



CARRERA DE ADMINISTRACION BANCARIA Y FINANCIERA

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
PANADERÍA UBICADA AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE
QUITO, EN EL SECTOR DE LA LUCHA DE LOS POBRES EN EL AÑO 2016.**

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

Autor: Edgar Stalin Carrillo Galeas

Tutor: Ing. Mayra Valverde

Quito, Abril 2016



DECLATORIA

El presente proyecto contiene información actualizada la cual ayudo a la realización del siguiente proyecto que ante mano se sito las fuentes correspondientes

Carrillo Galeas Edgar Stalin

C.I 1723018337

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANADERÍA UBICADA AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL SECTOR DE LA LUCHA DE LOS POBRES EN EL AÑO 2016.

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, Edgar Stalin Carrillo Galeas portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 120671997-1 de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: *“La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato”*; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: **“Administración Bancaria Y Financiera”** facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

FIRMA

NOMBRE

CEDULA

Quito, a los 7 de Mayo del 2016

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANADERÍA UBICADA AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL SECTOR DE LA LUCHA DE LOS POBRES EN EL AÑO 2016.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a dios por la salud que me ha dado, por las fuerzas que cada día me los brindo, gracias al apoyo incondicional de mi Madre a ese esfuerzo que cada día lo hice por llegar a un objetivo, gracias a esos amigos Silvia y Carlos que son la familia que uno escoge. El apoyo de todos ellos fue importante y lo seguirá siendo.

Gracias a las empresas que supieron abrirme las puertas sin condición alguna, por ayudarme a seguir guiándome en la carrera que me forme para poder ser un apoyo en las empresas, a los maestros que supieron guiar de la mejor manera para poder tener éxito en la finalización de mi tecnología y para enfrentar este mundo competitivo.

DEDICATORIA

Le dedico adiós por su grandeza y por sus fuerzas brindadas para seguir de pie, a mi Madre Norma Galeas, a quien admiro mucho, que gracias a su apoyo incondicional enfrentado este reto que acido una experiencia más en mi vida cotidiana, a mi familia que también.

A ese amigo llamado Carlos Onofre que a pesar del tropiezo que me encontraba supo estrecharme su mano sin condición alguna. También es a alguien que admiro mucho por su sabiduría y sencillez que lleva.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto se lo realiza a base de la necesidad que tiene el sector la lucha de los pobres, y es la implementación de una panadería con el fin de satisfacer a las personas que viven alrededor.

Es por ello el objetivo de crear la panadería es para distribuir y comercializar varios productos tanto para las personas que no puedan degustar de panes alto en calorías, es así que este proyecto no solo es para las personas que no padezcan de una enfermedad, sino que es para todas las personas del sector.

INDICE

CAPITULO I	17
1.1Justificación	17
1.1.2 Antecedentes	18
CAPITULO II:	21
2Análisis Situacional	21
2.1Ambiente Externo	21
2.1.1Factor Económico	22
2.1.2Factor Social	27
2.1.3Factor Legal	32
2.1.4Permiso Sanitario	35
2.1.5Factor Tecnológico	36
2.2Entorno Local	39
2.2.1Clientes 39	
2.2.2Proveedores	40
2.2.3Competidores	42
2.3Análisis Interno	44
2.3.1Propuesta Estratégica	44
2.3.2Gestión Administrativa	46
2.3.3Organigrama.	47
2.3.4Gestión Operativa	47
2.3.5Organigrama Funcional.	49
2.3.6Gestión Comercial	50
2.4Análisis FODA	56
CAPITULO III	59
3Estudio de Mercado	59
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANADERÍA UBICADA AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL SECTOR DE LA LUCHA DE LOS POBRES EN EL AÑO 2016.	

3.1.1Análisis del Consumidor	59
CAPITULO IV	77
4Estudio Técnico.....	77
4.1.1Objetivos del Estudio Técnico.....	77
4.2Localización	79
4.2.1Macro Localización.....	79
4.3Ingeniería del Proyecto	81
4.3.1Definición de Bien y Servicio	82
CAPITULO V.....	94
5Estudio Financiero	94
5.1Ingresos Operacionales.....	94
5.2Costos95	
5.2.1Costos Directos.....	95
5.2.2Costos Indirectos	95
5.3Materia Prima	96
5.3.2Gasto Administrativo.....	99
5.4Inversiones	101
5.5Evaluación.....	110
5.5.1Tasa de Descuento	110
5.5.2Valor Actual Neto (VAN).....	110
5.6Análisis de Índices Financieros.....	116
5.6.1Indicadores de Liquidez	117
5.6.2Indicadores de Rentabilidad	117
5.6.3Indicadores de la Estructura	119
CAPITULO VI	121
6Análisis de Impactos	121
6.1Impacto Ambiental	121
6.2Impacto Económico	121
6.3Impacto Productivo	122
6.4Impacto Social.....	122
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANADERÍA UBICADA AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL SECTOR DE LA LUCHA DE LOS POBRES EN EL AÑO 2016.	



CAPITULO VII	123
7Conclusiones	123
7.1Recomendaciones	123
Bibliografía	125
ANEXOS	130

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 PIB.....	22
Tabla 2 La Inflación.....	23
Tabla 3Tasa Activa	25
Tabla 4 Tasa Pasiva	26
Tabla 5 Población Económicamente Activa	27
Tabla 6 Tasa Desempleo	29
Tabla 7 Canasta Familiar.....	31
Tabla 8 Proveedores	41
Tabla 9 Competencia	43
Tabla 10 FODA (Fortaleza, Oportunidad, Debilidades y Amenazas).....	58
Tabla 11 Población que hay en Pichincha en último censo 2010	60
Tabla 12 Pregunta 1 de la encuesta realizada	65
Tabla 13 Pregunta 2 de la encuesta realizada	66
Tabla 14 Pregunta 3 de la encuesta realizada	67
Tabla 15 Pregunta 4 de la encuesta realizada	68
Tabla 16 pregunta 5 de la encuesta realizada.....	69
Tabla 17 Pregunta 6 de la encuesta realizada	70
Tabla 18 Pregunta 7 de la encuesta realizada	71
Tabla 19 Pregunta 8n de la encuesta realizada	72
Tabla 20 Demanda Proyectada.....	73
Tabla 21 Oferta Actual.....	74
Tabla 22 Oferta Proyectada	75
Tabla 23 Balance Actual.....	76
Tabla 24 Capacidad Instalada	78
Tabla 25 Macro – Localización.....	79
Tabla 26 Códigos de Cercanía	83
Tabla 27Simbología del Proceso de Producción.....	85
Tabla 28 Proceso de Elaboración del PAN	86
Tabla 29 Maquinaria que se Utilizara en la Elaboración del Producto.....	87
Tabla 30 Equipo a Utilizarse.....	88
Tabla 31 Muebles y Enceres.....	89
Tabla 32 Muebles y Enceres.....	90
Tabla 33 Equipos de Computación.....	91
Tabla 34 Equipos de Oficina	92

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANADERÍA UBICADA AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL SECTOR DE LA LUCHA DE LOS POBRES EN EL AÑO 2016.

TABLA 35 Producción	94
Tabla 36 Materia Prima	97
Tabla 37 Materia Prima con Costos Indirectos.....	98
Tabla 38 Mano de Obra Directa.....	98
Tabla 39 Gasto Administrativo.....	99
Tabla 40 Costos Fijos.....	101
Tabla 41 Activos Fijos	102
Tabla 42 Activos Nominales.....	103
Tabla 43 Capital de Trabajo	104
Tabla 44 Tabla de Amortización	105
Tabla 45 Depreciación a 5 años de los Activos Fijos.....	107
Tabla 46 Estado de Situación Inicial.....	108
Tabla 47 Estados de Resultados Proyectado	109
Tabla 48 Flujos Netos de Efectivo	111
TABLA 49 TIR.....	112
Tabla 50 (PRI).....	113
Tabla 51 PERIODO DE RECUPERACION.....	113
Tabla 52 Datos del Punto de Equilibrio	115

Índice de Figuras

Figura 1 El PIB.....	22
Figura 2 Inflación.....	24
Figura 3 Tasa Activa.....	25
Figura 4 Tasa Pasiva.....	26
Figura 5 Población Económicamente Activa 2014.....	28
Figura 6 Población Económicamente Activa 2015.....	28
Figura 7 Tasa Desempleo	30
Figura 8 Canasta Familiar	31
Figura 9 Horno	37
Figura 10 Batidora de Amasar	38
Figura 11 Máquina Registradora	38
Figura 12 Futuros Clientes.....	39
Figura 13 Organigrama.....	47
Figura 14 Organigrama Funcional.....	49
Figura 15 Logotipo.....	51
Figura 16 Mapa de Ubicación de la Microempresa	52
Figura 17 Canal de Distribución.....	53
Figura # 18 Porcentaje de consumo de pan	65
Figura # 19 Porcentaje de Pan bajo en caloría y en grasas trans	66
Figura # 20 Porcentaje de los integrantes que conforman una familia en el sector	67
Figura # 21 Porcentaje del consumo de pan en cada hogar del sector	68
Figura # 22 Porcentaje de consumo de pan al día.....	69
Figura # 23 Porcentaje de la satisfacción de la implementación de la Panadería	70
Figura # 24 porcentaje de gasto diario.....	71
Figura # 25 Porcentaje del precio a pagar por un pan dietético.....	72
Figura # 26 Croquis Lucha de los Pobres	80
Figura # 27 Micro Localización del Sector	81
Figura # 28 Matriz Cruzada	83
Figura # 29 Estructura de la Planta de la Panadería.....	84
Figura # 30 Costos Directos e Indirectos	96
Figura # 31 Punto de Equilibrio	116
Figura # 32 Anexo Panadería Sonrisas y Alegría.....	131
Figura # 33 Anexo Ingredientes.....	131
Figura # 34 Anexo Elaboración del Pan.....	132

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANADERÍA UBICADA AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL SECTOR DE LA LUCHA DE LOS POBRES EN EL AÑO 2016.



Figura # 35 Anexo Plan Nacional del Buen Vivir.....	132
Figura # 36 Anexo Cambio en la Matriz Productiva	133
Figura # 37 Anexo SRI	133

RESUMEN EJECUTIVO

La panadería “Sonrisas y Alegrías” se dedicara a la producción y distribución de panes al estilo casero, se enfoca especialmente a la necesidad del sector Lucha de los Pobres los productos que se ofrecen son variados, panes de altas calorías y panes bajos en grasas, bajo en azúcar, se promocionara el producto a un precio alcance de todas las familias en el sector, con el mejor sabor y precio en el mercado.

El proyecto estructurado nace de la necesidad que se encuentra el Ecuador y así se ayudara a dar paso al Plan Nacional del Buen Vivir.

Es una investigación de aproximadamente tres meses la misma que da como resultados la proyección cinco años, muestra viabilidad, la cual se generara nuevas fuentes de empleo y satisfacción en el sector de Lucha de Los Pobres, será el sitio de instalación de la pequeña microempresa.

Encontramos aspectos de suma importancia como es los antecedentes, valores de la microempresa.



Se realizó estudio de mercado donde se pudo evidenciar las necesidades que existen en el sector donde se implementara la microempresa, siendo un lugar de influencia para el comercio.

Se estudió el análisis financiero dando como resultado que el proyecto es factible, se encontró la tasa de retorno, VAN, TIR, Punto de Equilibrio, periodo de recuperación.

ABSTRACT

The bakery "Smiles and Cheers" was dedicated to the production and distribution of bread home-style is especially focused on the need for Struggle of the Poor industry products offered are varied, breads high calorie and low breads fat, low in sugar, the product at a price range of all households in the sector, with the best taste and price in the market will be promoted.

The structured project stems from the need is Ecuador and so will help make way for the National Plan for Good Living.

It is an investigation about three months it gives as results the screening five years, shows viability, which new sources of employment and satisfaction generated in the sector struggle of the poor, will be the site of installation of the small micro-enterprise.

We found important aspects such as history, values microenterprise.

Market study which was evident the needs that exist in the area where microenterprise is implemented, remains a place of influence for trade was made.

Financial analysis result that the project is feasible, the rate of return, NPV, IRR, Breakeven, recovery period studied was found.

CAPITULO I

1.1 Justificación

Es el estudio de factibilidad, para la implementación de una panadería se lo realiza bajo la finalidad de llegar al consumidor con diferentes tipos de productos y que se han del agrado para el consumidor tanto interno como externo y lo cual permita crecer y fortalecer oportunidades para un crecimiento económico ya que hoy en día los emprendedores con ideas nuevas e innovadoras tienen el apoyo del estado ecuatoriano.

Este proyecto como tal se lo realiza bajo la factibilidadde microempresas ya establecidas en el país, este proyecto tendrá un valor agregado con calidad y que serán producidas por manos ecuatorianas.

El objetivo de este proyecto es dar a conocer un producto con calidad para el bienestar de cada persona y con el fin de aportar con **Plan Nacional del Buen Vivir**.

Obteniendo la oportunidad de aportar a la economía del país, generando empleo y ayudando al cambio de la matriz productiva del Ecuador.

1.1.2 Antecedentes

Actualmente en el País existe una gran gama de alimentos que son poco nutricionales para la salud, esta necesidad implica innovar y contribuir con la Matriz Productiva mediante la implementación de una panadería que satisficiera las necesidades de los consumidores ya que se utilizarán productos bajos en calorías y alto en nivel nutricional dando apertura al mercado, mejorando los malos hábitos alimenticios de los clientes y así tendrán una buena nutrición con este producto nutritivo.

El presente proyecto aportara a él Plan Nacional del Buen Vivir, enfocándose al objetivo número 8 Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible.(Plan Nacional del Buen Vivir 2013- 2017, s.f., pág. 247)

Numero 9 Garantizar el trabajo digno en todas sus formas.(Plan Nacional del Buen Vivir 2013- 2017, s.f., pág. 273).

Se enfocará a estos dos objetivos ya que el proyecto satisficiera a todas las personas del sector y clientes, dando así apertura y crecimiento sostenible y sustentable a una actividad económica siendo así se dará trabajo digno y un salario de acuerdo a su actividad, consolidando así un sistema económico solidario.(Diaz, s.f., pág. 1)

Fue el alimento básico de la humanidad desde la Prehistoria. Los primeros panes

estarían hechos con harinas de bellotas o de hayucos. Los arqueólogos han

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANADERÍA UBICADA AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL SECTOR DE LA LUCHA DE LOS POBRES EN EL AÑO 2016.

desenterrado fragmentos de pan ácimo en las excavaciones de los poblados cercanos a los lagos suizos. Se sabe que los egipcios elaboraban pan desde hace mucho tiempo y se cree que descubrieron la fermentación por casualidad. (Díaz, s.f., pág. 1)

El pan es un alimento nutricional ya que aportara a una dieta eficaz consumiéndolo varias veces al día y en cantidades pequeñas.

Los expertos recomiendan un consumo de 220 a 250 gramos de pan al día, repartidos en las diferentes comidas. Incluso en las dietas para adelgazar se puede bajar el consumo a 100 gramos, por lo tanto, no debe suprimirse el pan cuando se quiere perder de peso. (Hispavida, s.f., pág. 1)

El consumo del pan es excelente para llevar una salud adecuada ya que los expertos lo recomiendan para los niños, ya que podrán gozar de salud y rendimiento escolar.

El pan integral es un alimento que contiene nutrientes como la fibra así logrando el equilibrio debido a otros alimentos que se consumen, también regulariza problemas intestinales y enfermedades degenerativas.

Las proteínas componen un 7 a un 10% del pan y en complemento con otros alimentos de alto valor proteico se mejora la calidad de la proteína que se ingiera. (Hispavida, s.f., pág. 3)

“Las vitaminas más destacadas presentes en el pan son las vitaminas B, especialmente la B1, B6, folatos y niacina.

El pan posee un alto contenido en selenio, pero su contenido aporta otros minerales fundamentales, 100 gramos de pan blanco o integral cubren la ingesta diaria recomendada de calcio, fósforo, hierro, magnesio y zinc”.(Hispavida, s.f., pág. 4)

CAPITULO II:

2 Análisis Situacional

Es un estudio mediante cual la empresa se va a desenvolver, donde se toma en cuenta todos los factores tanto internos como externos, enfocándose en las posibilidades comerciales de la empresa.

(Melchor, s.f., pág. 3)

2.1 Ambiente Externo

Es todo aquello que no pertenece a la empresa, ya que este análisis se fundamenta con el mercado competido, la tecnología, la política, variación de precios y costumbres. Todos estos factores presentan una amenaza para la empresa ya que no los puede controlar.

(Muñoz, s.f., pág. 1)

2.1.1 Factor Económico

Son las actividades que incrementan la capacidad productiva de la economía de un país en bienes y servicios. (Montes, s.f., pág. 1)

2.1.1.1 El Producto Interno Bruto

Es un indicador que se toma en cuenta durante un periodo, para saber cuál fue la productividad de un país tanto en bienes y servicios. El PIB se mide de acuerdo a los estudios que se realizan durante cada trimestre para diagnosticar si hubo incremento o decremento en la producción interna.

