAPÍTULO II.....	5
2. ANÁLISIS SITUACIONAL	5
2.1 Ambiente Externo	5
2.1.1 Factor Económico	5
2.1.1.01 Inflación	6
2.1.1.02 Producto interno bruto (PIB)	7
2.1.1.03 Balanza comercial	11
2.1.1.04 Riesgo País.....	13
2.1.1.05 Tasa de interés.....	14
2.1.1.05.01 Tasa activa.....	14

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA
DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON
HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO

2.1.1.05.02 Tasa Pasiva.....	16
2.1.2 Factor Social	16
2.1.2.01 Crecimiento poblacional.....	17
2.1.2.02 Tasa de Desempleo.....	18
2.1.2.03 PEA (Población Económicamente Activa).....	21
2.1.3 Factor legal	22
2.1.3.01 Requisitos como persona natural	22
2.1.4 Factor tecnológico.....	24
2.2. Entorno Local	25
2.2.1. Clientes	25
2.2.1.01 Clientes Internos.....	25
2.2.1.02 Clientes Externos.....	25
2.2.2 Proveedores.....	26
2.2.3 Competidores.....	27
2.3 Análisis Interno.....	28
2.3.1 Propuesta Estratégica	29
2.3.1.1. Misión.....	29
2.3.1.1.01 Formulación de la misión	30
2.3.1.2 Visión	31
2.3.1.2.01 Formulación de la visión.....	31
2.3.1.3 Objetivos.....	32
2.3.1.3.01 Objetivo General	32
2.3.1.3.02 Objetivos Específicos	32

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA
DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON
HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO

2.3.1.4 Principios	32
2.3.1.4.01 Valores	33
2.3.2 Gestión Administrativa.....	34
2.3.2.01 Planificación	34
2.3.2.02 Organización	35
2.3.2.02.01 Organigrama Estructural.....	35
2.3.2.02.03 Perfil de Puesto.....	36
2.3.2.03 Dirección.....	38
2.3.2.04 Controlar	39
2.3.3 Gestión Operativa	39
2.3.4 Gestión Comercial.....	41
2.3.4.01 Producto	41
2.3.4.02 Precio	44
2.3.4.03 Plaza	44
2.3.4.04 Promoción.....	45
2.3.4.04.01 Logotipo.....	48
2.3.4.04.02 Papelería corporativa	49
2.3.4.04.03 Material P.O.P	51
2.4 Análisis FODA	52
CAPÍTULO III	53
3. ESTUDIO DE MERCADO.....	53
3.1 Análisis del consumidor	53
3.1.1. Determinación de la población y muestra	55

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA
DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON
HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO

3.1.1.01 Población	55
3.1.1.02 Tamaño del Universo	55
3.1.1.03 Muestra	56
3.1.1.04 Formulación de la muestra.....	56
3.1.2. Técnicas de la obtención de la información	57
3.1.2.01 Modelo da la encuesta	59
3.1.3. Análisis de la información.....	61
3.2. Oferta.....	74
3.2.01 Oferta histórica.....	74
3.2.02.01 Cálculo de la oferta actual	75
3.2.03 Oferta proyectada.....	75
3.3 Demanda.....	76
3.3.01 Demanda histórica.....	76
3.3.02 Demanda actual.....	77
3.3.02.01 Calculo de la demanda actual.....	77
3.3.03 Demanda proyectada	77
3.4 Balance oferta-demanda	78
3.4.01 Balance actual	78
3, 4,02 Balance proyectado	78
CAPÍTULO IV	80
4. ESTUDIO TÉCNICO	80
4.1 Tamaño del proyecto.....	80
4.1.01 Capacidad instalada.....	81

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA
DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON
HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO

4.1.02 Capacidad óptima.....	82
4.2 Localización.....	83
4.2.01 Macro localización	83
4.2.02 Micro localización.....	84
4.2.03 Localización óptima	84
4.3 Ingeniería del producto.....	86
4.3.01 Definición del producto o servicio	86
4.3.02 Distribución de la planta.....	86
4.3.02.01 Código de cercanía	87
4.3.02.02 Razones de cercanías	87
4.3.02.03 Matriz triangular.....	88
4.3.02.04 Tabulación de la matriz triangular.....	89
4.3.03 Proceso productivo	91
4.3.04 Maquinaria y equipo.....	93
CAPÍTULO V	95
5. ESTUDIO FINANCIERO.....	95
5.1 Ingresos Operacionales y No Operacionales	95
5.2 Costos.....	99
5.2.1 Costos Directos	100
5.2.2 Costos Indirectos.....	101
5.2.2.1 Servicios básicos	102
5.2.3 Gastos Administrativos	103
5.2.4 Gastos de Ventas.....	105

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA
DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON
HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO

5.2.5 Gastos Financieros	106
5.2.6 Costo Fijos y Variables	107
5.3 Inversiones.....	108
5.3.1 Inversiones Fija.....	108
5.3.1.1 Activos Fijos	108
5.3.1.2 Activos Nominales (diferidos).....	109
5.3.2 Capital de trabajo	110
5.3.3 Fuentes de Financiamiento y uso de Fondos	111
5.3.4 Amortización de financiamiento.....	113
5.3.5 Depreciaciones.....	114
5.3.7 Estado de Resultados Proyectados.....	116
5.3.8 Flujo de Caja.....	117
5.4 Evaluación	118
5.4.1 Tasa de descuento	118
5.4.2 VAN	119
5.4.3 TIR	120
5.4.4 PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	121
5.4.5 RBC Relación Costo Beneficio	122
5.4.6 Punto de Equilibrio	123
5.4.7 Análisis de índices financieros	125
CAPÍTULO VI.....	128
6, ANÁLISIS DE IMPACTOS	128
6.1 Impacto Ambiental.....	128

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA
DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON
HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO

6.2 Impacto Económico	129
6.3 Impacto Productivo	130
6.4 Impacto Social	130
CAPÍTULO VII.....	132
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	132
7.1 Conclusiones.....	132
7.1 Recomendaciones	134
Bibliografía.....	136
ANEXOS.....	142

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Inflación anual a Abril.....	6
Tabla 2 PIB durante el cuarto trimestre	8
Tabla 3 PIB por sector	9
Tabla 4 Balanza Comercial a Abril.....	11
Tabla 5 Riesgo País.....	13
Tabla 6 Tasa Activa	15
Tabla 7 Tasa Pasiva	16
Tabla 8 Crecimiento Poblacional.....	17
Tabla 9 Crecimiento de la Parroquia Iñaquito.....	17
Tabla 10 Tasa de desempleo Quito.....	18
Tabla 11 Pobreza anual	20
Tabla 12 PEA de Quito	21
Tabla 13 PEA Parroquia Iñaquito.....	21
Tabla 14 Proveedores.....	26
Tabla 15 Competidores Directos	27
Tabla 16 Competidores Indirectos.....	28
Tabla 17 Elementos para definir la Misión	30
Tabla 18 Elementos para formular la Visión.....	31
Tabla 19 Perfil del Propietario	36
Tabla 20 Perfil del Contador Externo	36
Tabla 21 Perfil del Maestro Panadero.....	37
Tabla 22 Perfil del Ayudante de Panadería.....	37

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA
DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON
HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO

Tabla 23 Perfil Cajera	38
Tabla 24 Segmentación de Mercado.....	55
Tabla 25 Tamaño del Universo	55
Tabla 26 Géneros.....	62
Tabla 27 Consumo del Producto	63
Tabla 28 Conocimiento del Producto	64
Tabla 29 Consumo del tipo de pan	65
Tabla 30 Lugares de Compra	66
Tabla 31 Consumo del Pan en el día.....	67
Tabla 32 Frecuencia de Consumo.....	68
Tabla 33 Precio por producto	69
Tabla 34 Aspectos de la compra del producto.....	70
Tabla 35 Competencia	71
Tabla 36 Aceptación de la microempresa	72
Tabla 37 Preferencia de productos adicionales en la microempresa	73
Tabla 38 Oferta histórica.....	74
Tabla 39 Oferta actual.....	75
Tabla 40 Oferta proyectada	75
Tabla 41 Demanda actual.....	77
Tabla 42 Demanda proyectada	77
Tabla 43 Cálculo de la demanda insatisfecha	78
Tabla 44 Proyección de la demanda insatisfecha	78
Tabla 45 Capacidad instalada.....	81

Tabla 46 Capacidad óptima.....	82
Tabla 47 Macro Localización.....	83
Tabla 48 Localización óptima	85
Tabla 49 Distribución de la planta.....	86
Tabla 50 Código de cercanía.....	87
Tabla 51 Razones de cercanías.....	87
Tabla 52 Descripción de actividades	92
Tabla 53 Maquinaria.....	93
Tabla 54 Equipos de computación.....	93
Tabla 55 Muebles y enseres	94
Tabla 56 Equipo de oficina	94
Tabla 57 Capacidad de Producción	96
Tabla 58 Materia Prima (Producción Anual)	97
Tabla 59 Ingresos Operacionales Pan.....	98
Tabla 60 Ingresos proyectados.....	98
Tabla 61 Costos Directos	100
Tabla 62 Costos indirectos	102
Tabla 63 Gastos Administrativos	103
Tabla 64 Útiles de oficina	104
Tabla 65 Gastos de venta	105
Tabla 66 Datos del Préstamo.....	106
Tabla 67 Gastos financieros	106
Tabla 68 Costos Fijos y Costos Variables.....	107

Tabla 69 Activos Fijos	109
Tabla 70 Activos Nominales	110
Tabla 71 Capital de Trabajo	111
Tabla 72 Fuentes de Financiamiento y Usos Propios	112
Tabla 73 Amortización del Capital.....	113
Tabla 74 Estado de Resultados.....	116
Tabla 75 Tasa de Descuento.....	118
Tabla 76 Cálculo del VAN.....	119
Tabla 77 Tasa interna de retorno	120
Tabla 78 Relación Costo beneficio	122
Tabla 79 Punto de equilibrio	123
Tabla 80 Demostración punto de equilibrio	124
Tabla 81 Rentabilidad sobre el patrimonio	126
Tabla 82 Rentabilidad sobre activos.....	126
Tabla 83 Rentabilidad sobre la inversión.....	127

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Inflación Anual a Abril	6
Figura 2 PIB durante el cuarto trimestre	8
Figura 3 PIB por sector	10
Figura 4 Balanza Comercial a Abril	12
Figura 5 Riesgo País	13
Figura 6 Tasa de desempleo Quito	19
Figura 7 Pobreza anual.....	20
Figura 8 Organigrama Estructural	35
Figura 9 Flujograma de Procesos	40
Figura 10 Elaboración del Producto	42
Figura 11 Producto Final.....	43
Figura 12 Obsequios	45
Figura 13 Redes Sociales Facebook	46
Figura 14 Redes Sociales Whatsapp.....	47
Figura 15 Volantes.....	47
Figura 16 Logotipo de la Microempresa.....	48
Figura 17 Tarjetas de Presentación.....	49
Figura 18 Hoja Membretada.....	50
Figura 19 Sobres.....	50
Figura 20 Material P.O.P	51
Figura 21 Matriz FODA.....	52
Figura 22 Géneros.....	62

Figura 23 Consumo del Producto	63
Figura 24 Conocimiento del Producto	64
Figura 25 Consumo del tipo de pan	65
Figura 26 Lugares de Compra	66
Figura 27 Consumo del Pan en el día	67
Figura 28 Frecuencia de Consumo	68
Figura 29 Precio por producto	69
Figura 30 Aspectos de la compra del producto	70
Figura 31 Competencia	71
Figura 32 Aceptación de la microempresa	72
Figura 33 Preferencia de productos adicionales en la microempresa	73
Figura 34 Macro Localización	83
Figura 35 Micro Localización	84
Figura 36 Matriz triangular	88
Figura 37 Plano de la Microempresa	88
Figura 38 Área de Producción	90
Figura 39 Bodega	90
Figura 40 Proceso productivo	91
Figura 41 Área de Administración	94
Figura 42 Área de Administración	96
Figura 43 Mano de Obra Directa	101
Figura 44 Servicios básicos	102
Figura 45 Sueldo Administrativo	104

Figura 46 Depreciación de Activos Fijos.....	114
Figura 47 Estado de Situación Inicial	115
Figura 48 Flujo de Caja.....	117
Figura 49 Flujos de Caja	118
Figura 50 Periodo de Recuperación de la Inversión.....	121
Figura 51 Punto de Equilibrio	125
Figura 52 Harina de plátano	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Horno Industrial.....	142
Anexo 2 Balanza.....	142
Anexo 3 Amasadora.....	143
Anexo 4 Coches.....	143
Anexo 5 Estantería.....	143
Anexo 6 Mesas de Trabajo.....	143
Anexo 7 Formulario Patente.....	143
Anexo 8 Formulario LUAE.....	143

RESUMEN EJECUTIVO

“AROMA PAN Panadería” será una microempresa que se dedicará a la elaboración y comercialización de diferentes líneas de pan con una mezcla de harina de trigo, harina de plátano, que estará situada en el Distrito Metropolitano de Quito.

La investigación que se presenta a continuación, se ha desarrollado en siete capítulos los cuales van detallando la viabilidad del trabajo a realizarse.

Se inicia con la introducción, justificación, antecedentes del proyecto a realizarse donde se destaca aspectos más importantes del trabajo.

Se realiza el análisis situacional es decir se determinó la filosofía empresarial de igual manera los factores económicos tanto internos como externos que influenciaran en el desarrollo del proyecto.

Se orienta en una investigación de mercado que se realizó en la Parroquia de Ñaquito determinando que aún existe una población de consumidores insatisfechos, de la cual podría ser cubierta por la panificadora a implementarse, con calidad y precio accesible a los clientes.

Se desarrolló el estudio técnico donde se analizó la capacidad óptima del proyecto, la distribución que tendrá la microempresa, de la misma manera se investigó el proceso productivo del pan.

Se realizó el estudio financiero donde se llegó a determinar la inversión que tendrá el presente proyecto será de \$15.663,04 de los cuales el 54% que corresponde

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA
DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON
HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO

a \$8.434,12 serán financiados a través de un préstamo bancario y el 47% serán recursos propias que corresponde a \$7.423,92 donde se obtendrá la evaluación financieras a través de los índices financieros como el VAN, TIR, RBC etc., determinando si es factible implementar la microempresa.

Se analizaron factores importantes para el entorno social, económico, productivo etc., que puedan influenciar en el proyecto a implementarse.

ABSTRACT

“AROMA PAN Pandora” is a business that will be dedicated to bake and sell different kind of bread made in base of wheat and plantain flour and will be located at Quito's Metropolitan District.

This research is divided in chapters in which explain the worth of the work in question.

In chapter the introduction, value and pre project with the most important notes about it.

In chapter it analyzes the business philosophy about the internal and external economic facts that will affect the project development.

In chapter it shows results about a marketing research in Iñaquito parish that ensure the project to satisfy happy customers with quality and good prices

In chapter it develops the technical research of this project, production capacity, marketing and production itself.

In chapter is the financial project with evaluation indices like VAN, TIR, RBC and others. This also ensures the project creation.

It analyzes in another social, economic and productive facts that may influence this project in process.

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA
DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON
HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO

INTRODUCCIÓN

En el presente proyecto se muestra la viabilidad de la implementación de una panificadora de harina de plátano en el Distrito Metropolitano de Quito lugar donde se destacará la producción y comercialización de las diferentes líneas de pan que ofrecerá la panadería.

El principal objetivo de este proyecto ha sido indagar su aporte a la comunidad así como los beneficios que ofrecerá durante la permanencia de la panificadora en el mercado.

La panadería es un arte que ha estado presente durante algunos años y a través de este oficio es como se obtiene las distintas líneas de pan, el cual es uno de los alimentos más importantes para la dieta del ser humano ya que es un alimento nutritivo que contiene vitaminas y nutrientes para el organismo.

El sector de la panadería y su ejercicio, al igual que los ingredientes, sabores y diferentes técnicas utilizadas para la producción y comercialización del pan tienen factores que son influenciados por la tradición, la cultura, la religión, de distintas ciudades del Ecuador.

Por tal motivo, el propósito de este proyecto a desarrollarse se basa en determinar características del sector de la panadería, para conocer su funcionamiento, la manera de administrar los diferentes recursos y el modo de implementar estrategias.

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA
DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON
HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO

Las cuales ayudan a posicionar la marca y los productos en el mercado de tal manera que se consiga la permanencia en el mercado

CAPÍTULO I

1.1 Justificación

La problemática que se puede evidenciar en el sector alimenticio en especial en las panificadoras aledañas al sector, no cuentan con productos elaborados de harina de plátano ya que la mayoría de panificadoras elaboran y comercializan productos con harina de centeno, maíz y cebada etc.

Las cuales añaden grandes cantidades de conservantes y aditivos entre otras sustancias, para que los alimentos se mantengan en un buen estado durante más tiempo, estas sustancias son perjudiciales para la salud ya que son causantes de diversas enfermedades.

El modelo de negocio que se propone implementar, es una panificadora dedicada a la elaboración y comercialización de productos con harina de plátano la cual proporcionara nutrientes, hidratos de carbono y sales minerales como el hierro, fósforo, calcio así como vitaminas retinol, vitamina A y C, la cual provee muchos beneficios para la dieta y la salud, ya que controla el apetito y es poco calórica.

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA
DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON
HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO

Los productos que se ofrecerán en la panificadora darán un giro innovador ya que en la producción se contará con ingredientes adecuados y nuevas alternativas en las diferentes líneas de pan. Con la producción y comercialización que se ofrece ayudar a generar diferentes fuentes de trabajo, ya que en la empresa se necesitara personas con experiencia en dicha actividad.

Se considera que la instalación de una panificadora, es un negocio factible, y económicamente beneficiosa, además el pan es el producto alimenticio más importante consumido en todas las familias por su aporte nutricional, es de bajo precio y está al alcance de los ingresos de cualquier persona para satisfacer sus necesidades.

El impacto que tendrá el proyecto será apoyar al sector alimenticio con alternativas de productos de harina de plátano y de esta manera se logrará posicionar la panificadora de manera que logre mantenerse en el mercado, contribuirá a la transformación de la matriz productiva del plan nacional del buen vivir ya que para la producción de las diferentes líneas de pan se necesitará materias primas las cuales podemos encontrar en el Ecuador y de esta manera aportar a la economía del país.

1.2 Antecedentes

Argumenta (El Pan, su importancia e importancia cultural, 2009, pág. 1):

El pan es por costumbre un alimento modesto, tiene una importancia vital en el desarrollo humano. Su elaboración representa uno de los primeros procesos complejos que el hombre invento para garantizar su sustento, hasta entonces obtenido de la recolección y de la caza. Este proceso significa recolectar el grano, tritarlo, transformarlo en papilla o masa y cocinarlo para hacerlo digerible y por esto necesitamos conocer donde y cómo se dio el origen del pan.>/

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA
DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON
HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO

Menciona (Mundopán, 2015, pág. 1) :

Para conocer los orígenes del pan debemos remontarnos a un pasado remoto, el descubrimiento fue casual, nos situamos en la Época Neolítica, un antepasado del hombre prehistórico conoce ya las semillas y cereales, y sabe que una vez trituradas y mezcladas con agua, dan lugar a una papilla.

El pan es el alimento que se consume en la actualidad, al parecer fue hace muchos años que idearon el pan como un producto de consumo, ellos machacaron granos de trigo añadiendo agua de modo que formaron una masa con ayuda del fuego la cocinaron. Obteniendo unas tortillas duras y sin sabor, pero al parecer por olvido, una de las masas que prepararon para la cena se quedó olvidada y al día siguiente cuando la encontraron y quisieron aprovecharla vieron que se había expandido, esponjado y que el sabor y la textura resultante tras la cocción era más agradable.

Según (El tiempo, 2009, pág. 1) :

Con el devenir histórico, el pan fue adoptado por los griegos, quienes a través de sus relaciones comerciales, lo perfeccionaron y, en el siglo III A.C, convirtieron la panadería en todo un arte. Crearon más de 70 panes de formas, tamaños y masas diferentes que eran utilizados en fiestas religiosas. Por mucho tiempo fue utilizado como alimento ritual de origen divino hasta convertirse en sustento popular.

Así que el pan tiene un gran valor y estará presente en la historia del ser humano desde sus orígenes.>/ A partir que se inventó los primeros panes que fueron en forma de tortilla; el pan ha tenido una gran evolución ya que en todos los países del mundo le han dado su propia textura, sabores y han adoptado diferentes nombres.

El pan en América

Sostiene (Ugaz Cruz, 2011, pág. 3) que:

Siglos después, el encuentro de Europa con América supuso un descubrimiento sin igual y una experiencia de mutuo asombro: Europa trajo sus costumbres y América aportó su cultura. En el nuevo continente, el maíz era la base de la cultura y de la alimentación de los imperios maya e inca, de España llegaron la harina, el pan de trigo, el cultivo, la molienda y la cocción horneada. Así comenzó un verdadero sincretismo y técnicas que, hoy en día, nos permite contar con una panadería inigualable.

El pan en el Ecuador

Considera (El telégrafo, 2014):

La presencia española en el valle de Paucarbamba se inicia antes de la fundación de Cuenca y sirve como un antecedente básico para la historia de la alimentación, ya que se concede a Rodrigo Núñez de Bonilla una encomienda de tierras de pan sembrar y se establece un primer molino hidráulico de trigo, cuyas cámaras fueron construidas con piedras labradas del destruido Pumapungo de los Incas, y que fue localizado en la década de los setenta del pasado siglo en el sitio arqueológico de Todos Santos. Esta primera actividad productiva hispánica implicó la presencia local de molineros y panaderos, y también la creación de redes comerciales para la exportación del producto y sus derivados a diversos lugares del Virreinato del Perú, que se mantuvieron a lo largo del tiempo.

De esta manera se posicionó en el mercado y en las familias ecuatorianas la producción de nuevos panes con la construcción de molinos hasta posicionarse en el país. En cada ciudad del Ecuador existe una variedad de panes. La posición geográfica influye en los ingredientes y en las técnicas de producción, ya que han surgido nuevas formas de combinar este alimento por ejemplo: se produce pan de avena, de yuca, de zapallo, de yema, entre otros.

CAPÍTULO II

2. ANÁLISIS SITUACIONAL

Indica (Solano H. , 2015, pág. 89) :

Un análisis de la situación incluye un examen detallados de los factores internos y externos que afectan un negocio. Crear una visión general de la organización que llevara a una mejor comprensión de los factores que influirán en su futuro.

2.1 Ambiente Externo

Señala (Solano H. , 2015); “La oportunidad y amenaza se miden como parte de un análisis externo. Ambas pueden ocurrir cuando las cosas suceden en el entorno externo que pueden requerir un cambio en la empresa.”

2.1.1 Factor Económico

Afirma (Guitierrez Montes , 2012) :

Los factores económicos son actividades que tienden a incrementar la capacidad productiva de bienes y servicios de una economía, para satisfacer las necesidades socialmente humanas. Existen muchos factores económicos, estos están clasificados por su potencialidad en la economía de un país.

2.1.1.01 Inflación

Induce (Morochó Morcillo, 2009, pág. 22) qué; “La inflación es el crecimiento generalizado y continuo de los precios de los bienes y servicios de una economía.”

Tabla 1 Inflación anual a Abril

Año	Mes	Inflación anual
2013	Abril	3,03%
2014	Abril	3,23%
2015	Abril	4,32%
2016	Abril	1,78%
2017	Abril	1,09%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Mishelle Ushiña



Figura 1 Inflación Anual a Abril

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Mishelle Ushiña

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Análisis:

La inflación desde el 2013 hasta el año actual no se ha mantenido constante, ya que entre el año 2014 y 2013 existió una variación de 0,2 % como se puede observar en el gráfico en el año 2015 se evidencia que ha existido una inflación mayor debido a que ha ido variando año tras año, un factor por las que existen estas variaciones se da porque el Ecuador no cuenta con una moneda propia y es por este motivo que el Ecuador está sometido a las políticas de Estados Unidos. Con respecto al año 2016 y 2017 se puede apreciar que hubo un decrecimiento de 0,69% en estos dos años se observa que han sido las tasas más bajas de las cifras de la inflación con 1,78% y 1,09 % respectivamente en comparación a los años anteriores, de esta manera los consumidores estarán beneficiados ya que podrán adquirir bienes y servicios con costos reducidos, debido a que tendrán un mayor poder adquisitivo en el mercado.

2.1.1.02 Producto interno bruto (PIB)

Argumenta (Pavón Isabel, 2013, pág. 14) :

El producto interno bruto (PIB) es el indicador más amplio de la producción total de bienes y servicios de un país. Es el valor monetario total de los bienes y servicios finales producidos dentro de una economía en un periodo determinado (año o trimestre). Y como por definición Ingreso Ξ Gasto.