Tabla 1 PIB

Porcentaje del PIB de 5 años del ecuador					
AÑO	2011	2012	2013	2014	2015
PORCENTAJE	6.50%	5.40%	4.00%	3.80%	4.10%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

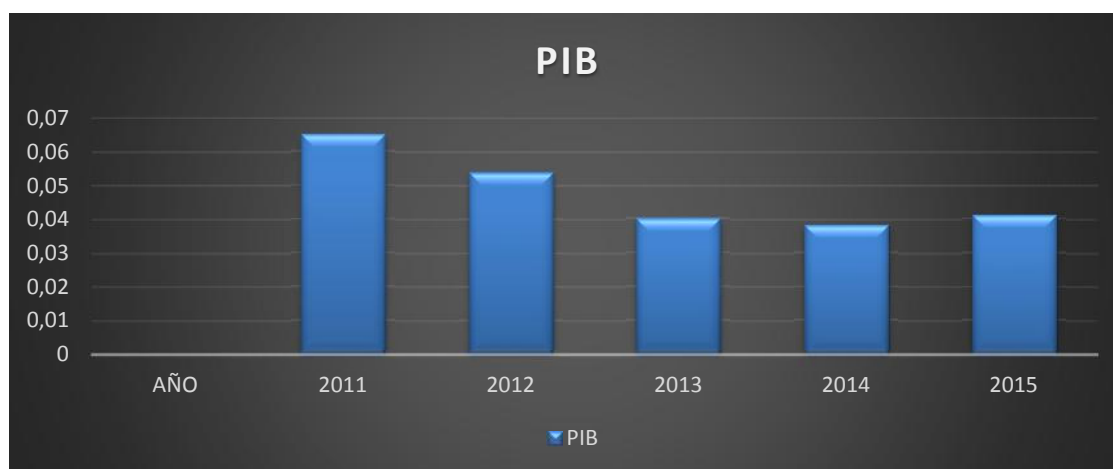


Figura 1 El PIB

Fuente: Banco central del Ecuador (BCE) porcentajes de los 5 años anteriores en el Ecuador

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

Análisis

En los 2 años anteriores hubo un crecimiento del 0.3% en productos no petroleros, lo cual beneficia para ir creciendo en este sector productivo lo cual aporta al Plan Nacional del Buen Vivir.

Donde el siguiente proyecto aportara a la Matriz Productiva lo cual es una oportunidad con un impacto medio de crecer con productos no tradicionales, considerando que la situación económica del país no se encuentra estable.

2.1.1.2 Inflación

Es el equilibrio económico de la producción y la demanda dentro de un país, donde esto causa la subida de los precios en ciertos productos tanto de en bienes y servicios.

Tabla 2 La Inflación

Índice de la inflación de los 5 años en el ecuador

AÑO	2011	2012	2013	2014	2015
PORCENTAJE	5.41%	4.16%	2.7%	3.67%	3.90%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas



Figura 2 Inflación

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE) **Inflación de los 5 años anteriores en el Ecuador**
Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

Análisis

En los 2 años anteriores hubo un crecimiento del 0.23%, esto se debe a las divisiones de alimentos y bebidas no alcohólicas y la prendas de vestir y calzado que fueron las que más contribuyeron a la inflación de los años indicados. También se basa al alza de precios en el país ya que el petróleo decayó en su precio, por la moneda que se devaluó en los países como Perú y Colombia ante el dólar, la moneda actual del Ecuador que se encuentra en circulación ya 15 años.

Esto afecta al proyecto ya que es una amenaza lo cual no se puede controlar ya que los precios variaran en los productos de primera necesidad y los costos de la materia prima.

2.1.1.3 Tasa Activa

La tasa Activa es aquella con la que la empresa se provee de fondos de un crédito, en donde el Banco cobra una tasa de interés cuando se adquiere un préstamo. (Economía y Negocios EL Mundo, s.f., pág. 1)

Tabla 3 Tasa Activa

Porcentajes de la tasa activa durante los 5 años en el Ecuador					
AÑO	2011	2012	2013	2014	2015
PORCENTAJE	8.17%	8.17%	8.17%	16.30%	17.30%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas



Figura 3 Tasa Activa

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE) Tasa Activa de los 5 años anteriores en el Ecuador

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

Análisis

Las tasas activas son préstamos que se adquiere ante un banco con un interés adicional en los 2 años anteriores el porcentaje que aumenta en el presente año es del 1%, en donde los bancos han tenido un crecimiento lo cual es favorable para la

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANADERÍA UBICADA AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL SECTOR DE LA LUCHA DE LOS POBRES EN EL AÑO 2016.

economía del país. Siendo una amenaza para el proyecto porque no se podrá adquirir un préstamo con una tasa que beneficie para ambas partes, esto se debe a que las tasas de interés aumentaron en los bancos.

2.1.1.4 Tasa Pasiva

Es el porcentaje que las instituciones financieras pagan a los depósitos que se realizan, como en efectivo, cheques, transferencias interbancarias y depósitos a plazo fijo. (Economía y Negocios EL Mundo, s.f., pág. 1)

Tabla 4 Tasa Pasiva

Porcentaje de las tasas pasivas de los 5 años en el Ecuador					
AÑO	2011	2012	2013	2014	2015
PORCENTAJE	4.53%	4.53%	4.53%	5.35%	6.89%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas



Figura 4 Tasa Pasiva

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE) Tasa Pasiva de los 5 años anteriores en el Ecuador

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANADERÍA UBICADA AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL SECTOR DE LA LUCHA DE LOS POBRES EN EL AÑO 2016.

Análisis

En el año 2015 la tasa pasiva tiende a subir considerablemente en un porcentaje de 1.54% lo cual es una oportunidad para el proyecto teniendo un impacto positivo donde se podrá invertir los considerables depósitos para beneficiarse de los porcentajes de pagos que hace la entidad financiera.

2.1.2 Factor Social

Es todo lo relacionado con las actividades que se realizan diariamente, deseos y expectativas que sirven para una sociedad u organización lo cual con lleva tener una expectativa positiva ante cualquier situación que sea beneficiosa para la empresa.(Fancisco, s.f., pág. 2)

2.1.2.1 Población Económicamente Activa

Son aquellas personas que tiene un trabajo y que realizan una actividad económica. Las cuales son personas de 15 a 65 años que tiene un puesto laboral en una empresa.(INEC, s.f., pág. 6)

Tabla 5 Población Económicamente Activa

Índice de la Población Económicamente Activa 2014			Índice de la Población Económicamente Activa 2015		
SEXO	P. E. T	P. E. A	SEXO	P. E. T	P. E. A
HOMBRES	5.396	4.300	HOMBRES	5.469	4.383
MUJERES	5.763	2.894	MUJERES	5.813	3.047

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

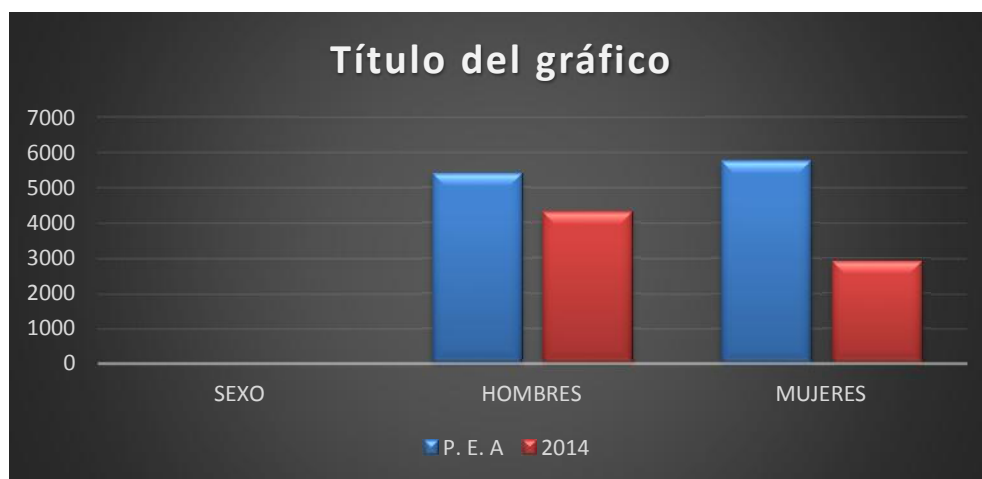


Figura 5 Población Económicamente Activa 2014

Fuente: Figura de la Población Económicamente Activa de los 5 años anteriores en el Ecuador

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

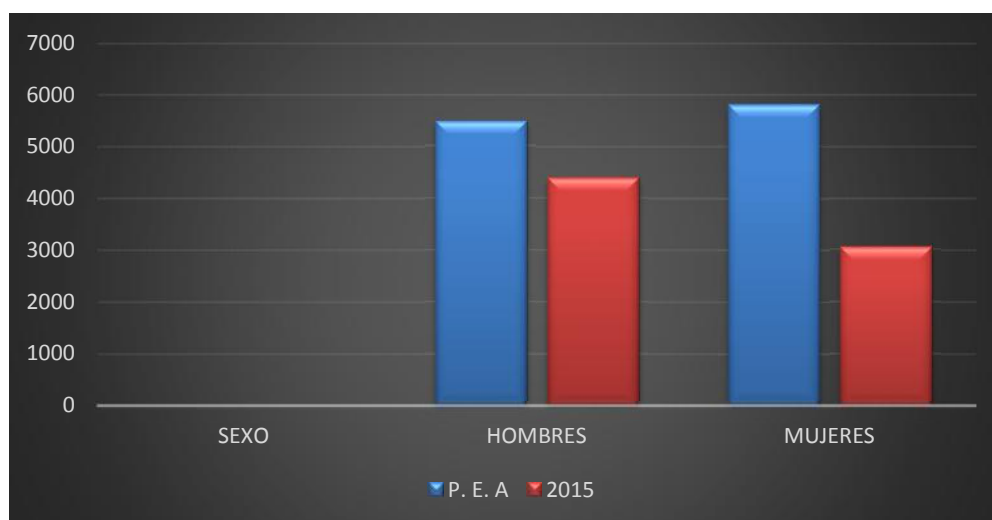


Figura 6 Población Económicamente Activa 2015

Fuente: Figura de la Población Económicamente Activa de los 5 años anteriores en el Ecuador

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

Análisis

En los 2 años anteriores el índice P.E.T y el P.E.A aumentado paulatinamente tanto en hombres como en mujeres, esto significa que es una oportunidad para la implementación del siguiente proyecto, por lo tanto, se podrá dar empleo digno.

2.1.2.2 Tasa Desempleo

Son todas las personas que se encuentran sin trabajo en el actual país, ya sean por distintas razones, la tasa desempleo según las estadísticas se dan por el salario básico unificado y por los cargos laborales que ofrecen las empresas, debido que no todos los ciudadanos están de acuerdo con este parámetro que establece el gobierno. Es por ello que hay personas que no desean trabajar ya que no reciben un salario justo y exacto de acuerdo a su profesión. (enciclopedia financiera, s.f., pág. 1)

Tabla 6 Tasa Desempleo
Índice de los 5 años Anteriores en el País Ecuador

AÑO	2011	2012	2013	2014	2015
PORCENTAJE	5.1%	4.6%	4.57%	3.90%	4.28%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)
Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas



Figura 7 Tasa Desempleo

Fuente: Figura de la Tasa de Desempleo de los 5 años anteriores en el Ecuador
Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

Análisis

La tasa de desempleo del presente año aumento en un 0.38% debido a los impuestos que se puso en las aduaneras, a la caída del precio del petróleo, es por ello que las empresas decidieron liquidar al personal que laboraban en dichas empresas. Esto es una oportunidad para implementar este proyecto ya que se generaría empleos y así aportara al cambio de la Matriz Productiva y mejorando la calidad de vida de las personas que viven en el sector.

2.1.2.3 Canasta Familiar

Es el instrumento el cual tiene como objetivo satisfacer a una familia de 4 miembros, en donde la canasta familiar se encuentra constituida de vestimenta, educación, salud, alimentación y transporte. Lo cual busca dar una mejor calidad de vida a las familias ecuatorianas. (ecuadorencifras, s.f., pág. 1)

Tabla 7 Canasta Familiar

Canasta familiar de los 2 años Anteriores en el Ecuador		
AÑO	2014	2015
PRECIO	601.61	653.21

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas



Figura 8 Canasta Familiar

Fuente: Figura de la Canasta Familiar de los 5 años anteriores en el Ecuador

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

Análisis

La Canasta Familiar aumento de precio en el año 2015, debido al incremento del salario básico unificado en el Ecuador, esto se basa a las estadísticas del Banco Central y las INEC, es por ello que es una oportunidad para la implementación de la panadería ya que el producto servirá como sustituto en mercado.

2.1.3 Factor Legal

Son las bases legales que constituyen a las instituciones para su funcionamiento en el mercado, esto se lo realiza en las Superintendencia de Compañías para acceder a un modelo de negocio legal la cual tendría beneficios tributarios, conseguir financiamiento y es un paso importante para acceder a inversiones más grandes, es por ello que es necesario contar con un permiso para así evitar problemas a futuro. (Francisco, s.f., pág. 1)

A continuación, se detalla los pasos que deben seguir los emprendedores antes de dar apertura al negocio que implementa el siguiente proyecto.

PASO 1: Obtener el RUC (Registro Único de Contribuyente) en el SRI

- Documento de identidad.
- Documento de votación.
- Factura, Planilla, Comprobante de pago de servicios básicos.
- Facturas o estados de cuentas de otros servicios.
- Comprobante de pago de impuesto predial urbano o rural.
- Notas de créditos y notas de débitos.
- Cualquier documento emitido por una entidad pública.
- Contrato o factura de arrendamiento, contrato de comodato.
- Contrato de cesión comercial o certificado de uso de locales u oficinas, otorgadas por administración de centros comerciales, del municipio, de asociaciones de plazas y mercado u otros.

- Estado de cuentas o tarjetas de créditos.
- Patente Municipal, Permiso de Bomberos.
- Certificados de la Junta Parroquial más cercana al lugar de domicilio.
- Carta de cesión de uso gratuito de inmueble.
- Escritura de compra y venta del inmueble o certificado del Registro de la Propiedad.

PASO 2: Obtener la Licencia Metropolitana de Funcionamiento otorgado por el Municipio de Quito.

- Formulario Único de la Licencia Metropolitana de Funcionamiento.
- Copia del RUC
- Copia de Cedula de Identidad del Representante Legal.
- Informe de Compatibilidad de uso de suelo.
- Para establecimiento que requiere control sanitario. Carnet de salud del personal que manipula alimentos.

PASO 3: Obtener el Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos Informe de Inspección.

- Informe de inspección.
- Copia de Cedula de Ciudadanía del representante o propietario.
- Copia del RUC
- Copia del permiso del año anterior.



- Copia de la patente municipal.

PASO 4: Obtener la Calificación Artesanal Autónoma (Para los que quieran inscribirse como artesanos).

- Solicitud de la Junta Nacional de Defensa del Artesano (Adquirir formulario).
- Declaración juramentada.
- Copia de la cedula de ciudadanía.
- Foto a color tamaño carnet actualizado.
- Tipo de sangre (Cruz Roja Ecuatoriana).
- Carnet del Gremio Actualizado.

PASO 5: Obtener el Permiso de Funcionamiento emitido por el Ministerio de Salud (para los establecimientos que requieren control sanitario)

- Solicitud de permiso de funcionamiento.
- Plantilla de inspección
- Copia de título profesional del responsable en caso de ser industria y pequeña industria.
- Certificado del título profesional del CONESUP.
- Lista de productos a elaborar.
- Categoría otorgada por el Ministerio de Industria y Comercio (Industria y pequeña industria).
- Planos de la planta con la distribución de las áreas correspondientes.

- Croquis de la ubicación de la planta,
- Documentar procesos y métodos de fabricación, en caso de industrias.
- Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos de la Empresa.
- Copia de Cedula y Certificado de Votación del Propietario.
- Copia del Certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud y el Ministerio de Salud.
- Copia del RUC del establecimiento.
- Permiso del Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

2.1.4 Permiso Sanitario

Es un documento que garantiza al consumidor que los productos están bajo las normas higiénicas y que pueden ser consumidas sin ningún problema y debe estar a la vista del público. (El Emprendedor, s.f., pág. 1)

Requisitos según buenas prácticas de manufactura

- Nombre o razón social de la persona natural o jurídica a cuyo nombre se solicita el registro sanitario y su domicilio.
- Nombre o razón social y dirección del fabricante.
- Nombre y marca (s) del producto.
- Descripción del tipo de producto, y;
- Lista de ingredientes utilizados en la formulación (incluyendo aditivos), los ingredientes deben declararse en orden de las proporciones usadas.

Se adjuntarán los siguientes documentos

- a) Certificado de existencia de la persona jurídica y nombramiento de su representante legal y, cuando se trate de persona natural, cedula de ciudadanía o de identidad.
- b) Certificado de existencia de la persona jurídica y nombramiento de su representante legal o matricula mercantil del fabricante, cuando el producto se fabricado por persona diferente al interesado.
- c) Recibo de pago, por derechos de registro sanitario, establecidos en la ley.
- d) Certificado de operación de la planta procesadoras sobre la utilización de buenas prácticas de manufactura, de acuerdo con el respectivo reglamento.

2.1.5 Factor Tecnológico

Es una herramienta que garantiza la estabilidad de una empresa para que su producto sea de mayor calidad, la tecnología avanzada con el paso de los años, hoy en día se utiliza el internet, que gracias a esta tecnología las empresas son conocidas en el mundo. La tecnología ayudará mucho al siguiente proyecto ya que se podrá contar con máquinas que realicen mayor productividad para el consumidor. La tecnología es una fortaleza para una empresa donde ayuda a minimizar tiempos.(Cortez, s.f., pág. 1)

Los cuales son:

El Horno:

Es lo último y lo más nuevo en tecnología para las panificadoras, el horno será uno de los factores más importantes, que ayudará a la producción del pan teniendo un impacto alto para el crecimiento del negocio siendo un producto de alta calidad, logrando cubrir la demanda del sector.



Figura 9 Horno

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

La Batidora de Amasar:

Esta maquinaria es una fortaleza para este proyecto, antes se utilizaba la fuerza bruta de las personas para obtener una masa, hoy en día la tecnología sigue avanzando, donde las empresas optan por la maquinaria nueva para así reducir tiempos y agilizar los procesos de producción.



Figura 10 Batidora de Amasar

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

Máquina Registradora:

Se contará con esta máquina que es importante para que el cliente donde note que los precios son competitivos en el mercado y que el producto sea confiable, esta maquinaria ayuda a optimizar el tiempo en la atención a los clientes, facilitando el registro de los ingresos diarios del volumen de las ventas.



Figura 11 Máquina Registradora

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

2.2 Entorno Local

Se refiere al sector donde será ubicada la microempresa, siendo parte del microambiente con el fin de obtener una actividad económica con el objetivo de extraer un beneficio social y también económico para el sector. (Santamaria, s.f., pág. 1)

2.2.1 Clientes

Son aquellas personas, empresas u organizaciones que prestan y obtienen un servicio que necesitan para satisfacer sus necesidades, lo cual es algo principal y primordial para una empresa u organización para que siga en el mercado. (promonegocios, s.f., pág. 1)



Figura 12 Futuros Clientes

Fuente: Estudio de Mercado para futuros Clientes

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

Análisis

Los clientes son fundamentales para las empresas ya que gracias a ellos las empresas crecen y se mantienen en el mercado y cada vez las empresas mejoran sus productos y promocionan nuevos productos debido a la exigencia del consumidor.

2.2.2 Proveedores

Son personas o empresas que abastecen de productos a otras empresas teniendo un beneficio en común, tanto en los precios, la calidad del producto y el servicio que se obtenga.

Los proveedores tienen en si proveer sus productos para que sean consumidos en el mercado nacional, rural o urbano.

Tabla 8 Proveedores

Proveedores que abastecerán de Productos a la Microempresa		
Proveedor	Ubicación	Insumo
Santa Lucia 	Av. Maldonado S13-178 y Joaquín Gutiérrez	Harina
El Ordeño S. A 	Machachi	Leche líquida y mantequilla
Grupo Oro 	José Andrade Oe1-103 Y Juan De Selis	Huevos
Produvic distribuidora 	Mercado Mayorista	Azúcar blanca, morena y esplenda
La Universal 	Eloy Alfaro 1103 y Gómez Rendón	Chocolate, Cocoa, Grajeas

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

Análisis

Todos los proveedores, en la mayoría de empresas se destacan por dar a conocer su producto. Por lo tanto, hay que tener una buena imagen, dar un buen trato, brindar confianza para que el producto sea comercializado para el consumo del público.

Contar con estas empresas como proveedores son una oportunidad debido que su precio es competitivo en el mercado y sus marcas de sus productos son reconocidos y acogidas en el mercado y son de confianza para el consumidor.

2.2.3 Competidores

Son empresas que tienen productos similares que ofrece otras empresas, lo cual es beneficioso para las empresas en el punto de seguir mejorando en los estándares de calidad en el producto que ofrecen al consumidor y para mantener un precio competitivo entre las empresas. Donde también hay competidores directos e indirectos que ya abarcan con un mercado grande con sus productos ya posicionados. (Lema, s.f., pág. 1)

Análisis

Los competidores en si son una amenaza y una oportunidad. Amenaza porque son empresas posicionadas ya en el mercado con sus productos que han brindado confianza y con un consumo masivo y;

Oportunidad debido a que los nuevos proyectos de las empresas se constituyen con productos sustitutos en el mercado y con un precio inferior al precio de la empresa ya constituida con su producto.

2.2.3.1 Competencia Directa

Son las empresas que tienen y venden los productos similares con diferentes logos y nombres en el producto final para el consumidor. (Soto, s.f., pág. 1)

2.2.3.2 Competencia Indirecta

Son aquellas empresas que se encuentran en el mercado con la finalidad de satisfacer necesidades con productos sustitutos con calidad. (Soto, s.f., pág. 2)

Tabla 9 Competencia

Competencias Directas e Indirectas		
COMPETENCIA	DIRECCION	PRODUCTOS SIMILARES Y SUSUTITUTOS
PANADERIA AMBATO	AV. MALDONADO Y CALLE 21 DE AGOSTO	PAN ENROLLADO, PAN INTEGRAL, PAN DE AGUA. TRES LECHES
PANADERIA AGACHE	AV. MALDONADO Y LAS LAJAS	PAN DE MAIZ, PAN DE CHOCOLATE, LAGARTOS, PAN DE YEMA DE HUEVO
PANADERIA Y PASTERIA DON CARLOS	CALLE 21 DE AGOSTO Y PASAJE 7 LUCHA DE LOS POBRES	KEYS, DONALS, GELATINAS, EMPANADAS DE CEBOLLA, PAN MANITO.

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

Análisis

Las competencias en sector Lucha de Los Pobres seria indirecta y se tendrá la oportunidad ya que la micro empresa contara con productos que serán saludables para el consumidor, donde estos alimentos son bajo en calorías y de calidad. Bajo las estrictas normas que exige el Ministerio de La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (Arcsa).

2.3 Análisis Interno

Es análisis que la empresa realiza internamente para así poder tomar decisiones, lo cual busca mantenerse en el mercado para seguir liderando ante las competencias que existen. (Castro I. W., s.f., pág. 2)

2.3.1 Propuesta Estratégica

Es la elaboración de una propuesta ya desarrollada para que sea puesta en marcha en una empresa u organización, con la finalidad de mejorar internamente como en gastos, ventas y publicidad aun mediano y largo plazo y con el objetivo de alcázar metas a futuro.(Definiciones, s.f., pág. 1)

2.3.1.1 Misión

Dar a conocer un producto de calidad para mejorar la alimentación de cada individuo que vive en el sector y que satisfaga la necesidad de cada familia. (Duval, 2013)

2.3.1.2 Visión

Ser una panificadora reconocida en el sector en donde se implementó la micro empresa, con la finalidad de llegar a cada cliente con un producto rico en vitaminas, también que mejora su calidad de alimentación y formar parte de cada familia que vive en el sector.(Amaya, s.f.)

2.3.1.3 Objetivos

Son propósitos y metas cumplidas, lo cual se lo llevo a obtener a pesar de tantos esfuerzos, estragos y tropiezos que se presentaron.

2.3.1.3.1 Objetivo General

Implementar la panadería al sur de Quito con la finalidad de comercializar un producto bajo en calorías y rico en vitamina para todo el público que vive en el sector y poder tener un reconocimiento ante los clientes.

2.3.1.3.2 Objetivos Específicos

- Dar a conocer el producto para saber si podrá destacarse en el mercado.
- Realizar procesos de producción, controlar tiempos y precios al producto terminado.
- Mantener un financiamiento justo para cada costo de materia prima.
- Mejorar la alimentación de los clientes con un producto sano y nutritivo.

2.3.1.3.3 Valores

- **Responsabilidad:** Compromiso que se debe tener con el producto y con los clientes.
- **Lealtad:** Mantener a los clientes frecuentes y seguir dando el mismo servicio que se ha brindado.

- **Honestidad:** Se refiere a la transparencia y cualidad humana con la que se va a trabajar
- **Liderazgo:** Ser una persona que escucha a los demás y tomar decisiones exactas para mantener un equipo unido en el trabajo.
- **Integridad Moral:** Es la cualidad que posee un individuo para tomar decisiones en un momento dado.

2.3.1.3.4 Principios

- **Calidad:** Mantener un estándar legal bajo las normas que exige la (Arcsa) con el producto que se va a brindar.
- **Responsabilidad Social:** Es la obligación que tiene cada empresa con la comunidad y con medio ambiente.
- **Trabajo en Equipo:** Es el compromiso que adquieren las personas para brindar un servicio de forma rápida y oportuna.
- **Seguridad:** Brindar confianza a los consumidores.
- **Servicio:** Se basa en la calidad de trato que se da al cliente.

2.3.2 Gestión Administrativa

Es la administración que realiza cada persona con el propósito de llegar a un objetivo (Meta) y se debe tener en cuenta, la planificación, la organización, la ejecución y el control para poder mantener un ambiente laboral unido y comprometido.

(SlideShare, s.f., pág. 1)

2.3.3 Organigrama.

Es la estructura grafica de cada empresa para saber su organización interna y de cómo está conformado cada departamento. (Significados, s.f., pág. 1)

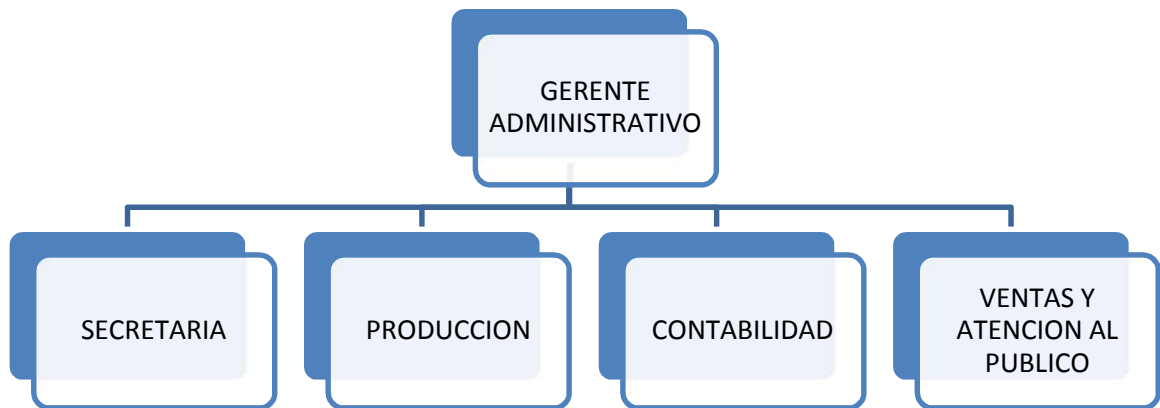


Figura 13 Organigrama

Fuente: Organigrama Estructural

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

2.3.4 Gestión Operativa

Está compuesto por un conjunto de procesos para que una organización o empresa mejore sus procesos tanto internos como externos con el propósito de aumentar las capacidades en ventas y de darse a conocer en el mercado con su producto. (isotools, 2015, pág. 1)

Son departamentos importantes con diferentes responsabilidades, pero con un objetivo común que es mejorar la producción, minimizar tiempos y concretar contratos importantes.

Diagrama de Gestión Operativa

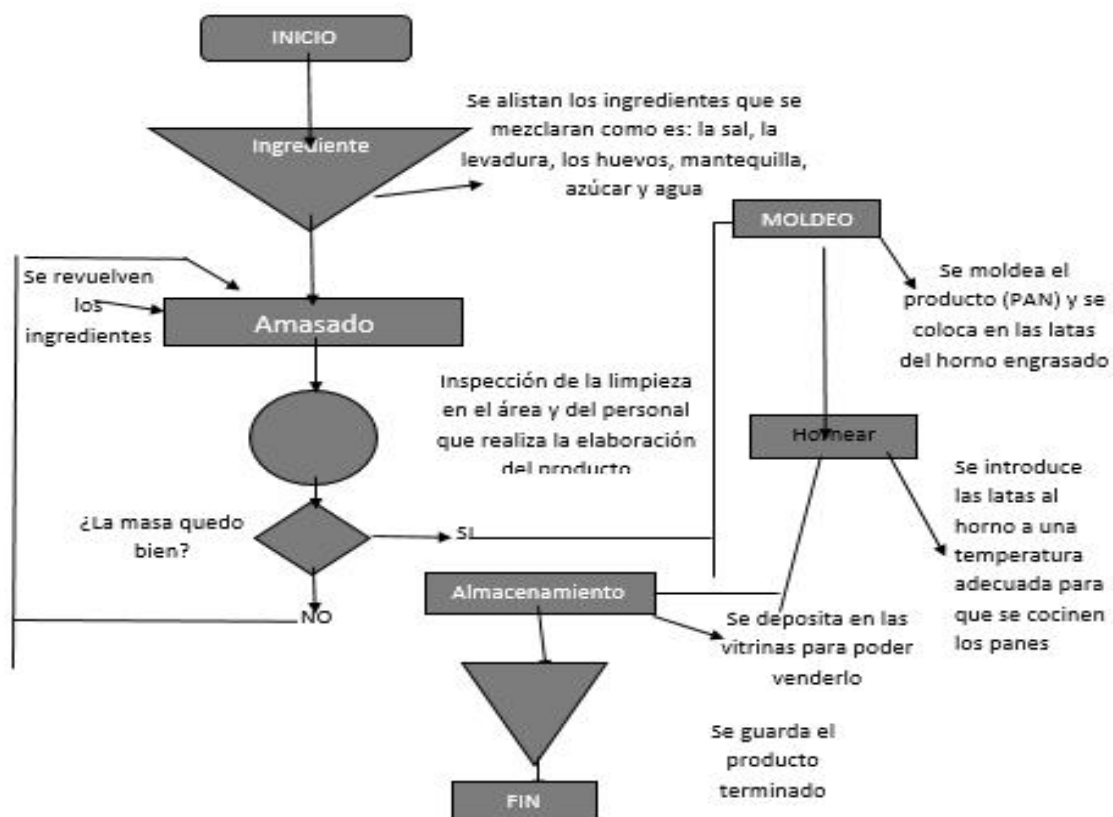


Ilustración 1 Gestión Operativa

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

2.3.5 Organigrama Funcional.

Son utilizados por las pequeñas empresas para así poder controlar y tomar en cuenta cada departamento y para saber clara mente su función, es por ello que cada departamento está encargado de un área específica. (Thompson, Promonegocios, s.f., pág. 1)

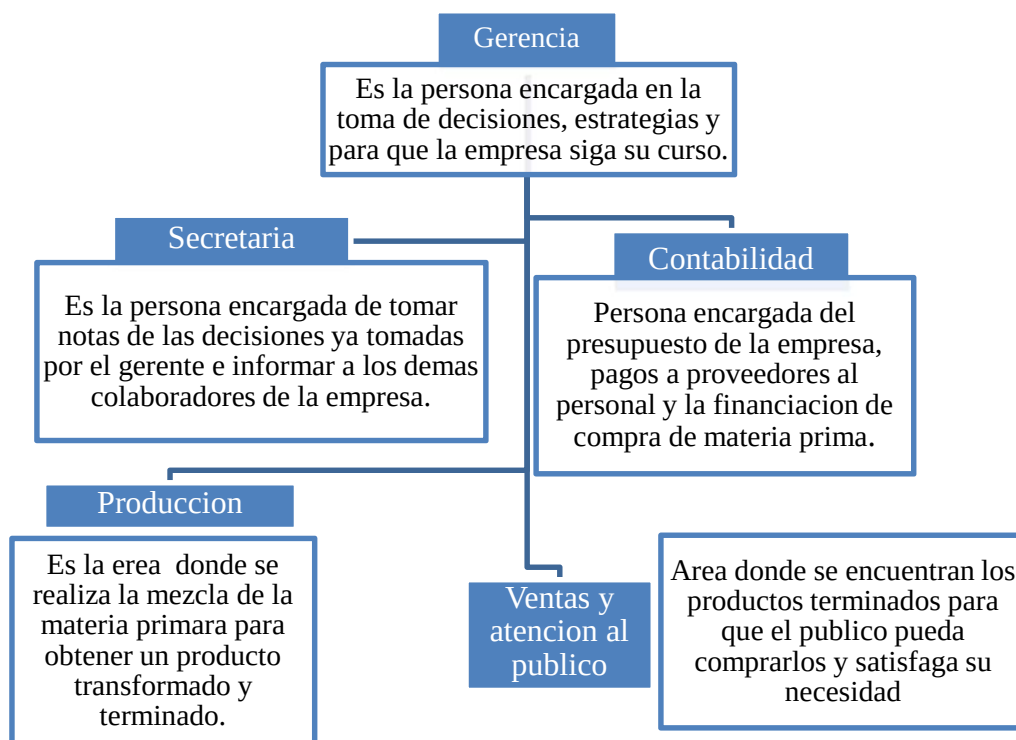


Figura 14 Organigrama Funcional

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

2.3.6 Gestión Comercial

Es la referencia que tiene una empresa para tomar medidas en sus decisiones, en su presupuesto y en la publicidad para así obtener incremento y rentabilidad en sus ventas y para que así la empresa mantenga una economía estable. (Definicion, s.f., pág.

1)

2.3.6.1 Producto

Existen varios productos en el mercado, con su estándar en calidad y de vitaminas, hoy en día muchas empresas realizan varios productos con la finalidad de satisfacer la demanda que tienen ante al público, es por ello que existen varias opciones para ofertar un producto nuevo en el mercado y que se espera que tenga un resultado positivo para su comercialización.

2.3.6.1.1 Marca

Se lo considera como un nombre que ya tiene una empresa con sus productos como por ejemplo COCACOLA, es decir que cada empresa tiene su producto ya posicionada en el mercado y que el consumidor ya sabe a qué empresa le pertenece.

2.3.6.1.2 Logotipo



Figura 15 Logotipo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

2.3.6.1.3 Slogan

Se trata de una frase corta y precisa para que el consumidor lo recuerde fácilmente y para que sepa de qué empresa proviene la frase, es por ello que es necesario un Slogan sencillo y fácil. **“El mejor pan en tu mesa al paso”**

2.3.6.1.4 Precio

Es el precio que tiene un producto o servicio que ofrecen las empresas en donde el consumidor debe dar a cambio dinero para obtener un bien o servicio.

2.3.6.1.5 Plaza

Es el lugar o sitio donde se establece la empresa u organización con la finalidad de distribuir su producto terminado en todo el sector. (Google, s.f., pág. 1)



Figura16 Mapa de Ubicación de la Microempresa

Fuente: Google Mapa

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

Canal de Distribución

Es lugar que escoge la empresa para distribuir sus productos y con la finalidad de cortar tiempos, que sea de forma eficaz, eficiente y de una manera completa. (Experto GestioPolis.com, s.f., pág. 1)



Figura 17 Canal de Distribución.

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

2.3.6.1.6 Promoción

Es un incentivo que las empresas realizan para que los consumidores adquieran el producto con un descuento lo cual es beneficioso para el consumidor y para que la empresa se haga presente para que así el producto sea rentable a futuro. (Thompson, Promonegocios, s.f., pág. 1)

2.3.6.1.7 Publicidad

Esta herramienta es importante para poder promocionar y dar a conocer dicho producto. Donde se utiliza pancartas, volantes de información, internet, televisión y entre otros medios de comunicación.