Tabla 2 PIB durante el cuarto trimestre

Año	Porcentaje %
2013	4,50%
2014	3,80%
2015	3,80%
2016	0,30%
2017	1,14%

Fuente: INEC

Elaborado por: Mishelle Ushiña

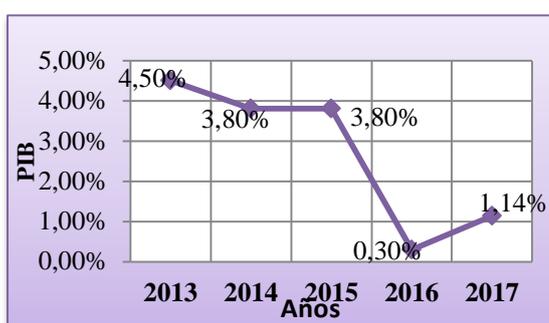


Figura 2 PIB durante el cuarto trimestre

Fuente: INEC

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis:

Como se puede observar en la figura N° 2 el Producto Interno Bruto del país en el 2013 ha sido el año que más porcentaje ha obtenido en relación a los años venideros que a partir del año 2016 sufrió un decrecimiento de aproximadamente 3,5% la principal causa fue por la caída del precio del barril de petróleo era la principal fuente de ingresos para el Ecuador. La implementación de nuevas políticas económicas ha influenciado en la desaceleración de la economía.

Tabla 3 PIB por sector

PIB por Sector	AÑO 2015 IV TRIMESTRE	AÑO 2016 IV TRIMESTRE	AÑO 2017 I TRIMESTRE
Manufactura	0,09%	0,14%	0,30%
Petróleo y minas	0,03%	-0,23%	0,40%
Comercio	0,22%	-0,38%	1,20%
Construcción	0,27%	-0,19%	-2,20%
Agricultura	-0,02%	0,18%	-0,50%
Otros servicios	0,03%	0,00%	0,20%
Administración Pública y defensa	0,16%	-0,16%	-2,20%
Actividades Profesionales y técnicas	0,22%	0,29%	-0,40%
Transporte	0,04%	0,07%	1,50%
Enseñanza y Servicios Sociales y Salud	0,09%	-0,10%	0,20%
Suministro de electricidad, gas y agua	0,05%	0,11%	4,00%
Pesca (excepto camarón)	0,03%	-0,07%	1,10%
Correo y comunicaciones	0,01%	-0,13%	0,60%
Actividades de servicios financieros	0,01%	-0,07%	3,00%
Servicio Domestico	0,01%	0,00%	-2,00%
Acuicultura y pesca de camarón	0,00%	0,08%	1,80%
Alojamiento y servicios de comida	-0,02%	-0,05%	0,10%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Mishelle Ushiña

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

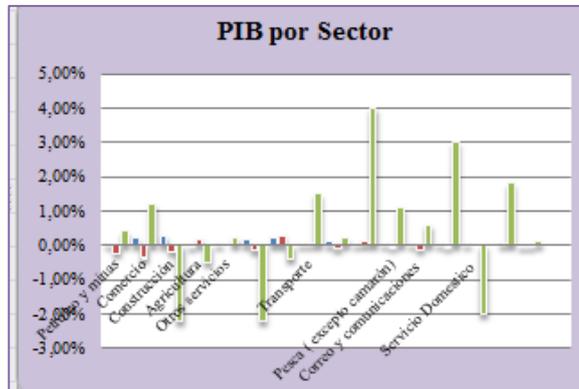


Figura 3 PIB por sector

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis:

Como se puede observar en la figura del producto interno bruto por sectores en el año 2015 los sectores que más aportaron al producto interno bruto fueron las actividades profesionales y el comercio con un 0,22% de igual manera el sector de la construcción apporto con el 0,27% en el año 2016 los sectores que más aportaron al crecimiento del producto interno bruto fueron: las actividades profesionales y técnicas con 0,29% y de misma manera la agricultura con el 0,18%, en el primer trimestre del año 2017 se pude apreciar los sectores que más han contribuido con el producto interno bruto son: Suministros de electricidad, gas y agua con 4,0% también las actividades de servicios financieros con 3,0% para el primer trimestre se evidencia que existe un incremento significativo a la economía del país.

2.1.1.03 Balanza comercial

Menciona (Pavón Isabel, 2013, pág. 17) :

Este rubro muestra los efectos del gasto interno en bienes extranjeros y del gasto extranjero en bienes nacionales sobre la demanda agregada. La demanda total de los bienes que producimos incluye exportaciones, que son la demanda de nuestros bienes hecha por extranjeros, y excluye las importaciones, que son la parte de nuestro gasto interno que no se dirige a nuestros propios bienes. Por tanto, la diferencia entre exportaciones e importaciones, llamada exportaciones netas, es un componente de la demanda total de nuestros bienes y representa la balanza comercial.

Tabla 4 Balanza Comercial a Abril

BALANZA COMERCIAL (1)										
<i>Toneladas métricas en miles y valor USD FOB en millones</i>										
	Ene - Mar 2014		Ene - Mar 2015		Ene - Mar 2016		Ene - Mar 2017		Variación 2017 - 2016	
	TM	USD FOB	Absoluta USD FOB	Relativa						
Exportaciones totales	7,475.6	6,654.9	8,260.9	4,870.4	7,697.1	3,627.2	7,996.3	4,721.1	1,093.9	30.2%
<i>Petroleras</i>	5,197.9	3,547.4	5,818.5	1,747.9	5,292.5	896.2	5,336.4	1,666.7	770.5	86.0%
<i>No petroleras</i>	2,277.7	3,107.4	2,442.4	3,122.5	2,404.6	2,731.0	2,659.9	3,054.4	323.4	11.8%
Importaciones totales	4,038.5	6,158.6	3,935.2	5,787.7	3,413.4	3,690.5	3,827.7	4,247.9	557.4	15.1%
<i>Bienes de consumo</i>	244.9	1,049.5	240.6	1,156.2	174.4	761.3	199.0	837.6	76.3	10.0%
<i>Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos (2)</i>	1.1	53.4	0.6	27.5	0.7	28.3	0.9	35.6	7.4	26.0%
<i>Materias primas</i>	1,979.5	1,792.7	1,872.9	1,872.3	1,643.1	1,364.4	2,090.3	1,594.9	230.4	16.9%
<i>Bienes de capital</i>	137.8	1,590.0	156.7	1,610.6	94.4	973.7	96.6	1,007.6	33.8	3.5%
<i>Combustibles y Lubricantes</i>	1,673.7	1,662.1	1,663.1	1,110.5	1,499.3	552.7	1,439.3	757.7	205.0	37.1%
<i>Diversos</i>	1.5	10.9	1.3	10.6	1.6	10.0	1.7	12.3	2.3	22.7%
<i>Ajustes (3)</i>		0		0		0		2.17	-	0.0%
Balanza Comercial - Total		496.2		-917.36		-63.33		473.23		847.3%
<i>Bal. Comercial - Petrolera</i>		1,927.2		653.48		348.79		905.63		159.6%
<i>Exportaciones petroleras</i>		3,547.4		1,747.9		896.2		1,666.7		86.0%
<i>Importaciones petroleras</i>		1,620.2		1,094.4		547.4		761.1		39.0%
<i>Bal. Comercial - No petrolera</i>		-1,431.0		-1,570.8		-412.1		-432.4		-4.9%
<i>Exportaciones no petroleras</i>		3,107.4		3,122.5		2,731.0		3,054.4		11.8%
<i>Importaciones no petroleras</i>		4,538.4		4,693.3		3,143.1		3,486.8		10.9%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

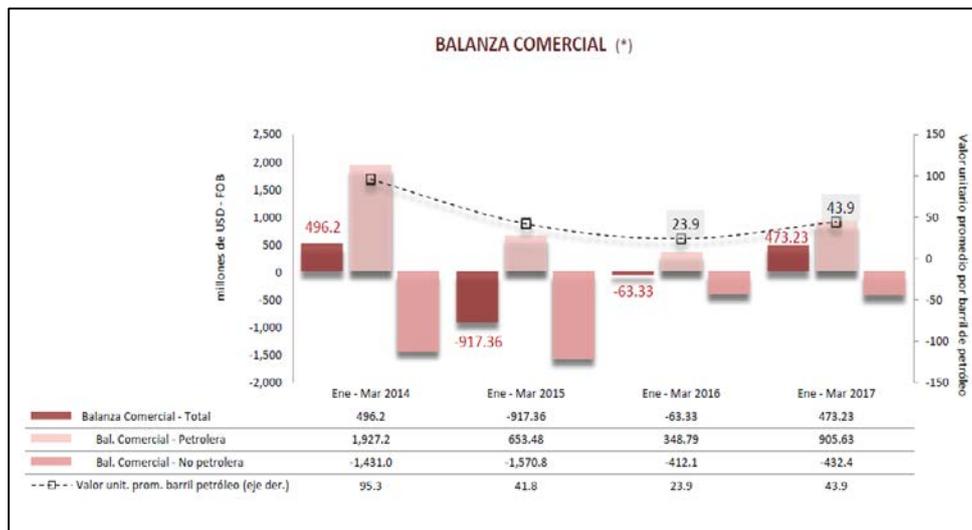


Figura 4 Balanza Comercial a Abril

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Análisis:

Como se puede observar con respecto a la figura de la Balanza Comercial en el primer trimestre del año 2014 hubo un superávit de \$ 496.2 con respecto al primer trimestre del año del 2015 se evidencio un déficit de \$ -917.36, por el contrario en el primer trimestre del año 2016 se pudo apreciar que existió un superávit de \$ 473.23, y en el primer trimestre del año 2017 se puede apreciar que llegó a tener un saldo favorable de \$ 473.23 millones, quiere decir que existió un superávit con respecto al año 2016.

2.1.1.04 Riesgo País

Asume (García & José, 2009, pág. 59):

Se entiende por Riesgo País la posibilidad de que un conjunto de prestatarios de una nación determina que son incapaces de cumplir con sus obligaciones financieras en materia de deuda externa y el principal de sus pasivos contraídos con acreedores extranjeros en los términos establecidos inicialmente.

Tabla 5 Riesgo País

Año	Riesgo país %	Valor
2013	-3,14%	647
2014	-8,14%	361
2015	-2,72%	672
2016	-1,78%	941
2017	-3,19%	667

Fuente: *Ámbito*

Elaborado por: *Mishelle Ushiña*

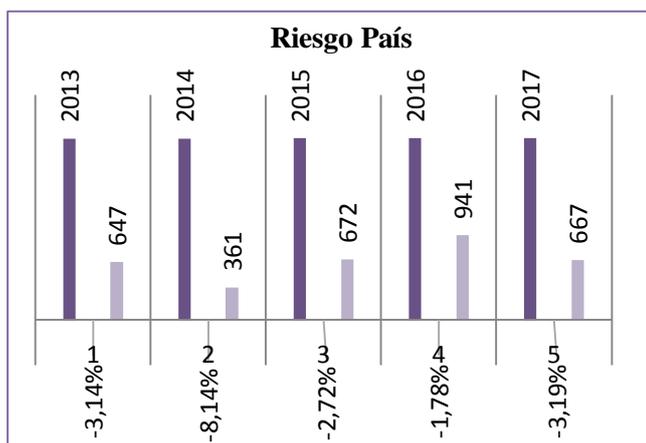


Figura 5 Riesgo País

Fuente: *Ámbito*

Elaborado por: *Mishelle Ushiña*

Análisis:

El indicador del riesgo país en el Ecuador muestra que en el año 2013 fue de 647 puntos representando con un -3,14% , en el año 2014 bajo a 361 puntos representando con un -8,14% , en el año 2015 se elevó con 672 puntos representando con 2,72%, en el año 2016 existió un incremento de 941 puntos representando con el -1.78 lo que representa algo negativamente para las organizaciones ya que los inversionistas por este motivo no llegarían a invertir en el Ecuador, lo que se puede rescatar en el año 2017 fue decreciendo con 667 puntos representando el -3,19% se espera que el riesgo país en el Ecuador siga disminuyendo para que pueda existir inversionistas que deseen invertir en el país, de esta manera mantener relaciones comerciales y que puedan beneficiar al país generando fuentes de empleo para la sociedad.

2.1.1.05 Tasa de interés

Manifiesta (Marcuse, 2010, pág. 87); “La tasa de interés es el precio del dinero en el mercado financiero, cuando hay más dinero la tasa baja, cuando hay escasez la tasa sube.”

2.1.1.05.01 Tasa activa

Afirma (Delgado Vera C. , 2009):

La tasa de interés activa es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del Banco Central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito a los usuarios de los mismos. Son activas porque son recursos a favor de la banca.

Tabla 6 Tasa Activa

Tasas de Interés			
mayo - 2017			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	7.61	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.76	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.49	Productivo PYMES	11.83
Comercial Ordinario	8.81	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	7.37	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.43	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	10.42	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.80	Consumo Ordinario	17.30
Consumo Prioritario	16.58	Consumo Prioritario	17.30
Educativo	9.50	Educativo	9.50
Inmobiliario	10.61	Inmobiliario	11.33
Vivienda de Interés Público	4.98	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Minorista	27.92	Microcrédito Minorista	30.50
Microcrédito de Acumulación Simple	25.02	Microcrédito de Acumulación Simple	27.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	21.42	Microcrédito de Acumulación Ampliada	25.50
Inversión Pública	8.22	Inversión Pública	9.33

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Análisis:

Según los datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador se pueden evidenciar que en el año 2017 la tasa de interés activa ha sido estable en 11,49% a 11,83% esta información será útil para la proyección financiera del proyecto para analizar si es factible realizar un crédito bancario ya que el inversionista tendrá la opción de optimizar la mayor cantidad de recursos para dicho crédito.

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

2.1.1.05.02 Tasa Pasiva

Indica (Martin, 2013, pág. 75) qué; “Las tasas de interés pasivas son el porcentaje que pagan las entidades financieras sometidas al control de la Superintendencia de Bancos a los ahorristas, sean personas naturales o jurídicas.”

Tabla 7 Tasa Pasiva

2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	4.82	Depósitos de Ahorro	1.16
Depósitos monetarios	0.65	Depósitos de Tarjetahabientes	1.25
Operaciones de Reporto	0.10		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	3.42	Plazo 121-180	4.79
Plazo 61-90	3.97	Plazo 181-360	5.60
Plazo 91-120	4.84	Plazo 361 y más	7.21

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Análisis:

La tabla proporcionada por el Banco Central del Ecuador se puede evidenciar que en el año 2017 la tasa pasiva tiene un porcentaje de 3,42% con un plazo de 30-60 días, se puede considerar que es una oportunidad de una magnitud baja, las utilidades que genere la empresa y se decida invertir no será tan representativo pero llegara hacer conveniente.

2.1.2 Factor Social

Explica (Solana , 2010, pág. 65); “Se refiere a los parámetros que afectan los elementos de los sistemas políticos económicos, social y cultural del entorno.”

2.1.2.01 Crecimiento poblacional

Establece (Zárate & Rubio , 2011) :

El crecimiento poblacional está descrito como el incremento en el número de habitantes de una región producido por un intervalo determinado de tiempo, su sinónimo sería crecimiento demográfico y se encuentra relacionado con el censo de todas las especies conformantes de una región, sin embargo solamente es utilizado para la contabilización de la población humana.

Tabla 8 Crecimiento Poblacional

Ciudad	Tasa de Crecimiento	2010	2015	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Quito	2,10%	2456,938	2731748	2841,675	2901,35	2962,278	3024,486	3.083.000	3152,848

Fuente: INEC

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Tabla 9 Crecimiento de la Parroquia Ñaquito

PARROQUIA ÑAQUITO		
Datos	Población	Tasa de crecimiento
Año 2010	40.492	-0,7
Año 2015	38.025	-1,2
Proyección 2016	37.311	-1,2
Proyección 2017	36.597	-1,2
Proyección 2018	35.883	-1,2
Proyección 2019	35.169	-1,2
Proyección 2020	34.455	-2,0
Proyección 2021	33.548	-2,0
Proyección 2022	32.641	-2,0

Fuente: INEC

Elaborado por: Mishelle Ushiña

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Análisis:

Según el último censo realizado en el 2010 la población de la Parroquia Ñaquito fue de 40.942 habitantes pero para el año 2015 la proyección fue de 38.025 habitantes con una tasa de crecimiento poblacional de -1.2%, se puede apreciar que en la proyección del año 2017 es de 36.597 habitantes, en la proyección del año 2018 es de 35.883, en el año 2019 es de 35.169 habitantes, en el año 2020 con 34.455 habitantes, en la proyección del 2021 es de 33.548 con una disminución de 907 habitantes aproximadamente y para el último año de la proyección en el año 2022 con 32.641 habitantes como se puede evidenciar hay una disminución en la población sin embargo se pretende captar la mayor cantidad de clientes para la microempresa.

2.1.2.02 Tasa de Desempleo

Considera (Mankiw, 2009, pág. 67) que:

El porcentaje de la fuerza de trabajo que está desempleada. Desempleado: esta categoría incluye a aquellos que no estuvieron empleados que estaban dispuestos a trabajar e intentaron encontrar un trabajo al menos durante las últimas cuatro semanas, pero les fue imposible conseguirlo.

Tabla 10 Tasa de desempleo Quito

Año	Tasa de desempleo Quito
2013	4,11%
2014	4,30%
2015	4,39%
2016	7,82%
2017	9,11%

Fuente: INEC

Elaborado por: Mishelle Ushiña

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA
DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON
HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO

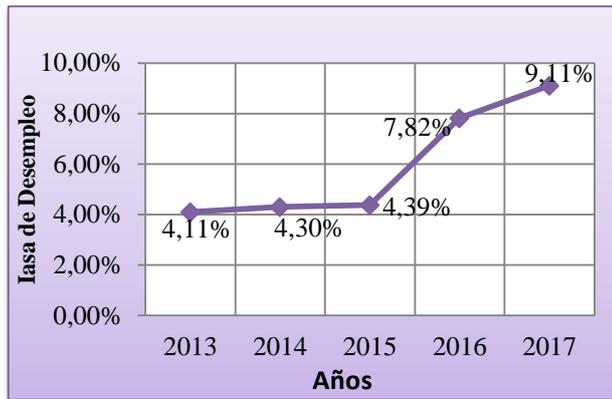


Figura 6 Tasa de desempleo Quito

Fuente: INEC

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis:

Como se puede observar en la figura la tasa de desempleo en el año 2013 ha incrementado del 4,11% a un 9,11%, en el año 2017 se aprecia que en este año el desempleo se ha relacionado con la baja producción ya que las empresas reducen su personal para reducir gastos, los sectores que más impacto han tenido ha sido el petrolero, la construcción, el automotriz. Se puede evidenciar que año tras año en el país ha ido incrementando el desempleo, subempleo debido a que las personas no encuentran fuentes de empleo en las cuales pueden desarrollar sus conocimientos.

Tabla 11 Pobreza anual

Año	Pobreza anual
2013	17,74%
2014	24,55%
2015	24,12%
2016	25,35%
2017	26,58%

Fuente: INEC

Elaborado por: Mishelle Ushiña

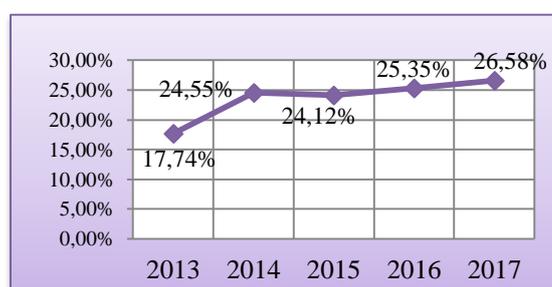


Figura 7 Pobreza anual

Fuente: INEC

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis:

Los indicadores de la pobreza en el Ecuador muestra que desde el año 2013 no se ha mantenido constante ya que entre el año 2014 y 2015 existió una variación de 0,43% como se puede observar en la figura N° 7 en el año 2015 se evidencia que los índices de la pobreza se han incrementado mientras que en año 2016 de la misma manera tuvo un crecimiento de 25.35% uno de los factores porque los índices de la pobreza se incrementan año tras año se debe a los altos índices de desempleo y subempleo que existe en el país.

2.1.2.03 PEA (Población Económicamente Activa)

Admite (Borja, 2014, pág. 64) qué; “Es el conjunto de personas que, en una sociedad determinada, ejercen habitualmente una actividad económica o están en aptitud de trabajar aunque se encuentren momentáneamente sin ocupación por causas ajenas a su voluntad.”

Tabla 12 PEA de Quito

EDADES	POBLACIÓN
De 20 a 24 años	156.575
De 25 a 29 años	153.789
De 30 a 34 años	132.683
De 35 a 39 años	113.534
De 40 a 44 años	97.509
De 45 a 49 años	91.284
De 50 a 54 años	74.270
De 55 a 59 años	61.454
De 60 a 64 años	46.9521
De 65 a 69 años	36.232
De 70 a 74 años	25.263

Fuente: INEC

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Tabla 13 PEA Parroquia Iñaquito

Administración Zonal	Parroquia	Nº per
EUGENIO ESPEJO	Alhauaipa	840
	Belvario Quevedo	24.008
	Chavezpamba	347
	Cochapamba	29.013
	Comité del Pueblo	22.913
	Guayabamba	7.705
	Ilaquito	25.842
	Jipapa	19.265
	Kennedy	37.168
	La Concepción	17.026
	Martical Sucre	7.641
	Nayón	8.121
	Perucho	382
	Puñalero	2.383
	Rumpamba	17.577
	San Isidro del Inca	21.311
	San José de Hinas	2.979
Zumbica	1.914	
Total EUGENIO ESPEJO	223.489	

Fuente: Datos Quito

Elaborado por: Datos Quito

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Análisis:

En la parroquia Ñaquito del Cantón de Quito la población económicamente activa es de 25.842 habitantes , la población que se tomara en cuenta para que puedan adquirir los productos alimenticios será desde los 20 años hasta los 70 años de edad, de lo cual se espera tener una aceptación del producto y de esta manera posicionar la marca en la parroquia, se tomara esta desde esta edad ya que son ellos quienes están en posibilidad de solventarse, debido a que realizan una actividad lucrativa y por ende pueden adquirir las diferentes líneas de pan.

2.1.3 Factor legal

Asegura (Rodés , 2014, pág. 28); “Son leyes y reglamentos de cada país son factores que inciden directamente en la orientación y en los costes de las políticas productivas y comerciales de la empresa”

2.1.3.01 Requisitos como persona natural

Requisitos para Sacar el RUC. Para que el servicio de rentas internas le emita un Número RUC a una empresa se requiere.

- ✓ Entregar la cedula de identidad original y copia o pasaporte.
- ✓ Presentar el certificado de votación original, de los últimos procesos electorales.
- ✓ Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

➤ **Requisitos para LUAE**

- ✓ Formulario único de solicitud de LUAE
- ✓ Copia de RUC
- ✓ Copia de cedula de identificación del Representante Legal
- ✓ En caso de personal jurídica, copia del nombramiento del representante legal.

➤ **Requisitos de funcionamiento de bomberos**

- ✓ Solicitud de inspección del local.
- ✓ Informe favorable de la inspección.
- ✓ Copia del RUC

➤ **Requisitos para obtener la patente municipal**

- ✓ Formulario de solicitud inscripción en registro de patentes municipal
- ✓ Original y copia legible del RUC actualizado

➤ **Requisitos para sacar el ARCSA registro sanitario del negocio**

- ✓ Solicitud para permiso de funcionamiento
- ✓ Original y copia de la cédula de ciudadanía del propietario
- ✓ Panillas de Inspección
- ✓ Copia del RUC del establecimiento
- ✓ Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos
- ✓ Lista de productos con su respectivo registro sanitario
- ✓ Copia del certificado de salud ocupacional emitidos por los centros de salud del Ministerio de Salud

➤ **Permiso de funcionamiento del negocio**

- ✓ El propietario debe cumplir con las condiciones dadas por el inspector para poder emitir el permiso de funcionamiento.
- ✓ Inspección por este departamento de las instalaciones y las seguridades contra incendios.
- ✓ Presentar la solicitud del permiso del Municipio
- ✓ Presentar la copia de una factura de compra de extintores o de recarga a nombre del propietario.

2.1.4 Factor tecnológico

Asegura (Münch, 2010) qué; “Los recursos tecnológicos incluyen los sistemas de información, las tecnologías de producción, de administración, marcas, productos, maquinaria e innovaciones.”

Aporte Tecnológico

La tecnología a utilizar en el presente proyecto será de alta calidad en las diferentes áreas de la microempresa, entre las maquinas a utilizar son hornos eléctricos y a diésel el cual beneficiara a la producción de las líneas de pan que ayudara a optimizar tiempo en la cocción de los alimentos, a la vez existirá una variación de maquinaria como amasadora etc., las cuales serán muy útiles para la producción de la panificadora es por esta razón que el factor tecnológico es de suma importancia para brindar productos y servicios de alta calidad a los diferentes clientes.

2.2. Entorno Local

Afirma (Ferre, 2010, pág. 89) qué; “Es el lugar donde se da los cambios que presenta el mercado y se lo denomina como espacio geográfico.”

2.2.1. Clientes

Explica (Córdoba Padilla, 2011, pág. 81); “El cliente es el componente fundamental del mercado. Se le denomina “Mercado meta”, ya que será el consumidor del producto o servicio que se ofrecerá con el proyecto, constituyéndose en su razón de ser.”

2.2.1.01 Clientes Internos

Los clientes internos son aquellas personas que conforman la microempresa y desarrollan las distintas funciones y actividades tratando de brindar resultados eficientes en cada área establecida ya que son un pilar fundamental para cumplir con los valores, principios y objetivos propuestos

2.2.1.02 Clientes Externos

Los clientes externos son aquellos que adquieren productos o utilizan algún servicio y presentan diferentes necesidades relacionadas al producto, status, hambre etc.