2.3.6.1.8 Trípticos

Son tipo volantes, pero dividido en tres partes donde contiene información clara y precisa de la empresa, para que los productos sean conocidos y también vendidos.(significado, s.f., pág. 1)

2.3.6.1.9 Hojas volantes

Son tipo publicidad que se da a las personas que pasan en la calle o en un centro comercial con el fin de dar a conocer ciertos productos o productos que están en promoción.(hojavolante, s.f., pág. 1)

2.3.6.1.10 Radio

Es un medio de comunicación para promocionar varios productos de una empresa y también darse a conocer, por lo tanto, este medio de comunicación es importante para la empresa.(definicion, s.f.)

2.3.6.1.11 Producto Sustituto

Son productos que satisfacen las mismas necesidades de cada individuo, es por ello que hay empresas que crean productos similares, pero con diferentes nombres y logotipos. “Los bienes sustitutos son bienes que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad” (Santillán, 2008, pág. 1).

2.3.6.1.12 Matriz de los Productos que están en el mercado según su categoría



Fuente: Matriz de los Productos que están en el mercado según su categoría
Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

Producto “Estrella”.

Es el producto que más venta tiene en el mercado y también mayor inversión, y es el que más rentabilidad da a la empresa.

Producto “Vaca Lechera”.

Es el producto que ya no necesita de inversión alguna ya que se encuentra posicionando en el mercado.

Producto “Incógnita”.

Es el producto que necesita de inversión para poder surgir en el mercado competitivo, y con el tiempo podrá convertirse en un producto deseado por los consumidores.

Producto “Hueso”.

Es el producto que ya no tiene rentabilidad en el mercado lo cual es perjudica para la empresa lo cual la empresa puede decidir quitarlo del mercado o venderlo en otro lugar para que mantenga la producción para este producto.

2.4 Análisis FODA

Es una herramienta importante que debe tener una empresa para saber sus Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y sus Amenazas, tanto en el macro ambiente y microambiente, ya que las empresas no pueden controlar lo externo, es por ello que es importante el FODA.(significados, s.f., pág. 1)

Fortaleza

Son los materiales que favorecen a la empresa, lo cual no necesita ayuda alguna, ya que por ello la empresa se mantiene en posición y fuerte ante otras empresas.(matizfoda, s.f., pág. 1)

Oportunidades

Es la situación que las empresas aprovechan para crecer y darse a conocer, es una oportunidad que se debe aprovechar y esto se presenta más cuando existe una insatisfacción al consumidor.(matrizfoda, s.f., pág. 1)

Debilidades

La debilidad de una empresa es no contar con la suficiente información para entrar en el mercado a competir y más sino tiene las herramientas suficientes para competir. (matrizfoda, s.f., pág. 1)

Amenaza

Las amenazas más frecuentes de las empresas son los cambios políticos, con sus nuevas leyes, sanciones, exigencias y más que todo con el alza de los precios en los productos, es por ello q las empresas deben estar al a par con esto del cambio. (matrizfoda, s.f., pág. 1)

Tabla 10 FODA (Fortaleza, Oportunidad, Debilidades y Amenazas)

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
El Entorno Local beneficia a este proyecto debido que no hay una panadería en su entorno del sector que se ubicara la panadería.	PIB tomando en cuenta este índice tiene un impacto alto ya que este producto no tradicional tendrá acogida por parte del consumidor
La Tecnología es importante para el proyecto debido que se podrá satisfacer la demanda del consumidor en corto tiempo. Tendiendo un producto realizado y terminado para la satisfacción de cada cliente en un tiempo determinado.	Tasa Pasiva es un índice el cual beneficia al proyecto debido que los bancos pagan una tasa de interés por los depósitos o transacciones que se realice en cuenta que tiene la empresa en dicho banco. La Tasa de Desempleo muestra que hay la oportunidad de crecer con este proyecto y utilizando productos ecuatorianos con un precio competitivo en el mercado nacional.
El Precio beneficiará al siguiente proyecto, ya que será accesible para el consumidor.	Los Clientes son lo primordial para el siguiente proyecto, debido que el consumidor es exigente siempre busca un producto diferente rico y que satisfaga sus necesidades.
Debilidades	Amenazas
La Publicidad debe ser clara y precisa con el producto que se va a promocionar en el mercado, ya sea volanteando, como propaganda o como tríptico, y si dicha información no es clara se presentara un inconveniente y no habrá consumidor alguno que desee comprar el producto.	La Inflación debido a que no se lo puede controlar afecta al proyecto por los costos que varían debido a la economía del país donde esto afecta al precio de la materia prima, para la elaboración del producto.
La competencia debido a que la microempresa es nueva en el mercado.	La Tasa Activa no beneficia para el proyecto, debido que ambas partes salen perdiendo.

Fuente: Análisis Externo e Interno

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

CAPITULO III

3 Estudio de Mercado

Es una herramienta de tipo investigación que realiza un empresario para implementar una empresa o una microempresa, donde recopila información, analiza y toma decisiones, con la finalidad de satisfacer las necesidades del consumidor.

(Thompson, PromonegocioS, 2008, pág. 1)

3.1.1 Análisis del Consumidor

Es la recopilación de toda la información que realiza el empresario, donde se encuentra, los gustos, edad, precio, preferencia del gusto del producto, calidad, necesidades a satisfacer, donde comprar, cuales son los ingresos mensuales del futuro consumidor.

Donde toda esta información con lleva a la toma de las decisiones, para la implementación de la microempresa. (CreceNegocios, 2013, pág. 1)

3.1.1.1 Determinación de la Población y Muestra

La implementación de dicho proyecto se lo realizara en el Sector Lucha de los Pobres al sur del Distrito Metropolitano de Quito. Donde la siguiente información de la población se lo obtiene del INEC donde pichincha tiene un total de población de **2.239.191**, que se divide en Hombres con una total de **1.088.811** y Mujeres en un total de **1.150.380**. Este dato se lo obtiene con el último censo que se realizó en ecuador en el año 2010. (INEC, s.f., pág. 1)

Tabla 11 Población que hay en Pichincha en último censo 2010
Información de la población en Pichincha INEC del censo año 2010

Mujeres	Hombres	
1.150,380	1.088,811	
	Total, INEC	2.239,191
Población de la Lucha de los Pobres	Total, SECTOR	57.421,00

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

3.1.1.1.1 Tamaño de la Muestra

Es una técnica de la investigación la cual permite obtener un dato determinado al realizar una aplicación de elementos adecuados para obtener una confianza rentable para poner en práctica el proceso de implementación del proyecto, donde reflejara el 5% de error y el 95% de confiabilidad, dichos datos muestran que las personas consumirán el producto que se elabora en el sector. (Rabolini, s.f., pág. 1)

La fórmula es la siguiente:

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

Nomenclatura:

N= tamaño de la población

n= tamaño de la muestra

E^2 = error máximo admisible 0.1

P= probabilidad de éxito (50%)

Q= probabilidad del sache (50%)

Z^2 = distribución normal en estadística cuando el NC = 95%

Desarrollo de la muestra:

$$n = \frac{57.421,00 * 0.5 * 0.5 * 1.96^2}{57.421.00 - 1 0.05^2 + 0.05 * 0.05 * 1.96^2}$$

n= 382

3.1.1.1.2 Técnicas de la Obtención de la Información

Son las técnicas que se utilizan para obtener una información exacta de un individuo, empresa u organización, la información que se obtenga es de confiabilidad y de seguridad, lo cual, este proceso se lo realiza con el fin de que, tan probable y rentable puede llegar hacer este proyecto.

Donde se utiliza, las encuestas, las entrevistas y un cuestionario, toda esta información se lo realiza con preguntas cerradas. Para este proyecto se utilizará la Encuesta.

3.1.1.1.3 La Encuesta

Este método se lo aplica con la finalidad de obtener una amplia información utilizando unas pequeñas preguntas cerradas, exactas y claras y con interrogación, mediante esta encuesta se obtiene datos con un interés sociológico interrogando a los miembros del sector. (Estadística, s.f., pág. 1)

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

ESCUELA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN BANCARIO Y FINANCIERA

Objetivo: La siguiente encuesta se lo realiza con la finalidad de obtener una información clara y precisa para la implementación del siguiente proyecto y para la distribución del producto a elaborarse.

Datos Generales:

Género:

Masculino.....

Femenino.....

Edad.....

1. **¿Ud. consume pan?**

Todos los días ☐ Una vez por día ☐ De vez en cuando ☐

2. **¿Le gustaría consumir pan que sea bajo en calorías y en grasas trans?**

Sí ☐ No ☐

3. **¿De cuántos integrantes conforman su familia?**

De 1 a 2 personas ☐ De 2 a 4 personas ☐ De 5 a más personas ☐

4. **¿En su hogar consumen pan?**

Si ☐ No ☐ A veces ☐ Nunca ☐

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANADERÍA UBICADA AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL SECTOR DE LA LUCHA DE LOS POBRES EN EL AÑO 2016.

5. ¿Cuántos panes consume al día?

De 2 a 3 De 3 a 4 Una vez por semana Una vez al
mes

6. ¿Si contara con una panadería dietética y con variedad de productos que
haya su sector satisficiera una necesidad?

Sí No Tal vez

7. ¿Cuánto gasta Ud. a diario comprando pan en otros sectores de dónde vive?

\$3 \$4 \$5 De \$5 en adelante

8. ¿Cuál sería el rango de precios que usted estaría dispuesto a pagar por el
pandietético?

\$ 0.15 \$ 0,250, \$

GRACIAS POR SU COLABORACION

3.1.1.1.4 Análisis de la información obtenida bajo la encuesta realizada

1.- ¿Ud. consume pan?

Tabla 12 Pregunta 1 de la encuesta realizada

Pregunta	Total, encuestas	%
SI	320	84 %
NO	62	16 %
TOTAL	382	100,00%

*Fuente: Análisis de la información obtenida bajo la encuesta realizada
Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas*

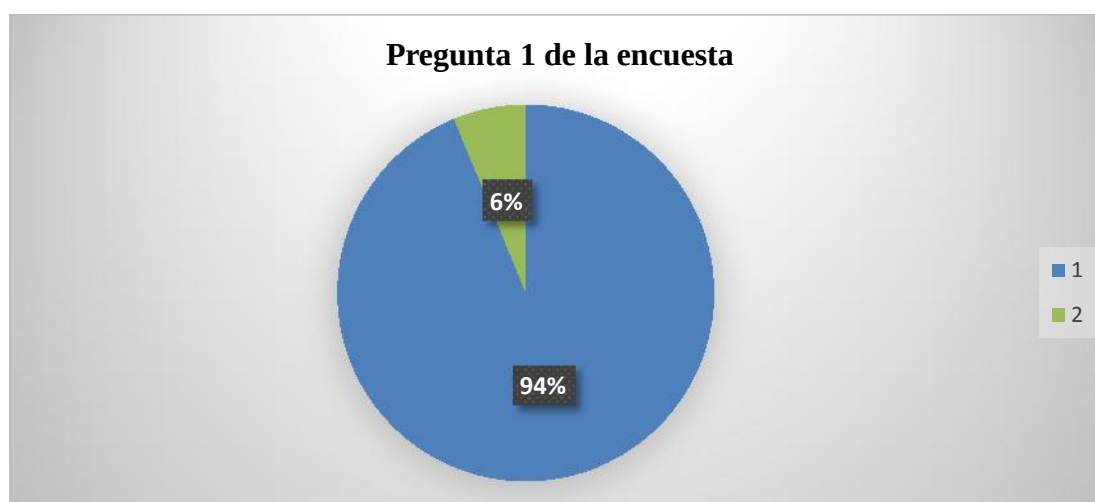


Figura # 18 Porcentaje de consumo de pan

*Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas*

Análisis

Cómo se observa que el 84% de las personas consume pan y el 16% no, esto beneficia para la implementación del siguiente proyecto.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANADERÍA UBICADA AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL SECTOR DE LA LUCHA DE LOS POBRES EN EL AÑO 2016.

2.- ¿Le gustaría consumir pan que sea bajo en calorías y en grasas trans?

Tabla 13 Pregunta 2 de la encuesta realizada

Pregunta	Total, encuestas	%
SI	290	76,00%
NO	92	24,00%
TOTAL	382	100,00%

Fuente: Análisis de la información obtenida bajo la encuesta realizada
Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

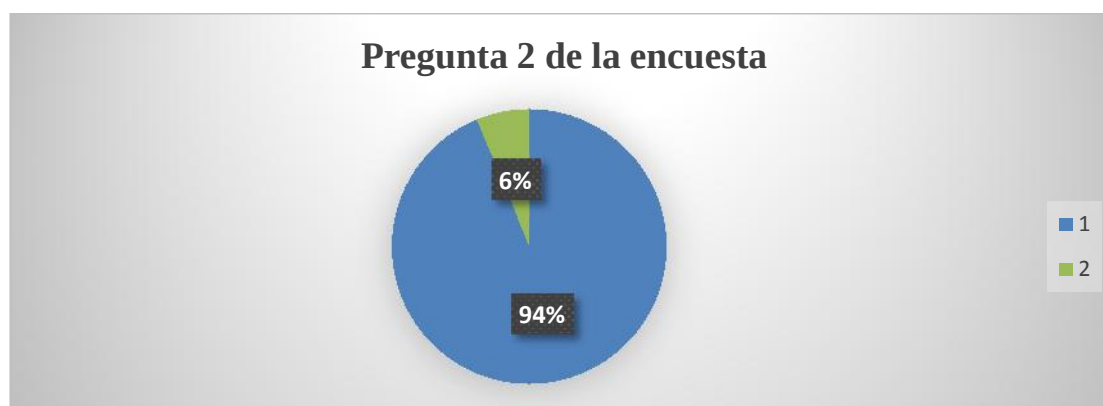


Figura # 19 Porcentaje de Pan bajo en caloría y en grasas trans

Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

Análisis

El 76% de las personas encuestadas consumen pan bajo en calorías y en grasas, esto es beneficioso para este proyecto, el cual solo el 24% no consume.

3.- ¿De cuántos integrantes conforman su familia?

Tabla 14 Pregunta 3 de la encuesta realizada

Pregunta	Total, encuestas	%
1 a 2	230	60,00%
2 a 4	90	24,00%
5	62	16,00%
TOTAL	382	100,00%

Fuente: Análisis de la información obtenida bajo la encuesta realizada
Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

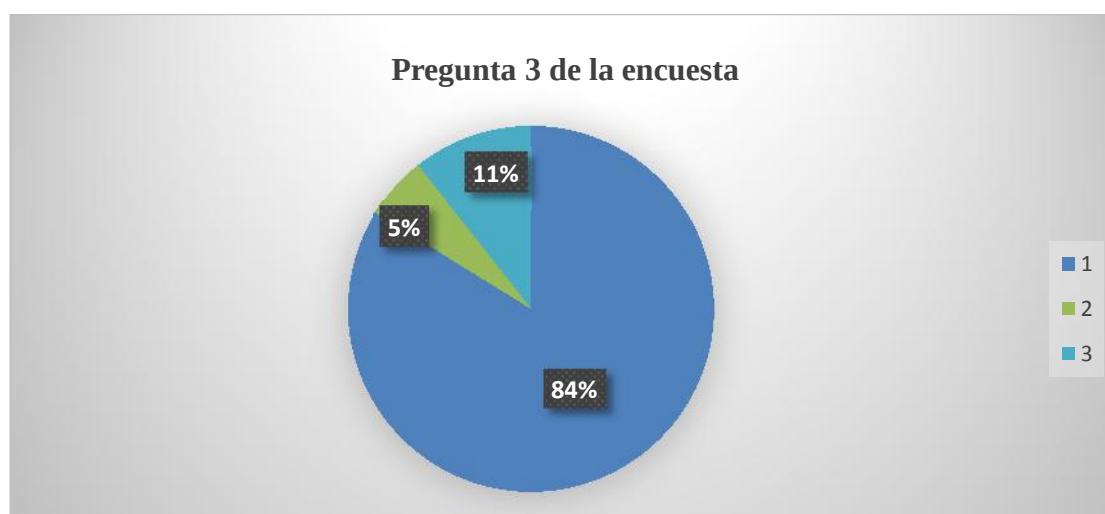


Figura # 20 Porcentaje de los integrantes que conforman una familia en el sector
Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

Análisis

Tomando en cuenta la siguiente pregunta hay una acogida positiva por parte del consumidor, cada familia que tiene integrantes de 1 a 2 persona donde el 60% consume pan, de 2 a 4 integrantes el 24% consume pan y de 5 integrantes en adelante de 16% consumen pan, lo cual es beneficioso para la implementación del siguiente proyecto.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANADERÍA UBICADA AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL SECTOR DE LA LUCHA DE LOS POBRES EN EL AÑO 2016.

4.- ¿En su hogar consumen pan?

Tabla 15 Pregunta 4 de la encuesta realizada

Pregunta	Total, encuestas	%
Si	300	79,00%
No	20	5,00%
A veces	38	10,00%
Nunca	24	6,00%
TOTAL	382	100,00%

Fuente: Análisis de la información obtenida bajo la encuesta realizada
Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

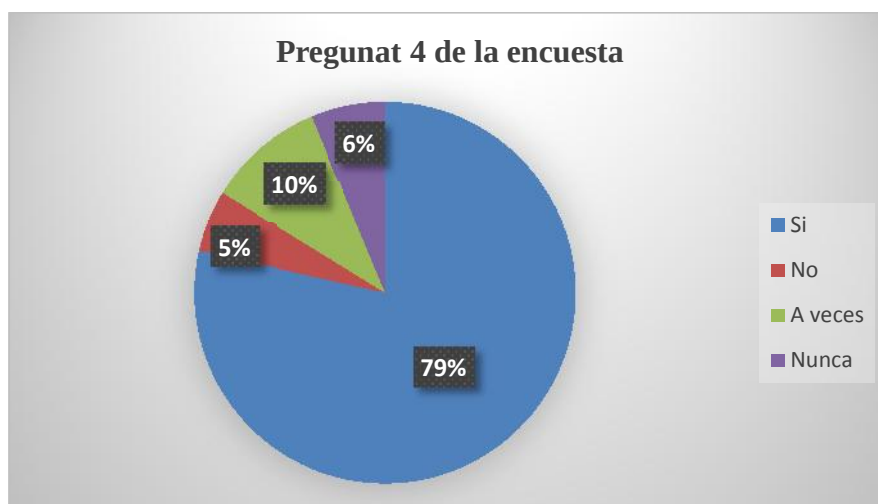


Figura # 21 Porcentaje del consumo de pan en cada hogar del sector
Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

Análisis

Tomar en cuenta el siguiente cuadro el consumo de pan será positivo, esto beneficia para la implementación del siguiente proyecto, donde el Si es del 79%, el No de 5%, A veces del 10% y el nunca el 6%.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANADERÍA UBICADA AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL SECTOR DE LA LUCHA DE LOS POBRES EN EL AÑO 2016.