Análisis

Los clientes internos como externos que adquieran productos, son la base de cualquier negocio ya que depende de los diferentes gustos, necesidades que los consumidores tengan, para que la empresa logre fidelizar a sus clientes y de esta manera generar utilidades a través de la innovación constante de sus productos.

2.2.2 Proveedores

Indica (Merino Pérez & Maria, 2014, pág. 111) qué; “Proveedor es la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa o a una comunidad. El término procede del verbo proveer, que hace referencia a suministrar lo necesario para un fin.”

Tabla 14 Proveedores

Proveedor	Dirección	Producto
Molinos Superior	Av. de la Prensa N56-87	<ul style="list-style-type: none"> • Harina de trigo • Manteca • Levadura • Esencias de vainilla, mantequilla naranja
Levapan	Av. Maldonado s28-35	<ul style="list-style-type: none"> • Colorante vegetal • Mejoradores
Don Chicho	Av. Maldonado S 58-100 y Calle Cinco	<ul style="list-style-type: none"> • Harina de plátano, • levadura
Ecuahornos	Mariscal Sucre N26-115 y Humberto Albornoz	<ul style="list-style-type: none"> • Equipos de panadería • Hornos eléctricos y a diesel • Estanterías, • Mesa de trabajo
Empresa pasteurizadora Vita Leche	Pedro Pinto 610 y Av. Napo	<ul style="list-style-type: none"> • Litros de Leche
La pradera	Parroquia, Calle Belisario Quevedo	<ul style="list-style-type: none"> • Harinas de plátano • Sal y Azúcar

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Mishelle Ushiña

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Análisis:

Los proveedores son importantes para la microempresa podrán ser personas naturales como jurídicas serán los encargados de proveer los distintos materiales, la materia prima, y maquinaria para poder producir la línea de pan los cuales tendrán que cumplir con estándares de calidad, de la misma manera son quienes llegarán a realizar acuerdos y convenios de negociación acerca de la forma de pago, de las diferentes promociones que ofrecen y los descuentos por la cantidad de cada adquisición, además tendrán que ser responsables y puntuales para que la panificadora pueda ofrecer un servicio adecuado a sus clientes,

2.2.3 Competidores

Establece (Solano , 2010, pág. 98) qué; “Identificar a los competidores mediante el planteamiento hacia el mercado. Son negocios que ofrecen productos a clientes, de la misma manera satisfacen una necesidad.”

Tabla 15 Competidores Directos

Establecimiento	Producto
Panadería Arenas	Pan con harina de trigo
Panadería Ambato	Pan centeno, pan baguete
Panadería Buen Pan	Pan blanco

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Tabla 16 Competidores Indirectos

Establecimiento	Producto
Okidoki	Okidesayunos, comida rápida
Megamaxi	Productos alimenticios
Cafetería Israel	Desayunos

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis:

Los competidores ofrecen similares productos al consumidor y con las mismas características este proyecto pretende introducir al mercado con la producción y comercialización de diferentes líneas de pan con harina de plátano ya que es un producto alimenticio poco común en el mercado competitivo, de esta manera se pretende alcanzar la aceptación de los distintos consumidores, y llegar a tener una alta competitividad con la competencia ya que ayudará a mejorar el servicio para poder satisfacer las necesidades que los clientes lo requieran.

2.3 Análisis Interno

Añade (Carrion Maroto, 2009) qué; “Nos abre las puertas al interior de la empresa. Comienza exponiendo la importancia de la teoría de recursos y capacidades (posiblemente la que mayor aceptación ha alcanzado a la hora de explicar la creación de ventajas competitivas).”

2.3.1 Propuesta Estratégica

Argumenta (G, Alvarez , 2010, pág. 42) :

Es un concepto general que puede aplicar la organización año con año para alcanzar sus objetivos de negocio. La estrategia es el “como” se va alcanzar el objetivo del negocio. Varias estrategias se complementan entre sí para cumplir con los objetivos del negocio.

Ofrecer al mercado una panificadora que produzca y comercialice una variedad de líneas de pan con harina de plátano cuyas estrategias serán la motivación al personal logrando un adecuado desempeño del personal y el cumplimiento de sus actividades diarias, mediante las capacitaciones que se realicen al personal para mantener una constante actualización de conocimientos tanto en el área de producción y comercialización. Con respecto a los precios de los productos alimenticios se mantendrán acorde a la calidad y cantidad de pan que se vaya adquirir siendo adecuado a las necesidades de los clientes.

2.3.1.1. Misión

Identifica (Lacalle,Caldaz & Carrión , 2012, pág. 33):

La misión es la razón de existir de una empresa, representa su identidad y personalidad en el momento presente. La misión de la empresa debe ser conocida por todos los integrantes de la organización, ya que representa la filosofía de la misma y se mantiene en el tiempo a pesar de los pequeños cambios que pueda sufrir fruto de la dinámica empresarial.

2.3.1.1.01 Formulación de la misión

Tabla 17 Elementos para definir la Misión

PRINCIPIOS	
Calidad del producto	Brindar productos de alta calidad que satisfagan las necesidades de los clientes
VALORES	
Excelencia	Crear entre los miembros de la empresa un valor sostenido
Integridad	En el ámbito profesional ser ético, leal y estar dispuesto a tener una conducta intachable incluso ante presiones internas como externas
Adaptabilidad	Tener la capacidad para acatar y enfrentar cualquier cambio que pueda surgir dentro de la empresa
Humanización	Ser conscientes que trabajamos con seres humanos los cuales necesitan respeto por sus diversas culturas y tradiciones

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Misión: “AROMA PAN Panadería” brindará a los consumidores productos y servicios de alta calidad, que busca posicionarse en el mercado con productos innovadores que se lo hará con la producción y comercialización de las diferentes líneas de pan elaborados con harina de plátano para que puedan acceder a precios óptimos con lo cual generen el desarrollo sostenible de la panificadora, para los hogares, familias y la comunidad en general cumpliendo con la excelencia y la integridad de cada integrante de la microempresa.

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

2.3.1.2 Visión

Induce (Münch, 2010, pág. 44) qué; “La visión es el enunciado del estado deseado en el futuro para la organización provee dirección y estimula acciones concretas para lograrla.”

2.3.1.2.01 Formulación de la visión

Tabla 18 Elementos para formular la Visión

PRINCIPIOS	
Actitud positiva	El espíritu positivo debe estar presente en los propietarios de la empresa así como en los empleados de esta manera general confianza en los clientes
VALORES	
Disciplina	Deberán acatar los principios, valores, políticas que la empresa establezca para asegurar el comportamiento y desarrollo de los trabajadores.
Amor	Fomentar la pasión en cada uno de los integrantes de la panificadora de esta manera se ofrecerá productos de alta calidad.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Visión: “AROMA PAN panadería” busca ser líder para el año 2022, siendo una panificadora que produzca y comercialice diferentes líneas de pan con harina de plátano llegando a ser una panadería altamente competitiva, innovadora y servicial brindando productos de calidad a los consumidores con un personal altamente capacitado entusiasta, ordenado y disciplinado que genere confianza en el cliente y de esta manera posicionar la marca en el mercado desarrollando la sostenibilidad de la microempresa.

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

2.3.1.3 Objetivos

2.3.1.3.01 Objetivo General

Satisfacer las necesidades de los clientes en el mercado con las diferentes líneas de pan brindando productos y servicios especializados generando alta calidad en la producción y comercialización de pan con harina de plátano llegando a posicionar la marca en los consumidores siendo una microempresa rentable y productiva.

2.3.1.3.02 Objetivos Específicos

- Lograr el posicionamiento de la panificadora con las diferentes líneas de pan con harina de plátano en el mercado.
- Generar fuentes de empleo.
- Mantener un personal estable de trabajo que entregue confianza al cliente
- Indagar a los competidores, los productos, servicios y necesidades de esta manera generar un servicio competitivo e innovador.
- Brindar una excelente atención a los clientes

2.3.1.4 Principios

- **Organización:** Tener claras las funciones y actividades para que la empresa y los empleados trabajen en equipo y de esta manera lograr los objetivos propuestos.

- **Cumplimiento:** La empresa deberá estar preparada para efectuar con todos los compromisos adquiridos con los clientes.
- **Trabajo en equipo:** Los trabajadores de la empresa tendrán que ayudarse mutuamente para que la empresa logre su posicionamiento en el mercado.
- **Respeto por las personas:** Los trabajadores de la empresa tendrán que brindar la mejor atención y dar un servicio de calidad.
- **Compromiso:** Influir el compromiso en cada uno de los integrantes de la microempresa para que puedan llegar a sus metas individuales y colectivas.

2.3.1.4.01 Valores

- ✓ **Puntualidad:** Todos los empleados de la microempresa deberán cumplir con los horarios establecidos con puntualidad realizando todas sus actividades designadas.
- ✓ **Responsabilidad:** El personal de la microempresa deberá ser responsable con las actividades a realizar en cada una de las áreas de trabajo primordialmente prestando un servicio de eficiencia y alta calidad.
- ✓ **Respeto:** El respeto tendrá que ser mutuo entre todos los integrantes de la microempresa ya que son pilares importantes para la organización.
- ✓ **Compromiso:** Demostrar que la microempresa y cada trabajador de la misma tenga un compromiso con cada uno de sus clientes brindando un excelente servicio.

- ✓ **Honestidad:** La honestidad y la transparencia en el personal de la microempresa será correcto en las acciones y negociaciones tanto con los clientes internos y externos.

2.3.2 Gestión Administrativa

Trata (Terry, 2011, pág. 156) qué ; “ Es un proceso administrativo es un proceso distinto que consiste en planear, organizar, ejecutar, y controlar, desempeñada para determinar y lograr objetivos manifestados mediante el uso de seres humanos y otros recursos.

2.3.2.01 Planificación

Admite (Terry, 2011, pág. 168) qué; “La planificación es seleccionar información y hacer suposiciones respecto al futuro para formular las actividades necesarias para realizar objetivos organizacionales.

La forma de planificar “AROMA PAN Panadería” va a lograr que se cumpla los objetivos planteados a través de la coordinación de las funciones y se realizaran las siguientes actividades:

- ✓ “AROMA PAN Panadería” se constituirá como una microempresa de producción y comercialización de pan con harina de plátano y será representada por una persona natural.
- ✓ Contará con personal altamente capacitado para la producción del pan.

- ✓ Obtener los recursos financieros para la implementación de la panificadora.
- ✓ Se tendrá que sacar los permisos de funcionamiento correspondientes para la apertura de la microempresa.

2.3.2.02 Organización

Afirma (Münch, 2010, pág. 61) qué; “La organización consiste en el diseño y determinación de las estructuras, procesos, sistemas, métodos y procedimientos tendientes a la simplificación y optimización del trabajo.”

2.3.2.02.01 Organigrama Estructural

Menciona (Chiavenato , 2011, pág. 78):

El gráfico que representa la estructura formal de una agrupación recibe la denominación de organigrama, en el cual se visualiza las líneas de autoridad, de responsabilidad, los diferentes cargos, nos permite obtener una idea uniforme acerca de la organización.



Figura 8 Organigrama Estructural

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mishelle Ushiña

2.3.2.02.03 Perfil de Puesto

Tabla 19 Perfil del Propietario

Cargo:	Propietario
Estudios Realizados	Estudios Superiores
Sueldo	\$ 450
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ser profesional en el área de Administración. ✓ Facilidad en relaciones interpersonales y laborales. ✓ liderazgo y toma de decisiones
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Tiene que ser responsable de la planificación y dirección de las áreas de la empresa. • Es el encargado de designar tareas al personal. • Coordinar las diferentes actividades de la panificadora. • Proveer a los trabajadores de cada área lo necesario para el cumplimiento de las funciones. • Elegir a los diferentes proveedores que suministrará de materia prima.

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Tabla 20 Perfil del Contador Externo

Cargo:	Contador Externo
N° de personas a cargo	1
Edad:	30 en adelante
Estudios Realizados	Estudios Universitarios
Profesión:	Contador
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ser profesional en el área de Contabilidad. ✓ Experiencia mínima un año. ✓ Deberá tener conocimientos en tributación y contabilidad. ✓ Ser responsable en su labor profesional.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Deberá llevar el registro de la contabilidad al día. • Realizar las declaraciones al SRI y pago de impuesto. • Pago de sueldo y salarios a los empleados. • Llevar un registro de los Estados Financieros de la microempresa. • Tendrá que emitir informes de la situación financiera de la microempresa en el tiempo solicitado.

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Mishelle Ushiña

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Tabla 21 Perfil del Maestro Panadero

Cargo:	Maestro Panificador
Área:	Producción
Edad:	30
Estudios Realizados	Técnico de Panificación
Profesión:	Panadero
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Haber estado en puestos similares más de 1 año. ✓ Ser bachiller o Carrera Técnica de Panificación. ✓ Control de la máquina de hornear. ✓ Capacidad de seguir normativas de salud y seguridad.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Garantizar la preparación de los productos alimenticios de manera adecuada con estándares de calidad. • Esta encargado de la producción de las diferentes líneas de pan. • Del control de calidad de los productos y procesos. • Cumplimiento de su horario de trabajo.

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Tabla 22 Perfil del Ayudante de Panadería

Cargo:	Ayudante de Panadería
Área:	Producción
Edad:	22 en adelante
Estudios Realizados	Bachiller
Experiencia:	1 año
Profesión:	Ayudante de panificación
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Facilidad en relaciones interpersonales. ✓ Capacidad de tener buena atención al cliente. ✓ Haber trabajado en puestos similares.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener la limpieza y mantenimiento de las maquinarias. • Tener los materiales y materia prima listas para la elaboración del pan. • Colocar las diferentes líneas de pan en las estanterías.

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Mishelle Ushiña

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Tabla 23 Perfil Cajera

Cargo:	Cajera
Área:	Comercialización
Edad:	22 en adelante
Estudios Realizados	Bachiller
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacidad de tener buena atención al cliente. ✓ Haber trabajado en puestos similares. ✓ Tener experiencia en cargos similares.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Verificar que los productos alimenticios mantenga un orden establecido. • Ser responsable en el área de comercialización. • Estará encargada de la recaudación del dinero.

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Mishelle Ushiña

2.3.2.03 Dirección

Argumenta (Münch, 2010, pág. 257) qué; “Dirección. Conducir y guiar a los subordinados al logro de los objetivos mediante la integración, motivación, toma de decisiones, comunicación, y liderazgo para la ejecución de lo planeado y organizado.”

La dirección estará orientada a la motivación y capacitaciones al personal para alcanzar un nivel óptimo de esta manera cumplir con los objetivos de la microempresa y que obtenga un crecimiento en el mercado.

2.3.2.04 Controlar

Explica (Ramírez Cardona , 2009, pág. 125) que:

El control consiste en la vigilancia para que la decisión se cumpla en la forma como fue programada y comunicada. Para el control se aplica principios, normas y técnicas que sirven como guías para quienes ejecutan los trabajos y como medios para medir e impulsar sus acciones.

La manera de llevar un control tanto del personal como de la producción y comercialización de la microempresa "AROMA PAN Panadería" tendrá un control de la siguiente manera:

- ✓ En las áreas de producción y comercialización se mantendrá un monitoreo de las actividades que están realizando los trabajadores.
- ✓ Se llevará un control elaborando informes del cumplimiento de las metas establecidas por la microempresa.
- ✓ Se efectuarán evaluaciones de desempeño a los trabajadores de la panificadora con el fin de tener un buen servicio al cliente.

2.3.3 Gestión Operativa

Señala (Díaz & Arnoletto, 2009, pág. 110):

Se entiende por gestión operativa a la capacidad de conseguir los propósitos de sus políticas. Abarca los cambios en la estructura de la organización y en el sistema de roles y funciones, la mejora continua del funcionamiento de la organización con su actual tecnología y la introducción de innovaciones técnicas y estratégicas acordes con los proyectos en curso.

2.3.3.01 Flujograma de procesos

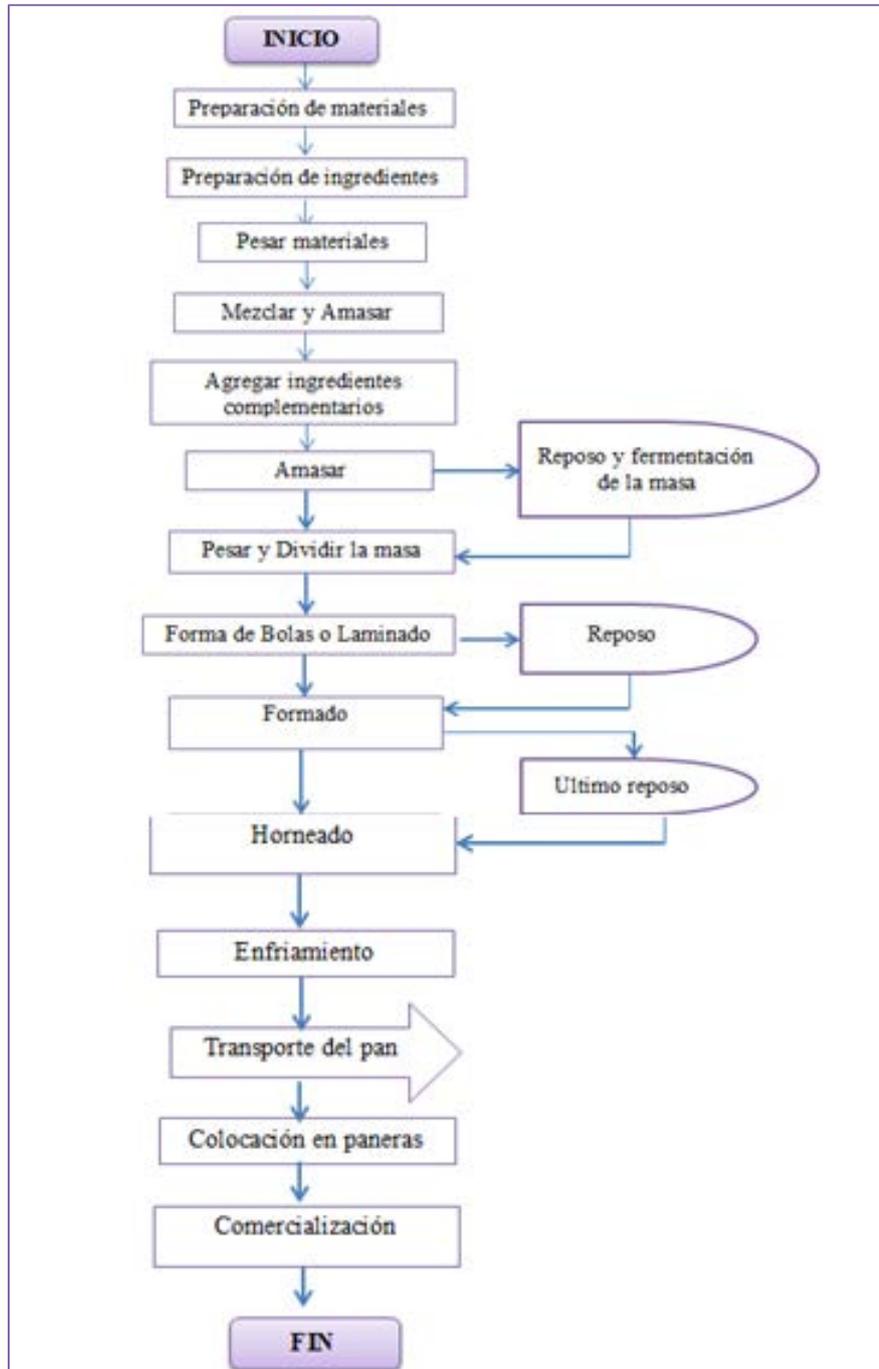


Figura 9 Flujograma de Procesos

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Mishelle Ushiña

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

2.3.4 Gestión Comercial

Analiza (Perez Martinez & Guerrón Garcia, 2009):

La gestión comercial es el proceso de planificar y ejecutar la concepción del producto, precio, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan tanto objetivos individuales como organizacionales. Esta definición, reconoce que la gestión es un proceso de análisis, planificación y control.

2.3.4.01 Producto

Establece (Münch, 2010, pág. 228) qué; “Conjunto de características tangibles e intangibles: envase empaque, marca, etiqueta, el producto en sí, etcétera.

Descripción del producto

La panificadora va a elaborar diferentes líneas de pan con harina de plátano como son: pan reventado, cachos, rosas, enrollados. Con estos productos alimenticios se pretende contribuir al sector alimenticio con la innovación de dichos productos la cual se producirá y comercializará a los hogares, a las familias y a la comunidad en general.



Figura 10 Elaboración del Producto

Fuente: Google Directo al Paladar

Elaborado por: Mishelle Ushiña

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

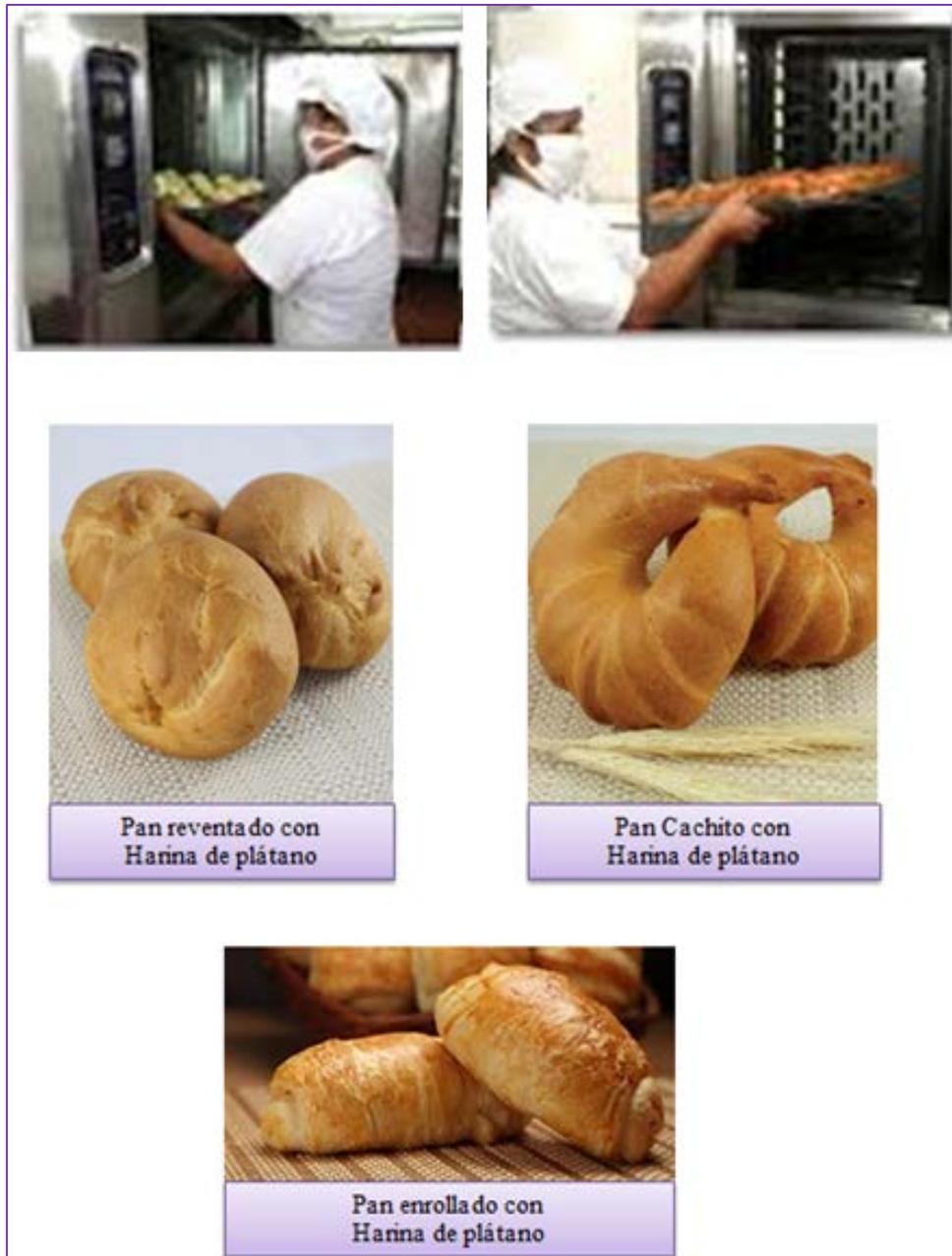


Figura 11 Producto Final

Fuente: Google Directo al Paladar

Elaborado por: Mishelle Ushiña

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

2.3.4.02 Precio

Manifiesta (Mochón Morcillo, 2011, pág. 45) ; “Es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.”

Análisis:

“AROMA PAN Panadería” siendo una microempresa que recién se va a dar a conocer en el mercado pretende establecer un precio competitivo y accesible para los clientes, el precio variara según las diferentes líneas de pan que vaya adquirir el consumidor, se trabajara con acuerdos especiales en el precio de comercialización para las empresas en las cuales se lleguen a establecer convenios para la microempresa y el cliente.

2.3.4.03 Plaza

Identifica (Münch, 2010, pág. 228) qué; “Medios a través de los cuales se hace llegar el producto al consumidor: logística, canales de distribución y posicionamiento.”

“AROMA PAN Panadería “estará ubicada en la Av. 6 de Diciembre y Eloy Alfaro, es un lugar estratégico para poder comercializar las líneas de pan, ya que existe centros comerciales, colegios, escuelas, tiendas de barrios en las cuales se puede distribuir los productos alimenticios.