5.- ¿Cuántos panes consume al día?

Tabla 16 pregunta 5 de la encuesta realizada

Pregunta	Total, encuestas	%
2 a 3	320	84,00%
3 a 4	13	3,00%
Una vez por semana	22	6,00%
Una vez al mes	27	7,00%
TOTAL	382	100,00%

Fuente: Análisis de la información obtenida bajo la encuesta realizada
Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

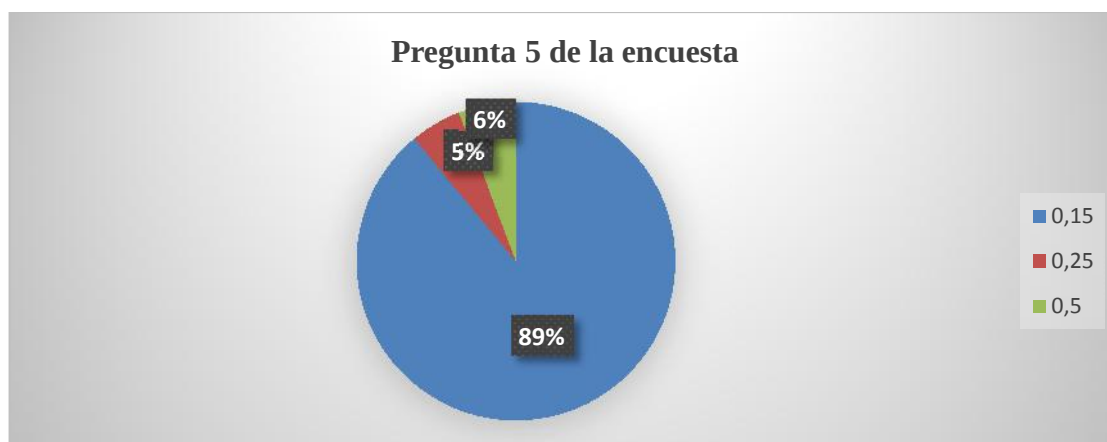


Figura # 22 Porcentaje de consumo de pan al día

Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

Análisis

El consumo de pan por cada individuo que se le realizó la encuesta, muestra que el 84% de las personas consumen pan de 2 a 3 por día, el 3% de las personas consume de 3 a 4 panes por día, el 6% de las personas consumen pan una vez por semana y el 7% de las personas consumen pan una vez al mes.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANADERÍA UBICADA AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL SECTOR DE LA LUCHA DE LOS POBRES EN EL AÑO 2016.

6.- ¿Si contara con una panadería dietética y con variedad de productos que haya en su sector satisficiera una necesidad?

Tabla 17 Pregunta 6 de la encuesta realizada

Pregunta	Total, encuestas	%
Si	320	84,00%
No	20	5,00%
Tal vez	42	11,00%
TOTAL	382	100,00%

Fuente: Análisis de la información obtenida bajo la encuesta realizada
Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

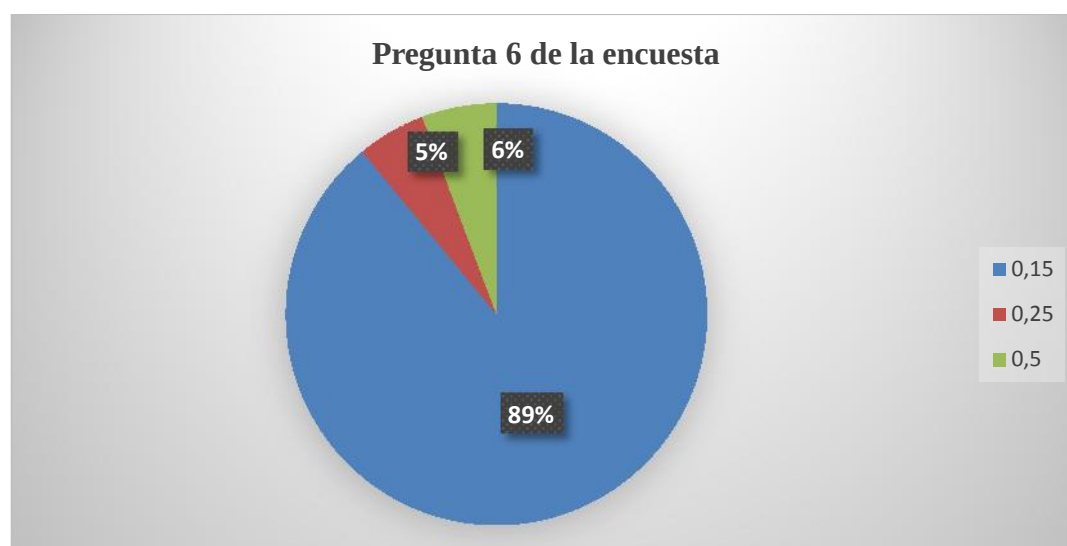


Figura # 23 Porcentaje de la satisfacción de la implementación de la Panadería
Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

Análisis

El resultado de esta pregunta, muestra que la mayor parte de los individuos satisficiera una necesidad debido a que no hay una panadería cerca de sus hogares y del sector en sí.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANADERÍA UBICADA AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL SECTOR DE LA LUCHA DE LOS POBRES EN EL AÑO 2016.

7.- ¿Cuánto gasta Ud. a diario comprando pan en otros sectores de dónde vive?

Tabla 18 Pregunta 7 de la encuesta realizada

Pregunta	Total, encuestas	%
3	320	84,00%
4	40	10,00%
5	15	4,00%
5 en adelante	7	2,00%
TOTAL	382	100,00%

Fuente: Análisis de la información obtenida bajo la encuesta realizada
Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas



Figura # 24 porcentaje de gasto diario

Fuente: Encuesta Realizada

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

Análisis

El gasto diario de cada familia por la compra de pan fuera del sector donde vive es alto, lo cual será beneficioso implementar este proyecto para el consumo de cada individuo.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANADERÍA UBICADA AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL SECTOR DE LA LUCHA DE LOS POBRES EN EL AÑO 2016.

8.- ¿Cuál sería el rango de precios que usted estaría dispuesto a pagar por el pan dietético?

Tabla 19 Pregunta 8n de la encuesta realizada

Pregunta	Total, encuestas	%
0,15	340	89,00%
0,25	20	5,00%
0,5	22	6,00%
TOTAL	382	100,00%

Fuente: Análisis de la información obtenida bajo la encuesta realizada
Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

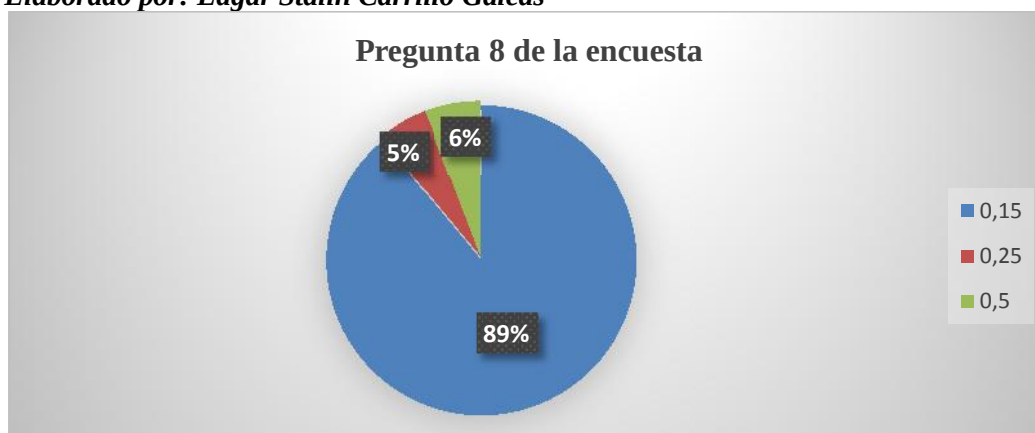


Figura # 25 Porcentaje del precio a pagar por un pan dietético

Fuente: Encuesta Realizada
Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

Análisis

Debido a la encuesta realizada cada individuo está dispuesto a pagar precios gustos y cómodos para poder consumir un producto bajo en grasas y que sea beneficioso para su salud. Donde el 89% de las personas pagaran 0.15 ctvs. de dólar, el 5% el 0.25 ctvs. de dólar y el 6% 0.50 ctvs. de dólar. Tomado en cuenta es un beneficio positivo para este proyecto.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANADERÍA UBICADA AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL SECTOR DE LA LUCHA DE LOS POBRES EN EL AÑO 2016.

3.1.1.1.5 Demanda

Es toda la cantidad de bienes y servicios que ofrecen las empresas para que el consumidor satisfaga una necesidad o deseo de cada individuo, y donde el cliente tiene la capacidad de pago ante un precio determinado y competitivo en el mercado. (Thompson, Promonegocios, 2010, pág. 1)

3.1.1.1.6 Demanda Histórica

Permite conocer que acogida tuvo el producto en años anteriores y poder tener una idea de cuál será la aceptación del nuevo producto en el mercado. (Jimenez, Slideshare, 2012, pág. 1)

3.1.1.1.7 Demanda Proyectada

Es un elemento importante para poder saber cuál será la demanda satisfecha y no satisfecha, siendo un dato crítico el cual permite determinar la viabilidad del proyecto. (Jimenez, Slideshare, 2012, pág. 1)

Tabla 20 Demanda Proyectada

Años	Demanda actual	Tasa de crecimiento 0.25%	Demanda proyectada
2016	\$ 21.250,00	1,25	\$ 26.562,50
2017	\$ 26.562,50	1,25	\$ 33.203,13
2018	\$ 33.203,13	1,25	\$ 41.503,91
2019	\$ 41.503,91	1,25	\$ 51.879,88
2020	\$ 51.879,88	1,25	\$ 64.849,85
2021	\$ 64.849,85	1,25	\$ 81.062,32

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

3.1.1.1.8 Oferta

Es la cantidad de producto que se oferta para beneficio propio y para del consumidor, con un precio justo y competitivo en el mercado, donde la oferta que realizan las empresas es para obtener más clientes y con la necesidad de satisfacer una necesidad y para poder seguir liderando el mercado competitivo. (Thompson, Promonegocios net, 2010, pág. 1)

3.1.1.1.9 Oferta Histórica

Un elemento importante el cual ayuda al proyecto para saber que oferta se obtuvo en años anteriores.

3.1.1.1.10 Oferta Actual

Tabla 21 Oferta Actual

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	ACEPTACION DE LA COMPETENCIA 0.07%	OFERTA ACTUAL
2016	\$ 21.250,00	1,07	\$ 22.737,50

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)
Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

3.1.1.1.11 Oferta Proyectada

Se lo realiza considerando la oferta actual que ha obtenido crecimiento en los años anteriores, permitiendo obtener un dato claro y preciso para la proyección de la oferta durante los siguientes años.

Tabla 22 Oferta Proyectada

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	ACEPTACION DE LA COMPETENCIA 0,07%	OFERTA PROYECTADA
2016	\$ 24.329,13	1,0700	\$ 26.032,16
2017	\$ 26.032,16	1,0700	\$ 27.854,42
2018	\$ 27.854,42	1,0700	\$ 29.804,22
2019	\$ 29.804,22	1,0700	\$ 31.890,52
2020	\$ 31.890,52	1,0700	\$ 34.122,86
2021	\$ 34.122,86	1,0700	\$ 36.511,46

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

3.1.1.1.12 Balance Actual

Se define como demanda insatisfecha aquel o aquella persona que no se pudo satisfacer con su requerimiento, el cual debe ser poco probable para que el proyecto sea aprobado.

Tabla 23 Balance Actual

Años	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha (DP - OP)
2016	\$ 26.562,50	\$ 26.032,16	\$ 530,34
2017	\$ 33.203,13	\$ 27.854,42	\$ 5.348,71
2018	\$ 41.503,91	\$ 29.804,22	\$ 11.699,68
2019	\$ 51.879,88	\$ 31.890,52	\$ 19.989,36
2020	\$ 64.849,85	\$ 34.122,86	\$ 30.727,00
2021	\$ 81.062,32	\$ 36.511,46	\$ 44.550,86

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

CAPITULO IV

4 Estudio Técnico

Este estudio ayudara a obtener una idea más clara de viabilidad del proyecto donde está incluido, la mano de obra, ubicación, cantidad de los bienes y servicios a brindar al consumidor, maquinaria a utilizar, y entre otros procesos que se utilizara a futuro.

4.1.1 Objetivos del Estudio Técnico

- ✓ Mostrar la viabilidad del proyecto.
- ✓ Localización del proyecto.
- ✓ Que se establezca en el mercado con el nuevo producto.
- ✓ Recolección de toda la información y realizar el análisis de factibilidad y de rentabilidad.(Mayorga, 2010, pág. 1)

4.1.1.1 Tamaño del Proyecto

Está relacionado con toda la producción que realiza la empresa, y donde pretende vender sus productos con un precio competitivo y se toma en cuenta los siguientes Factores:

4.1.1.2 Capacidad Instalada

Es el espacio físico o área del lugar que se implementara la panadería, para dar a conocer el producto y sus instalaciones para la atención que se brindara al público.

Tabla 24 Capacidad Instalada

Área	Longitud
Materia prima	4m x 3m = 12m ²
Área Administrativa	3m x 5m = 15m ²
Área de Despacho	7,5m x 5m = 37,5m ²
Área de Producción	4,7m x 3,7m = 17,39m ²
Estacionamiento	9m x 5m = 45m ²
Archivo	3m x 3m = 9m ²
Vestidores	2,5m x 3m = 7,5m ²
Baños Hombres y Mujeres	2m x 2m = 4m ²

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

4.1.1.3 Capacidad Óptima

Se refiere a todos los departamentos que conforman la microempresa, donde el área total de metros cuadrados es de 146.39m².

4.2 Localización

Es el lugar donde se ubicará la microempresa con el fin de satisfacer las necesidades de los individuos del sector y esto está dada por la macro localización o micro localización. (Maggiolo, 2011, pág. 1)

4.2.1 Macro Localización

Es el sitio donde se dispone de materia prima, mano de obra y de todos los servicios necesarios para la implementación y funcionamiento del proyecto.

Tabla 25 Macro – Localización

Macro Localización	
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Parroquia	Eloy Alfaro
Sector	Lucha de los Pobres

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

4.2.1.1 Croquis del sector Lucha de los pobres

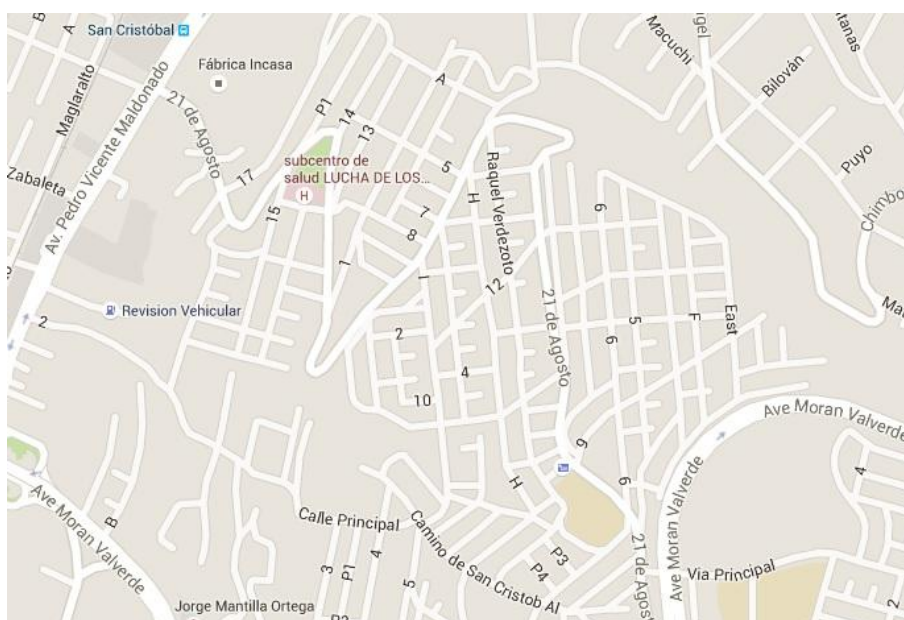


Figura # 26 Croquis Lucha de los Pobres

Fuente: Google

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

4.2.1.2 Micro – Localización

La microempresa estará ubicada en el sector Lucha de los Pobres Av. Vicente

Maldonado y calle 21 de Agosto, al sur del Distrito Metropolitano de Quito.