2.3.4.04 Promoción

Señala (Münch, 2010) que; “Actividades mediante las cuales se da a conocer el producto tales como: publicidad, promoción, ventas y relaciones públicas.”

“AROMA PAN Panadería” se dará a conocer a la microempresa y sus diferentes líneas de pan de harina de plátano a través de distintas promociones las cuales contarán con estrategias que proporcionaran mejores ventas como son: redes sociales, volantes y obsequios.

- **Obsequios:** Se entregara a los clientes frecuentes una bolsa en la cual puedan llevar el pan de una manera cómoda, fácil y agradable.



Figura 12 Obsequios

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Mishelle Ushiña

- **Promociones:** Con el fin de ganar mercado se pretende dar descuentos y diferentes promociones a los consumidores.
 - ✓ Al compra \$ 1 de pan se obsequiara un pan gratis.
 - ✓ Por la apertura del negocio se entregara un mandil a los clientes de dar a conocer la panificadora en el mercado.
- **Redes sociales:** A través de las redes sociales como son Facebook y Whatsapp se pretende dar a conocer las diferentes líneas de pan las cuales se van a producir y comercializar en la microempresa con el objetivo de captar y fidelizar clientes.



Figura 13 Redes Sociales Facebook

Fuente: Investigación de Propia

Elaborado por: Mishelle Ushiña

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

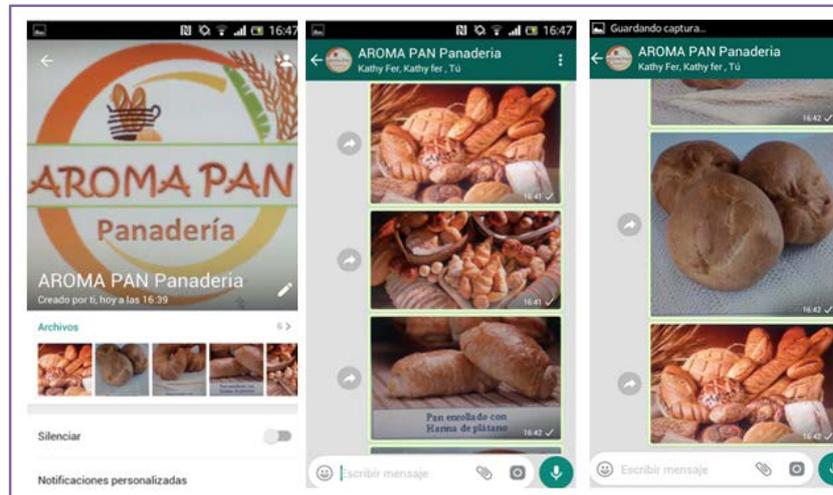


Figura 14 Redes Sociales Whatsapp

Fuente: Investigación de Propia

Elaborado por: Mishelle Ushiña

- **Volantes:**



Figura 15 Volantes

Fuente: Investigación de Propia

Elaborado por: Mishelle Ushiña

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

2.3.4.04.01 Logotipo



Figura 16 Logotipo de la Microempresa

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Significado de los colores:

- **Naranja:** El color naranja se lo asocia con la creatividad, el éxito, el estímulo y es muy útil para captar la atención de las personas se lo relaciona con la alimentación de igual manera al estímulo del apetito.
- **Amarillo:** El color amarillo simboliza la alegría, felicidad, energía ya que tiene una asociación con el sol, también sirve como estímulo para la actividad mental y con frecuencia se lo vincula con la comida.

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

- **Verde:** El color verde se lo relacionar con la naturaleza ya que es un color que representa esperanza se utilizó este color en el eslogan ya que los diferentes líneas de pan serán elaborados con harina de plátano.

Slogan:

HECHO CON AMOR
PARA SU PALADAR

2.3.4.04.02 Papelería corporativa



Figura 17 Tarjetas de Presentación

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Mishelle Ushiña



Figura 18 Hoja Membretada

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Mishelle Ushiña

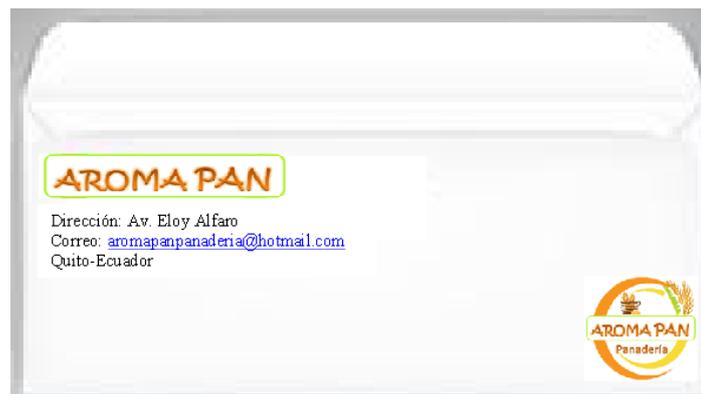


Figura 19 Sobres

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Mishelle Ushiña

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

2.3.4.04.03 Material P.O.P



Figura 20 Material P.O.P

*Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Mishelle Ushiña*

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

2.4 Análisis FODA

Manifiesta (Muñiz, 2010) :

Es una de las principales herramientas estratégicas desde el punto de vista práctico del mundo empresarial. El beneficio que se obtiene con su aplicación es conocer la situación real en que se encuentra la empresa, así como el riesgo y oportunidades que le brinda el mercado.

MATRIZ FODA	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FORTALEZAS 1. La elaboración de las líneas de pan con alta calidad 2. Posibilidades para elaborar diferentes productos 3. Contar con personal con experiencia 4. Precios accesibles de los productos	ESTRATEGIA FO <ul style="list-style-type: none"> Elaborar el pan con alternativas de ingredientes y sabores diferentes con alta calidad y precios asequibles. Contar con personal con experiencia en la elaboración del pan que produzca y comercialice a través de convenios con escuelas, colegios y tiendas de barrio 	ESTRATEGIA FA <ul style="list-style-type: none"> Se pretender dar a conocer la marca y conseguir el posicionamiento en el mercado Brindar productos alimenticios al alcance de los ingresos de los consumidores
DEBILIDADES 1. Empresa nueva en el mercado 2. Lealtad a las tiendas de barrio 3. No ser propietarios del local y pagar arriendo 4. Carencia de la marca en el mercado	ESTRATEGIA DO <ul style="list-style-type: none"> Lograr la aceptación del pan y fidelizar a los clientes basándonos en la innovación y en la calidad de los servicios. Incentivar a los consumidores con distintas promociones para que la microempresa genere mas ventas. 	ESTRATEGIA DA <ul style="list-style-type: none"> Comprar el local a largo plazo. mantener satisfechos a los clientes con una atención de calidad.

Figura 21 Matriz FODA

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

En la Matriz FODA del ambiente externo de la microempresa hay un equilibrio entre las amenazas y las oportunidades, pero cabe señalar que hay que tener cuidado con la amenaza ya que llegaría a ser una peligro si no se realizan estrategias para poder minimizarlas y aprovechar las oportunidades. Por el contrario en el ambiente interno de la microempresa existe mayor fortalezas que debilidades esto representar una situación positiva para la situación del presente proyecto.

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

Admite (Fernández Espinoza, 2007, pág. 306) ; “En este apartado se describe los productos o servicios que generara el proyecto, a que mercado va dirigido, donde se ubica geográficamente este mercado, cual es la oferta y la demanda existente de productos y de materias primas”

3.1 Análisis del consumidor

Aclara (Ciro Martínez, 2010, pág. 87) qué; “Consumidor es una persona u organización que demanda bienes o servicios proporcionados por el productor o el proveedor de bienes o servicios, es decir, es una agente económico con una serie de necesidades.”

Objetivo del estudio de mercado

El presente estudio del mercado tiene como objetivo determinar la oferta y demanda de bienes, productos y servicios que la sociedad lo requiera, determinando

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA
DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON
HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO

los gustos y preferencias del consumidor, a fin de estimar si estarían dispuestos a adquirir los productos a ofertarse a un precio y en un periodo determinado.

Objetivos específicos del estudio del mercado

- Determinar el precio de las diferentes líneas de pan, el cual sea conveniente y asequible para los consumidores.
- Establecer las estrategias que se vayan a implementar para la producción y comercialización las cuales contribuyan a posicionar los productos en el mercado.
- Identificar la demanda insatisfecha en el mercado.
- Analizar las proyecciones de la oferta como de la demanda.

Segmentación de mercado

Recalca (Ciro Martínez, 2010, pág. 89) qué; “Es aquella que trata de ampliar y profundizar el conocimiento de los mercados y sus segmentos con el objetivo de adaptar sus ofertas de productos y su estrategias de marketing a las necesidades y preferencias de cada empresa.”

El propósito de la segmentación se presenta en diferenciar el mercado objetivo al que se dirige los productos, servicios de la microempresa “AROMA PAN Panadería” de esta manera determinar las diferentes necesidades y preferencias a los consumidores de la población de estudio.

Tabla 24 Segmentación de Mercado

CARACTERÍSTICAS GEOGRÁFICAS	CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS	CARACTERÍSTICAS CONDUCTUALES
Provincia: Pichincha	Género: Indistintos	Precios accesibles
Cantón: Quito	Población: PEA	Productos y servicios de alta calidad
Parroquia: Iñaquito	Nacionalidad: Indistintos	Innovación de Productos
Localidad: Av. Eloy Alfaro y 6 de Diciembre	Nivel socio económico: Alta, media, y baja	Satisfacción del servicio

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Mishelle Ushiña

3.1.1. Determinación de la población y muestra

3.1.1.01 Población

Enuncia (Solana , 2010, pág. 89) ; “Es la colección de datos que corresponde a las características de la totalidad de individuos, objetivos, cosas o valores en un proceso de investigación.”

3.1.1.02 Tamaño del Universo

Tabla 25 Tamaño del Universo

Universo	Nº
Población de quito proyección 2017	2841.675
Población de la parroquia	25.842
Población PEA de 20-64 años	8.675

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Mishelle Ushiña

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

3.1.1.03 Muestra

Define (Sábado, 2009, pág. 143) qué; “La muestra es una parte o subconjunto de la población en el que se observa el fenómeno a estudiar y de donde sacaremos una conclusiones generalizables a toda la población.”

3.1.1.04 Formulación de la muestra

$$n = \frac{N * P * Q * Z^2}{(N - 1)E^2 + P * Q * Z^2}$$

Dónde:

Nomenclatura

n = Tamaño de la muestra

N = Población o universo

P = Posibilidad de éxito (50%)

Q = Posibilidad de Fracaso (50%)

E² = Margen de error (5%)²

Z² = Nivel de confianza (1.96)²

Cálculo:

$$n = \frac{(25.842)(0.5)(0.5)(1.96)^2}{(25.842 - 1)(0.05)^2 + (0.5)(0.5)(1.96)^2}$$

$$n = 378$$

3.1.2. Técnicas de la obtención de la información

Determina (Rivas & Grande , 2013) ; “Las principales técnicas de obtención de información primaria basada en la naturaleza de la información obtenida: información cualitativa o información cuantitativa”

✓ **Observación**

Argumenta (Muñoz Razo, 2009, pág. 203)qué; “Examen minucioso y profundo de un hecho o fenómeno para conocer su comportamiento y características dentro de su medio ya sea con alteración en las variables o no.”

✓ **Test**

Deduce (Iglesias Cortizas & Sánchez Rodríguez, 2009, pág. 98) qué; “Son pruebas psicométricas cuyas instrucciones de realización y su ejecución no necesitan el uso de la palabra.”

✓ **Cuestionario**

Discrepa (Muñoz Razo, 2009, pág. 203) qué; “Documento en el cual se recopila información por medio de preguntas concretas aplicadas a un universo o una muestra establecida, con el propósito de conocer una opinión.”

✓ **Entrevista**

Especifica (Huamán Vlencia , 2009, pág. 62) qué; “Método de recolección de la información que consiste en que el entrevistado realiza la entrevista cara a cara con el entrevistado”

✓ **Encuesta**

En la opinión de (Fridman & Guaragna, 2009, pág. 80) :

Esta técnica se utiliza para referir a una muestra estadística representativa de la población en estudio, mediante un cuestionario utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población

Análisis:

La microempresa “AROMA PAN Panadería” escogerá la encuesta para conseguir la información amplia y necesaria, a través de preguntas estructuradas las cuales se desarrollaran a la población del sector de Iñaquito con el fin de saber cuáles son las necesidades de los consumidores.

Pregunta N° 4: ¿Indique en qué lugar adquiere Usted el pan?

Panificadoras

Tiendas de barrio

Supermercados

Pregunta N° 5: ¿Puede señalar en que momentos del día usted consume pan?

Desayuno

Merienda

Pregunta N° 6: ¿Con que frecuencia usted consume pan?

Diario Semanal Quincenal

Mensual Anual

Pregunta N° 7: ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por cada unidad de pan?

018 ctv - 0,25ctv 0,36 ctv. – 0,45 ctv.

0,26 ctv. - 0,35ct 0,46 ctv. – 0,55 ctv.

Pregunta N° 8: ¿Qué factor considera Usted fundamental al momento de consumir pan?

Calidad

Más variedad

Precio

Mejor sabor

Pregunta N° 9: ¿Está usted satisfecho con los productos y servicios que brinda la competencia?

Sí No

Pregunta N° 10: ¿Desearía usted que se implemente una panificadora que produzca y comercialice diferentes líneas de pan con harina de plátano?

Sí No

Pregunta N° 11: ¿Qué productos adicionales quisiera que comercialice la panificadora?

Leche Bocaditos de dulce y de sal

Embutidos Pasteles

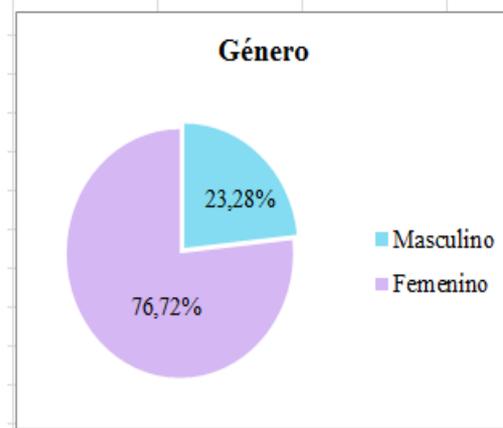
3.1.3. Análisis de la información

Aclara (Alvira, 2013, pág. 98):

Una vez realizadas la encuestas y recolectado la información, comenzamos el análisis estadístico de la misma y cabe mencionar que el objetivo se centra en distinguir las frecuencias o porcentajes marginales para plantear el análisis de las tablas de contingencia y ver la fiabilidad y validez de la información para cumplir el objetivo del estudio.

Tabla 26 Géneros

Datos generales	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	88	23,28%
Femenino	290	76,72%
Total	378	100%



*Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Mishelle Ushiña*

Figura 22 Géneros

*Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Mishelle Ushiña*

Análisis:

Como se puede observar en la tabla N° 26 de géneros, la información presentada indica que el 23,28% son de género masculino, y el 76,72% son de género femenino se llegó a evidenciar a través de las encuestas realizadas que la mayoría de personas que respondieron a la encuesta fueron mujeres.

Desarrollo de las preguntas

Pregunta N° 1: ¿Usted consume pan?

Tabla 27 Consumo del Producto

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	374	98,94%
No	4	1,06%
Total	378	100%

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Mishelle Ushiña

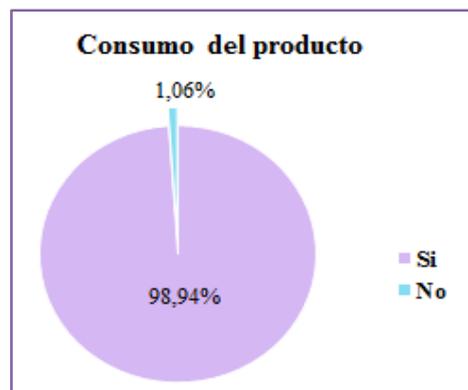


Figura 23 Consumo del Producto

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis:

De acuerdo con las encuestas realizadas con respecto al consumo del producto se pudo apreciar una respuesta favorable ya que de las 378 personas que fueron encuestadas 374 tuvieron una aceptación de 98,94%, y tan solo 4 personas tuvieron el 1,06% que no consume el producto, lo que representa que el proyecto tendrá una aceptación favorable en el mercado.

Pregunta N° 2: ¿Usted ha escuchado hablar del pan con harina de plátano?

Tabla 28 Conocimiento del Producto

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	50	13,23%
No	328	86,77%
Total	378	100%

*Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Mishelle Ushiña*

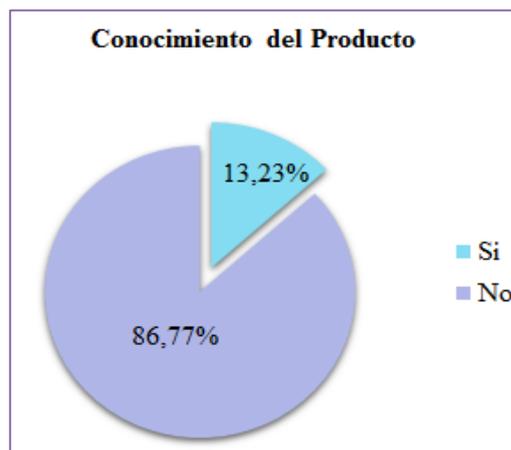


Figura 24 Conocimiento del Producto

*Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Mishelle Ushiña*

Análisis

Mediantes las 378 encuestas realizadas se evidencio que 50 personas que representa el 13,23% de la población encuestada sí tienen conocimiento del pan con harina de plátano, mientras que en su gran mayoría 328 personas no tienen conocimiento del pan con harina de plátano que está representado con un 86,77%.

Pregunta N° 3: ¿Puede indicar que tipo de pan consume en su hogar?

Tabla 29 Consumo del tipo de pan

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Pan integral	60	15,87%
Pan Agua	75	19,84%
Pan Suave	210	55,56%
Pan Dulce	33	8,73%
Total	378	100%

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Mishelle Ushiña

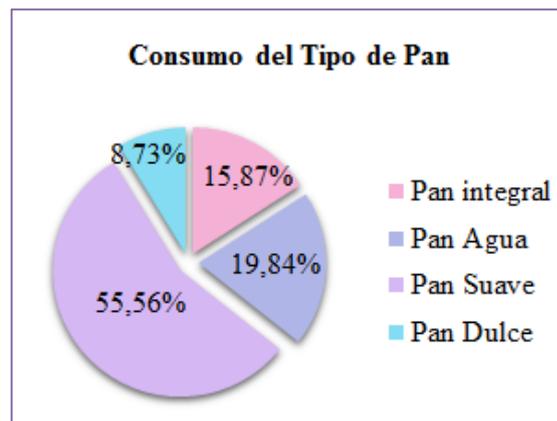


Figura 25 Consumo del tipo de pan

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis:

En cuanto a las variedades del tipo de pan que consumen la población encuestada refleja que tiene más inclinación por la compra del pan suave con un 55,56%, con el 19,84% pan de agua, seguido con el 15,87% consumen pan integral y el restante 8,73% adquiere pan dulce, se puede evidenciar que la mayoría de población prefiere consumir el pan suave.

Pregunta N° 4: ¿Indique en qué lugar adquiere Usted el pan?

Tabla 30 Lugares de Compra

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Panificadoras	215	56,88%
Tiendas de barrio	139	36,78%
Supermercados	24	6,35%
Total	378	100%

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Mishelle Ushiña

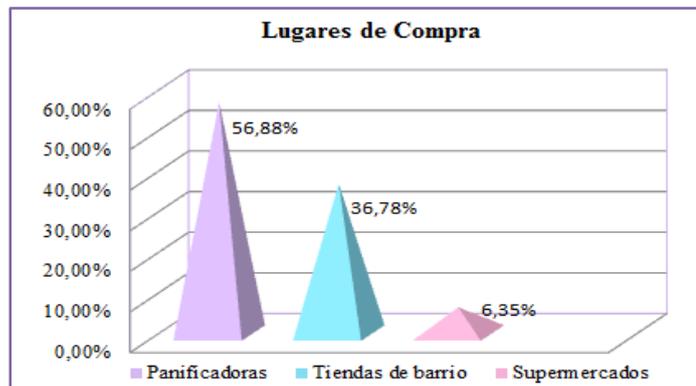


Figura 26 Lugares de Compra

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

Mediante la encuesta se determina que 215 personas de la población encuestada representan el 56,88% lo que indica que tienen preferencia en comprar pan en las panificadoras es decir más de la mitad de la muestra de 378 personas, por otro lado el 36,78% prefiere adquirir pan en las tiendas de barrio, y el 6,35% compra diferentes líneas de pan en los supermercados.

Pregunta N° 5: ¿Puede señalar en que momentos del día usted consume pan?

Tabla 31 Consumo del Pan en el día

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Desayuno	283	74,87%
Merienda	95	25,13%
Total	378	100%

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Mishelle Ushiña

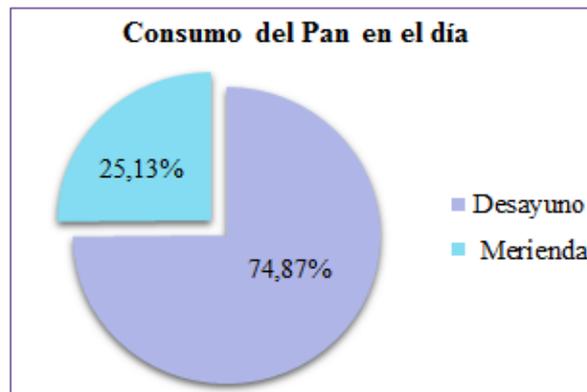


Figura 27 Consumo del Pan en el día

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis:

De acuerdo a la encuesta realizada se pudo apreciar que más de la mitad de la población es decir 283 personas esta representa con el 74,87% consumen pan en el desayuno, mientras que 95 personas con el 25,13% prefiere consumir el pan en la merienda. Con estos resultados la elaboración del pan debería estar orientada en las horas de la mañana.

Pregunta N° 6: ¿Con que frecuencia usted consume pan?

Tabla 32 Frecuencia de Consumo

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Diario	286	75,66%
Semanal	53	14,02%
Quincenal	20	5,29%
Mensual	12	3,17%
Anual	7	1,85%
Total	378	100%

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Mishelle Ushiña

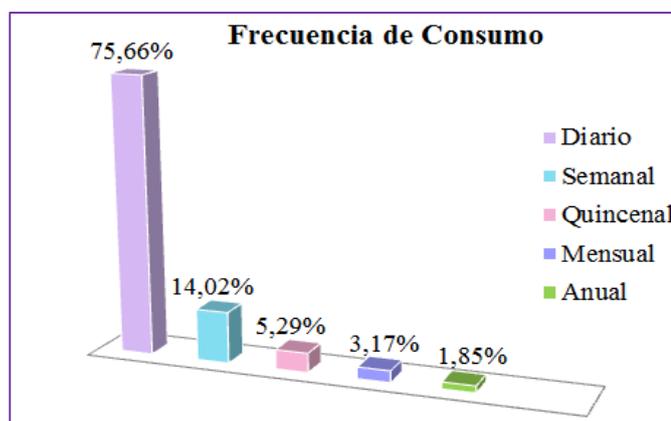


Figura 28 Frecuencia de Consumo

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

Según la figura N° 29 indica con un porcentaje de 75,66% que los consumidores prefieren consumir diariamente el pan, con el 14,02% de la población encuestada se inclinan a consumir semanalmente y con el 5,29% prefieren consumir quincenalmente, es decir que en su gran mayoría la población opta por adquirir el pan cada día lo cual sería beneficioso para el proyecto a realizarse.

Pregunta N° 7: ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por cada unidad de pan?

Tabla 33 Precio por producto

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
0,18 ctv.- 0,25ctv	165	43,65%
0,26 ctv.- 0,33ctv.	95	25,13%
0,34 ctv.- 0,41ctv	89	23,55%
0,41 ctv.- 0,50 ctv.	29	7,67%
Total	378	100%

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Mishelle Ushiña

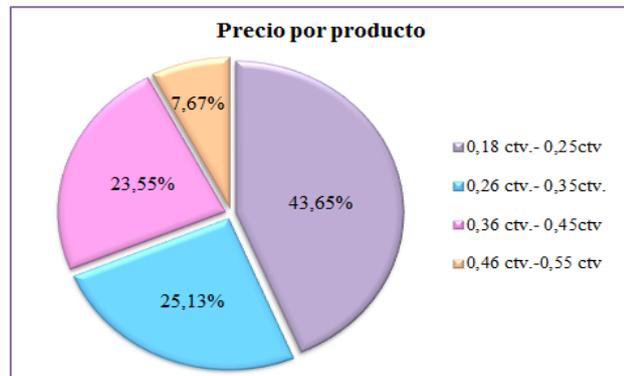


Figura 29 Precio por producto

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

De la encuesta realizada con respecto al precio del producto en la figura N°30 se puede observar que la mayoría de consumidores con un 43,65% estarían dispuestos a pagar por cada unidad de pan un precio de 0,18 ctv. – 0,25 ctv. Aunque un 25,13% prefiere pagar 0,26 ctv. – 0,35 ctv. En cambio el 23,55 % está de acuerdo en pagar 0,36ctv. – 0,45 ctv., y una minoría de 7,67% estaría dispuesto a cancelar un valor de 0,46 ctv. – 0,55ctv., por cada unidad de pan.

Pregunta N° 8: ¿Qué factor considera Usted fundamental al momento de consumir pan?

Tabla 34 Aspectos de la compra del producto

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	103	27,25%
Precio	45	11,90%
Más variedad	89	23,54%
Mejor sabor	141	37,30%
Total	378	100%

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Mishelle Ushiña



Figura 30 Aspectos de la compra del producto

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

Mediante la encuesta realizada los consumidores tomaron en cuenta diferentes aspectos al momento de adquirir el pan se llegó a evidenciar que los clientes consideran importante lo que es el mejor sabor con un 37,30%, con un 25,25% de la población encuestada prefiere la calidad del producto, aunque el 23,54% prefiere que haya más variedad al momento de adquirir los productos.

Pregunta N° 9: ¿Está usted satisfecho con los productos y servicios que brinda la competencia?

Tabla 35 Competencia

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	153	40,48%
No	225	59,52%
Total	378	100%

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Mishelle Ushiña

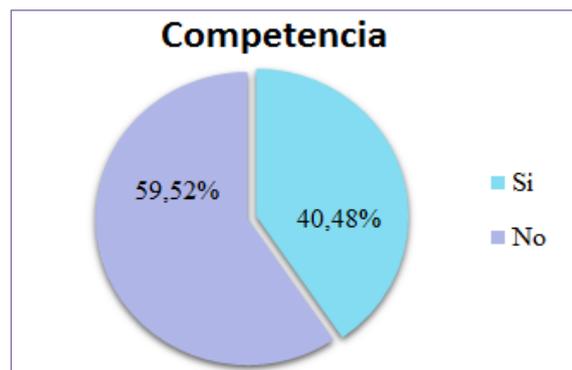


Figura 31 Competencia

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

Según la figura N° 32 se puede observar que el 40,48% de las personas están de acuerdo con los productos y servicios que la competencia ofrece, mientras que un 59,52% no se encuentran satisfechos con los productos y servicios al momento de adquirir los productos que ofrecen en el mercado.

Pregunta N° 10: ¿Desearía usted que se implemente una panificadora que produzca y comercialice diferentes líneas de pan con harina de plátano?

Tabla 36 Aceptación de la microempresa

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	288	76,19%
No	90	23,81%
Total	378	100%

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Mishelle Ushiña

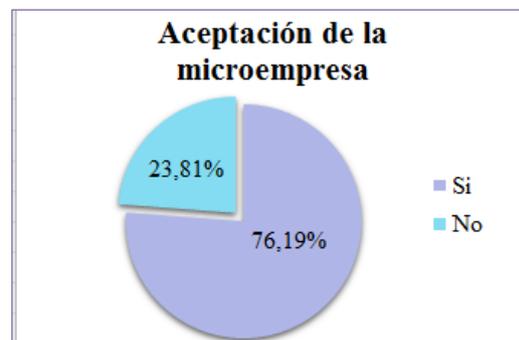


Figura 32 Aceptación de la microempresa

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

Mediante la encuesta realizada se pudo evidenciar que 288 personas representadas con un 76,19% tienen expectativas por que se implemente una microempresa que produzca y comercialice diferentes líneas de pan con harina de plátano, mientras que 90 personas con un porcentaje de 23,81% que no, es decir no estarían de acuerdo que se implemente la panificadora con dichas características.

Pregunta N° 11: ¿Qué productos adicionales quisiera que comercialice la panificadora?

Tabla 37 Preferencia de productos adicionales en la microempresa

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Leche	78	20,63%
Embutidos	56	14,82%
Bocaditos de dulce y de sal	112	29,63%
Pasteles	132	34,92%
Total	378	100%

*Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Mishelle Ushiña*

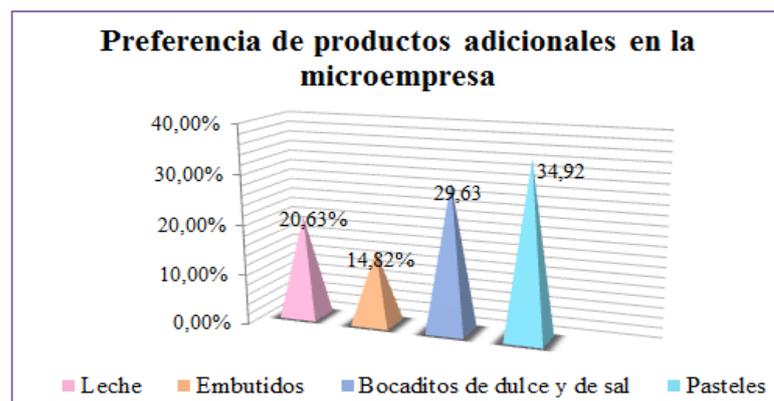


Figura 33 Preferencia de productos adicionales en la microempresa

*Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Mishelle Ushiña*

Análisis

Como se puede apreciar en la figura N°34 determina el porcentaje de preferencia de productos adicionales que desearían que se comercialice en la microempresa el 34,92% requiere que se expenda pasteles, sin embargo el 29,63% desearían entre sus preferencias bocaditos de dulce y de sal, aunque el 20,63% prefieren que se comercialice también leche y el restante desean embutidos.

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

3.2. Oferta

Expresa (Ferré Trenzano, 2010, pág. 389) “La oferta es la cantidad de producto o servicio ofrecidos en el mercado, en la oferta ante un aumento del precio, aumenta la cantidad ofrecida,”

3.2.01 Oferta histórica

Añade (El comercio, 2011) :

En Pichincha hay 2.500 panadería, de ellas 1.500 están en Quito. Según Hernán Jácome, presidente del Gremio de Panificadores, el grueso de locales se concentra en el sur de la ciudad, con un 60%. Hay barrios que tienen hasta 10 locales instalados. El proceso de elaboración del pan es continuo, las panaderías trabajan las 24 horas y los 365 días del año. Un panificador labora entre 12 y 18 horas al día.

Tabla 38 Oferta histórica

Panificador Oferentes	Características	Panes vendidos al día
Panificadora Ambato	Es una empresa panificadora que se encuentra ubicado en distintos sectores de Quito, en dichos locales se comercializa el pan en distintas variedades, sabores y precios, además expenden productos de pastelería y galletería. Complementa su comercialización con la venta de otros productos como gaseosa, yogurts y productos lácteos.	8.000
Panadería la Unión:	Es una empresa panificadora que comercializa los panes en distintas y variedades, sabores y precios, así como, productos de pastelería lácteos y gaseosas.	3.500
Panadería Alborada	Empresa panificadora que cuenta con una amplia línea de productos de pastelería y galletería, produce y comercializa el producto en el mismo lugar.	5.500

Fuente: Revista Lideres

Elaborado por: Mishelle Ushiña

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

3.2.02. Oferta actual

Admite (Reyes Ramos , 2013) qué; “Determinación cuantificable de la producción de los proveedores actuales.”

3.2.02.01 Cálculo de la oferta actual

Tabla 39 Oferta actual

Año	Demanda proyectada	Oferta Actual	
		Aceptación de la competencia (%)	Oferta Actual
2017	14.897	0,4048	6.030

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Mishelle Ushiña

3.2.03 Oferta proyectada

Asume (Veraguas, 2009, pág. 195) :

Consiste en proveer la evolución de la oferta, mediante la formulación de hipótesis que intervienen y condicionan su comportamiento, calculando y analizando de esta manera las perspectivas y tendencias a corto, mediano y a largo plazo, tomando en consideración el período de vida del proyecto.

Tabla 40 Oferta proyectada

Año	Demanda Proyectada	Proyección de la Oferta	
		Aceptación de la Competencia (%)	Oferta Proyectada
2018	14.718	0,4048	5.958
2019	14.541	0,4048	5.886
2020	14.251	0,4048	5.769
2021	13.965	0,4048	5.653
2022	13.686	0,4048	5.540

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

Se puede apreciar en la tabla N° 40 de la oferta proyectada que en los próximos 5 años se demandara aproximadamente 5.540 para el año 2022 de las diferentes líneas de pan, es decir que los productos y servicios habrán aumentado según la aceptación de los clientes. Con este cálculo se puede tomar mejores decisiones eh ir mejorando los productos y servicios de acuerdo a las diferentes necesidades de los consumidores.

3.3 Demanda

Razona (Kloter, 2012, pág. 145) qué;

Se define la demanda como el valor global que expresa la intención de compra de una sociedad. La curva de la demanda indica las cantidades de un cierto producto que los individuos o la sociedad están dispuestos a comprar en función de su precio y sus rentas.

3.3.01 Demanda histórica

Interpreta; (Passage, 2006, pág. 75) :

La evolución histórica de la demanda de bienes o servicios determinados se analiza estadísticamente a partir de la cuantía de esos bienes o servicios que se ha puesto a disposición de la colectividad y que ella ha utilizado en el pasado.

3.3.02 Demanda actual

Elucida (López belbeze, 2008, pág. 83) ; “Volumen total que compraría un grupo de consumidores concreto, en una zona geográfica determinada, en un periodo de tiempo preciso en un entorno de marketing definido y con un nivel y un conjunto de esfuerzos de marketing específicos”

3.3.02.01 Cálculo de la demanda actual

Tabla 41 Demanda actual

Demanda Actual			
Año	Demanda	Tasa de Crecimiento Poblacional	Demanda Actual
2017	14.897	1	14.897

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Mishelle Ushiña

3.3.03 Demanda proyectada

Tabla 42 Demanda proyectada

Proyección de la Demanda			
Año	Demanda	Tasa de Crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada
2018	14.897	0,988	14.718
2019	14.718	0,988	14.541
2020	14.541	0,980	14.251
2021	14.251	0,980	13.965
2022	13.965	0,980	13.686

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

Mediante la información obtenida se visualiza en la tabla N°42 que la microempresa deberá realizar diferentes cantidades de productos para el mercado, en la demanda se puede apreciar una evolución es decir que para el año 2022 la microempresa tendrá una demanda proyectada de 13.686 aproximadamente ya que para el proyecto representa una oportunidad.

3.4 Balance oferta-demanda

3.4.01 Balance actual

Tabla 43 Cálculo de la demanda insatisfecha

CÁLCULO DEMANDA INSATISFECHA			
Año	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha (DP-OP)
2017	14.897	6.030	8.867

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Mishelle Ushiña

3. 4.02 Balance proyectado

Tabla 44 Proyección de la demanda insatisfecha

CÁLCULO DEMANDA INSATISFECHA			
Año	Demanda proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha (DP-OP)
2018	14.718	5.958	8.760
2019	14.541	5.886	8.655
2020	14.251	5.769	8.482
2021	13.965	5.653	8.312
2022	13.686	5.540	8.146

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Mishelle Ushiña

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Análisis

La tabla N° 44 de la proyección de la demanda insatisfecha muestra que para el año 2022 es de 8.146, lo que ayuda a determinar que parte del mercado puede corresponder al proyecto, es decir que esta parte de la población no está satisfecha con los productos y servicios que están brindando actualmente las panificadoras, lo cual representa una oportunidad para el proyecto que se va a realizar siendo algo positivo ya que se puede cubrir las necesidades que el mercado lo requiere.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

Interpreta (Baca Urbina, 2010) :

El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, y se determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción.

4.1 Tamaño del proyecto

Precisa (Rosales Posas, 2009, pág. 255) ; “El tamaño del proyecto depende de la magnitud, la naturaleza y el tipo de proyecto que se esté formulando, pues cada proyecto tiene características particulares que, al final, limitaran su tamaño”

4.1.01 Capacidad instalada

Argumenta (Sapag, 2008):

Máximo nivel de producción que puede ofrecer una estructura económica determinada: desde una nación hasta una empresa, una maquina o persona. La capacidad de producción indica que dimensión debe adoptar la estructura económica, pues si la capacidad mucho mayor que la producción real estaremos desperdiciando recursos.

Tabla 45 Capacidad instalada

CAPACIDAD INSTALADA	
Trabajadores	2
Capacidad de producción diaria	1.550
Capacidad de producción mensual	37.200
Capacidad de producción anual	446.400
Precio	0,22
TOTAL	98.208,00

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

Como se puede observar en la tabla N° 45 la capacidad instalada en el área de producción se va a contar con 2 trabajadores en el área de producción los cuales tendrán una capacidad de producción diaria de 1.550 unidades de pan es decir tendrá una capacidad de producción mensual de 37.200 unidades de pan y con respecto a la capacidad de producción anual de 446.400 unidades de pan, tratando de cumplir con los requerimientos de los consumidores.

4.1.02 Capacidad óptima

Aclara (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2010):

Se refiere a la capacidad instalada del proyecto, y se expresa en unidades de producción por año. Existen otros indicadores indirectos, como el monto de la inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra o algún otro de sus efectos sobre la economía. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.

Tabla 46 Capacidad óptima

CAPACIDAD ÓPTIMA	
Trabajadores	2
Capacidad de producción diaria	1.550
Capacidad de producción mensual	37.200
Capacidad de producción anual	446.400
% De aceptación	0,7619
TOTAL	340.112,16
% De frecuencia	0,7566
TOTAL	257.328,86
Precio	0,22
TOTAL	56.612,35

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

Como se puede apreciar la capacidad óptima en el área de producción se va a contar con 2 trabajadores los cuales tendrán una capacidad de producción anual de 446.400 unidades de pan, tratando de cumplir con los requerimientos de los consumidores con el porcentaje de aceptación de microempresa de 76,19% y con el porcentaje de frecuencia del consumo de 75,66% se obtiene 257.328.

4.2 Localización

Cita (ILPES, 2011, pág. 94) ; “Se refiere tanto a la macro localización como a la micro localización de la nueva unidad de producción llegándose hasta la definición precisa de su ubicación en una ciudad o zona rural”.

4.2.01 Macro localización

La macro localización se refiere a la ubicación de la microempresa de la cual se establecerá del determinado proyecto.

Tabla 47 Macro Localización

MACRO LOCALIZACIÓN	
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Parroquia	Iñaquito
Sector	Bellavista

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mishelle Ushiña

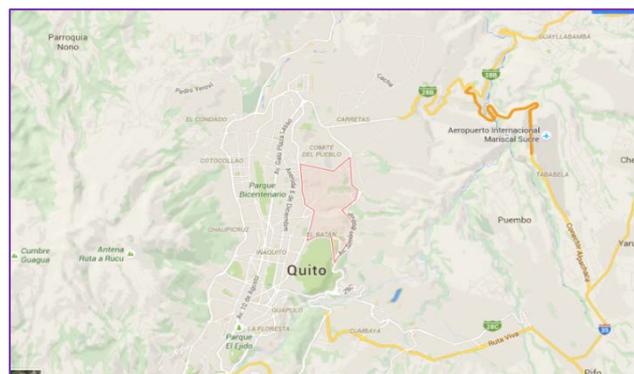


Figura 34 Macro Localización

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Google Maps

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

4.2.02 Micro localización

La micro localización indica el lugar exacto en donde se va a instalar y operar el presente proyecto dentro de la micro zona. Dirección: Av. 6 de Diciembre y Eloy Alfaro, la podemos encontrar en el siguiente croquis.

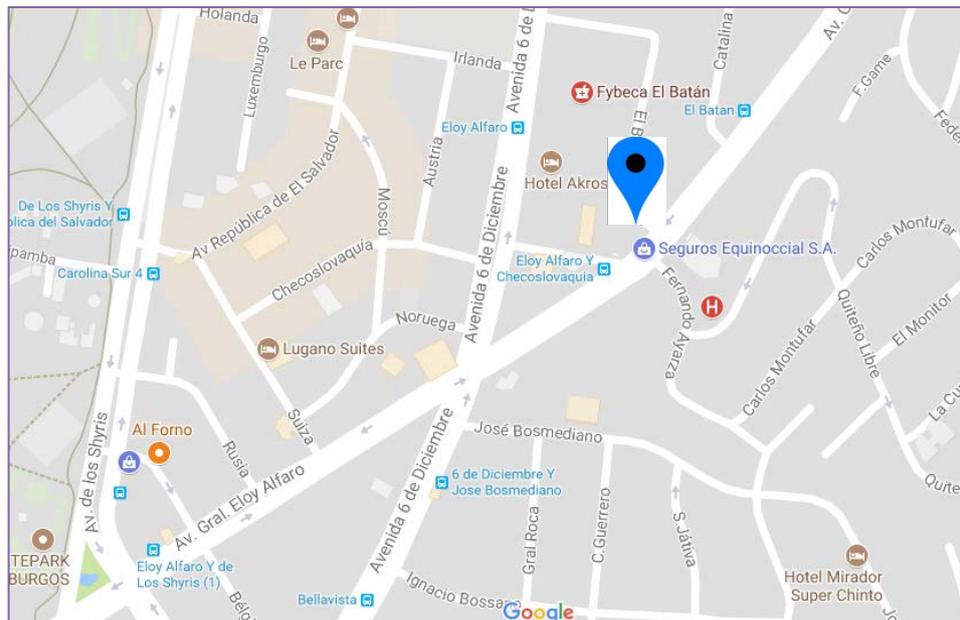


Figura 35 Micro Localización

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Google Maps

4.2.03 Localización óptima

Detalla (Baca Urbina, 2010, pág. 88) :

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital a obtener el costo unitario mínimo. El objetivo general de este punto es, llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Tabla 48 Localización óptima

Factores	Ponderación	Bosmediano y Camilo Casares		Av. 6 de Diciembre y José bosando		Av. 6 de Diciembre y Eloy Alfaro	
		Calificación	Total	Calificación	Total	Calificación	Total
Cercanía del Mercado	0,2	8	1,6	9	1,8	10	2
Costo de arriendo	0,14	8	1,12	8	1,12	9	1,26
Servicios básicos	0,1	8	0,8	8	0,8	8	0,8
Línea de transporte	0,12	7	0,84	8	0,96	9	1,08
Seguridad	0,1	7	0,7	8	0,8	8	0,8
Competencia	0,12	8	0,96	9	1,08	8	0,96
Vía de Acceso	0,1	7	0,7	8	0,8	9	0,9
Parqueadero	0,12	7	0,84	7	0,84	9	1,08
Total	1		7,56		8,2		8,88

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

Mediante la tabla de la localización óptima realizada se pudo determinar que el lugar donde se va a instalar la microempresa "AROMA DE PAN Panadería" será en la Av. Eloy Alfaro y 6 de Diciembre con una calificación alta de 8,88 siendo un factor positivo para la implementación de una panificadora, se busca además que tenga la facilidad de distribución de las líneas de pan así como los servicios básicos, el costo del arriendo, el parqueadero el cual facilitara el acceso a los clientes y proveedores.

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

4.3 Ingeniería del producto

Indica (Cuatrecasas Arbós, 2012, pág. 32) :

La ingeniería del producto concentra su atención en el diseño del producto, que debe ser tal que cubra ante todo una función que le sea encomendada, y ello dará lugar, como veremos seguidamente, a lo que llamaremos valor del producto.

4.3.01 Definición del producto o servicio

Puntualiza (Diez Vial, De Castro, & Montero Sánchez , 2012, pág. 357) ; “La definición de los productos / servicios no debe quedarse en una mera enumeración, sino que es conveniente que se detallen las características comerciales y técnicas de los mismos; especificar calidades, tamaños, composición, marca, etc.”

4.3.02 Distribución de la planta

Tabla 49 Distribución de la planta

ÁREA	DIMENSIONES	TOTAL M ²
Área administrativa	3m x 3m	9 m ²
Baño administrativo	1,44m x 1,44m	2,07 m ²
Área de producción	7m x 5m	35 m ²
Bodega	4m x 3m	12 m ²
Baño de producción	1,44m x 1,44m	2,07 m ²
Área de ventas	6m x 5m	30 m ²
Parqueadero	12,5m x 2m	25m ²
TOTAL CAPACIDAD INSTALADA		115,14 m²

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Mishelle Ushiña

4.3.02.01 Código de cercanía

Tabla 50 Código de cercanía

CÓDIGO DE CERCANÍA	
1	Por procesos
2	Por gestión administrativa
3	Necesidad
4	Ruido
5	Higiene
6	Seguridad

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Mishelle Ushiña

4.3.02.02 Razones de cercanías

Tabla 51 Razones de cercanías

RAZONES DE CERCANÍAS	
A	Absolutamente Necesario Que Este Cerca
E	Especialmente Necesario Que Este Cerca
I	Importante (que este cerca)
O	Cercanía ordinaria
U	Cercanía indiferente
X	Cercanía indeseable

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Mishelle Ushiña

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

4.3.02.03 Matriz triangular

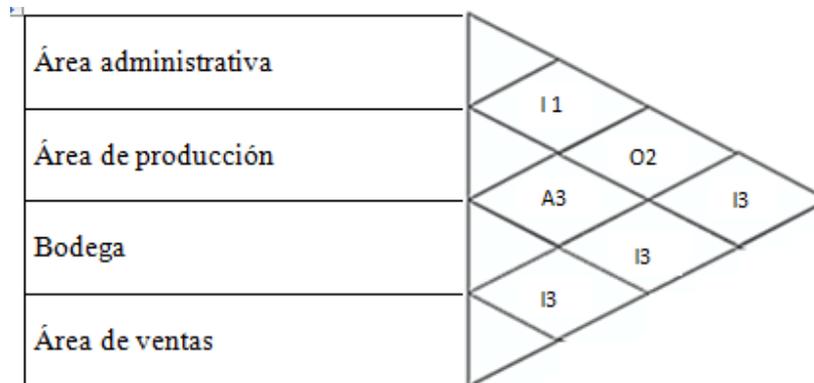


Figura 36 Matriz triangular

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Distribución de la planta

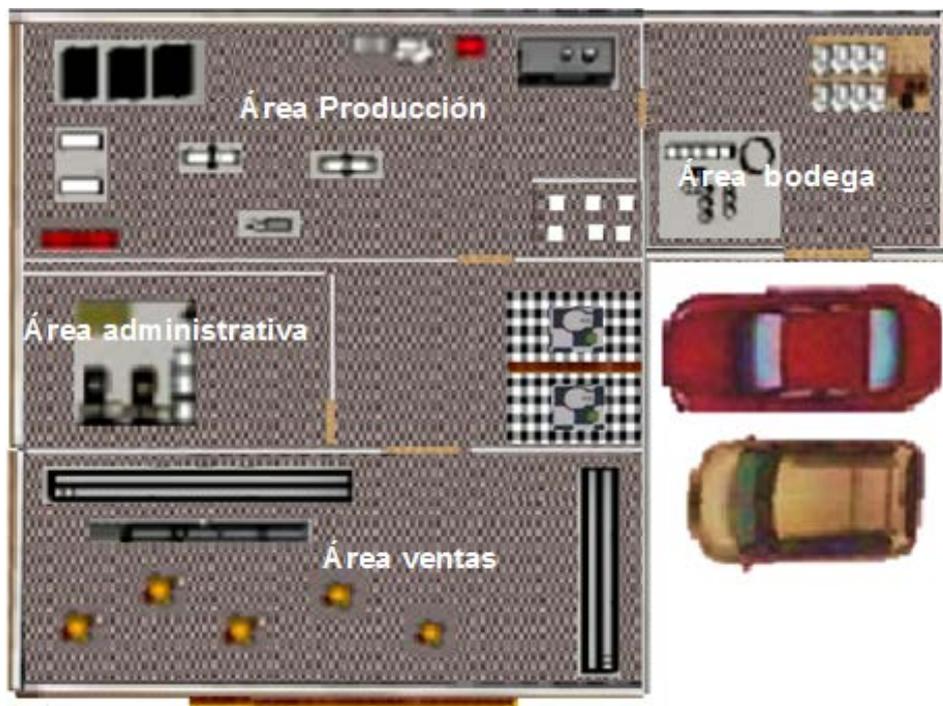


Figura 37 Plano de la Microempresa

Fuente: Investigación propia

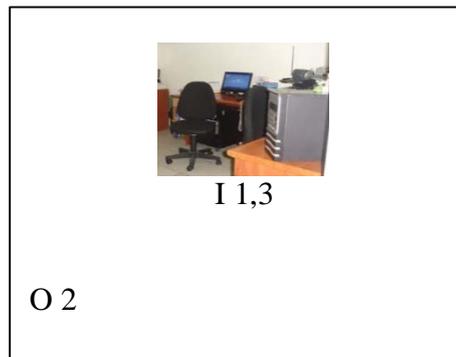
Elaborado por: Mishelle Ushiña

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

4.3.02.04 Tabulación de la matriz triangular



Área de administración



Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

El área administrativa en la microempresa contará con un espacio de 9 m² donde se instalara la oficina del Administrador de "AROMA PAN Panadería", el cual contará con un espacio para recibir a los clientes y a los diferentes proveedores.

Área de producción



Figura 38 Área de Producción

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Mishelle Ushiña

El área de producción contara con un espacio de 35 m² en donde se trasformara la materia prima y los diferentes insumos para la elaboración de las diferentes líneas de pan.

Bodega



Figura 39 Bodega

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Mishelle Ushiña

El área de la bodega contara con un espacio de 12 m² en la cual se almacenara la materia prima la cual es fundamental para la elaboración de los productos.