Figura # 27 Micro Localización del Sector

Fuente: Google

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

4.2.1.3 Localización Óptima

Consiste en determinar el lugar más adecuado para que el proyecto tenga rentabilidad y logre una mayor ganancia sobre la inversión que se realiza para que se implemente el proyecto y se pueda no solo recuperar lo invertido sino obtener una ganancia. Donde se busca satisfacer una necesidad del consumidor, donde no existe competencia alguna con el nuevo producto. La ubicación es en el sector Eloy Alfaro parroquia Lucha de los Pobres, al sur del Distrito Metropolitano de Quito. (Castillo, 2015, pág. 1)

4.3 Ingeniería del Proyecto

Es la etapa donde el proyecto debe tener la inversión necesaria, la utilización de las maquinarias, mano de obra disponible, el uso de insumo para el producto a producir,

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANADERÍA UBICADA AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL SECTOR DE LA LUCHA DE LOS POBRES EN EL AÑO 2016.

planteamiento del desarrollo del proyecto durante la instalación y operación. (Sotelo, s.f., pág. 1)

4.3.1 Definición de Bien y Servicio

Los bienes y servicios económicos o escasos son aquellos generados en las distintas actividades económicas con el fin de suplir una necesidad o un deseo. (Montoya, 2012, pág. 1)

4.3.1.1 Bien

Desde un punto económico se lo conoce como una necesidad que satisface directamente o indirectamente al consumidor sea como un bien tangible o intangible, lo cual permite que las empresas en si puedan satisfacer una demanda dependiendo de la necesidad de un bien. (Orozco, 2015, pág. 1)

4.3.1.2 Servicio

Son actividades intangibles que lo realizan personas que trabajan en empresas que brindan un servicio ya sea de limpieza, comida a domicilio, ventas entre una variedad de servicios, siendo una estrategia más de las empresas para obtener más clientes y poder satisfacer una necesidad del consumidor. (Thompson, Promonegocios, 2010, pág. 1)

Lo cual permite que los siguientes códigos de aviso muestren lo que tiene cada área, que se implementara en la microempresa.

Tabla 26 Códigos de Cercanía

CÓDIGOS DE CERCANÍA	RAZONES DE CERCANÍA
A= Necesario que esté cerca	1= Por procesos
B= Especialmente que este cerca	2= Por gestión administrativa
I= Importante que este cerca	3= Conveniencia
O= Cercanía Ordinaria	4= Ruido
U= Cercanía Indiferente	5= Por higiene
X= Cercanía Indeseable	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

4.3.1.3 Matriz Cruzada

Caja	I1	O3	A1	U3	U5	O1	O5
oficina	I2	A1	U3	O2	U5		
bodega	U3	U3	O2	O5	U5		
Bodega	U3	U3	U3	O5	U5		
área de Producción	U3	X5	O5	B3	A3		
área de Exhibición	U5	O4	O5	U5			
Parqueadero	U5	O5	I5				
Baños	U5						

Figura # 28 Matriz Cruzada

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANADERÍA UBICADA AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL SECTOR DE LA LUCHA DE LOS POBRES EN EL AÑO 2016.

4.3.1.4 Área de Producción

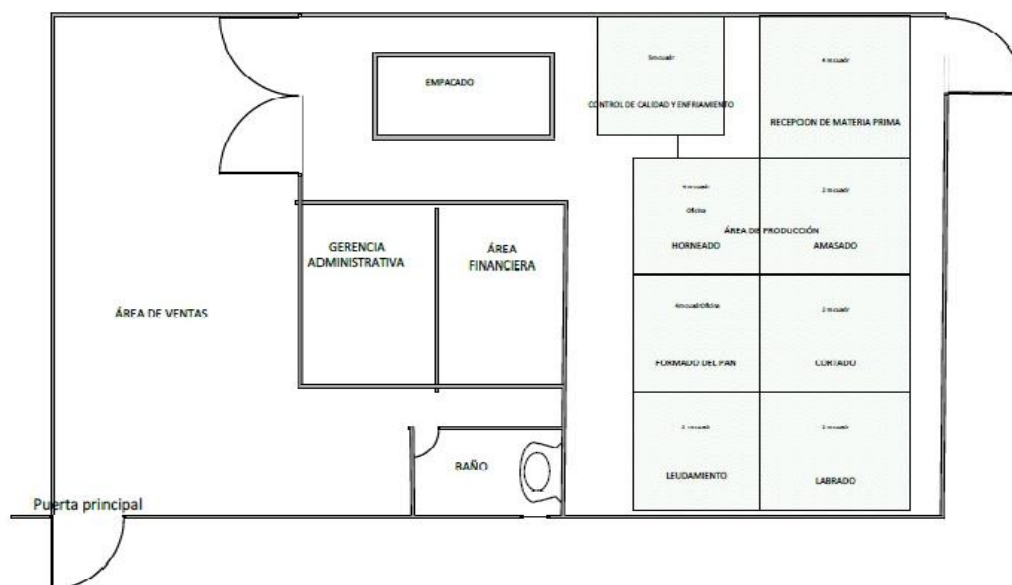


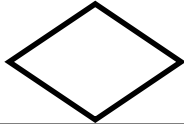
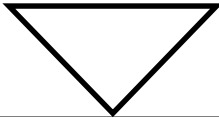
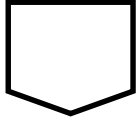
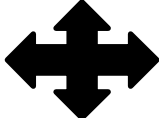
Figura # 29 Estructura de la Planta de la Panadería

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

4.3.1.5 Proceso Productivo

Tabla 27 Simbología del Proceso de Producción

INICIO / FIN	
OPERACIÓN ACTIVIDAD	
DECISION	
CONECTOR	
BASE DE DATOS	
DOCUMENTO	
DATOS	
ALMACENAMIENTO ARCHIVO	
CONECTOR DE PAGINA	
LINEAS DE FLUJO	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

4.3.1.6 Proceso de Producción del Producto

Tabla 28 Proceso de Elaboración del PAN

PROCESO PARA LA ELABORACIÓN DEL PAN	
1	Encender el Horno.
2	Pesaje de la materia prima.
3	Ingredientes adicionales como, Levadura, Sal, Azúcar, Huevos.
4	Mezcla de los Ingredientes
5	Obtener la masa para la distribución de los Diferentes tipos de Pan.
6	Limpieza higiénica de las latas de Hornear el Pan.
7	Horneado del Pan con su debida temperatura.
8	Perchar el Producto en el mostrador
9	Comercializar el Producto

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

4.3.1.7 Maquinaria

Tabla 29 Maquinaria que se Utilizara en la Elaboración del Producto

UNIDAD	IMAGEN	VALOR TOTAL DE LA MAQUINARIA
1	HORNO 	\$4,500,00
1	AMASADORA 	\$2.500,00
1	CORTADORA 	1.800,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

4.3.1.8 Materiales y Equipo

Tabla 30 Equipo a Utilizarse

UNIDAD	IMAGEN	VALOR TOTAL DE LOS EQUIPOS
1	MESA METÁLICA INOXIDABLE 	\$850,00
1	LATAS INOXIDABLES DE HORNEAR 	\$500.00
1	PORTA LATAS 	\$650.00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

4.3.1.9 Muebles y Enceres de Oficina Administrativa y del área del Negocio

Tabla 31 Muebles y Enceres

UNIDAD	IMAGEN	VALOR TOTAL DE LOS MUEBLES Y ENCERES
2	ESCRITORIO	\$650.00
		
3	MOSTRADORES O ESTANTERIAS	\$4.550.00
		
2	SILLA DE OFICINA	\$850.00
		
2	SILLA DE DESCANSO PA EL VENDEDOR	\$300.00
		

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANADERÍA UBICADA AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL SECTOR DE LA LUCHA DE LOS POBRES EN EL AÑO 2016.

4.3.1.9.1 Muebles y Enceres de Oficina Administrativa y del área del Negocio

Tabla 32 Muebles y Enceres

UNIDAD	IMAGEN	VALOR TOTAL DE LOS MUEBLES Y ENCERES
2	ARCHIVADORES METALICOS	\$600.00
		
2	TACHOS DE BASURA PARA LA ÁREA DE PRODUCCIÓN	\$380.00
		
2	TACHO DE BASURA PARA EL ÁREA DE VENTAS	\$170.00
		

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

4.3.1.10 Equipos de Computación

Tabla 33 Equipos de Computación

UNIDAD	IMAGEN	VALOR TOTAL DE LOS MUEBLES Y ENCERES
1	COMPUTADORA DE ESCRITORIO 	\$1.200.00
3	CAMARAS DE VIGILANCIA 	\$860.00
1	COMPUTADORA PORTATIL 	\$1.750.00
1	IMPRESORA 	\$690.00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANADERÍA UBICADA AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL SECTOR DE LA LUCHA DE LOS POBRES EN EL AÑO 2016.

4.3.1.10.1 Equipos de Oficina

Tabla 34 Equipos de Oficina

UNIDAD	IMAGEN	VALOR TOTAL DE LOS MUEBLES Y ENCERES
2	TELÉFONOS INALAMBRICOS	\$160.00
		
1	REGULADOR DE VOLTAGE	\$90.00
		

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

4.3.1.11 Proceso de la Elaboración del Pan

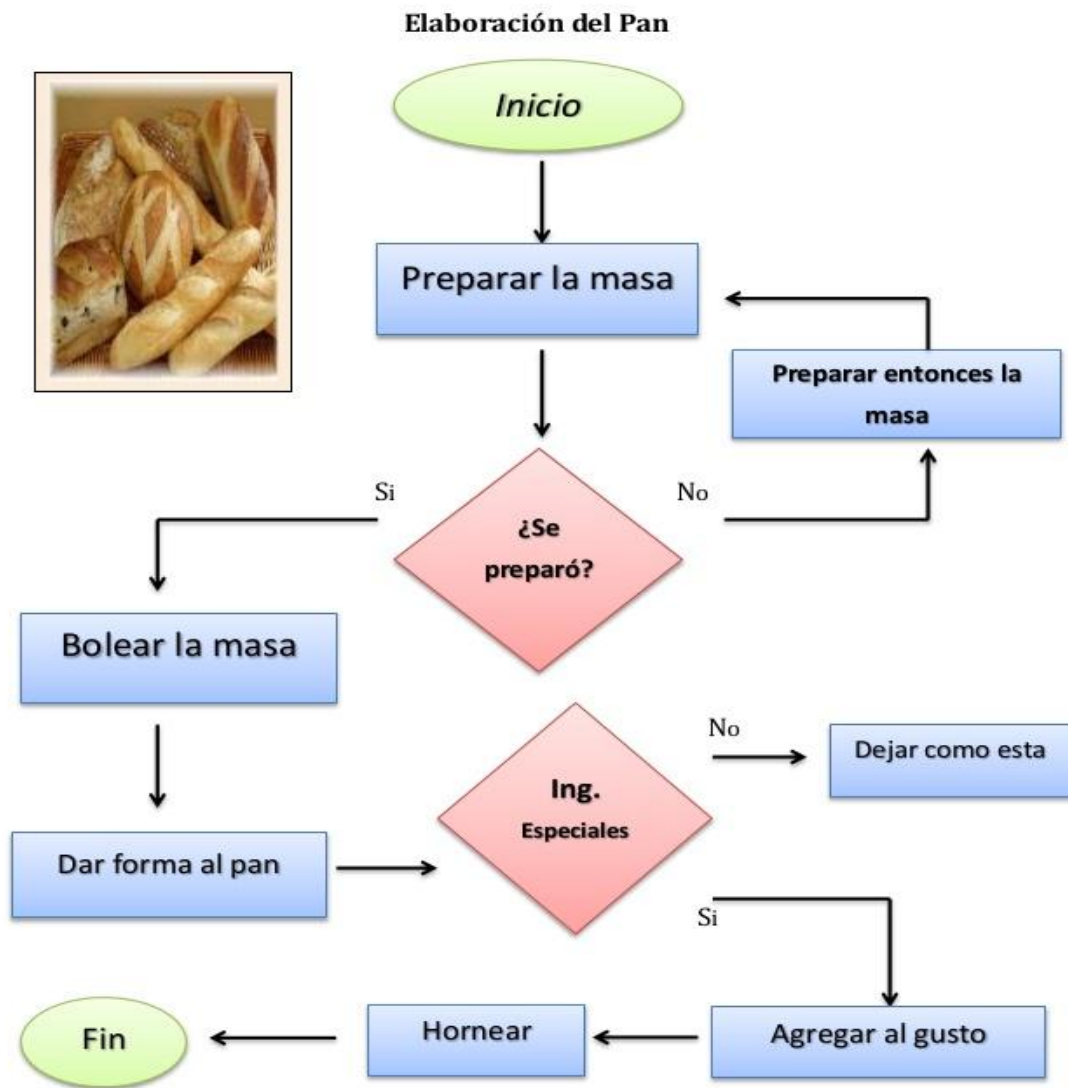


Ilustración 1 Procedimiento de Elaboración del Pan

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

CAPITULO V

5 Estudio Financiero

Es la parte fundamental de una empresa o microempresa, para poder invertir a futuro, con nuevas sucursales y generando empleo estable y creciendo una economía competitiva, este estudio es fundamental para la implementación del siguiente proyecto, tomando en cuenta los costos de mano de obra, maquinarias, y materiales de materia prima y las ventas futuras.(Anzil, 2012, pág. 1)

5.1 Ingresos Operacionales

Es todo lo que la microempresa va a realizar para la venta directa al consumidor que es el producto terminado. En si es todos los ingresos que tiene una empresa o microempresa por su actividad económica.(Gerencia, 2015, pág. 1)

TABLA 35 Producción

Costo de producción unitaria	0,12
Utilidad 49.33%	0,03
P.V. P	0,15
Producción mensual	1.700,00
Ingreso mensual	6.120,00
Ingreso anual	73.440,00

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANADERÍA UBICADA AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL SECTOR DE LA LUCHA DE LOS POBRES EN EL AÑO 2016.

5.2 Costos

Son los gastos económicos que representa una empresa para poder producir un producto determinado o un servicio a prestar, donde se puede establecer un precio de venta al público y poder obtener la inversión realizada. (Economia.com, 2011, pág. 1)

5.2.1 Costos Directos

Es el costo que se le da a la producción de un producto ya terminado y al empaque realizado, donde se comercializa conjuntamente, el costo directo también se da a la mano de obra utilizada el cual manipula los productos para la realización del producto terminado. (Loaiza, 2012, pág. 1)

5.2.2 Costos Indirectos

Son costos que no están incluidos en la producción, son procesos productivos los cuales representan ayuda al producto terminado para su comercialización y venta, lo cual son, arriendo de locales, pagos administrativos y salarios. (Loaiza, 2012, pág. 1)

5.2.2.1.1 Costos directos e indirectos

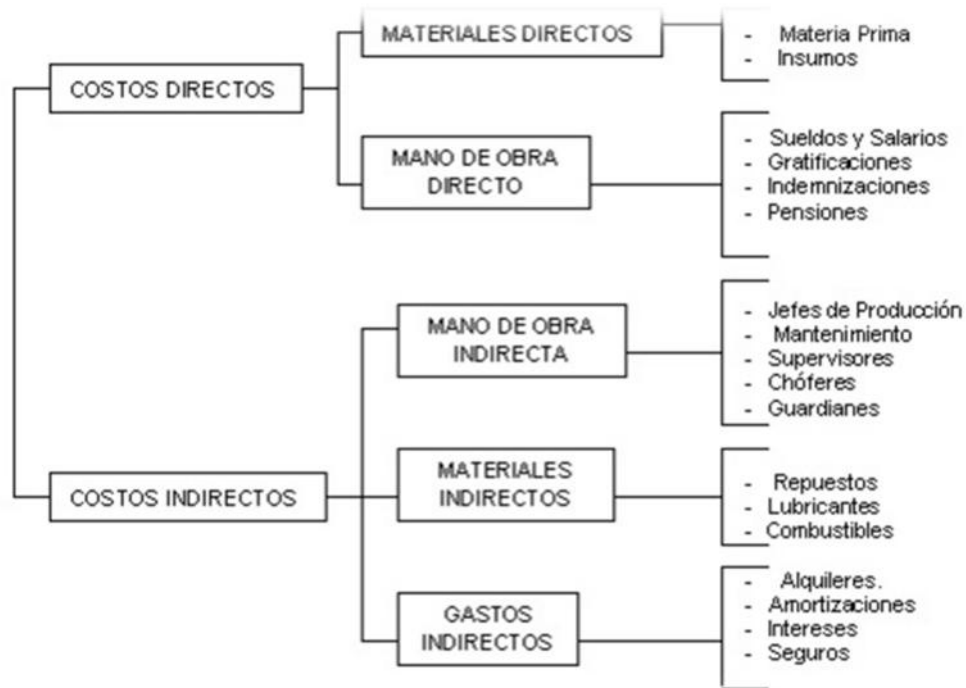


Figura # 30 Costos Directos e Indirectos

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

5.3 Materia Prima

Son materiales que se encuentran en su estado natural, los cuales sufren una transformación para un bien de consumo. (Economía y Negocios, s.f., pág. 1)

5.3.1.1 Materia Prima

Tabla 36 Materia Prima

DESCRIPCION	MEDIDA	VALOR UNITARIO	CONSUMO DE MES	VALOR MENSUAL	TOTAL, ANUAL
Harina	Quintal	\$ 42,00	18	\$ 756,00	\$ 9.072,00
Huevos	Cubeta	\$ 3,50	10	\$ 35,00	\$ 420,00
Mantequilla	Caja	\$ 15,00	7	\$ 105,00	\$ 1.260,00
Levadura	Bloque	\$ 3,50	3	\$ 10,50	\$ 126,00
Azúcar	Quintal	\$ 43,00	2	\$ 86,00	\$ 1.032,00
Royal	10 libras	\$ 4,00	1	\$ 4,00	\$ 48,00
Esplenda	1 funda	\$ 20,00	1	\$ 20,00	\$ 240,00
Sal	Quintal	\$ 15,00	1	\$ 15,00	\$ 180,00
TOTAL			43	\$ 1.031,50	\$ 12.378,00

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

5.3.1.2 Materia Prima Indirecta

Tabla 37 Materia Prima con Costos Indirectos

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	TOTAL, ANUAL
Fundas Plásticas	1000	\$ 0,02	\$ 20,00	\$ 240,00
TOTAL			\$ 20,00	\$ 240,00

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

5.3.1.3 Mano de Obra Directa

Es aquel trabajador que está manipulando la materia prima para realizar un producto terminado, con un sueldo fijo.

Tabla 38 Mano de Obra Directa

Fuente: Análisis Financiero

Descripción	Cantidad	Valor	Horas	Décimo	Decimo	Fondos de	Aporte al	Valor
		Unitario	Extras	Tercero	Cuarto	Reserva	IEES 9,45%	Total
Panadero 1	1	320,00	23,00	321,92	366,00	38,33	30,24	1.099,49
TOTAL	1	320,00	23,00	321,92	366,00	38,33	30,24	1.099,49

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

5.3.2 Gasto Administrativo

Es todo lo relacionado con el personal que administra la planta o empresa, como Secretaria, Gerente General, Contador, Equipo de oficina, Suministros de Oficina lo cual no tiene nada que ver con la producción. (Montenegro, 2012, pág. 1)

Tabla 39 Gasto Administrativo

GASTO ADMINISTRATIVO				
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Sueldo Personal Administración				
Gerente	1	500,00	500,00	6.000,00
Auxiliar Contable	1	290,00	290,00	3.480,00
Vendedor	6	220,00	360,00	4.320,00
Gastos Generales	1	20,00	20,00	240,00
Suministros de Limpieza				
Toalla	3	0,75	2,25	27,00
Lava vajilla	5	0,55	2,75	33,00
Jabón Liquido	2	1,75	3,50	42,00
Cloro Liquido en galón	2	2,20	4,40	52,80
Útiles de Oficina				
Esferos azul y negro	15	0,30	4,50	54,00
Borrador	3	0,10	0,30	3,60
Lápiz	3	0,15	0,45	5,40
Papel boom	4	0,05	0,20	2,40
Tinta de Impresora	4	12,00	48,00	576,00
TOTAL	50	1.047,85	1.236,35	14.836,20

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

5.3.2.1 Costos de Producción

Es todo gasto que realiza la empresa en compra de materia prima, para obtener un producto terminado y poder introducir en el mercado con un costo competitivo.

(Gerencia.com, 2010, pág. 1)

5.3.2.2 Costos Fijos y Variables

Son aquellos costos que tiene un precio fijo y no tienen una modificación a largo plazo, por lo contrario los costos variables sí.

5.3.2.2.1 Costos Fijos

Son los costos que debe pagar la empresa tenga o no tenga ventas, es una obligación que adquiere la empresa. Donde estos costos tienen una modificación en un largo periodo. (Jonathan, 2010, pág. 1)

5.3.2.2.2 Costos Variables

Como tal es un costo que varía de pendiendo de la producción o servicio que se dedique una empresa, debido a una mayor demanda alta en un tiempo determinado, lo cual es necesario realizar un nuevo costo de producción.(Gerencia.com, 2010, pág. 1)

Tabla 40 Costos Fijos

Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	14.836,20
Gastos de Ventas	1.333.20
Gastos Financieros	5.179,80
TOTAL, COSTOS FIJOS	21.349,20

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

5.4 Inversiones

Las empresas realizan inversiones con el fin de ampliar, renovar la planta con nuevos equipos de producción, ampliación y mejoramiento de la maquinaria, también con la apertura de nuevas sucursales en la ciudad o país que se establezca la empresa, lo cual generara empleo y una economía estable para el país.(Almada, 2010, pág. 1)

5.4.1.1 Inversión de Activos Fijos

Tabla 41 Activos Fijos

Descripción	Total, de Activos Fijos
Terreno	20.500,00
Vehículo	18.700,00
Equipo y Maquinaria	10.800,00
Muebles y Enseres	7.750,00
Equipos de Oficina	250,00
Equipos de Computación	4.500,00
Total, de Activos Fijos	62.500,00

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

5.4.1.2 Activos Nominales

Son los gastos que se realizan para la constitución de la empresa y para la realización del estudio de factibilidad para saber si es o no rentable la empresa.

Tabla 42 Activos Nominales

Activos Diferidos	Total, Activos Diferidos
Gastos De Constitución	\$ 150,00
Estudio de Factibilidad	\$ 150,00
Total, de Activos diferidos	\$ 300,00

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

5.4.1.3 Capital de Trabajo

Son los recursos que necesita la empresa para poder operar, los cuales son financiados con recursos propios y recursos financieros, donde está incluido, la mano de obra, personal administrativo, maquinaria, materia prima y entre otros.(Gerencie.com, 2011, pág. 1)

Tabla 43 Capital de Trabajo

Capital de Trabajo	Uso de Fondos
Materia Prima	\$ 2.347,20
Mano de Obra	\$ 1.099,49
Gasto Administrativo	\$ 1.236,35
Gasto Ventas	\$ 111,10
Total, de Activos diferidos	\$4.794,14

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

5.4.1.4 Amortización de Financiamiento

Se trata de un préstamo que se adquiere en un banco con la finalidad de obtener un beneficio y con un pago de interés que cobra el banco, lo cual se lo hace durante un periodo determinado por las dos partes. (Castellanos, 2011, pág. 1)

La fórmula a utilizar para la amortización es la siguiente

$$a = \frac{Cr (1 + i)^n}{(1 + i)^n - 1}$$

Tabla 44 Tabla de Amortización

Tasa aplicada: 21.00 % anual
Total, Interés: \$8,309.17
Total, Pagado: \$23,309.10
Cuota referencial a pagar: \$431.65

N° de Cuota	Capital	Interés	Amortización	Pago	Saldo
1	15,000.00	262.50	169.15	431.65	14,830.85
2	14,830.85	259.54	172.11	431.65	14,658.74
3	14,658.74	256.53	175.12	431.65	14,483.62
4	14,483.62	253.46	178.19	431.65	14,305.43
5	14,305.43	250.35	181.30	431.65	14,124.13
6	14,124.13	247.17	184.48	431.65	13,939.65
7	13,939.65	243.94	187.71	431.65	13,751.94
8	13,751.94	240.66	190.99	431.65	13,560.95
9	13,560.95	237.32	194.33	431.65	13,366.62
10	13,366.62	233.92	197.73	431.65	13,168.88
11	13,168.88	230.46	201.19	431.65	12,967.69
12	12,967.69	226.93	204.72	431.65	12,762.97
13	12,762.97	223.35	208.30	431.65	12,554.68
14	12,554.68	219.71	211.94	431.65	12,342.73
15	12,342.73	216.00	215.65	431.65	12,127.08
16	12,127.08	212.22	219.43	431.65	11,907.65
17	11,907.65	208.38	223.27	431.65	11,684.39
18	11,684.39	204.48	227.17	431.65	11,457.22
19	11,457.22	200.50	231.15	431.65	11,226.07
20	11,226.07	196.46	235.19	431.65	10,990.87
21	10,990.87	192.34	239.31	431.65	10,751.56
22	10,751.56	188.15	243.50	431.65	10,508.07
23	10,508.07	183.89	247.76	431.65	10,260.31
24	10,260.31	179.56	252.09	431.65	10,008.21
25	10,008.21	175.14	256.51	431.65	9,751.71
26	9,751.71	170.65	261.00	431.65	9,490.71
27	9,490.71	166.09	265.56	431.65	9,225.15
28	9,225.15	161.44	270.21	431.65	8,954.94
29	8,954.94	156.71	274.94	431.65	8,680.00
30	8,680.00	151.90	279.75	431.65	8,400.25
31	8,400.25	147.00	284.65	431.65	8,115.60
32	8,115.60	142.02	289.63	431.65	7,825.98
33	7,825.98	136.95	294.70	431.65	7,531.28
34	7,531.28	131.80	299.85	431.65	7,231.43

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANADERÍA UBICADA AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL SECTOR DE LA LUCHA DE LOS POBRES EN EL AÑO 2016.

35	7,231.43	126.55	305.10	431.65	6,926.33
36	6,926.33	121.21	310.44	431.65	6,615.89
37	6,615.89	115.78	315.87	431.65	6,300.02
38	6,300.02	110.25	321.40	431.65	5,978.62
39	5,978.62	104.63	327.02	431.65	5,651.59
40	5,651.59	98.90	332.75	431.65	5,318.85
41	5,318.85	93.08	338.57	431.65	4,980.28
42	4,980.28	87.15	344.50	431.65	4,635.78
43	4,635.78	81.13	350.52	431.65	4,285.26
44	4,285.26	74.99	356.66	431.65	3,928.60
45	3,928.60	68.75	362.90	431.65	3,565.70
46	3,565.70	62.40	369.25	431.65	3,196.45
47	3,196.45	55.94	375.71	431.65	2,820.74
48	2,820.74	49.36	382.29	431.65	2,438.45
49	2,438.45	42.67	388.98	431.65	2,049.47
50	2,049.47	35.87	395.78	431.65	1,653.69
51	1,653.69	28.94	402.71	431.65	1,250.98
52	1,250.98	21.89	409.76	431.65	841.22
53	841.22	14.72	416.93	431.65	424.29
54	424.29	7.43	424.22	431.65	0.07
TOTALES		8,309.17	14,999.93	23,309.10	

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

5.4.1.5 Depreciaciones

Es el desgaste que tiene una propiedad, maquinaria, vehículo, equipo de computación, debido a su uso y al paso del tiempo. (Gerencie.com, 2013, pág. 1)

Tabla 45 Depreciación a 5 años de los Activos Fijos

Descripción	Año 0	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo y Maquinaria	5.100,00	10	510,00	510,00	510,00	510,00	510,00
Muebles y Enseres	2.260,00	10	226,00	226,00	226,00	226,00	226,00
Equipos de Oficina	105,00	10	10,50	10,50	10,50	10,50	10,50
Equipos de Computación	1.470,00	3	490,00	490,00	490,00	490,00	490,00
TOTAL	8.935,00		1.236,50	1.236,50	1.236,50	1.236,50	1.236,50

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

5.4.1.6 Estado de Situación Inicial

Es un informe financiero que tiene la empresa la cual refleja su patrimonio inicial, donde mantiene como estructura como el Activo, el Pasivo y el Patrimonio neto.

(Castro A. , 2013, pág. 1)

Tabla 46 Estado de Situación Inicial

ESTADO DE SITUACION INICIAL		
Activos		
Corriente		
Inv. De mercadería	\$ 796,20	
No Corrientes		\$ 56.596,20
Terreno	\$ 22.085,00	
Vehículo	\$ 15.700,00	
Maquinaria y Herramienta	\$ 8.800,00	
Muebles y Enceres	\$ 5.750,00	
Equipo de Computación	\$ 3.010,00	
Equipo de oficina	\$ 155,00	
Gastos de Constitución	\$ 150,00	
Estudio de Factibilidad	\$ 150,00	
TOTAL, ACTIVOS		\$ 56.596,20
PASIVOS		
No Corrientes		15.000,00
Préstamo bancario por Pagar	15.000,00	
PATRIMONIO		41.596,20
Capital	41.596,20	
TOTAL, PASIVO + PATRIMONIO		\$ 56.596,20

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

5.4.1.7 Estado de Resultados Proyectado

Son los ingresos y gastos que tiene una empresa, siendo un documento en el cual se interactúa un estado financiero obteniendo ganancias y pérdidas.

Tabla 47 Estados de Resultados Proyectado

Tasa de Crecimiento:	3,34%				
Tasa de Inflación:	2,32%				
Descripción	Año	Año	Año	Año	Año
	2016	2017	2018	2019	2020
VENTAS	73.440,00	75.892,90	78.427,72	81.047,20	83.754,18
(-) Costo de Producción	17.078,29	17.648,70	18.238,17	18.847,33	19.476,83
(=) Utilidad Bruta en Ventas	56.361,71	58.244,19	60.189,55	62.199,88	64.277,35
(-) Gastos Operacionales					
(-) Gastos Administrativos	10526,20	10.770,41	11.020,28	11.275,95	11.537,55
(-) Gastos de Ventas	2347,20	2.401,66	2.457,37	2.514,38	2.572,72
(-) Gastos Financieras	5179,80	5179,80	5179,80	5179,80	5179,80
(=) Utilidad Operacional	38.308,51	39.892,33	41.532,09	43.229,74	44.987,28
(+) Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad A.P.E.I.	38.308,51	39.892,33	41.532,09	43.229,74	44.987,28
(-) 15 % Participación Laboral	5.746,28	5.983,85	6.229,81	6.484,46	6.748,09
(=) Utilidad Antes de I.R.	32.562,23	33.908,48	35.302,28	36.745,28	38.239,19
(-) 22% Impuesto a la Renta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad Neta	32.562,23	33.908,48	35.302,28	36.745,28	38.239,19
(+) Depreciaciones	1.679,33	1.679,33	1.679,33	1.679,33	1.679,33
(+) Amortizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) EXCEDENTE OPERACIONAL	34.241,57	35.587,81	36.981,61	38.424,61	39.918,52

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

5.5 Evaluación

5.5.1 Tasa de Descuento

Es una inversión financiera que se aplica con objetivo de obtener un descuento a futuro en el capital que se invierte.

$$TMAR = i + f + (i \times f)$$

i = inflación

f = costo de oportunidad

Inflación =	2,32%
Costo de Oportunidad =	9,03%

$$TMAR = 0,0232 + 0,0903 + (0,0232 \times 0,09)$$

$$TMAR = 0,1135 + 0,002095$$

$$TMAR = 0,115595$$

$$TMAR = 11,56\%$$

5.5.2 Valor Actual Neto (VAN)

Son los valores futuros o ganancias que tendrá una empresa y así descontar su inversión inicial para saber si la hubo ganancia o pérdida.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANADERÍA UBICADA AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL SECTOR DE LA LUCHA DE LOS POBRES EN EL AÑO 2016.

Tabla 48 Flujos Netos de Efectivo

Descripción	Año 0		Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
Inversión Total	-\$ 62.500,00						-\$ 4.500,00					
Excedente Operacional			\$ 34.241,57		\$ 35.587,81		\$ 36.981,61		\$ 38.424,61		\$ 39.918,52	
FLUJOS DE EFECTIVO	-\$ 62.500,00		\$ 34.241,57		\$ 35.587,81		\$ 32.481,61		\$ 38.424,61		\$ 39.918,52	
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 =	-											
	\$62.500,00	+	\$ 34.241,57	+	\$35.587,81	+	\$32.481,61	+	\$38.424,61	+	\$ 39.918,52	
			1,12		1,24		1,39		1,55		1,73	
VAN =	\$62.500,00	+	\$ 30.693,41	+	\$28.594,61	+	\$23.394,41	+	\$24.807,07	+	\$ 23.101,06	
VAN =	-											
	\$62.500,00	+	\$130.590,56									
VAN =												
	\$68.090,56											

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas



5.5.2.1 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la tasa de descuento que se aplica a un flujo de efectivo futuro y hace que el valor actual sea igual a cero.

(ZonaEconómica, 2015, pág. 1)

TABLA 49 TIR

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=	-\$ 62.500,00	+	\$ 34.241,57	+	\$ 35.587,81	+	\$ 32.481,61	+	\$ 38.424,61	+	\$ 39.918,52
			1,12		1,24		1,39		1,55		1,73
VAN=	-\$ 62.500,00	+	\$ 30.693,41	+	\$ 28.594,61	+	\$ 23.394,41	+	\$ 24.807,07	+	\$ 23.101,06
VAN=	-\$62.500,00	+	\$ 130.590,56								
VAN=	\$ 68.090,56										
TIR =	48,55%										

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

5.5.2.2 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Es el número de años en el cual se pretende recuperar la inversión y el costo que se realiza a un proyecto. (Vaquito, 2010)

Tabla 50(PRI)

PERIODO DE RECUPERACION				
Periodo	FNE	Acumulado	FNE	Acumulado
Actualizado				
0	62.500,00	62.500,00	53.125,00	53.125,00
1	34.241,57	96.741,57	24.996,35	78.121,35
2	35.587,81	132.329,38	22.064,44	100.185,79
3	36.981,61	169.310,99	19.600,25	119.786,04
4	38.424,61	207.735,60	17.291,07	137.077,12
5	39.918,52	247.654,12	23.101,58	160.178,70

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

**Tabla 51 PERIODO DE RECUPERACION
PERIODO DE RECUPERACION A VAÑORES
CORRIENTES**

	Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 2	35.587,81	53.125,00
1 mes	2965,65	56.090,65
2 mes	2965,65	59.056,30
3 mes	2965,65	62.021,95
4 mes	2965,65	64.987,60
5 mes	2965,65	67.953,25
6 mes	2965,65	70.918,91
7 mes	2965,65	73.884,56
8 mes	2965,65	76.850,21
9 mes	2965,65	79.815,86
10 mes	2965,65	82.781,51
11 mes	2965,65	85.747,16
12 mes	2965,65	88.712,81

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

PERIODO DE RECUPERACIÓN:	2 AÑO Y 4 MESES	PRVC
--------------------------	-----------------	-------------

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANADERÍA UBICADA AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL SECTOR DE LA LUCHA DE LOS POBRES EN EL AÑO 2016.