4.3.03 Proceso productivo

Interpreta (Vasquez, 2009) que:

El diagrama de flujo o diagrama de actividades es la representación gráfica del algoritmo o proceso. Se utiliza en disciplinas como programación, economía, procesos industriales y psicología cognitiva, un diagrama de actividades representa los flujos de trabajo paso a paso de negocio y operacionales de los componentes en un sistema.

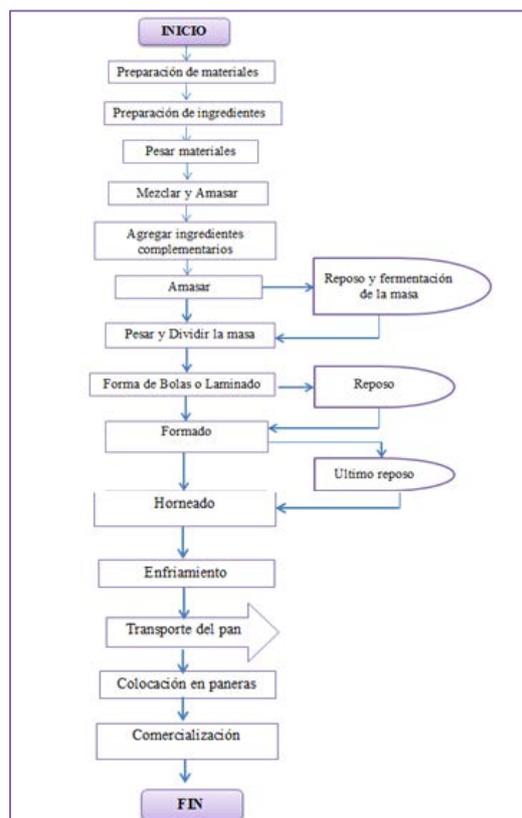


Figura 40 Proceso productivo

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Mishelle Ushiña

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Descripción del proceso del Flujograma

Tabla 52 Descripción de actividades

ÁREA	DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES	TIEMPO
Pesado de materiales	Se pesa los diferentes ingredientes para la elaboración del producto.	8'
Mezcla y Amasado	Aquí se procede a colocar los ingredientes en la amasadora, la harina con el agua.	25'
Fermentación	Se deja fermentar la masa para que se esponje y mejore el sabor del pan.	35'
Pesado y división	Se procede a pesar y dividir cada pieza de masa y dar el peso justo a cada pieza de pan.	18'
Formado o laminado	El objetivo es dar forma correspondiente a cada tipo de pan a realizarse.	30'
Reposo	En esta etapa se deja reposar la masa para su recuperación.	40'
Enfriamiento	Tras el horneado se deja reposar el producto hasta que alcance la temperatura ambiente.	8'
TOTAL TIEMPO ELABORACIÓN		164'

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Mishelle Ushiña

4.3.04 Maquinaria y equipo

Describe (Meza Orozco, 2013, pág. 27) :

Los equipos y maquinarias comprenden todos aquellos elementos que se necesitan para desarrollar el proceso de producción o prestación de servicio y su elección debe hacerse con base en los siguientes aspectos: características técnicas, costos, vida útil, capacidad instalada y requisitos especiales.

Tabla 53 Maquinaria

Cantidad	Descripción	Precio Unitario.	Precio Total
1	Amasadora	1.500	1.500
1	Horno Industrial	7.500	7.500
1	Balanza Eléctrica	45	45
1	Batidora	315	315
		Total	9.360

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Tabla 54 Equipos de computación

Cantidad	Descripción	Precio Unitario.	Precio Total
1	Computadora	400	400
1	Impresora	180	180
		Total	580

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Tabla 55 Muebles y enseres

Cantidad	Descripción	Precio Unitario.	Precio Total
1	Escritorio	45	45
1	Archivador	45	45
3	Sillas	15	45
2	Mesas de Trabajo acero inoxidable	350	700
1	Paneras acero inoxidable	1.200	1.200
2	Coches de acero inoxidable	350	700
1	Bolillo de madera	2,50	2,50
1	Cortador redondo	2	2
24	Latas de acero inoxidable 45x65	30	720
		Total	3.076

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Tabla 56 Equipo de oficina

Cantidad	Descripción	Precio Unitario.	Precio Total
1	Perforadora	3,5	3,5
1	Rapadora	2,75	2,75
1	Calculadoras	15	15
1	Teléfono	61,99	61,99
		Total	83,24

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

Como se puede observar en las tablas mencionadas, contienen las maquinarias y utensilios que van hacer utilizados para la elaboración de las diferentes líneas de pan, es decir que los diferentes equipos y materiales son necesarias para la producción de la microempresa.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

Puntualiza (Fernández Espinoza , Los proyectos de inversión, 2007, pág. 45) :

El objetivo de este apartado es determinar, por medio de indicadores financieros, la rentabilidad del proyecto, para lo cual es necesario estimar en detalles los ingresos, así como los costos de inversión inicial y los costos de operación del proyecto.

5.1 Ingresos Operacionales y No Operacionales

✓ Ingresos Operacionales

Disipa (Fierro Martinez, 2011, pág. 205) qué; “Son ingresos operacionales los valores que están íntimamente relacionados con las actividades principales del negocio, expuestas en su objeto social.”

Tabla 57 Tiempos de Producción

Tiempos de Producción	Minutos
Pesado de materiales	8'
Fermentación	25'
Mezcla y Amasado	35'
Pesado y división	18'
Formado o laminado	30'
Reposo	40'
Enfriamiento	8'
TOTAL TIEMPO ELABORACIÓN DEL PAN	164'

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

Mediante la tabla de tiempos de producción se puede apreciar que el tiempo para la elaboración del pan será de 164' donde intervienen los procesos: pesado de materiales, fermentación, mezcla, división, formado, reposo, enfriamiento.

Tabla 58 Capacidad de Producción

Capacidad de Producción	
Trabajadores	2
Capacidad de producción diaria	1.550
Capacidad de producción mensual	37.200
Capacidad de producción anual	446.400

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mishelle Ushiña

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Análisis

De acuerdo a la capacidad de producción se pudo determinar que la microempresa tendrá una capacidad de producción diaria de 1.550 unidades de pan, mientras que mensualmente producirá 37.200 y anualmente 446.400.

Tabla 59 Materia Prima (Producción Anual)

Detalle	Cantidad	Unidad de medida	Valor Unitario	Valor Total
Harina de trigo	114	Quintales	\$ 46,00	\$ 5.244,00
Azúcar	18	Quintales	\$ 38,00	\$ 684,00
Sal	166	libras	\$ 0,30	\$ 49,81
Manteca	2.988	libras	\$ 0,90	\$ 2.689,50
Agua	6.624	litros	\$ 0,03	\$ 198,72
Levadura	166	libras	\$ 1,80	\$ 298,83
Harina de plátano	25	Quintales	\$ 47,00	\$ 1.175,00
Huevos	1.162	Unidades	\$ 0,17	\$ 197,56
TOTAL				\$ 10.537,42

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

Mediante la tabla se determinó la materia prima como: harina de trigo , harina de plátano, azúcar ,sal etc., que será utilizada para el proceso de producción. De igual manera la cantidad que necesitara anualmente la microempresa.

Tabla 60 Ingresos Operacionales Pan

Ingresos Operacionales Pan	
Concepto	Valor
Costo de producción unitario	\$ 0,13
Utilidad de 69,23%	0,09
P.V.P	\$ 0,22
Producción Mensual	21.444,07
Ingresos Mensuales	\$ 4.717,70
Ingresos Anuales	\$ 56.612,35

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

Para obtener el precio de venta al público se tuvo que determinar el costo de producción por cada unidad de pan, teniendo en cuenta que la utilidad es de 69,23%, es decir que el precio de venta es de 0,22 ctv por pan y se obtendrá en el primer año ingresos por \$ 56.612,35 lo cual será beneficiosa para la microempresa.

Tabla 61 Ingresos Proyectados

Año	Unidades	Precio	Valor
Año 1	257.329	0,22	\$ 56.612,35
Año 2	262.733	0,22	\$ 57.986,17
Año 3	268.250	0,22	\$ 59.393,33
Año 4	273.883	0,22	\$ 60.834,64
Año 5	279.635	0,22	\$ 62.310,93

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

Mediante la tabla N° 61 se puede visualizar los ingresos proyectados que tendrá la microempresa durante los 5 años de la vida útil del proyecto, es así que mediante la tasa de crecimiento de 2,10% se llegó a determinar la cantidad de unidades de pan que se necesitara para la producción de cada año, de la misma manera con la inflación de 0,32% junio 2017 para el precio del producto.

✓ Ingresos no operacionales

Esclarecen (Guzman Vasquez , Romero Cifuentes, & Guzman Vásquez , 2005, pág. 112) :

Los ingresos no operacionales u otros ingresos no están relacionados con el objetivo social del negocio. Proviene de actividades que realiza la empresa, pero que están relacionadas con la razón de ser de la misma. Las ganancias ocasionales hacen parte de este grupo de ingresos una empresa puede presentar ganancias ocasionales por los rendimientos generadas por las inversiones temporales, por las inversiones permanentes, por la venta de activos, entre otros.

5.2 Costos

Comentan (Jimenez boulanger & Espinoza Gutierrez, 2007, pág. 213):

Los costos se pueden clasificar de muchas maneras. Un costo puede definirse con un sacrificio o utilización de recursos para un propósito en particular. El costo se mide por la unidad monetaria (dólares, colones) que debe pagarse por bienes y servicios utilizados en la manufactura de productos. Estos costos se agrupan en diversas clasificaciones, de acuerdo con lo que quiere medir.

5.2.1 Costos Directos

Dilucidan (Sinisterra & Polanco, 2007, pág. 91) :

Los costos directos son aquellos que son fácil y físicamente identificables como la unidad de producto. Por ejemplo, la unidad en consideración es la mase de comedor, la madera y la mano de obra involucrada en la fabricación de producto se consideran costos directos. Generalmente los costos primos conforman los costos directos.

Tabla 62 Costos Directos

COSTOS DIRECTOS		
Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Materia Prima	\$ 878,12	\$ 10.537,42
Materiales Directos	\$ 72,00	\$ 864,00
Mano de obra Directa	\$ 825,00	\$ 9.900,00
Prestaciones sociales	\$ 340,84	\$ 4.090,02
Total		\$ 25.391,44

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

Como se puede observar en la tabla N°62 a través de los costos directos se determinó que la microempresa necesitara para la producción del primer año \$5.391,44 el cual se distribuye en Materia Prima con \$10.537,42. Mientras que para los materiales indirectos de fabricación se necesitara \$ 864,00.

Nombre	CARGO	SUELDO BÁSICO	TOTAL INGRESOS	INGRESO BASE IEES	IEES	TOTAL DEDUCCIONES	TOTAL RECIBIR	IESS PATRONAL	IESS POR PAGAR	DECIMO TERCERO SUELDO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Carlos Chicaiza	Panadero	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 42,53	\$ 42,53	\$ 407,48	\$ 54,68	\$ 97,20	\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 37,49	\$ 18,75	\$ 635,91	\$ 7.630,92
Julio Caiza	Ayudante de panadería	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 35,44	\$ 35,44	\$ 339,56	\$ 45,56	\$ 81,00	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 31,24	\$ 15,63	\$ 529,93	\$ 6.359,10

Figura 43 Mano de Obra Directa

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

Como se puede observar en la figura el área de producción será integrada por dos trabajadores que serán el Panadero que tendrá un sueldo \$ 450 y el ayudante contarán con un sueldo de \$375 mensualmente. Contarán con todos los beneficios de ley, de la misma manera los fondos de reserva serán aportados a partir del tercer mes.

5.2.2 Costos Indirectos

Describe (Sinisterra & Polanco, 2007, pág. 91):

Los costos indirectos son aquellos que se deben primero acumular para luego asignar a la unidad pertinente. Por ejemplo, el salario del jefe de mantenimiento se identifica fácilmente como la planta, sin embargo, es un costo indirecto como relación a un departamento específico y más aún, con relación a la unidad de producto.

Tabla 63 Costos indirectos

Detalle	Valor mensual	valor anual
Servicios Básicos	\$ 38,92	\$ 467,04
Útiles de aseo	\$ 6,53	\$ 78,40
Útiles de oficina	\$ 3,38	\$ 40,50
Depreciación de Maquinaria	-	\$ 936,00
Total		\$ 1.521,94

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

Para determinar los costos indirectos anuales que se utilizaran en el área de producción que tiene el proyecto en cuanto a los servicios básicos genera un costo anual de \$ 467,04. En útiles de oficina su costo anual es de \$ 40,50, mientras que en útiles de aseo es de \$ 78,40. Y se incluye la depreciación anual de \$ 936,00 de Maquinaria que se utiliza en el proceso productivo de la microempresa.

5.2.2.1 Servicios básicos

Concepto	Servicios básicos		Porcentaje de consumo en producción anual	Producción consumo en dólares anual	Porcentaje de consumo en Administración anual	Administración consumo en dólares anual	Porcentaje de consumo en Ventas anual	Ventas consumo en dólares anual
	Costo Mensual	Costo Anual						
Agua	\$ 30,00	\$ 360,00	75%	\$ 270,00	15%	\$ 54,00	10%	\$ 36,00
Luz	\$ 23,00	\$ 276,00	65%	\$ 179,40	25%	\$ 69,00	10%	\$ 27,60
Teléfono	\$ 15,00	\$ 180,00	5%	\$ 9,00	80%	\$ 144,00	15%	\$ 27,00
Internet	\$ 24,00	\$ 288,00	3%	\$ 8,64	92%	\$ 264,96	5%	\$ 14,40
Total	\$ 92,00	\$ 1.104,00		\$ 467,04		\$ 531,96		\$ 105,00

Figura 44 Servicios básicos

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mishelle Ushiña

5.2.3 Gastos Administrativos

Esclarece (Mejía Gutiérrez, 2005) :

Los gastos administrativos deben basarse en principios de austeridad que conjugan bien la suficiencia y la necesidad de los mismos ya que aunque no afectan el proceso productivo directamente, los empresarios tienen a menospreciar su importancia y caen en sobrecostos difíciles de controlar.

Tabla 64 Gastos Administrativos

Descripción	Valor mensual	Valor anual
Sueldos	\$ 475,00	\$ 5.700,00
Prestaciones Sociales	\$ 165,25	\$ 1.983,04
Servicios básicos	\$ 44,33	\$ 531,96
Útiles de Aseo	\$ 84,40	\$ 1.012,80
Útiles de Oficina	\$ 6,39	\$ 76,65
Arriendo	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Depreciación equipo de computo	-	\$ 193,33
Depreciación de Equipo de Oficina		\$ 2,20
Depreciación muebles y enseres	-	\$ 307,60
TOTAL		\$ 12.807,58

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

En cuanto a los gastos administrativos se deberá pagar el sueldo perteneciente al gerente general con su respectivo beneficio social también se adicionan las depreciaciones tanto de equipo de cómputo, equipo de oficina, muebles y enseres , además de los útiles de aseo y oficina conceptos que suman \$12.807,58.

Nomina	CARGO	SUELDO O BASICO	TOTAL INGRES OS	INGRES O BASE IEES	IEES	TOTAL DEDUC CIONES	TOTAL RECIBI R	IESS PATRO NAL	IESS POR PAGAR	DECI MO TERC ERO SUELDO	DECI MO CUAR TO	FONDO S DE RESER VA	VACAC IONES	TOTAL MENSU AL	TOTAL ANUAL
Stefania Guananga	Gerente General (Propieta rio)	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 37,80	\$ 37,80	\$ 362,20	\$ 48,60	\$ 86,40	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 33,32	\$ 16,67	\$ 565,25	\$ 6.783,04

Figura 45 Sueldo Administrativo

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

Como se puede observar en la Figura N°45 en el área de administrativa estará integrada por el gerente general el cual contarán con un sueldo de \$ 400 con todos los beneficios de ley.

Tabla 65 Útiles de oficina

Útiles de oficina				
Detalle	Cantidad	Unidad	V/U	valor total
Resmas de papel bond	2	Unidades	\$ 3,50	\$ 7,00
Caja grapadoras	3	cajas	\$ 1,75	\$ 5,25
Perforadora	2	Unidades	\$ 2,50	\$ 5,00
Esferos	2	cajas	\$ 3,00	\$ 6,00
carpetas archivadoras	10	unidades	\$ 2,25	\$ 22,50
lápices	2	cajas	\$ 2,00	\$ 4,00
borradores	3	unidades	\$ 0,30	\$ 0,90
resaltadores	2	cajas	\$ 2,50	\$ 5,00
caja de clip	3	cajas	\$ 1,00	\$ 3,00
Sobres	20	unidades	\$ 0,10	\$ 2,00
cuadernos	3	unidades	\$ 2,00	\$ 6,00
calculadora	1	unidades	\$ 10,00	\$ 10,00
TOTAL				\$ 76,65

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mishelle Ushiña

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Análisis

En la tabla N° 68 se determinaron los útiles de oficina que serán necesarios para el área administrativa la cual suma un total de \$ 76,65.

5.2.4 Gastos de Ventas

Aclara (Haupt, 2010) ; “Son el desembolso hecho para realizar la comercialización de un producto o servicio que abarcan varias actividades: mercadotecnia, investigación y desarrollo , promotores entre otros.”

Tabla 66 Gastos de venta

Gastos de venta		
Descripción	Valor mensual	Valor anual
Sueldo	\$ 375,00	\$ 4.500,00
Prestaciones sociales	\$ 154,93	\$ 1.859,10
Servicios básicos	\$ 8,75	\$ 105,00
Publicidad	\$ 20,83	\$ 250,00
TOTAL		6.714,10

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

Según la tabla N° 66 de los gastos de venta anuales se puede observar que se incluye el sueldo del área de ventas también las prestaciones sociales correspondientes a más de los servicios básicos y la publicidad que suman un valor anual de \$ 6.714,10.

5.2.5 Gastos Financieros

Incide (Greco, 2011, pág. 45) ; “Son los intereses que se deben pagar debido a los capitales obtenidos en préstamos.”

Tabla 67 Datos del Préstamo

Detalle	Valor
Entidad Financiera	Cooperativa Cooprogreso
Monto del Financiamiento	\$8.434,12
Plazo	2 Años
Interés	14,00%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Tabla 68 Gastos financieros

Gastos financieros	
Descripción	Valor
Interés a corto plazo	\$ 1.180,78
Interés a largo plazo	\$ 629,01
TOTAL	\$ 1.809,79

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mishelle Ushiña

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Análisis

Mediante un crédito financiero que se realizara en la cooperativa Cooprogreso con una tasa de interés del 14% a 2 años plazo se determinara el interés que para por el monto financiado un total de \$ 1.809,79.

5.2.6 Costo Fijos y Variables

Aclara (Jumañh, 2015, pág. 78) :

Los costos variables son los costos que tengan relación directa con las cantidades (unidades) que se venden. Es decir, cuando una empresa vende más unidades, los costos variables totales aumentan. Sin embargo, los costos fijos no se ven afectados por la cantidad de unidades vendidas. Total costos variables aumentan con unidades vendidas, pero los costos fijos totales se supone permanecen constantes.

Tabla 69 Costos Fijos y Costos Variables

COSTOS FIJOS					
Detalles	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos administrativos	\$ 12.807,58	\$ 12.848,56	\$ 12.889,68	\$ 12.930,93	\$ 12.972,31
Gastos Ventas	\$ 6.714,10	\$ 6.735,59	\$ 6.757,14	\$ 6.778,76	\$ 6.800,45
Gastos Financieros	\$ 1.809,79	\$ 629,01	-	-	-
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 21.331,47	\$ 20.213,16	\$ 19.646,82	\$ 19.709,69	\$ 19.772,76
COSTOS VARIABLES					
Detalles	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de obra	\$ 13.280,80	\$ 13.323,30	\$ 13.365,93	\$ 13.408,70	\$ 13.451,61
Materia prima	\$ 10.537,42	\$ 10.571,14	\$ 10.604,97	\$ 10.638,90	\$ 10.672,95
Servicios Básicos	\$ 1.104,00	\$ 1.107,53	\$ 1.111,08	\$ 1.114,63	\$ 1.118,20
Útiles de Aseo	\$ 1.850,00	\$ 1.855,92	\$ 1.855,92	\$ 1.855,92	\$ 1.855,92
Costos indirectos	\$ 1.521,94	\$ 1.526,81	\$ 1.531,70	\$ 1.536,60	\$ 1.541,51
TOTAL COSTO VARIABLE	\$ 28.294,16	\$ 28.384,70	\$ 28.469,59	\$ 28.554,76	\$ 28.640,19

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

Mediante la tala de se determinó los costos fijos totales que tendrá la microempresa "AROMA PAN Panadería" será de \$21.331,47, mientras que para los costos variables serán necesario la cantidad de \$ 28.294,16.

5.3 Inversiones

Incide (Sapag Chain, 2007, pág. 107) ; "Las inversiones es el objetivo de la asignación de recursos que permite distinguir entre proyecto que buscan crear nuevos negocios o empresas y proyectos que buscan evaluar un cambio, mejora o modernización en una empresa existente"

5.3.1 Inversiones Fija

Detalla (Fernández Espinoza , Los proyectos de inversión, 2007, pág. 55) ; "Los activos fijos, muestran los bienes que utiliza la empresa para producir o llevar a cabo sus actividades, como por ejemplo: mobiliario, equipo , maquinaria, edificios. etc."

5.3.1.1 Activos Fijos

Incide (Print , 2010, pág. 45) ; "Dice que el activo fijo es el conjunto de bienes que son propiedad de la empresa es llamado fijo porque la empresa no puede desprenderse facilmente de el sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivos."

Tabla 70 Activos Fijos

Activos Fijos	Valor
Maquinaria y Equipo	\$ 9.360,00
Muebles y Enseres	\$ 3.076,00
Equipo de Computo	\$ 580,00
Equipo de oficina	\$ 23,00
TOTAL	\$ 13.039,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

En la tabla N° 70 se puede observar los activos fijos que deberá tener la microempresa para desarrollar todas sus actividades entre maquinaria y equipo, muebles y enseres, equipo de computo, equipo de oficina se necesitará un total de \$ 13.039.

5.3.1.2 Activos Nominales (diferidos)

Asume (Berghe Romero, 2010, pág. 354) :

Los activos nominales son los que se deben realizar para llevar a cabo la constitución y operación de la empresa como son los gastos notariales, de asesoría jurídica, de escritura de constitución y patentes de funcionamiento y el costo y el costo de los comités de estudios iniciales.

Tabla 71 Activos Nominales

Detalle	Valor
Gastos de Organización	\$ 380,00
Gastos de Instalación	\$ 85,00
Gastos de Publicidad	\$ 167,00
TOTAL	\$ 632,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

En la tabla N° 71 se puede observar los activos Nominales de gasto de organización con un valor de \$ 380, gastos de instalación del horno industrial por un valor de \$ 85 y los gastos de publicidad con un valor de \$ 167 que da un total de \$632,00 que necesitará la microempresa "AROMA PAN Panadería" para su respectivo funcionamiento.

5.3.2 Capital de trabajo

Difiere (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2010) ; "El capital de trabajo es una inversión inicial, tiene una diferencia fundamental, con respecto a la inversión en activo fijo y diferido y tal diferencia radica en su naturaleza circulante."

Tabla 72 Capital de Trabajo

Capital de Trabajo	Mes 1	Mes 2	Mes 3
Materia Prima Existente	\$ 878,12	\$ 878,12	\$ 878,12
Servicios Básicos	\$ 38,92	\$ 38,92	\$ 38,92
Mano de obra directa	\$ 825,00	\$ 825,00	\$ 825,00
Arriendo	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00
TOTAL	\$ 1.992,04	\$ 1.992,04	\$ 1.992,04

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

Como se puede observar en la tabla N° 72 para el capital de trabajo contara con materias primas existentes con \$ 878,12 , servicios básicos \$38,92, mano de obra directa \$825,y arriendo con la cantidad de \$ 250 los cuales suman aproximadamente \$ 1.992,04. Que necesitara la microempresa "AROMA PAN Panadería".

5.3.3 Fuentes de Financiamiento y uso de Fondos

Menciona (Barajas Nova , 2008, pág. 105) :

El estado de fuentes y usos de los fondos indica de dónde provino el flujo de efectivo de una empresa en un periodo determinado (fuentes), y en que fue utilizados (usos). Es una herramienta complementaria del análisis financiero que aporta información adicional para conocer la situación financiera de la empresa

Tabla 73 Fuentes de Financiamiento y Usos Propios

FUENTES DE FINANCIAMIENTO			
Conceptos	Uso de fondos	Recursos propios	Recursos financieros
Inversiones fijas	\$ 13.039,00	\$ 5.678,00	\$ 7.556,00
Maquinaria y Equipo	\$ 9.360,00	\$ 3.000,00	\$ 6.480,00
Muebles y Enseres	\$ 3.076,00	\$ 2.000,00	\$ 1.076,00
Equipo de Computo	\$ 580,00	\$ 655,00	
Equipo de oficina	\$ 23,00	\$ 23,00	
Activos diferidos	\$ 632,00	\$ 632,00	\$ 0,00
Gastos de Organización	\$ 380,00	\$ 380,00	
Gastos de Instalación	\$ 85,00	\$ 85,00	
Capacitación de Personal	\$ 0,00	\$ 0,00	
Gastos de Publicidad	\$ 167,00	\$ 167,00	
Capital de trabajo	\$ 1.992,04	\$ 1.113,92	\$ 878,12
Materia Prima Existente	\$ 878,12		\$ 878,12
Servicios básicos	\$ 38,92	\$ 38,92	
Mano de obra directa	\$ 825,00	\$ 825,00	
Arriendo	\$ 250,00	\$ 250,00	
TOTAL	\$ 15.663,04	\$ 7.423,92	\$ 8.434,12
PORCENTAJE	100%	47%	54%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

Para las fuentes de financiamiento del presente proyecto se tendrá una inversión total de \$15.663,04 de los cuales se financiara a través de un crédito financiero el 54% que equivale a \$ 8.434,12 y el 47% serán recursos propios que equivale a \$ 7.423,92.

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

5.3.4 Amortización de financiamiento

Difiere (Fernández Iparraguirre & Casado Mayordomo, 2011, pág. 92) :

Es la devolución o integro de los recursos ajenos recibidos a largos plazos para financiar este equipo. No existe una depreciación o pérdida de valor, sino una devolución de unos recursos financieros recibidos, comprende normalmente, el pago de intereses y la devolución del préstamo.

Tabla 74 Amortización del Capital

Tabla Amortización Francés				
Inversión :	100%		\$ 15.663,04	
Financiamiento:	54%		\$ 8.434,12	
Plazo :	2 Años			
Interés :	14%			
Años	Amortización	Interés	Valor Anual	Saldo Insoluto
0				\$8.434,12
1	\$ 3.941,18	\$ 1.180,78	\$ 5.121,95	\$ 4.492,94
2	\$ 4.492,94	\$ 629,01	\$ 5.121,95	\$ 0,00

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

En la tabla de la amortización del capital se puede observar el valor anual que nos va a tocar cancelar por cada año es de \$ 5.121, 95 que dura el préstamo bancario.

5.3.5 Depreciaciones

Argumenta (Gomero Palacios , 2006, pág. 127) ; “La depreciación es la pérdida del valor de un activo físico (edificios, maquinarias, muebles, etc.) con motivo de uso”

DEPRECIACIONES							
Activo	Valor de compra	Vida útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maquinaria	\$ 9.360,00	10	\$ 936,00	\$ 936,00	\$ 936,00	\$ 936,00	\$ 936,00
Muebles y Enseres	\$ 3.076,00	10	\$ 307,60	\$ 307,60	\$ 307,60	\$ 307,60	\$ 307,60
Equipo de oficina	\$ 22,00	10	\$ 2,20	\$ 2,20	\$ 2,20	\$ 2,20	\$ 2,20
Equipo de Computación	\$ 580,00	3	\$ 193,33	\$ 193,33	\$ 193,33	\$ 193,33	\$ 193,33
TOTAL			\$ 1.439,13	\$ 1.439,13	\$ 1.439,13	\$ 1.245,80	\$ 1.245,80

Figura 46 Depreciación de Activos Fijos

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

En la figura N°46 de las depreciaciones de los activos fijos se puede apreciar que la maquinaria, muebles y enseres, equipo de oficina tiene una vida útil de 10 años, mientras que los equipos de computación tienen una vida útil de 3 años, es decir que en los tres primeros años tienen un valor constante de \$ 1.439,13 y a partir del cuarto y del quinto año la depreciación se disminuye a \$ 1.245,80.

5.3.6 Estado de Situación Inicial

Asume (Campos Huerta , 2010, pág. 306) ; “Es un estado financiero que muestra la situación financiera de la empresa a una fecha determinada”

MICROEMPRESA "AROMA PAN Panadería"			
Estado de Situación Inicial			
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2017			
ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE		\$ 1.992,04	PASIVO CORRIENTE
Bancos	\$ 1.992,04		Cuentas por pagar -
ACTIVOS NO CORRIENTE		\$ 13.039,00	Total Pasivo Corriente -
Propiedad planta y equipo	\$ 13.039,00		PASIVO LARGO / PLAZO \$ 8.434,12
Equipo de Oficina	\$ 23,00		Prestamo L/P \$ 8.434,12
Maquinaria o Equipos	\$ 9.360,00		TOTAL DE PASIVO \$ 8.434,12
Equipo de Computo	\$ 580,00		PATRIMONIO \$ 7.228,92
Muebles y Enseres	\$ 3.076,00		Capital \$ 7.228,92
OTROS ACTIVOS		\$ 632,00	
Gastos d Organización	\$ 380,00		
Gastos de Instalacion	\$ 85,00		
Gastos de Personal	\$ 0,00		
Capacitacion Publicidad	\$ 167,00		
TOTAL DE ACTIVOS		\$ 15.663,04	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO \$ 15.663,04
		<u>FIRMA ADMINISTRADOR</u>	<u>FIRMA CONTADOR</u>

Figura 47 Estado de Situación Inicial

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

Como se puede observar en la tala del Estado de Situación Inicial se tiene un total de activos de \$15.663,04. De igual manera la suma del total de pasivos más el patrimonio se tiene la cantidad de \$ 15.663,04.

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

5.3.7 Estado de Resultados Proyectados

Incide (Mendoza Roca , 2009) ; “Este estado de resultados es el estado financiero que muestra cómo se han generado los ingresos y como se han causado los gastos a través de un determinado periodo de tiempo, que puede ser un mes, un año etc.”

Tabla 75 Estado de Resultados

MICROEMPRESA "AROMA PAN Panadería"					
ESTADOS DE RESULTADOS					
AL 31 DE DICIEMBRE 2017					
DETALLE	1	2	3	4	5
INGRESOS	\$ 56.612,35	\$ 57.986,17	\$ 59.393,33	\$ 60.834,64	\$ 62.310,93
SERVICIOS TOTALES	\$ 56.612,35	\$ 57.986,17	\$ 59.393,33	\$ 60.834,64	\$ 62.310,93
	1	2	3	4	5
COSTOS					
COSTO DE PRODUCCION	\$ 26.913,38	\$ 26.999,51	\$ 27.085,90	\$ 27.172,58	\$ 27.259,53
COSTO DIRECTO	\$ 25.391,44	\$ 25.472,70	\$ 25.554,21	\$ 25.635,98	\$ 25.718,02
COSTOS INDIRECTOS (GASTOS DE FABRICACIÓN)	\$ 1.521,94	\$ 1.526,81	\$ 1.531,70	\$ 1.536,60	\$ 1.541,51
GASTOS DE VENTAS	\$ 6.714,10	\$ 6.735,59	\$ 6.757,14	\$ 6.778,76	\$ 6.800,45
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 12.807,58	\$ 12.848,57	\$ 12.889,68	\$ 12.930,93	\$ 12.972,31
GASTOS FINANCIEROS	\$ 1.180,78	\$ 629,01			
DEPRECIACION	\$ 1.439,13	\$ 1.439,13	\$ 1.439,13	\$ 1.245,80	\$ 1.245,80
UTILIDAD BRUTA	\$ 7.557,37	\$ 9.334,37	\$ 11.221,48	\$ 12.706,57	\$ 14.032,84
PARTICIPACION EMPLEADOS (15%)	\$ 1.133,61	\$ 1.400,16	\$ 1.683,22	\$ 1.905,99	\$ 2.104,93
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 6.423,77	\$ 7.934,21	\$ 9.538,25	\$ 10.800,59	\$ 11.927,91
IMPUESTO A LA RENTA					\$ 31,90
UTILIDAD NETA	\$ 6.185,77	\$ 7.807,43	\$ 9.538,25	\$ 10.800,59	\$ 11.896,02

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

Mediante el Estado de Resultados se puede observar los ingresos y gastos, que tendrá la microempresa "AROMA PAN Panadería", es decir se determinara la utilidad bruta, utilidad antes de impuestos y la utilidad neta que generara en cada año.

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

5.3.8 Flujo de Caja

Indica (Leiva Bonilla , 2007, pág. 231) :

El flujo de efectivo se refiere al pronóstico diario, semanal, mensual o anual de todos los cobros y los pagos en efectivo, en función de la diferencia de los dos últimos términos, se determina el excedente o déficit de caja para un periodo determinado. Si se anticipa un déficit, se debe buscar las alternativas de financiamiento necesario para evitar un faltante de liquidez, que pueda causar serios problemas a la producción y, en general, a la operación de la empresa.

DETALLE	1	2	3	4	5
INGRESOS	\$ 56.612,35	\$ 57.986,17	\$ 59.393,33	\$ 60.834,64	\$ 62.310,93
SERVICIOS TOTALES	\$ 56.612,35	\$ 57.986,17	\$ 59.393,33	\$ 60.834,64	\$ 62.310,93
COSTOS					
COSTO DE PRODUCCION	\$ 26.913,38	\$ 26.999,51	\$ 27.085,90	\$ 27.172,58	\$ 27.259,53
COSTO DIRECTO	\$ 25.391,44	\$ 25.472,70	\$ 25.554,21	\$ 25.635,98	\$ 25.718,02
COSTOS INDIRECTOS (GASTOS DE FABRICACION)	\$ 1.521,94	\$ 1.526,81	\$ 1.531,70	\$ 1.536,60	\$ 1.541,51
GASTOS DE VENTAS	\$ 6.714,10	\$ 6.735,59	\$ 6.757,14	\$ 6.778,76	\$ 6.800,45
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 12.807,58	\$ 12.848,57	\$ 12.889,68	\$ 12.930,93	\$ 12.972,31
DEPRECIACIONES (-)	\$ 1.439,13	\$ 1.439,13	\$ 1.439,13	\$ 1.245,80	\$ 1.245,80
GASTOS FINANCIEROS	\$ 1.180,78	\$ 629,01	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
UTILIDAD BRUTA	\$ 7.557,37	\$ 9.334,37	\$ 11.221,48	\$ 12.706,57	\$ 14.032,84
PARTICIPACION EMPLEADOS (15%)	\$ 1.133,61	\$ 1.400,16	\$ 1.683,22	\$ 1.905,99	\$ 2.104,93
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 6.423,77	\$ 7.934,21	\$ 9.538,25	\$ 10.800,59	\$ 11.927,91
IMPUESTO A LA RENTA	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 31,90
UTILIDAD NETA	\$ 6.423,77	\$ 7.934,21	\$ 9.538,25	\$ 10.800,59	\$ 11.896,02
DEPRECIACIONES (+)	\$ 1.439,13	\$ 1.439,13	\$ 1.439,13	\$ 1.245,80	\$ 1.245,80
AMORTIZACIONES (+)	\$ 126,40	\$ 126,40	\$ 126,40	\$ 126,40	\$ 126,40
EXCEDENTE OPERACIONAL	\$ 7.989,30	\$ 9.499,75	\$ 11.103,79	\$ 12.172,79	\$ 13.268,22

Figura 48 Flujo de Caja

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

Mediante el Flujo de Caja que puede observar el excedente operacional que tendrá la microempresa "AROMA PAN Panadería", en el primer año será de \$7.989,30.

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Total	-\$ 15.663,04			-\$ 580,00		
Excedente Operacional		\$ 7.989,30	\$ 9.499,75	\$ 11.103,79	\$ 12.172,79	\$ 13.268,22
FLUJOS DE EFECTIVO	-\$ 15.663,04	\$ 7.989,30	\$ 9.499,75	\$ 10.523,79	\$ 12.172,79	\$ 13.268,22

Figura 49 Flujos de Caja

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

En la figura se puede apreciar los flujos de efectivo que tendrán la microempresa determinando un incremento significativo desde el año 1 hasta el año 5 lo cual es beneficioso para el proyecto a realizarse.

5.4 Evaluación

5.4.1 Tasa de descuento

Incide (Haupt, 2010, pág. 56) ; “La tasa de descuento o tipo de descuento o costo de capital es una medida financiera que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro.”

Tabla 76 Tasa de Descuento

Concepto	Porcentaje
Tasa Activa	11,49%
(+) Tasa Pasiva	3,42%
TMAR	14,91%

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Mishelle Ushiña

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Análisis

La TMAR nos indica la tasa mínima aceptable del rendimiento de la inversión de un proyecto a realizarse obteniendo un tasa de 14,91%.

5.4.2 VAN

Reconoce (Jimenez boulanger, Ingeniería Económica , 2007, pág. 81) :

El valor actual neto (VAN) de un proyecto es positivo, la inversión deberá realizarse y si es negativo, deberá rechazarse. Las inversiones con valores actuales netos positivos incrementan el valor de la empresa, puesto que tienen un rendimiento mayor que el mínimo aceptable.

Tabla 77 Cálculo del VAN

VAN =	-P	+	FNE 1	+	FNE 2	+	FNE 3	+	FNE 4	+	FNE 5
			$(1+i)^1$		$(1+i)^2$		$(1+i)^3$		$(1+i)^4$		$(1+i)^5$
VAN =	-\$ 15.663,04	+	\$ 7.989,30	+	\$ 9.499,75	+	\$ 10.523,79	+	\$ 12.172,79	+	\$ 13.268,22
			1,15		1,32		1,52		1,74		2,00
VAN =	-\$ 15.663,04	+	\$ 6.952,66	+	\$ 7.194,43	+	\$ 6.935,83	+	\$ 6.981,66	+	\$ 6.622,52
VAN =	-\$ 15.663,04	+	\$ 34.687,10								
VAN =	\$ 19.024,07										

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

Como se puede observar el valor actual neto del proyecto a realizarse es de \$19.024,07 de 5 años con una inversión inicial de \$ 15.663,04, el cual es un indicador favorable.

5.4.3 TIR

Acierta (Aguilar , 2006, pág. 6) :

La tasa interna de rendimiento de un proyecto de inversión se define como aquel tipo de actualización o descuento que iguala el valor actual de los flujos netos de caja con el desembolso inicial, es decir, es la tasa de actualización o descuento que iguala a cero el valor actual neto.

$TIR \geq TMAR$; Proyecto es factible

$TIR \leq TMAR$; Proyecto no es factible

$TIR = TMAR$; Es indiferente, ni se gana ni se pierde

Tabla 78 Tasa interna de retorno

TASA INTERNA DE RETORNO	
Inversión	\$ -15.663,04
Año 1	\$ 5.173,14
Año 2	\$ 3.982,93
Año 3	\$ 2.856,98
Año 4	\$ 2.139,79
Año 5	\$ 1.510,21
TIR	54,44%

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

Analizando el indicador financiero se determinó de la tasa interna de retorno indica un TIR de 54,44% es decir el proyecto a realizarse es viable ya que es superior a la TMAR concluyendo que se obtendrán ganancias y la inversión si se podrá recuperar.

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

5.4.4 PRI (Periodo de recuperación de la inversión)

Según (Mondino & Pendas, 2005) ; “Más conocido como “pay-back period”, es el más elemental de los métodos de evaluación conocidos y consiste simplemente en establecer la cantidad de periodos requeridos para recuperar los fondos invertidos (los flujos de fondo negativos) en un proyecto.”

Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE	Acumulado
				Actualizado	
0	-\$ 15.663,04	-\$ 15.663,04	1,00	-\$ 15.663,04	-\$ 15.663,04
1	\$ 7.989,30	-\$ 7.673,74	0,87	\$ 6.952,66	-\$ 8.710,38
2	\$ 9.499,75	\$ 1.826,01	0,76	\$ 7.194,43	-\$ 1.515,95
3	\$ 10.523,79	\$ 12.349,80	0,66	\$ 6.935,83	\$ 5.419,88
4	\$ 12.172,79	\$ 24.522,58	0,57	\$ 6.981,66	\$ 12.401,54
5	\$ 13.268,22	\$ 37.790,80	0,50	\$ 6.622,52	\$ 19.024,07

PERIODO DE RECUPERACIÓN A			PERIODO DE RECUPERACIÓN A		
VALORES CORRIENTES			VALORES ACTUALIZADOS		
	Ingresos	Inversión a Recuperar		Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 1	\$ 9.499,75	-\$ 7.673,74	AÑO 2	\$ 6.935,83	-\$ 1.515,95
1 mes	\$ 791,65	-\$ 6.882,09	1 mes	\$ 577,99	-\$ 937,96
2 mes	\$ 791,65	-\$ 6.090,45	2 mes	\$ 577,99	-\$ 359,98
3 mes	\$ 791,65	-\$ 5.298,80	3 mes	\$ 577,99	\$ 218,01
4 mes	\$ 791,65	-\$ 4.507,16	4 mes	\$ 577,99	\$ 795,99
5 mes	\$ 791,65	-\$ 3.715,51	5 mes	\$ 577,99	\$ 1.373,98
6 mes	\$ 791,65	-\$ 2.923,86	6 mes	\$ 577,99	\$ 1.951,97
7 mes	\$ 791,65	-\$ 2.132,22	7 mes	\$ 577,99	\$ 2.529,95
8 mes	\$ 791,65	-\$ 1.340,57	8 mes	\$ 577,99	\$ 3.107,94
9 mes	\$ 791,65	-\$ 548,93	9 mes	\$ 577,99	\$ 3.685,92
10 mes	\$ 791,65	\$ 242,72	10 mes	\$ 577,99	\$ 4.263,91
11 mes	\$ 791,65	\$ 1.034,36	11 mes	\$ 577,99	\$ 4.841,90
12 mes	\$ 791,65	\$ 1.826,01	12 mes	\$ 577,99	\$ 5.419,88

PERIODO DE RECUPERACIÓN	1 AÑOS , 10 MESES	PRVC	PERIODO DE RECUPERACIÓN	2 AÑOS , 3 MESES	PRVA
--------------------------------	--------------------------	-------------	--------------------------------	-------------------------	-------------

Figura 50 Periodo de Recuperación de la Inversión

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Mishelle Ushiña

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Análisis

A través del cálculo del PRI se pudo estimar que se recuperará la inversión de la microempresa en el lapso de 1 años y 10 meses aproximadamente.

5.4.5 RBC Relación Costo Beneficio

Describe (Pachón, 2014, pág. 92) :

La Relación costo- beneficio es un método de evaluación de las propuestas autorizado para los procesos de selección en los que se puedan valorar los factores técnicos y económicos (aplica en licitación y selección abreviada de menor cuantía. No aplica para bienes y servicios de características técnicas uniformes por cuanto dadas sus características solo se les califica el precio como único factor y tampoco para los concursos de méritos en los cuales el precio no da puntos).

Tabla 79 Relación Costo beneficio

PERIODO	INGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS	COSTOS ACTUALIZADOS
1	\$ 56.612,35	\$ 56.612,35	\$ 26.913,38	\$ 26.913,38
2	\$ 57.986,17	\$ 57.986,17	\$ 26.999,51	\$ 26.999,51
3	\$ 59.393,33	\$ 59.393,33	\$ 25.554,21	\$ 25.554,21
4	\$ 60.834,64	\$ 60.834,64	\$ 27.172,58	\$ 27.172,58
5	\$ 62.310,93	\$ 62.310,93	\$ 27.259,53	\$ 27.259,53
		\$ 297.137,43		\$ 133.899,21

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Fórmula:

$$RBC = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Costos Actualizados}}$$

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

$$RBC = \frac{\$ 297.137,43}{\$ 133.899,21}$$

$$RBC = 2,22$$

Análisis

Mediante el cálculo del indicador financiero Relación costo beneficio dio como resultado \$2,22 lo que indica que por cada dólar invertido la empresa ganara \$ 1,22.

5.4.6 Punto de Equilibrio

Describe (Douglas , 2006, pág. 387) :

Termino de contabilidad que se define como el punto en el margen de contribución total es igual a costo fijo total de producir un producto o servicio. En este punto los ingresos totales son iguales a los costos totales y las utilidades son cero.

Tabla 80 Punto de equilibrio

Costos Fijos	Valor
Gastos Administrativos	\$ 12.807,58
Gastos de Ventas	\$ 6.714,10
Gastos Financieros	\$ 1.809,79
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 21.331,47
Costo Variable unitario	\$ 0,13
Precio	\$ 0,22

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Fórmula:

$$P.E = \frac{CF}{P - Cvu}$$

$$P.E = \frac{\$ 21.331,47}{\$ 0,22 - \$ 0,13}$$

$$P.E = \frac{\$ 21.331,47}{\$ 0,09}$$

$$P.E = 225.571 \text{ u}$$

Demostración:

Tabla 81 Demostración punto de equilibrio

VENTAS	\$49 .625,63
(-) Costo Variable	\$ 28.294,16
(=) Margen Contribución	\$ 21.331,47
(-) Costo Fijos	\$ 21.331,47
(=) Utilidad Operacional	\$ 0,00

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Mishelle Ushiña

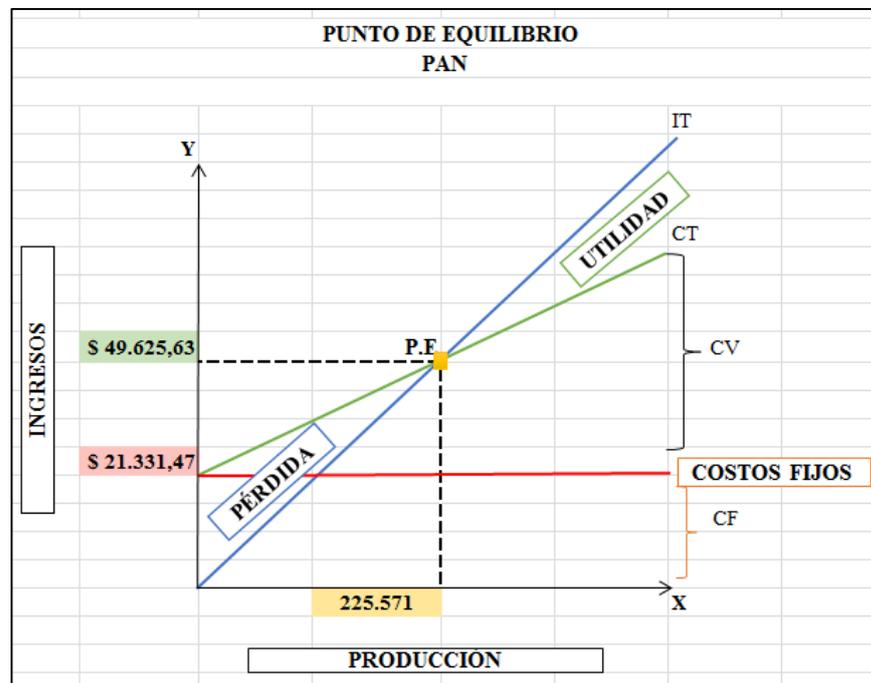


Figura 51 Punto de Equilibrio

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

Con el cálculo del punto de equilibrio se espera vender mas de 225.571 unidades de pan y la microempresa empezara a generar utilidades.

5.4.7 Análisis de índices financieros

Menciona (Guzman Aching, 2008, pág. 45) :

Específicamente estos índices son las ratios de operación (es decir la razón de determinados conceptos en el estado de operación con las ventas netas), que permiten a las empresas comparara su rendimiento en un año, con el de años anteriores con el propósito de evaluar el éxito global de la compañía.

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Tabla 82 Rentabilidad sobre el patrimonio

Rentabilidad sobre el patrimonio	
R.O.E =	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$
R.O.E =	$\frac{6.423,77,}{7.423,92}$
R.O.E =	0,87

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis:

Mediante el cálculo de la Rentabilidad sobre el patrimonio de la microempresa generará una rentabilidad del 87% es decir que el índice financiero es favorable.

Tabla 83 Rentabilidad sobre activos

Rentabilidad sobre activos	
R.O.A =	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}}$
R.O.A =	$\frac{6.423,77}{13.039,00}$
R.O.A =	0,49

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Mishelle Ushiña

El rendimiento que la microempresa oobtendrá sobre los activos es de 49% lo cual indica que está dentro de los parámetros aceptables.

Tabla 84 Rentabilidad sobre la inversión

$$\text{ROI (Rentabilidad sobre la inversión)}$$
$$\text{R.O.I} = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{INVERSIÓN}}$$
$$\text{R.O.I} = \frac{6.423,77}{15.663,04}$$
$$\text{R.O.I} = \mathbf{0,41}$$

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Mishelle Ushiña

Análisis

La rentabilidad sobre la inversión genera un 41% lo cual está en un margen favorable para la microempresa

CAPÍTULO VI

6, ANÁLISIS DE IMPACTOS

Interpreta (Gaspar Martinez ,2016, pag 18):

El objetivo del análisis de impacto es proporcionar a la dirección la información necesaria para que pueda tomar decisiones en el desarrollo de su estrategia de continuidad. Para ello, el análisis de impacto debe determinar el grado de criticidad de dichas funciones en la razón de ser de la organización y el tiempo máximo a partir, del cual, la interrupción de cada una de ellas es inaceptable.

6.1 Impacto Ambiental

Indica (Fernandez , 2003, pág. 21) :

Es el entorno vital o sea el conjunto de factores físico-naturales, estéticos, culturales, sociales y económicos que interaccionan con el individuo y con la comunidad en que vive. Es fuente de recursos que abastece al ser humano de las materias primas y energía que necesita para su desarrollo sobre el planeta.

Análisis

Con el proposito de disminuir los diferentes impactos ambientales que pueda ocasionar la microempresa "AROM PAN Panadería " se establecera que los desechos que genere la misma seran reciclados en un centro de acopio temporal, de igual manera los empleados tendran un horario asignado para la limpieza de las diferentes areas de la microempresa, de la misma forma se tendra un control de las maquinarias de esta manera se descartaran fugas de agua,gas entre otros para evitar cualquier contaminacion.