5.5.2.3 Relación Costo Beneficio (RCB)

Son todos los ingresos y egresos que se tiene en el presente los cuales se proyectan a un futuro para obtener referencias efectivas de rentabilidad del proyecto. (PymesFuturo, 2010)

$$RCB = \frac{\text{Sumatoria Flujos Actualizados}}{\text{Inversion}}$$

$$RCB = \frac{\$160.178,70}{\$62.500,00}$$

$$RCB = \$ 1.56$$

5.5.2.4 Punto de Equilibrio

Es el equilibrio entre los ingresos y gastos de las inversiones a realizarse y donde no hay ni perdida ni utilidad, donde el volumen de producción debe ser más alta para obtener ganancias y con la finalidad de cubrir los costos fijos y variables. (Jumbo, 2012)

Formula

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

Tabla 52 Datos del Punto de Equilibrio

Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	14.836,20
Gastos de Ventas	1.333,20
Gastos Financieros	5.179,80
TOTAL, COSTOS FIJOS	21.349,20
Costo Variable unitario	0,12
Precio	0,15

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

$$PE = 21.349,20 / 3 = 7.116,40 \text{ Unidades}$$

$$PE = 21.349,20 / 0.33 = 21.564,85 \text{ Dólares}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO

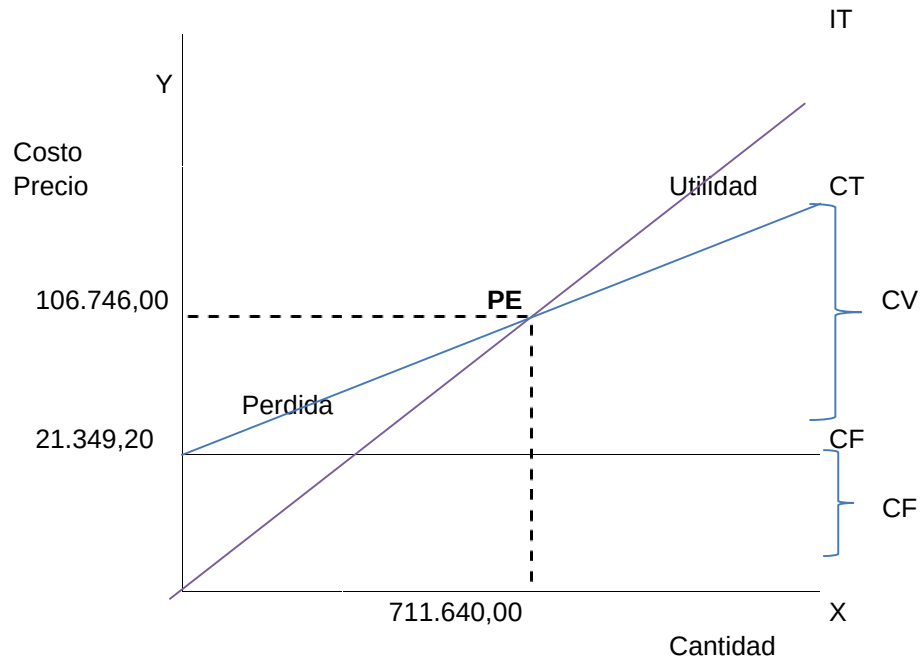


Figura # 31 Punto de Equilibrio

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

5.6 Análisis de Índices Financieros

Los presentes análisis financieros indican el comportamiento de la empresa, indicando su liquides, deuda y sus proyecciones futuras para obtener ganancias y recuperación de la inversión.

(Luis, 2010)

5.6.1 Indicadores de Liquidez

- **Razón Corriente**

$$RC = \text{Activo Corriente} / \text{Pasivo Corriente}$$

$$RC = 796.20 / 15.000.00 = 0,05308$$

Análisis

Este indicador muestra que en el primer año la empresa tiene solvencia de capacidad de pago ante sus deudas.

5.6.2 Indicadores de Rentabilidad

- **Margen Bruto**

$$MB = \text{Utilidad Bruta en Ventas} / \text{Ventas}$$

$$MB = 56.361.71 / 73.440.00 = 0.77$$

Análisis

Este indicador muestra la rentabilidad de ganancia en las ventas en el primer año que es de 0.77 centavos de dólar.



- Margen Operacional Bruto

MO= Utilidad Operacional / Ventas

$$MO = 38.308,51 / 73.440,00 = 0.52$$

Análisis

Este indicador muestra la rentabilidad de utilidad de la empresa en el primer año, donde la empresa podrá aumentar sus costos en las ventas con un valor de 0.52 centavos de dólar.

- Margen Neto

MN= Utilidad Neta / Ventas

$$MN = 32.562,23 / 73.400,00 = 0.44$$

Análisis

Este indicador permite detallar que la empresa tiene utilidad antes de los impuestos del primer año de la empresa, cuyo valor de utilidad es de 0.44 centavos de dólar.

- Rentabilidad Sobre el Patrimonio

ROE= Utilidad Neta / Patrimonio

$$ROE = 32.562,23 / 41.596,20 = 0.78$$

Análisis

Por cada dólar invertido el patrimonio de la empresa en el primer año será de 0.78 centavos de dólar.

- Rentabilidad sobre Activos

ROA= Utilidad Neta / Activos Totales

ROA= 32.562,23 / 56.596.20 = 0.58

Análisis

Los activos totales de la empresa tienen una rentabilidad, en el primer año de 0.58 centavos de cada dólar invertido.

5.6.3 Indicadores de la Estructura

- Deuda Total

DT= Pasivo Total / Activo Total

DT= 15.000.00 / 56.596.20 = 0.27

Análisis

La deuda de la empresa por cada dólar invertido es de 0.27 centavos.

- Capital Propio

CP= Capital / Activo total

CP= 41.596.20 / 56.596.20 = 0.73

Análisis

El capital propio invertido por la empresa por cada dólar es de 0.73 centavos.

CAPITULO VI

6 Análisis de Impactos

Son aquellos cambios que pasan en el tiempo a largo o mediano plazo, debido al impacto que tiene o que puede presentarse. Aquí se detalla los impactos del siguiente proyecto.

6.1 Impacto Ambiental

- El personal será capacitado para que pueda llevar una adecuada manipulación con los productos y desechos orgánicos y poder cuidar del medio ambiente de posibles impactos nocivos.

6.2 Impacto Económico

- Es un estudio basado en las economías anteriores donde el país ha tenido que pasar por varias crisis economías y dejando a un lado las oportunidades de crecer con diferentes proyectos, teniendo un impacto positivo en la comunidad que se implementara y con la finalidad de generar empleo y poder ayudar en la economía del país.

- Este proyecto aportará con la matriz productiva del Ecuador con la finalidad de cuidar la salud y la alimentación de cada individuo del sector.

6.3 Impacto Productivo

- El siguiente proyecto tendrá un impacto positivo generando productos de calidad y ayudando a mejorar la calidad de vida de cada individuo del sector y aportará con la economía del país y contribuyendo con la matriz productiva del Ecuador.

6.4 Impacto Social

- Será positivo para las personas que colaboran en la microempresa, teniendo un sueldo digno y los beneficios de acuerdo a la ley. Tomados en cuenta sin ninguna discriminación alguna.
- La microempresa busca en sí ayudar a los habitantes del sector en su alimentación diaria y creando fuentes de empleo para disminuir la pobreza del sector.

CAPITULO VII

7 Conclusiones

- El proyecto es factible debido al estudio realizado, los análisis de cada capítulo lo hacen positivo para la implementación.
- Los análisis e indicadores financieros muestran una rentabilidad en este proyecto.
- La inversión que se realizó tiene un costo rentable debido que se lo recupera en 1 año 4 meses.
- El estudio de mercado que se realizó bajo la encuesta se obtuvo un porcentaje del 89% de aceptación del producto.

7.1 Recomendaciones

- Se debe implementar el proyecto debido que se obtendrá ganancias futuras.
- Variar los productos para satisfacer la demanda.



-
- Mantener la adecuada higiene personal y del lugar de la microempresa para una mayor acogida del consumidor.
 - Brindar una atención adecuada al consumidor.

Bibliografía

- Almada, P. D. (Junio de 2010). *Economía*. Obtenido de <http://www.econlink.com.ar/economia/inversion>
- Amaya, W. C. (s.f.). *Gestiopolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/concepto-de-vision/>
- Anzil, F. (Enero de 2012). *Zona Económica*. Obtenido de <http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- Castellanos, Y. M. (Agosto de 2011). *Economipedia*. Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/amortizacion-contable-y-financiera.html>
- Castillo, D. (20 de Junio de 2015). Obtenido de <https://prezi.com/8ex0fdijpl52/localizacion-optima-del-proyecto/>
- Castro, A. (28 de Noviembre de 2013). Obtenido de <https://prezi.com/884qbg2u6zgk/estructura-de-estado-de-situacion-inicial/>
- Castro, I. W. (s.f.). *ehowenespanol*. Obtenido de http://www.ehowenespanol.com/analisis-interno-empresa-hechos_118926/
- Cortez, Y. (s.f.). *slideshare*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/anarosamendezfrancisco/factor-tecnologico>
- CreceNegocios*. (13 de Noviembre de 2013). Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/el-analisis-del-consumidor/>
- definicion*. (s.f.). Obtenido de <http://definicion.de/radio/>
- Definicion*. (s.f.). Obtenido de <http://definicion.mx/gestion-empresarial/>
- Definiciones*. (s.f.). Obtenido de <http://definicion.de/planeacion-estrategica/>
- Díaz, F. (s.f.). *El Club del Pan*. Obtenido de <http://www.elclubdelpan.com/mundo-del-pan/panes/como-nacio-el-pan>
- Duval, I. (7 de Mayo de 2013). *Marketingdirecto*. Obtenido de <http://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/mision-vision-y-valores-conceptos-fundamentales-para-el-buen-desarrollo-de-una-empresa/>

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANADERÍA UBICADA AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL SECTOR DE LA LUCHA DE LOS POBRES EN EL AÑO 2016.



Economía y Negocios. (s.f.). Obtenido de <http://www.elmundo.com.ve/diccionario/materia-prima.aspx>

Economía y Negocios EL Mundo. (s.f.). Obtenido de <http://www.elmundo.com.ve/diccionario/tasa-activa.aspx>

Economía.com. (23 de Enero de 2011). Obtenido de http://contenidosdigitales.ulp.edu.ar/exe/economia1/costos_concepto_y_clasificacin.html

ecuadorencifras. (s.f.). Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/canastas/Canastas_2015/Noviembre/1.%20Informe_Ejecutivo_Canastas_Analiticas_nov2015.pdf

El Emprendedor. (s.f.). Obtenido de <http://www.emprendedor.ec/obtener-registro-sanitario-ecuador/>
enciclopediafinanciera. (s.f.). Obtenido de <http://www.enciclopediafinanciera.com/indicadores-economicos/tasa-de-desempleo.htm>

Estadística. (s.f.). Obtenido de <http://www.estadistica.mat.uson.mx/Material/queesunaencuesta.pdf>

Experto GestioPolis.com. (s.f.). Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/que-es-un-canal-de-distribucion/>

Fancisco, A. R. (s.f.). Obtenido de <http://es.slideshare.net/anarosamendez/factor-social>

Francisco, R. (s.f.). *Scribd.* Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/75951216/Concepto-de-Marco-Legal#scribd>

Gerencia. (2015). Obtenido de <http://www.gerencie.com/ingresos-no-operacionales.html>

Gerencia.com. (2010). Obtenido de <http://www.gerencie.com/los-costos-de-produccion.html>

Gerencia.com. (2010). Obtenido de <http://www.gerencie.com/costo-variable.html>

Gerencie.com. (Junio de 2011). Obtenido de <http://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html>

Gerencie.com. (10 de Septiembre de 2013). Obtenido de <http://www.gerencie.com/depreciacion.html>

Google. (s.f.). Obtenido de <https://www.google.es/maps/place/Lucha+de+Los+Pobres+B,+Quito+EC170139,+Ecuador/@-0.2875519,-78.5330669,1591m/data=!3m2!1e3!4b1!4m2!3m1!1s0x91d598845c77dbf5:0x69288087ccb48077>

Hispavida. (s.f.). Obtenido de <http://www.hispavida.com/los-beneficios-del-pan/>

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANADERÍA UBICADA AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL SECTOR DE LA LUCHA DE LOS POBRES EN EL AÑO 2016.

- Hispavida*. (s.f.). Obtenido de <http://www.hispavida.com/los-beneficios-del-pan/>
- hojavolante*. (s.f.). Obtenido de <http://hojavolante.tripod.com/>
- INEC*. (s.f.). Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/Empleo-mar-2014/10_anios/201403_EnemduPresentacion_10anios.pdf
- INEC*. (s.f.). Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/Empleo-mar-2014/10_anios/201403_EnemduPresentacion_10anios.pdf
- INEC*. (s.f.). *ecuadorencifras*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- isotoools*. (26 de marzo de 2015). Obtenido de <https://www.isotoools.org/2015/03/26/que-es-la-gestion-operativa-de-una-empresa-y-como-mejorarla/>
- Jimenez, E. (24 de Junio de 2012). *Slideshare*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/enmelysjimenez/anlisis-de-la-demanda-y-la-oferta>
- Jimenez, E. (24 de Junio de 2012). *Slideshare*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/enmelysjimenez/anlisis-de-la-demanda-y-la-oferta>
- Jonathan, M. T. (Marzo de 2010). Obtenido de <http://www.promonegocios.net/costos/costos-fijos.html>
- Jumbo, A. (13 de Octubre de 2012). *ContabilidaddeCostos*. Obtenido de <http://lacontabilidaddecostosenlavirtualidad.blogspot.com/2012/10/el-punto-de-equilibrio.html>
- Lema, S. (s.f.). *Gestion*. Obtenido de <http://www.gestion.org/social-media/1121/tipos-de-competidores/>
- Loaiza, J. I. (25 de Junio de 2012). *Slideshare*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/lori6802/costos-directos-indirectos>
- Luis, H. C. (3 de Noviembre de 2010). *Gestiopolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/tecnicas-de-analisis-financiero-los-indicadores-financieros/>
- Maggiolo, d. (31 de Agosto de 2011). *Eumus*. Obtenido de <http://www.eumus.edu.uy/docentes/maggiolo/acuapu/loc.html>
- matizfoda*. (s.f.). Obtenido de <http://www.matrizfoda.com/>
- matrizfoda*. (s.f.). Obtenido de <http://www.matrizfoda.com/>
- Mayorga, J. (13 de Julio de 2010). Obtenido de <http://es.slideshare.net/JFMayorgaJ/estudio-tnico>

Melchor, I. (s.f.). *SlideShare*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/analisis-del-ambiente-externo-de-una-organizacion/>

Méndez, J. T. (s.f.). *Google*. Obtenido de https://www.google.com.ec/search?q=diagrama+de+produccion+para+una+panaderia&rlz=1C1PRFE_enEC669EC669&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwidn-7uzvjKAhVEpx4KHaThBpEQ_AUIBygB&biw=1366&bih=667#imgsrc=Nd1BPv5YiH8DxM%3A

Montenegro, E. N. (Mayo de 2012). *Fundapymes*. Obtenido de <http://www.fundapymes.com/blog/cuales-la-diferencia-entre-un-gasto-administrativo-y-un-gasto-financiero/>

Montes, A. G. (s.f.). *Buenas Tareas*. Obtenido de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Factores-Economicos/4445572.html>

Montoya, J. D. (6 de junio de 2012). Obtenido de <http://www.actividadeseconomicas.org/2012/06/bienes-y-servicios.html>

Muñoz, A. (s.f.). *SlideShare*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/analisis-del-ambiente-externo-de-una-organizacion/>

Orozco, D. (4 de Marzo de 2015). Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/bienes/>

Plan Nacional del Buen Vivir 2013- 2017. (s.f.). Obtenido de <http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf>

promonegocios. (s.f.). Obtenido de <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>

PymesFuturo. (23 de Febrero de 2010). Obtenido de <http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>

Rabolini, N. M. (s.f.). *sai*. Obtenido de http://www.sai.com.ar/metodologia/rahycs/rahycs_v7_n2_06.htm

Santamaria, F. (s.f.). *hypergeo*. Obtenido de <http://www.hypergeo.eu/spip.php?article547>

Santillán, M. (19 de mayo de 2008). *Mktunlam*. Obtenido de <http://mktunlam.blogspot.es/1211159940/>

significado. (s.f.). Obtenido de <http://www.significados.com/triptico/>

significados. (s.f.). Obtenido de <http://www.significados.com/foda/>

Significados. (s.f.). Obtenido de <http://www.significados.com/organigrama/>

SlideShare. (s.f.). Obtenido de <http://es.slideshare.net/leidygestion27/gestion-administrativa-8192542>



- Sotelo, M. L. (s.f.). Obtenido de <https://proyectosinversion.files.wordpress.com/2009/06/estudio-tecnico-ingenieria-de-proyectos.pdf>
- Soto, B. (s.f.). *Gestion*. Obtenido de <http://www.gestion.org/estrategia-empresarial/35858/la-competencia-en-la-empresa-directa-e-indirecta-perfecta-e-imperfecta/>
- Thompson, I. (Junio de 2008). *PromonegocioS*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>
- Thompson, I. (Junio de 2008). *PromonegocioS*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>
- Thompson, I. (Mayo de 2010). *Promonegocios*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>
- Thompson, I. (16 de junio de 2010). *Promonegocios*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/definicion-servicios.html>
- Thompson, I. (Mayo de 2010). *Promonegocios net*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>
- Thompson, I. (s.f.). *Promonegocios*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/promocion-definicion-concepto.html>
- Thompson, I. (s.f.). *Promonegocios*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/organigramas/tipos-de-organigramas.html>
- Vaquito, J. D. (2010). *PymesFuturo*. Obtenido de <http://www.pymesfuturo.com/pri.htm>
- wikipedia*. (s.f.). Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_DAFO
- ZonaEconomica*. (2015). Obtenido de <http://www.zonaeconomica.com/tasa-interna-de-retorno>

ANEXOS



Figura # 32 Anexo Panadería Sonrisas y Alegría

Fuente: Google

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas



Figura # 33 Anexo Ingredientes

Fuente: Google

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas



Figura # 34 Anexo Elaboración del Pan

Fuente: Google

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas



Figura # 35 Anexo Plan Nacional del Buen Vivir

Fuente: Google

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANADERÍA UBICADA AL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, EN EL SECTOR DE LA LUCHA DE LOS POBRES EN EL AÑO 2016.



Figura # 36 Anexo Cambio en la Matriz Productiva

Fuente: Google

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas



Figura # 37 Anexo SRI

Fuente: Google

Elaborado por: Edgar Stalin Carrillo Galeas