6.2 Impacto Económico

Aclara (Cruz , 2005, pág. 45) :

Los impactos económicos de un proyecto o alternativamente, de una norma, de una política o de un plan, corresponden a todos los efectos posibles a determinar, que resultan de dicha acción sobre los ecosistemas, y que tienen un potencial de expresión (valoración) económica. De un modo sintetico, los impactos involucran, el consumo de insumos o recursos requeridos para cumplir con el proyecto y los productos o resultados (deseados y no deseados) del mismo.

Análisis

El impacto económico que tendra la microempresa " AROMA PAN Panadería" sera positivo ya que favorecera al crecimiento del sector manufacturero, es decir contribuirá con el crecimiento del producto interno bruto del país ya que para la producción se obtendra materias primas las cuales se puede encontrar en el país, de igual manera con la implementación de la panificadora se generaran funtes de empleo las cuales beneficiaran a la comunidad.

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA
DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON
HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO

6.3 Impacto Productivo

Incide (Fernandez , 2003, pág. 78) :

La deradación del medio ambiente incide en la competitividad del sector productivo a través de varias vertientes, entre otras: la falta de calidad intrínseca a lo largo de la cadena de producción, mayores costos derivados de la necesidad de incurrir en acciones de remediación de ambientes contaminados y efectos sobre la productividad laboral derivados de la calidad del medioambiente.

Analisis

Con la implementación de la microempresa se tendrá un impacto positivo al generar productos innovadores buscando generar mayores ingresos y por ende una mejor productividad, tomando en cuenta la calidad de la materia prima y de los diferentes insumos que son necesarios para la producción de las diferentes líneas de pan, de esta manera satisfacer las necesidades de los clientes y aprovechando los recursos disponibles.

6.4 Impacto Social

Puntualiza (Viotto , 2010, pág. 18) :

Igualmente para las empresas su éxito económico está dado por el impacto social que logren tener en las comunidades. Y este éxito económico está basado en las personas. La mayor fortaleza de una empresa es su gente. Si esta gente es altamente capacitada, está bien remunerada, es reconocida por sus esfuerzos, se incentiva su educación y desarrollo profesional, no tengo dudas que su crecimiento es posible.

Análisis

Con la implementación de la microempresa "AROMA PAN Panadería" se generará un impacto social positivo porque se generarán fuentes de empleo para la comunidad es decir las personas que trabajen en la microempresa contarán con un sueldo digno y los beneficios que establece la ley, de igual manera se realizarán capacitaciones para la mejora continua y de esta manera ofrecer un mejor servicio y productos de alta calidad a los clientes.

CAPÍTULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

El estudio de factibilidad del proyecto que se realizó para la implementación de una panificadora dedicada a la elaboración y comercialización de productos con harina de plátano, se tomó en consideración las variables que puedan influir en el proyecto a realizarse.

- ✓ Al realizarse el análisis situacional permitió analizar los diferentes factores externos como internos con el objetivo de conocer la situación económica, legal y social del Ecuador que puedan influenciar en el proyecto, estableciendo si son viables los indicadores económicos para tener una perspectiva positiva o negativa del proyecto a desarrollarse.

- ✓ De acuerdo al estudio de mercado y las encuestas que se realizaron se pudo determinar el porcentaje de aceptación de la microempresa y la frecuencia con la que adquieren las diferentes líneas de pan los consumidores, a su vez

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

con la recolección de datos se logró determinar la oferta, demanda y las necesidades insatisfechas lo cual representa una oportunidad para el proyecto ya que se puede cubrir las necesidades que el mercado lo requiere.

- ✓ Mediante el estudio técnico permitió determinar la mejor ubicación de la panificadora la cual estará localizada en la parroquia de Ñaquito por caracterizarse de ser un lugar estratégico para la implementación del proyecto, de la misma manera permitió determinar el proceso productivo y los equipos necesarios para la producción, elaboración y comercialización de las líneas de pan que ofrecerá la microempresa.
- ✓ El estudio financiero fue de gran importancia porque permitió calcular los recursos financieros que se necesitaran para la implementación de la panificadora.
- ✓ Mediante el análisis de impactos tanto económicos, ambiental, social y productivo se pudo determinar que la microempresa tendrán un impacto positivo para la sociedad, el estado y la productividad del país etc. mejorando el desarrollo económico del Ecuador.

7.1 Recomendaciones

- ✓ Adquirir materia prima de alta calidad, de esta manera se garantizará que los productos satisfagan las necesidades de los consumidores y así poder fidelizar la confianza con los clientes con la finalidad de conseguir mayores ingresos

- ✓ Realizar estudios de mercado periódicamente para analizar la satisfacción y aceptación de los productos que ofrece la microempresa con la finalidad de conocer las exigencias que los clientes lo requieran para continuar innovando en el mercado.

- ✓ Establecer un plan estratégico publicitario y promocional para dar a conocer los productos y servicios que la panificadora ofrece a sus clientes de esta manera captar más clientes y posicionar la microempresa en el mercado.

- ✓ Mantener una evaluación financiera del crecimiento económico que tenga la microempresa de esta manera se identificara dificultades que surgieron en la actividad económica y se podrá tomar decisiones que beneficien a la microempresa.

- ✓ Realizar capacitaciones al personal para tener una mejora constante en la producción y comercialización de las líneas de pan, de esta manera se garantizará productos y servicios de alta calidad.

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar , I. (2006). *Finanzas* .
- Alvira, F. (2013). *La encuesta*.
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos* . México : Mc Graw Hill .
- Banco Central del Ecuador. (2017). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 17 de Mayo de 2017, de <https://contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion>
- Barajas Nova , A. (2008). *Finanzas*.
- Berghe Romero, E. (2010). *Gestión y Gerencia Empresariales* .
- Borja, R. (2014). *Enciclopedia de la politica*.
- Campos Huerta , M. (2010). *Compendio para el estudio de las finanzas corporativas basica en las universidades* . México.
- Carrion Maroto, J. (2009). *Estrategia de la visión a la acción* .
- Chiavenato , I. (2011). *Administración de Recursos Humanos* . México.
- Ciro Martínez, b. (2010). *Estadística bÁSICA Aplicada*. bogota .
- Córdoba Padilla, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Cruz , G. (2005). *Economía aplicada a la valoración de impactos ambientales* . Manizales .
- Cuatrecasas Arbós, L. (2012). *El producto . Análisis de valor: Organización de la producción y dirección de operaciones* . Madrid.
- Delgado Vera , C. (2009). *Aplicación de los intereses pasivos y activos en el sistema Bancario*. Guayaquil.
- Delgado Vera, S. C. (2013). *Aplicacion de los Pasivos y Activos en el Sistema Bancario*. Guayaquil.
- Delgado, S. (2013). *Aplicación de los pasivos y activos en el sistema bancario*. Guayaquil.

- Díaz , E., & Arnoletto. (2009). *Un aporte a la gestión pública*.
- Diez Vial, I., De Castro, G., & Montero Sánchez , M. (2012). *Economía de la empresa* . Madrid.
- Douglas , R. (2006). *Fundamentos de la administración financiera* .
- El comercio. (29 de Agosto de 2011). *EL Comercio*. Recuperado el 23 de Junio de 2017, de El comercio: www.elcomercio.com/actualidad/quito/quitenos-se-abastecen-500-panaderias.html
- El Pan, su importancia e importancia cultural. (15 de Junio de 2009). *El Pan, su importancia e importancia cultural*. Recuperado el 21 de Mayo de 2017, de <http://elpansuorigeneimportanciacultural.blogspot.com/feeds/posts/default>
- El telégrafo. (15 de Junio de 2014). *Pan una alimentación en Cuenca*. Recuperado el 21 de Mayo de 2017, de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional-sur/1/para-una-alimentacion-en-cuenca-el-pan-en-el-siglo-xvi>
- El tiempo. (17 de Julio de 2009). *El tiempo* . Recuperado el 13 de Mayo de 2017, de www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1378042
- Entorno externo de las expresas. (22 de Noviembre de 2012). *Entorno externo de las expresas*. Obtenido de <http://entornoexterno.blogspot.com/2012/11/medio-externo-economico-social-cultural.html>
- Fernandez , V. (2003). *Guia metodologica para la evolución de impacto ambiental* . Meico : Ediciones mundi-prensa .
- Fernández Espinoza , S. (2007). *Los proyectos de inversión*. Costa Rica: tecnologica de costa rica.
- Fernández Espinoza, S. (2007). *Los Proyectos de Inversión: Evaluación Financiera* . Costa Rica.
- Fernández Iparraguirre, J., & Casado Mayordomo, M. (2011). *Contabilidad Financiera para directivos*. España .
- Ferré Trezano, J. (2010). *Marketing y Ventas* .
- Ferre, J. (2010). *Marketing y ventas* . España.
- Fierro Martinez, Á. (2011). *Contabilidad General*. bogota: eco ediciones.

- Fridman , A., & Guaragna, b. (2009). *Investigación de mercado en el siglo XXI*.
California.
- G, Alvarez , M. (2010). *Manual de Planificación Estrategica*. México: Manuel
Contreras .
- Garcia, S., & Jose , V. (2009). *Estimación y Especificación de un modelo de riesgo
país*. Madrid .
- Gomero Palacios , H. (2006). *Fundamentos tecnicos de la matematica financiera* .
Perú.
- Greco, O. (2011). *Diccionario Finanzas* . buenos Aires .
- Guitierrez Montes , A. (2012). *Economía factor económico*.
- Guzman Aching, C. (2008). *Ratios financieros* .
- Guzman Vasquez , A., Romero Cifuentes, T., & Guzman Vásquez , D. (2005).
Contabilidad Financiera. bogota: editorial Universidad del Rosario.
- Houpt. (2010). *Arthur Haupt*.
- Huamán Vlencia , H. (2009). *Manual de tecnicas de investigación Conceptos y
aplicaciones* . Lima.
- Iglesias Cortizas, J., & Sánchez Rodríguez, D. (2009). *Diagnostico e Intervención
Didáctica del Lenguaje*. La Coruña.
- ILPES. (2011). *Guia para la presentación de proyectos* . México.
- Jimenez boulanger, F. (2007). *Ingenieria Económica* . Costa Rica.
- Jimenez boulanger, F., & Espinoza Gutierrez, C. (2007). *Costos Industriales*. Costa
Rica: editorial tecnologica de Costa Rica.
- Jorge Tejada. (13 de Julio de 2010). *Jorge Tejada*. Recuperado el 17 de Mayo de
2017, de www.aporrea.org/actualidad/a103977.html
- Jumañh, A. (2015). *Introducción a la contabilidad para la toma de desiciones* .
- Kloter, P. (2012). *La Demanda* .
- Lacalle,Caldaz, & Carrión . (2012). *Recursos Humanos y Responsabilidad Social
Corporativa*.

- Leiva bonilla , J. (2007). *Los emprendedores y la creación de empresas* . Costa Rica
- Líderes. (Junio de 2011). *Líderes*. Recuperado el 29 de Junio de 2017, de Líderes:
www.revistalideres.ec/lideres/rosario-manzano-pan-ambato-horneo.html
- López belbeze. (2008). *Dirección comercial: guía de estudio*. España.
- Mankiw, G. (2009). *Principios de Economía*. México.
- Marcuse, R. (2010). *Diccionario Economico* . Bogota.
- Martin, A. F. (2013). *LA ENCUESTA*.
- Mejía Gutiérrez, T. (2005). *Estructura presupuestal de un proyecto económico*.
bogota.
- Mendoza Roca , C. (2009). *Presupuesto para empresas de manufactura* . Colombia:
Uninorte.
- Merino Pérez, P., & Maria, J. (2014). *Definiciones*.
- Meza Orozco, J. (2013). *Evaluación financiera de proyectos* . Colombia.
- Mochón Morcillo, F. (2011). *Microeconomía con aplicaciones a América Latina* .
- Mondino, D., & Pendas, E. (2005). *Finanzas para empresas competitivas* . Buenos
Aires : Granic.
- Morocho Morcillo, F. (2009). *Principios de Economía*.
- Münch, L. (2010). *Administración. Gestión organizacional. enfoques y proceso
administrativo* . México: Pearson Educación .
- Mundopán. (29 de Julio de 2015). *Mundopán* . Recuperado el 13 de Mayo de 2017,
de <http://mundopan.es/el-origen-del-pan-y-su-historia-hasta-nuestros-dias-cereal/>
- Muñiz, R. (2010). *Marketing*.
- Muñoz Razo, C. (2009). *Como elaborar y asesorar una investigación de tesis* .
México.
- Muso, J. (2011). *La demanda* .
- Pachón, C. (2014). *Contratación pública: análisis normativo descripción de
procedimientos* . Colombia: Eci Ediciones .

- Passage, M. (2006). *Guía para la presentación de proyectos*. México.
- Pavón Isabel, L. C. (2013). *Macroeconomía aplicada*. McGraw-Hill Interamericana.
- Perez Martinez, & Guerrón Garcia. (2009). *Procedimiento para el proceso de comercialización*.
- Print, M. (2010). *Gran Diccionario Económico*. bogota.
- Ramirez Cardona, C. (2009). *Fundamentos de Administración*.
- Reyes Ramos, O. (2013). *Nuevas Tendencias en el Negocio electrónico*.
- Rivas, J., & Ildefonso Grande, E. (2013). *Comportamiento del consumidor Decisiones y estrategia de marketing*. Madrid.
- Rodés, B. (2014). *Gestión económica y financiera de la empresa*. Madrid.
- Romeo, R., & Iann, b. (2010). *Factor Social*.
- Rosales Posas, R. (2009). *Formulación y Evaluación de proyectos*. Costa Rica.
- Sábado, J. (2009). *Fundamentos de bioestadística y análisis de datos para enfermería*. España.
- Sapag. (2008). *Estudio Técnico*.
- Sapag Chain, R. (2007). *Preparación y evaluación de proyectos*.
- Sinisterra, G., & Polanco, L. (2007). *Contabilidad Administrativa*. bogota: eco ediciones.
- Solana, H. (2010). *Estadística descriptiva y distribuciones de probabilidad*. Bogota.
- Solano, H. (2010). *Estadística descriptiva y distribuciones de probabilidad*. Bogota.
- Solano, H. (2015). *Física*. Bogota.
- Stephen, & Coulter. (2010). *Ambiente externo*.
- Terry, G. (2011). *Gestión administrativa*.
- Ugaz Cruz, A. (2011). *Panadería Artesanal*. Perú: Lexux Editores.
- Vasquez, V. (2009). *Organización aplicada*. Quito.
- Veraguas, S. (2009). *Programa de fortalecimiento institucional del MIDA. Instructivo para la identificación y priorización de proyectos*. Panama.

Viotto , L. (2010). *Las voces del éxito una generación de lideres que explica como alcanzar el éxito y transformar* . buenos Aires .

Zárate , M., & Rubio , M. (2011). *Paisajes, sociedades y cultura en geografía humana*.

ANEXOS

Anexo 1 Horno Industrial



Anexo 1 Horno Industrial

Fuente: Google

Anexo 2 Batidora



Anexo 2 Balanza

Fuente: Google

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Anexo 3 Amasadora



Anexo 3 Amasadora

Anexo 4 Coches



Anexo 4 Coches

Fuente: Google

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Anexo 5 Estantería



Anexo 5 Estantería

Fuente: Google

Anexo 6 Mesa de Trabajo



Anexo 6 Mesas de Trabajo

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Anexo 5 Formulario LUAE

FORMULARIO DE SOLICITUD DE LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS (LUAE) EN EL D.M.Q.



INFORMACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO					
RUC / RSE:	Nombre Comercial:				
Establecimiento No.:	Principal:	Secursal:	Patente / RAIT:	Pedro No.:	Área del establecimiento (m ²):
Actividad Económica:					
PERSONA NATURAL					
C.C. / Pasaporte:	Nombre y Apellido:				
PERSONA JURÍDICA					
C.C. / Pasaporte	Nombre y Apellido				
Repr. Legal:	Repr. Legal:				
Fecha Nacimiento	Rueda Social:				
Repr. Legal:					
IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA (ROTULACIÓN)					
Categoría exclusiva para el etiquetado y/o promoción de la identificación del establecimiento					
Tipo del rótulo			Ubicación del rótulo		Local
			Tamaño de la fachada	<input type="checkbox"/> Frente <input type="checkbox"/> Arretras	
Largo	Ancho	Altura sobre el nivel de la acera	Tipo de material	Adosado a la fachada frontal	Adosado a la pared lateral
<input type="checkbox"/> Adosado a la pared frontal <input type="checkbox"/> Adosado a la pared lateral					
DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO					
Parroquia	Calle principal		Número	Calle secundaria	
Sector o Referencia para ubicación			Piso	Oficina / Departamento	Edificio
Teléfono 1	Teléfono 2	e-mail		Horario de atención	

INSTRUCTIVO FORMULARIO DE SOLICITUD DE LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS (LUAE) EN EL D.M.Q.

INFORMACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO	
Esta sección solicita información general para identificar al establecimiento y será utilizada por las diferentes instancias del Municipio involucradas en el proceso de emisión de la Licencia Metropolitana Única de Funcionamiento: Nombre, Turnos, y Rotulación.	
RUC / RSE No.:	Corresponde al número de Registro Único de Contribuyentes del SRI.
Nombre Establecimiento:	Corresponde al nombre con el que los clientes abordan al establecimiento, que puede ser la misma razón social o otro.
Establecimiento No.:	Para el caso de tener varios establecimientos bajo el mismo RUC, favor colocar el número de establecimiento de acuerdo con el RUC/ RSE e indicar con una X el establecimiento correspondiente.
Patente / RAIT	Corresponde al número de registro de la Patente o RAIT.
Pedro No.:	Corresponde al número de pedro en el caso se ubica el establecimiento de la actividad económica, independientemente de trabajo de un local propio o arrendado.
Área del establecimiento:	Registre en metros cuadrados el área del establecimiento desde donde se ejerce la actividad económica.
Actividad Económica:	Registre la descripción de cada una de las actividades económicas que se realizan en el mismo establecimiento, esta descripción debe ser la misma que consta en el Registro Único de Contribuyentes.
TIPO DE CONTRIBUYENTE	
PERSONA NATURAL:	
Cédula de ciudadanía o Pasaporte:	Indicar el número de cédula del propietario del negocio o en caso de ser extranjeros, el número del pasaporte.
Nombre y Apellido:	Indicar nombre y apellidos completos del propietario del negocio.
PERSONA JURÍDICA:	
C.C. / Pasaporte Repr. Legal:	Colocar el número de cédula o pasaporte del representante legal.
Nombre y Apellido Repr. Legal:	Indicar los nombres y apellidos completos del representante legal.
Fecha Nacimiento Repr. Legal:	Registrar el día, mes y año en el que fue nombrado el representante legal. / Vigencia fecha en la que caduca el nombramiento del representante legal.
Rueda Social:	Registrar nombre de la persona jurídica, empresa o compañía.
INFORMACIÓN PARA CATEGORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA	
TURISMO:	
En esta sección de ser el caso, deberá registrar claramente la información solicitada. De acuerdo con el Decreto Presidencial No. 873 está prohibido el funcionamiento de establecimientos dedicados a juegos de azar practicados en salas de juego. Toda actividad económica relacionada con el sector del Turismo debe contar con Registro Turístico.	
IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA (ROTULACIÓN):	
En esta sección deberá registrar claramente la información solicitada en metros cuadrados, siempre y cuando corresponda al rótulo que tiene por fin exclusivo la identificación, difusión y/o promoción de la identificación o localización del establecimiento.	
DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO:	
En estos campos se deberá completar claramente la información solicitada correspondiente a la dirección del establecimiento, es importante que registre al menos un número telefónico y correo electrónico.	
CRUCES DE VERIFICACIÓN:	
Dibujar el croquis de ubicación del establecimiento con el fin de facilitar su localización para la fase de inspección y control.	
DECLARACIÓN JURADA Y FIRMA:	
El titular de la LUAE es responsable exclusivo del contenido de las declaraciones que, bajo juramento, ha efectuado en el formulario de solicitud.	

Fuente: Alcaldía de Quito

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Anexo 8 Formulario Patente Municipal

Formulario para el pago de la Patente Municipal

Este impuesto debe ser pagado por todas las personas naturales o jurídicas que ejerzan alguna actividad comercial en Quito.



Dirección Metropolitana Tributaria

Quito, de de 20

DECLARACIÓN DE IMPUESTO DE PATENTE

Personas Naturales NO obligadas a llevar contabilidad

En cumplimiento a lo que determina el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización en sus artículos 546 al 551, la Ordenanza Metropolitana No. 157 sancionada el 23 de diciembre de 2011, que establecen, regulan y reglamentan la declaración y pago del Impuesto de Patente Municipal y la Ordenanza Metropolitana No. 181 sancionada el 23 de febrero de 2012, que regula el sentido de aplicación del cobro del impuesto de Patente Municipal que estableció la Ordenanza Metropolitana No. 135, sancionada el 17 de diciembre de 2004; inscribo y declaro:

Apellidos y Nombres completos del Contribuyente:		Cédula de Identidad
Nombre Comercial		Número de RUC
Dirección Principal	Número de Predio	Teléfono
Actividad Económica Principal	Fecha de inicio de actividad	
¿Posee establecimiento, local u oficina en la cual realiza su actividad económica? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No Fecha de apertura <input type="text"/>		
Fecha de Nacimiento <input type="text"/>	Porcentaje de Discapacidad <input type="text"/>	No. Carnet <input type="text"/>

ARTESANOS CALIFICADOS

Acuerdo Ministerial No.: <input type="text"/>	Fecha de Resolución: <input type="text"/>
J.N.D Artesano No.: <input type="text"/>	Fecha de Calificación: <input type="text"/>

SUCURSALES (en el caso de poseer)

Dirección 1: <input type="text"/>
Actividad Económica: <input type="text"/>
Dirección 2: <input type="text"/>
Actividad Económica: <input type="text"/>
Dirección 3: <input type="text"/>
Actividad Económica: <input type="text"/>

Contribuyente		Funcionario Receptor de la Declaración	
Nombre: <input type="text"/>	Cédula: <input type="text"/>	Nombre: <input type="text"/>	Cédula: <input type="text"/>
Firma: <input type="text"/>		Firma: <input type="text"/>	

Fecha de Inscripción <input type="text"/>	NÚMERO DE REGISTRO DE COMERCIANTE	<input type="text"/>
--	--	----------------------

IMPRIMIR

Puede ser descargado de la siguiente página web: www.quito.gob.ec :

Anexo 7 Formulario Patente

Fuente: Alcaldía de Quito

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Anexo 10 Permiso de Bomberos

CUERPO DE BOMBEROS
DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
RUC 1768097950001

SOLICITUD DE SERVICIO

Quito, a _____ de _____ de 20__

Señores
Dirección de Prevención de Incendios
CUERPO DE BOMBEROS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
Presente.

De mi consideración
Ya, _____ con RUC # _____

RAZÓN SOCIAL: _____
ACTIVIDAD: _____ TELÉFONOS: _____

DIRECCIÓN

BARRIO-URBANIZACIÓN: _____ PARROQUIA: _____
CALLE: _____ Nº _____ INTERSECCIÓN: _____
EDIFICIO/PROYECTO: _____ PISO: _____ DEPARTAMENTO: _____
CONTACTARSE CON: _____ TELÉFONO: _____

Por medio de la presente solicito a usted, se digne autorizar a quien corresponda, realice el siguiente trabajo:

INSPECCIÓN:	<input type="checkbox"/>	VISTO BUENO DE PLANOS:	<input type="checkbox"/>
INSPECCIÓN ESPECTÁCULO PÚBLICO:	<input type="checkbox"/>	RESELLOS DE PLANOS:	<input type="checkbox"/>
INSPECCIÓN EDIFICIO PÚBLICO/FUNDACIONES:	<input type="checkbox"/>	Ocupación:	<input type="checkbox"/>
FACTIBILIDAD DE GAS:	<input type="checkbox"/>		
DEFINITIVO DE GAS:	<input type="checkbox"/>		
OTROS: _____			

Aportamiento,

Propietario:
Administrador:
Delegado del representante legal:

Firma: _____
Nombre: _____
Nº de Cédula: _____

CROQUIS

N
O E
S

NOTA
El CB-CMQ se deslinda de responsabilidad si los datos proporcionados por el usuario son erróneos.

Central Telefónica 3 953 700 / www.bomberosquito.gob.ec

Fuente: Alcaldía de Quito

CONTRIBUIR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANIFICADORA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CON HARINA DE PLÁTANO, UBICADO EN EL NOROESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Urkund Analysis Result

Analysed Document: USHIÑA CAGUANA MISHELLE STEFANIA.pdf (D30298110)
Submitted: 2017-08-30 20:51:00
Submitted By: mishellestefanyc@hotmail.com
Significance: 8 %

Sources included in the report:

tesis mercedes llumiquinga. corregido.pdf (D23584741)
urkund_villapradomarcillo_rosamaría_bancaria_16.docx (D19523818)
Tituaña Adriana Tesis Final.docx (D23266372)
tesis mercedes llumiquinga..pdf (D23545495)
<https://helda.helsinki.fi/handle/10138/28820>
<http://elpansuorigeneimportanciacultural.blogspot.com/feeds/posts/default>
<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1378042>
<http://mundopan.es/el-origen-del-pan-y-su-historia-hasta-nuestros-dias->

Instances where selected sources appear: