



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

AMPLIAR EL SECTOR ALIMENTICIO PARA CONSUMIDORES DIABÉTICOS
MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAN DE BANANA
CON STEVIA UBICADO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

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

Autora: Claudia Juliana Tinitana Quezada

Tutor: Ing. Galo Cisneros

Quito, Octubre 2014

DECLARATORIA

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

Claudia Juliana Tinitana Quezada

CC 110481739-8

CESIÓN DE DERECHOS

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante *Claudia Juliana Tinitana Quezada*, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el “CEDENTE”; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el “CESIONARIO”. Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de análisis de sistemas que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnóloga en Administración Bancaria Financiera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado “Ampliar el sector alimenticio para consumidores diabéticos mediante un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de pan de banana con stevia ubicado en el distrito metropolitano de Quito” la cual incluye en la creación de una micro empresa enfocada a la producción de pan, para lo cual ha

Implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación de la microempresa, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el programa de ordenador por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del programa de ordenador por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del software; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del programa de ordenador; d) Cualquier transformación o modificación del programa de ordenador; e) La protección y registro en el IEPI el programa de ordenador a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del programa de ordenador; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del programa de ordenador que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del programa de ordenador a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la

Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvención, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 13 días del mes de Octubre del dos mil catorce.

f) _____

C.C. N° 110481739-8

CEDENTE

f) _____

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CESIONARIO

AGRADECIMIENTO

A Dios que me dió la vida, a mis padres, que me han brindado su apoyo incondicional, y me ha dado las fuerzas necesarias para seguir adelante y que han estado guiándome en el transcurso de este camino para poder cumplir mis objetivos.

A mis hermanas(os) Rosa, Vilma, Leodan, Antonio y mis sobrinos Alexis y Osmar que siempre han estado conmigo en los buenos y malos momentos de mi vida, apoyándome y confortándome para terminar mis metas.

A todos los docentes que me brindaron su tiempo y dedicación en el transcurso de estos semestres enseñándome valores y principios los cuales desde ya me han servido para crecer de manera personal y profesionalmente.

A mi mejor amiga Gisela Muzo que ha estado en los buenos y malos momentos apoyándome en el lapso de esta etapa de mi vida.

A todas las personas que han formado parte de mi vida, mis compañeras de curso, con las cuales he compartido instantes de alegría y tristeza, y siempre nos hemos estado apoyando para conseguir nuestra meta.

DEDICATORIA

A Dios por haberme dado su apoyo infinito

A mis Padres por su apoyo incondicional.

A mis hermana Rosa por darme su apoyo como una madre.

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO	1
ABSTRACT.....	3
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	5
1.01. ANTECEDENTES	5
1.02. JUSTIFICACIÓN	7
CAPÍTULO II: ANÁLISIS SITUACIONAL.....	12
2.01. AMBIENTE EXTERNO	12
2.01.01. <i>Factor Económico</i>	12
2.01.01.01. El Pib	12
2.01.01.02. Tasa Activa	17
2.01.01.03. Balanza Comercial.....	18
2.01.01.04. Riesgo país	19
2.01.01.05. Inflación	20
2.01.02. <i>Factor Social</i>	21
2.01.02.01. PEA.....	22
2.01.02.02. Empleo.....	23
2.01.02.03. Subempleo.....	23
2.01.02.04. Desempleo.....	23
2.01.03. <i>Factor legal</i>	25
2.01.03.01. SRI (Servicio de rentas internas)	25
2.01.03.02. Registro Sanitario.....	25
2.01.03.03. Permiso de funcionamiento	26
2.01.03.04. Permiso Panaderías y molinos de alimentos (industria-mediana industria pequeña,	26
2.01.03.05. Beneficios artesanos.....	27
2.01.04. <i>Factor Tecnológico</i>	29
2.01.05. <i>Factor Político</i>	29
2.02. ENTORNO LOCAL.....	30
2.02.01. <i>Clientes</i>	30
2.02.01.01. <i>Poder de negociación con los clientes</i>	31
2.02.02. <i>Proveedores</i>	31
2.02.03. <i>Competidores</i>	32
2.03. ANÁLISIS INTERNO.....	33
2.03.01. <i>Propuesta estratégica</i>	33
2.03.01.01. Misión	33
2.03.01.02. Visión	33
2.03.01.03. Objetivos.....	34
2.03.01.04. Principes y/o Valores	34
2.03.02. <i>Gestión Administrativa</i>	36
2.03.02.01. Organigrama Estructural.....	36
2.03.03. <i>Gestión operativa</i>	37
2.03.03.01. Organigrama Funcional.....	37
2.03.04. <i>Gestión Comercial</i>	41

2.03.04.01. Logotipo.....	41
2.03.04.01. Eslogan.....	41
2.03.04.02. Colores que conforman el logotipo y su significado:	42
2.03.04. ANÁLISIS FODA	43
CAPÍTULO III: ESTUDIO DE MERCADO.....	44
3.01. ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR	44
3.01.01. Determinación de la población y muestra	45
3.01.02. Técnicas de obtención de información.....	49
3.01.03. Análisis e interpretación de los resultados obtenidos.....	52
3.02. DEMANDA	65
3.02.01 Demanda Histórica.....	65
3.02. 02.Demanda Proyectada	66
3.03. OFERTA PROYECTADA	66
3.04. BALANCE OFERTA DEMANDA.....	67
CAPITULO IV: ESTUDIO TÉCNICO	68
4.01. TAMAÑO DEL PROYECTO.....	68
4.01.01. Capacidad Instalada.....	69
4.01.02. Capacidad Óptima.....	70
4.02. LOCALIZACIÓN.....	70
4.02.01. Macro – Localización	70
4.02.02. Micro – Localización.....	71
4.02.03. Localización óptima.....	72
4.03.01. Definición del B y S	73
4.03.02. Distribución de la planta	74
4.03.03. Proceso Productivo.....	75
4.03.04. Maquinaria	78
4.03.05. Equipo.....	79
4.03.06. Muebles y Enseres	80
4.03.07. Equipo de Computación.....	82
4.03.08. Equipo de Oficina	83
CAPÍTULO V: ESTUDIO FINANCIERO	84
5.01. INGRESOS OPERACIONALES	84
5.02. COSTOS	85
5.02.01. Costo Directo.....	85
5.02.02. Costos Indirectos	87
5.02.03. Gastos Administrativos.....	88
5.02.04. Costo de Producción.....	89
5.02.05. Costos Fijos y Variables	90
5.02.05.01. Costo Fijo	90
5.02.05.02. Costo Variable.....	90
5.03. INVERSIONES.....	91
5.03.01. Inversión Fija.....	91
5.03.01.01. Activos Fijos	91

5.03.01.02. Activos Nominales	91
5.03.02. Capital de Trabajo.....	92
5.03.03. Amortización de Financiamiento (Tabla de amortización)	93
5.03.04. Depreciaciones (Tabla de depreciación).....	94
5.03.05. Estado de Situación Inicial	95
5.03.06. Estado de Resultado Proyectado	96
5.04. EVALUACIÓN	97
5.04.01. Tasa de Descuento.....	97
5.04.02. VAN (valor presente neto)	97
5.04.03. TIR.....	99
5.04.04. PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	100
5.04.05. RBC (Relación Costo Beneficio).....	101
5.04.06. Punto de Equilibrio.....	101
5.04.07. Análisis de índices financieros.....	103
5.04.07.01. Indicadores de liquidez	103
CAPÍTULO VI: ANÁLISIS DE IMPACTOS	108
6.01. IMPACTO AMBIENTAL	108
6.02. IMPACTO ECONÓMICO.....	108
6.03. IMPACTO PRODUCTIVO	109
6.04. IMPACTO SOCIAL	109
CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	110
7.01. CONCLUSIONES	110
7.02. RECOMENDACIONES.....	111

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. PIB por actividad Económica.....	14
Tabla 2. Porcentaje de ventas de ramas por actividad.....	16
Tabla 3. La inflación	20
Tabla 4. Clientes.....	30
Tabla 5. Proveedores	32
Tabla 6. Competencia Indirecta	33
Tabla 7. Análisis FODA.....	43
Tabla 8. Población de la provincia de Pichincha.....	46
Tabla 9. Población de Hombres y Mujeres	47
Tabla 10. Población Cantón Quito	47
Tabla 11. Habitantes sector Sur DMQ	48
Tabla 12. Frecuencia de Consumo de Pan	52
Tabla 13. Tipo de pan.....	53
Tabla 14. Compra de unidades de pan semanal	54
Tabla 15. Lugares de Compra	55
Tabla 16. Factores que influyen al comprar pan	56
Tabla 17. Aceptación de Cambio de Producto	58
Tabla 18. Aceptación de Compra	59
Tabla 19. Conocimiento del producto	61
Tabla 20. Aceptación de Consumo del producto	62
Tabla 21. Aceptación de precio.....	64
Tabla 22. Demanda Histórica.....	65
Tabla 23. Demanda Proyectada.....	66
Tabla 24. Oferta Proyectada.....	67
Tabla 25. Balance Oferta Demanda	67
Tabla 26. Simbología del proceso productivo.....	75
Tabla 27. Proceso del Pan	76
Tabla 28. Maquinaria	78
Tabla 29. Equipo	79
Tabla 30. Muebles y Enseres.....	80
Tabla 31. Equipo de Computación.....	82
Tabla 32. Equipo de Oficina	83
Tabla 33. Materia Prima Directa	86
Tabla 34. Mano de obra Directa.....	86
Tabla 35. Sueldo Mano de Obra Directa.....	87
Tabla 36. Costo por hora de mano de obra Directa.....	87
Tabla 37. Costos Indirectos.....	88
Tabla 38. Gasto Administrativo	89
Tabla 39. Costos Fijos.....	90

Tabla 40. Activos Fijos	91
Tabla 41. Activos Nominales	92
Tabla 42. Capital de Trabajo	92
Tabla 43. Amortización	93
Tabla 44. Depreciaciones	94
Tabla 45. Estado de Situación Inicial	95
Tabla 46. Estado de Resultados Proyectado	96
Tabla 47. Flujos Netos de Efectivo	98
Tabla 48. Recuperación valores corrientes	102
Tabla 49. Recuperación valores actualizados	100
Tabla 50. Datos del punto de Equilibrio	102
Tabla 51. Estado de Resultados del Punto de Equilibrio	102

ÍNDICE FIGURAS

Figura 1. El PIB.....	13
Figura 2. PIB por actividad Económica	14
Figura 3. Pib sector manufacturero	15
Figura 4. Porcentaje de ventas de ramas por actividad	16
Figura 5. Tasa Activa	17
Figura 6. Balanza Comercial.....	18
Figura 7. Riesgo País.....	19
Figura 8. La inflación.....	20
Figura 9. Nivel de inflación.....	21
Figura 10. El PEA	22
Figura 11. Indicadores de Empleo.....	24
Figura 12. Logotipo.....	41
Figura 13. Población según la División Administrativa.....	46
Figura 14. Frecuencia de Consumo de Pan	52
Figura 15. Tipo de pan	53
Figura 16. Compra de unidades de pan semanal	54
Figura 17. Lugares de Compra.....	55
Figura 18. Factores que influyen al comprar pan.....	57
Figura 19. Aceptación de Cambio de Producto.....	58
Figura 20. Aceptación de Compra.....	60
Figura 21. Conocimiento del producto.....	61
Figura 22. Aceptación de Consumo del producto	63
Figura 23. Aceptación de precio	64
Figura 24. Macro- localización	71
Figura 25. Micro- localización	72
Figura 26. Distribución de la planta	74
Figura 27. Punto de Equilibrio	103

RESUMEN EJECUTIVO

**“AMPLIAR EL SECTOR ALIMENTICIO PARA CONSUMIDORES DIABÉTICOS
MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAN DE
BANANA CON ESTEVIA UBICADO EN EL SECTOR SUR DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO”**

El presente proyecto busca aportar a la matriz productiva para así ayudar a la economía del país emprendiendo una microempresa en el Sur del Distrito Metropolitano de Quito con productos elaborados con materia prima de calidad. Ampliando así el sector alimenticio para personas dietéticas.

En el estudio de mercado se detallan métodos y técnicas, para determinar la frecuencia de consumo, determinación de precio, oferta y demanda que son factores principales para argumentar la factibilidad del producto.

Mediante el estudio técnico se define el lugar donde se elaborará y comercializará el producto determinando el equipo y maquinaria indispensable para el proceso de producción.

Se establecen los costos y gastos que incurrirán al momento de emprender la microempresa, se determina el costo de elaboración del producto y la utilidad que se espera obtener en la ejecución del proyecto.

Dentro del análisis financiero se exterioriza de forma más detallada los indicadores que muestran la factibilidad económica del proyecto, tales como: costos directos e indirectos, gastos administrativos, capital de trabajo necesario para iniciar la microempresa y el valor de financiamiento necesario para el proyecto en marcha.

El Valor Actual Neto que se obtuvo dentro del análisis fue positivo, también se tuvo un tiempo de recuperación considerable ya que el producto es de consumo diario.

El cálculo de la Tasa Interna de Retorno está entre las medidas correctas ya que es superior a la tasa de descuento, para concluir con el análisis financiero se obtuvo la relación costo/ beneficio donde se determinó un rendimiento aceptable para la ejecución del proyecto.

ABSTRACT

This project seeks to contribute to the production model in order to help the economy by undertaking a small business in the South Metropolitan District of Quito made with quality raw material products. Expanding the food industry for diet people.

In market research methods and techniques are described to determine the frequency of consumption, pricing, supply and demand are key to argue the feasibility of the product factors.

Through technical study where he will develop and market the product and determining the equipment required for the production process equipment is defined.

Costs and expenses incurred when undertaking microenterprises are established, the cost of developing the product and the profit to be gained in the implementation of the project is determined.

Within the financial analysis is manifested in more detail the indicators that show the economic feasibility of the project, such as direct and indirect costs, administrative expenses, working capital needed to start small businesses and the value of funding needed for ongoing project.

The net present value was obtained in the analysis was positive, also had a considerable recovery time because the product is for daily consumption.

The calculation of the internal rate of return is between the correct measurements as it is higher than the discount rate, concluding with the financial analysis the cost / benefit where acceptable performance for the execution of the project was determined ratio was obtained.

Capítulo I: Introducción

1.01. Antecedentes

El PIB del sector de la industria manufacturera ha tenido un crecimiento del 3,44%, según datos provisionales del Banco Central de Ecuador, cierto porcentaje aporta a la economía ecuatoriana, el cual está involucrado la producción de pan.

En el país existe el 6% de personas con diabetes, según estadísticas presentadas por el Dr. José Meza, coordinador del Grupo latinoamericano del estudio del pie diabético. La enfermedad indica que es una de las causas que provoca muerte en el país, la cifra aumenta alarmantemente, el cual ha permite que exista demanda de productos en el mercado, que sean consumibles para dichas personas.

En la Época Neolítica, un antepasado del hombre conoce ya las semillas y cereales, y sabe que una vez triturados y mezclados con agua, dan lugar a una papilla. Este hombre olvida la papilla en una especie de olla, al volver encuentra una torta granulada, seca y aplastada, el primer pan acaba de tomar forma.

(FERNANDEZ, 1991)

En el Ecuador el sector panificador no se introduce innovaciones considerables ya que el proceso de elaboración de pan, es el mismo. Hoy en día el pan es un producto de consumo masivo, se elabora de diferentes formas, así mismo lleva diferentes sustancias nutritivas que contribuyen a la mejora alimenticia de las personas.

Muchas de las panaderías han empezado como pequeños negocios, sin embargo con el pasar del tiempo han logrado captar una cartera importante de clientes que les ha permitido crecer económicamente.

En el país existen aproximadamente 10.000 panificadoras, de las cuales el 90% son de tipo artesanal y el 10% corresponde a pequeñas, medianas y grandes elaboradoras de pan y otras especialidades. (EL MERCURIO, 2011)

Por tal motivo se realizará un estudio de mercado para determinar la viabilidad para la creación de una microempresa productora de pan de banana endulzado con stevia.

1.02. Justificación

La economía de un país que crezca es importante para el desarrollo mediante la producción de productos de calidad, generación de empleos e ingresos en los hogares.

En el siguiente proyecto se lo realiza conociendo los beneficios que brinda el producto en el control y prevención de una enfermedad peligrosa como es la Diabetes actualmente en la sociedad. Es así que el producto revolucionará en el mercado ecuatoriano en virtud que será elaborado de un extracto de la planta de stevia (endulzante natural), que contiene los más bajos grados de azúcar, contribuyendo de esta manera con múltiples beneficios, especialmente para las personas que sufran este tipo de enfermedades.

La diabetes es una enfermedad derivada de nuestros hábitos de vida actuales, tanto en la alimentación como en la falta de ejercicio lo que hace que los niveles de glucosa en la sangre aumente, siendo estos muy peligrosos para salud, especialmente para pacientes de la tercera edad, edad en la cual las arterias del cuerpo humano se van deteriorando, aumentando de esta manera la probabilidad que una persona sufra accidentes vasculares cerebrales e isquemias cardíacas principales causas de la tasa de mortalidad que deja esta enfermedad.

Existen varios tipos de diabetes:

- ❖ “La diabetes tipo 1 o diabetes insulino-dependiente

El páncreas produce poca insulina, o no la produce en absoluto. Generalmente, se diagnostica durante la infancia. Además de una dieta específica, se requiere de inyecciones de insulina para su tratamiento.

- ❖ La diabetes tipo 2 o diabetes no dependiente de insulina

Es el tipo de diabetes más común. El cuerpo no produce suficiente insulina y no utiliza lo poco que produce con eficiencia (resistencia a la insulina). Generalmente se presenta en los adultos de edad mediana pero cada vez más afecta a adolescentes y adultos jóvenes. Usualmente, su tratamiento es en base a dieta y tabletas.

❖ La diabetes gestacional

Es una diabetes que se desarrolla durante el embarazo. Para detectarla, se hace una primera prueba de glucosa en la sangre al inicio del embarazo y luego entre la semana 24 y 28. Si las pruebas revelan diabetes gestacional, es importante vigilar los niveles de glucosa durante todo el embarazo y 6-8 semanas después del parto ya que en ciertos casos se desarrolla una diabetes tipo 2.

Si no se controla bien la diabetes gestacional, aumenta el riesgo de malformaciones y/o muerte del bebé. El bebé también nacerá con más peso o muy chiquito, lo que genera varias complicaciones durante y después del parto. (Salud de altura)

Por lo tanto el reto está enfocado en brindar un producto alternativo que ayude a control y prevención este tipo de enfermedades y sobre todo que quienes lo consuman no dejen disfrutar de sus gustos y placeres alimenticios, de un producto sano.

La stevia planta dulce originaria de Paraguay, se cultiva en la cuenca baja del Río Mira en la provincia del Carchi, sus cultivos son orgánicos, ayudan al cuidado del medio ambiente y a mejorar los ingresos de las familias de escasos recursos dedicadas a esta actividad.

Consumida por los japoneses desde hace más de 40 años ahora ha llegado al Ecuador para convertirse en un sustituto del azúcar, con bondades curativas, preventivas y al alcance de los bolsillos de todas y todos los ecuatorianos.
(STEVIDA, 2014)

El valor nutricional será: Calorías: 73 Kcal, Proteínas: 1,64 g, Carbohidratos: 13,65 g, lípidos: 1,42 g.

El alimento ayudara a suministrar las calorías suficientes para mantener un peso saludable. Para ejecutar el proyecto se accederá a créditos, a través del Banco de Fomento, de 5.000 hasta 15.000 dólares para renovar los equipos, como mesas de trabajo, hornos, mezcladoras, amasadoras y estanterías, el cual estará apoyado por el MIPRO. (REVISTAMIPRO5, 2013)

Para mejorar la producción y ofrecer un producto de calidad fabricado con los mejores equipos y maquinarias.

Capítulo II: Análisis Situacional

2.01. Ambiente externo

Son todos aquellos factores que influyen en la organización y que no pertenecen al sistema.

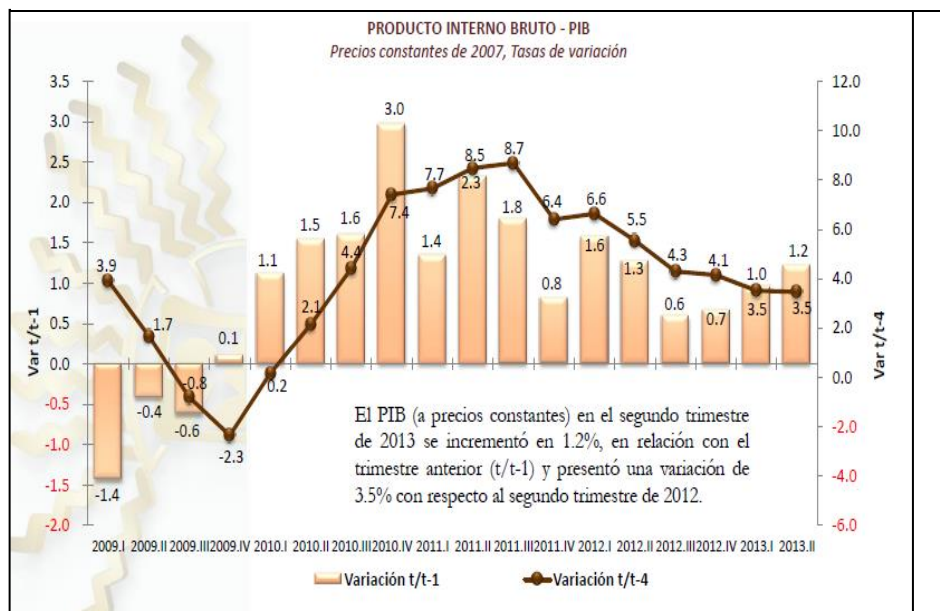
2.01.01. Factor Económico

Son aquellos factores que pueden convertirse en amenazas u oportunidades para la organización.

2.01.01.01. El Pib

El producto interno bruto (PIB) es el valor total de la producción corriente todos los de bienes y servicios de un país, durante un período de tiempo determinado, que por lo general es de un trimestre o un año. (ARDILA ARENAS, 2010)

Figura 1. El PIB



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: El Autor

Análisis

En el presente grafico se puede observar que 1.2% fue el incremento del año 2013 el cual ha sido un porcentaje bajo al del año anterior.

Es un indicador económico que muestra la producción de bienes y servicios.

PIB POR ACTIVIDAD ECONÓMICA 2013*

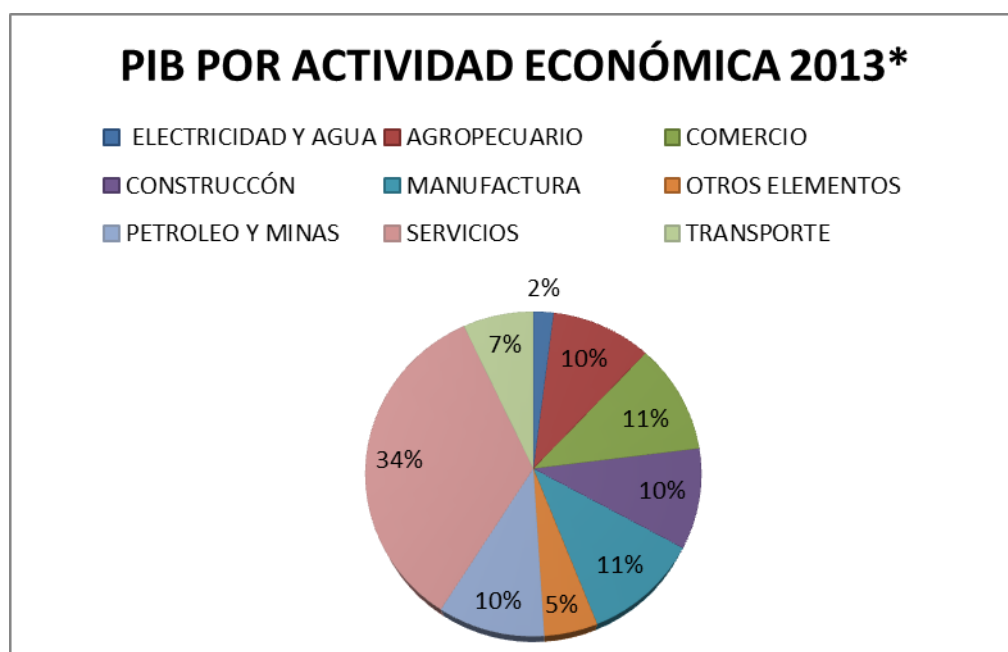
Tabla 1. PIB por actividad Económica

ELECTRICIDAD Y AGUA	2%
AGROPECUARIO	10%
COMERCIO	11%
CONSTRUCCIÓN	10%
MANUFACTURA	11%
OTROS ELEMENTOS	5%
PETROLEO Y MINAS	10%
SERVICIOS	34%
TRANSPORTE	7%
TOTAL	100%

Fuente: INEC

Elaborado por: Claudia Tinitana

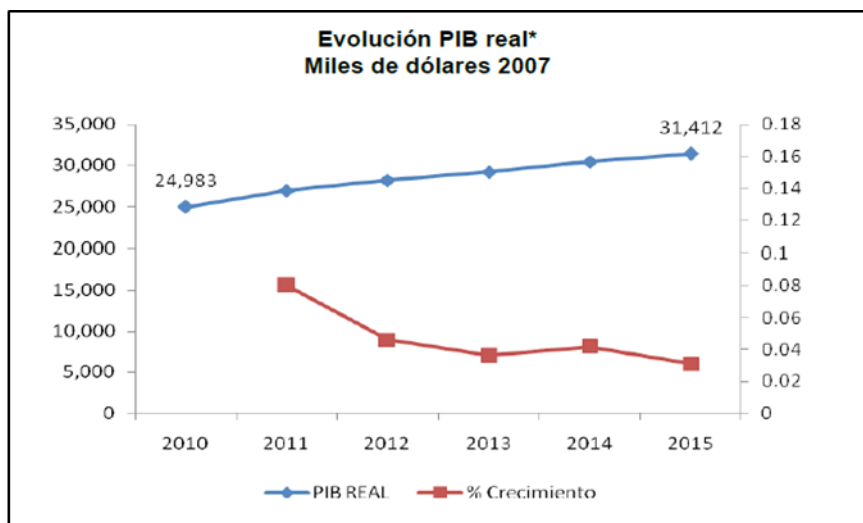
Figura 2. PIB por actividad Económica



Fuente: INEC

Elaborado por: Claudia Tinitana

Figura 3. Pib sector manufacturero



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: El autor

Análisis

En el presente indicador macroeconómico de puede observar que el Pib del sector manufacturero ha contribuido con un 11%, cuyo porcentaje aporta al crecimiento de Ecuador.

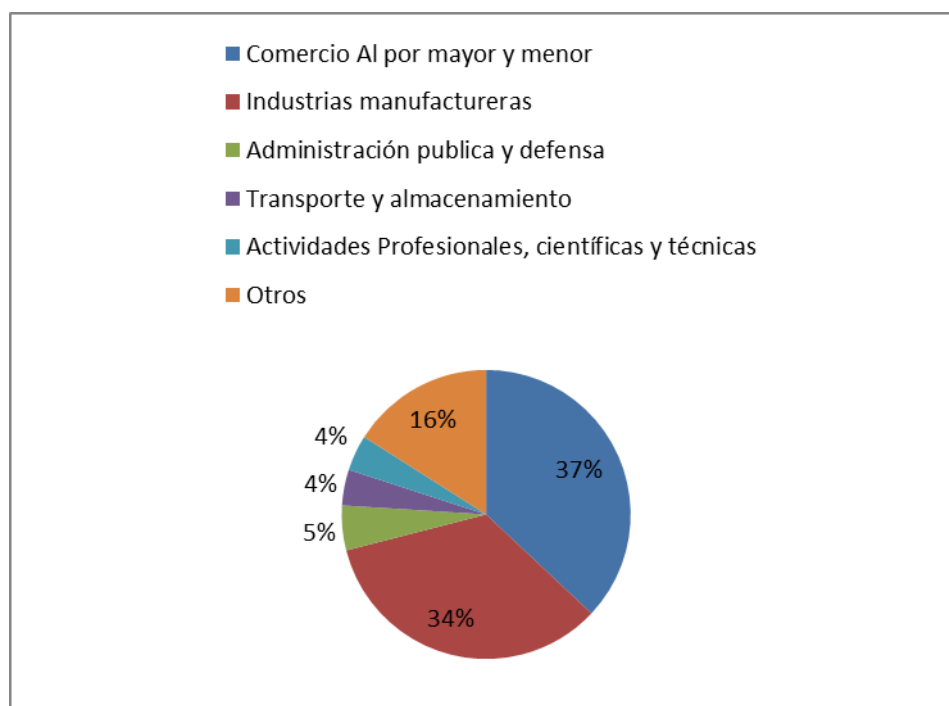
Tabla 2. Porcentaje de ventas de ramas por actividad

Comercio Al por mayor y menor	37%
Industrias manufactureras	34%
Administración pública y defensa	5%
Transporte y almacenamiento	4%
Actividades Profesionales, científicas y técnicas	4%
Otros	16%

Fuente: INEC

Elaborado por: Claudia Tinitana

Figura 4. Porcentaje de ventas de ramas por actividad



Fuente: INEC

Elaborado por: Claudia Tinitana

Análisis

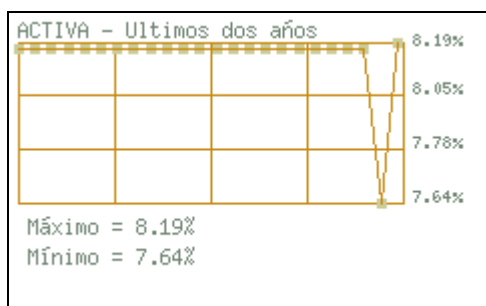
En presente grafico se puede observar que las industrias manufactureras ocupan el segundo lugar de ventas con un porcentaje de 34 %, del DMQ de personas ocupadas en esta rama.

2.01.01.02. Tasa Activa

Es la Tasa de interés que cobra una institución financiera a sus deudores por el uso de un capital.

Las tasas activas varían de acuerdo con el riesgo que represente esa operación de crédito (a mayor riesgo mayor tasa) también se establecen de acuerdo con el plazo al que se haya prestado. En el Ecuador las tasas de interés se fijan a través del mercado aunque existen límites máximos y mínimos a los que se pueden contratar. (Banco Central del Ecuador, 2014)

Figura 5.Tasa Activa



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: El Autor

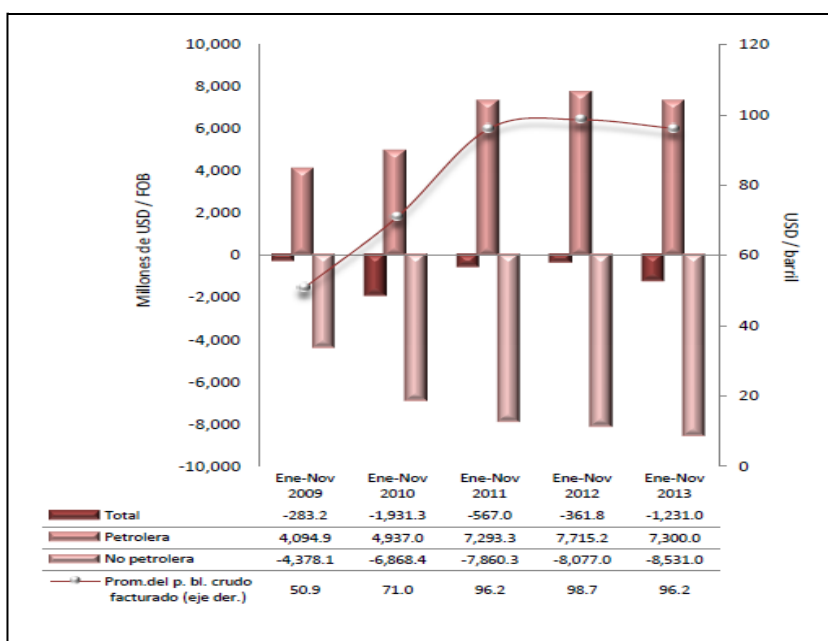
Análisis

En el presente gráfico se puede observar que la tasa activa en los últimos dos años no ha incrementado un porcentaje muy alto, el cual es positivo para poder financiar el proyecto. Si se proyecta los valores a pagar a futuro, los intereses nos serán muy altos.

2.01.01.03. Balanza Comercial

La balanza comercial mide el saldo neto de las exportaciones de un país al resto del mundo menos sus importaciones del resto del mundo. (GestioPolis, 2010)

Figura 6. Balanza Comercial



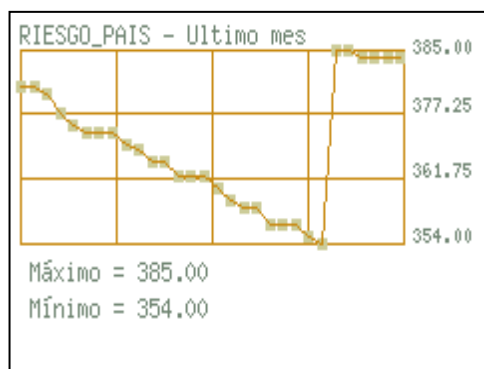
Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: El autor

2.01.01.04. Riesgo país

Es aquella que el Estado utiliza como forma de captar recursos financieros, tanto de inversores extranjeros como nacionales. (Gerencie.com, 2012)

Figura 7. Riesgo País



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por : El autor

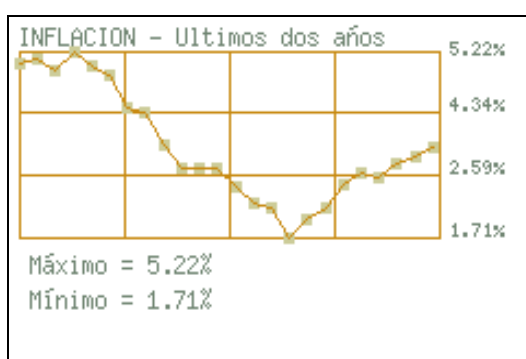
Análisis

En el presente gráfico estadístico indica que el Ecuador ha mejorado los niveles de riesgo país dando a conocer que es un factor positivo para la economía, ya que se puede obtener más recursos financieros.

2.01.01.05. Inflación

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares. (Banco Central del Ecuador , 2014).

Figura 8. La inflación



Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Fuente: El autor

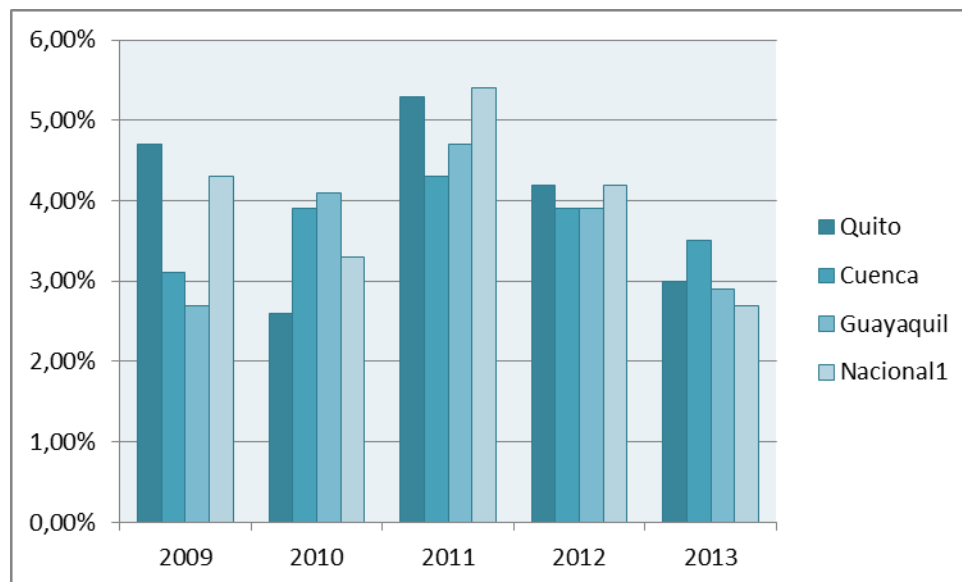
Tabla 3. La inflación

	2009	2010	2011	2012	2013
Quito	4,70%	2,60%	5,30%	4,20%	3,00%
Cuenca	3,10%	3,90%	4,30%	3,90%	3,50%
Guayaquil	2,70%	4,10%	4,70%	3,90%	2,90%
Nacional	4,30%	3,30%	5,40%	4,20%	2,70%

Fuente: INEC

Elaborado por: Claudia Tinitana

Figura 9. Nivel de inflación



Fuente: INEC

Elaborado por: Claudia Tinitana

Análisis

Como se puede observar la inflación de Quito ha tenido el segundo lugar de las ciudades más grandes del país, de acuerdo a los precios variables de los productos.

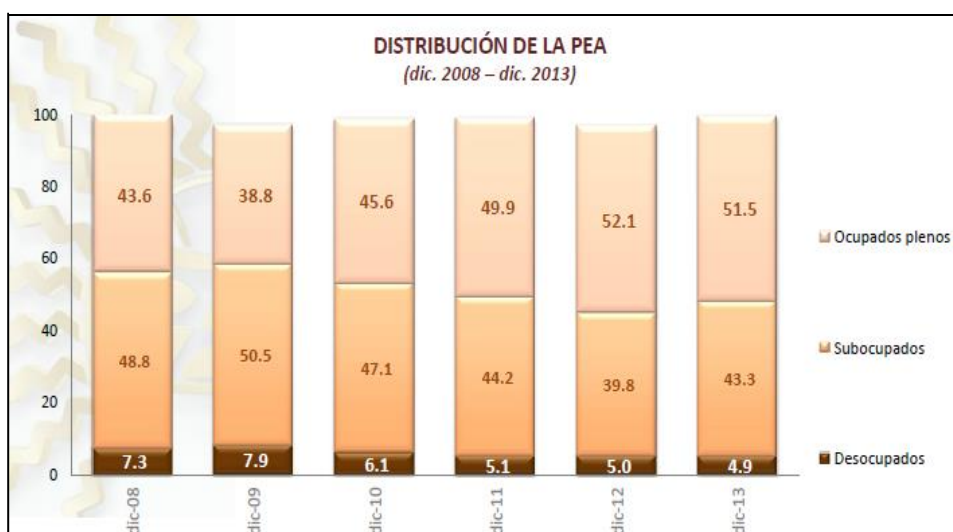
2.01.02. Factor Social

Son los factores que están relacionados con la realidad social, para un bien común de una organización.

2.01.02.01. PEA

Es la abreviación de Población económicamente activa; y se refiere a todas las personas en edad de trabajar, que se encuentran ejerciendo o buscando algún puesto de trabajo en la actualidad. (DataJoven, 2012)

Figura 10. El PEA



Fuente: ENEMDU

Elaborado por: El Autor

Análisis

En el presente cuadro se observa que el 2013 el 51.5 % es de personas ocupadas, 43.3% subocupados, 4.9 % desocupados. Los mismos porcentajes dan a conocer que ha bajado el nivel de personas desocupados siendo muy importante que la mayoría de personas ya estén ocupadas.

2.01.02.02. Empleo

El empleo es un pilar del desarrollo, porque son fundamentales para reducir la pobreza, permitir que las ciudades funcionen y entregar a las jóvenes opciones frente a la violencia. Las sociedades florecen a medida que los empleos promueven la diversidad y ofrecen alternativas al conflicto. (EL BANCO MUNDIAL, 2014)

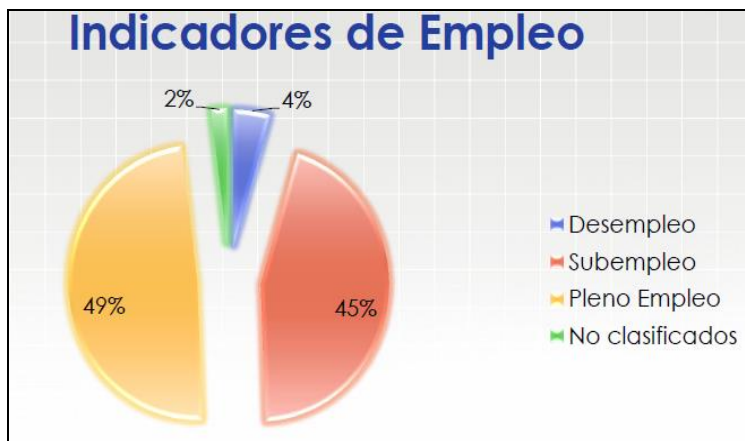
2.01.02.03. Subempleo

El subempleo es la situación económica en que la mano de obra no está aprovechada en su totalidad. (WORDREFERENCE.COM, 2014)

2.01.02.04. Desempleo

“Situación en la que se encuentran las personas que teniendo edad, capacidad y deseo de trabajar no consiguen un puesto de trabajo viéndose sometidos a una situación de paro forzoso”. (LA GRAN ENCICLOPEDIA DE LA ECONOMÍA, 2010)

Figura 11. Indicadores de Empleo



Fuente: Ministerio de relaciones Laborales

Elaborado por: Boletín Estadístico

Análisis

Según los datos estadísticos de ministerio de relaciones laborales.

- La tasa de desempleo sigue una tendencia constante de reducción hasta alcanzar el 4.6%.
- Las variaciones de subempleo y pleno empleo respecto al año anterior no son estadísticamente significativas, que tienen un porcentaje mínimo.

2.01.03. Factor legal

2.01.03.01.SRI (Servicio de rentas internas)

“El Servicio de Rentas Internas (SRI) es una entidad técnica y autónoma que tiene la responsabilidad de recaudar los tributos internos establecidos por Ley mediante la aplicación de la normativa vigente. Su finalidad es la de consolidar la cultura tributaria en el país a efectos de incrementar sostenidamente el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes.”

(SRI, 2014)

2.01.03.02. Registro Sanitario

“El artículo de la ley orgánica de salud establece que la instalación, transformación, ampliación y traslado de plantas industriales procesadoras de alimentos, establecimientos farmacéuticos, de producción de biológicos, de elaboración de productos naturales procesados de uso medicinal de producción de homeopáticos, plaguicidas, productos dentales, empresas de cosméticos y productos higiénicos están sujetos a la obtención, previa a su uso, del permiso otorgado por la autoridad sanitaria nacional.”

2.01.03.03. Permiso de funcionamiento

“Art. 6.- El permiso de funcionamiento es el documento otorgado por la autoridad Sanitaria nacional a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la Ley Orgánica de Salud, este reglamento y los demás reglamentos específicos.”

2.01.03.04. Permiso Panaderías y molinos de alimentos (industria-mediana industria pequeña, “INDUSTRIA-ARTESANAL-MICROEMPRESA”

- ❖ Solicitud para permiso de funcionamiento.
- ❖ Planilla de Inspección.
- ❖ Copia título del profesional responsable (Ing. en AlimentosBQ en Alimentos/industrias y pequeñas industrias)
- ❖ Copia del Certificado del título emitido por el Conesup (en caso de industria y pequeña industria).
- ❖ Planos de la panadería con la distribución de las áreas correspondientes industrias y pequeñas industrias).
- ❖ Plano de ubicación de la planta procesadora (industrias y pequeñas industrias).
- ❖ Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos (ver página Web).
- ❖ Copia de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.

- ❖ Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión).
- ❖ Copia del RUC del establecimiento.
- ❖ Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.”

(MINISTERIO DE SALUD PUBLICA, 2012)

2.01.03.05. Beneficios artesanos

La Ley de Defensa del Artesano concede a los Artesanos Calificados los siguientes beneficios:

❖ laborales

- Exoneración de pago de décimotercero, décimocuarto sueldo y utilidades a los operarios y aprendices
- Exoneración del pago bonificación complementaria a los operarios y aprendices
- Protección del trabajo del artesano frente a los contratistas

❖ sociales

- Afiliación al seguro obligatorio para maestros de taller, operarios y aprendices.

- Acceso a las prestaciones del seguro social
- Extensión del seguro social al grupo familiar
- No pago de fondos de reserva

❖ **tributarios**

- Facturación con tarifa 0% (I.V.A.)
- Declaración semestral del I.V.A
- Exoneración de impuesto a la exportación de artesanías
- Exoneración del pago del impuesto a la renta
- Exoneración del pago de los impuestos de patente municipal y activos totales
- Exoneración del impuesto a la transferencia de dominio de bienes inmuebles destinados a centros y talleres de capacitación artesanal.

(ARTESANOSECUADOR.COM, 2014)

2.01.04. Factor Tecnológico

Uno de los grandes retos de las empresas en el siglo XXI es la utilización de las tecnologías de forma eficiente, es decir, que deduce en una mayor calidad en los productos o servicios al usuario final. (BEST BUSINESS SERVICE, 2014)

El factor tecnológico será uno de los factores importantes para la actividad de la empresa ya, que la misma contara con los mejores equipos y maquinas, que ayudaran a una mejor producción y excelente servicio.

2.01.05. Factor Político

Según Verónica Sion ministra de industrias y productividad, en el marco del Plan Nacional para el Buen Vivir, esta como meta el crecimiento para el sector industrial una tasa del 5% a nivel promedio de todas las actividades manufactureras del país, lo cual ya se está cumpliendo. En el sector industrial hay un importante crecimiento del 14% aproximadamente. Las políticas públicas contribuyan a un crecimiento de los bienes sino también en el ámbito de los servicios. En este último aspecto son servicios de orden profesional.

¿Este índice incluye también a las pequeñas y medianas empresas?

Son empresas de diversos tamaños. La muestra, como mencioné, alcanza las 850 empresas que se encuestan directamente y sobre esos resultados, me refiero al ICE del BCE, monitoreamos esas fuentes. (El telégrafo, 2013)

2.02. Entorno local

En el entorno local se analizara aspectos que influyan y estén relacionados directamente con la empresa, para el desarrollo y ejecución de la misma.

2.02.01. Clientes

Son aquellas personas que compran bienes o servicios de una empresa para satisfacer sus necesidades.

Tabla 4. Clientes

Personas Dietéticas
Hogares de la zona
Padres de familia que va a retirar a sus hijos al centro infantil.
Tiendas de abarrotes

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Claudia Tinitana

Análisis

Clientes serán las personas dietéticas, hogares de la zona, padres de familia que va a retirar a sus hijos al centro infantil, tiendas de abarrotes que existen alrededor de la zona y personas en general que consuman el productos bajo en calorías para su bienestar y salud.

2.02.01.01. Poder de negociación con los clientes

Es la relación que hay entre proveedor y comprador para satisfacer las necesidades mediante el poder negociar un producto de acuerdo a características como calidad y precio del producto, entre otras.

Análisis

El poder de negociación de los clientes estará basado principalmente en la calidad del producto y en los porcentajes nutricionales del mismo, tomando en cuenta que el precio del producto este acorde a la economía del país.

2.02.02. Proveedores

Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta.

Tabla 5. Proveedores

PROVEEDOR	UBICACIÓN	TELÉFONO	PRODUCTO
Molinos e Ind. Quito-Royal	Sincholagua 280 y Maldonado	2612-950 - 2656-191	Harina
Levapán del Ecuador S.A.	Germán Alemán #352 y Javier Arauz	246-6659 / 246-4868	Levadura y mantequilla
Ambahuevo	Nicolás de la Peña S 13-216 Guillermo Wickman	023112504	Huevos
Stevia	Ibarra - Imbabura	06 2600 528 06 3012 249	Stevia

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Claudia Tinitana

Análisis

Los proveedores serán empresas que faciliten la materia prima de calidad y a menor costo para la producción del pan.

2.02.03. Competidores

Son aquellas empresas que producen un bien o un servicio con el fin de obtener clientes.

Tabla 6. Competencia Indirecta

Ales – Flan sin azúcar
Mermeladas
Galletas
Pasteles

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Claudia Tinitana

2.03. Análisis interno

2.03.01. Propuesta estratégica

2.03.01.01. Misión

Crear una panadería con productos que sean de la más alta calidad, que este acorde con las necesidades de los consumidores, implementando mejoramiento continúa para el progreso de la empresa.

2.03.01.02. Visión

Ser una empresa líder en la venta y distribución del producto para satisfacer la demanda que exista en el mercado.

2.03.01.03. Objetivos

2.03.01.03.01. Objetivo general

Ofrecer a los consumidores un producto sano y natural que esté al alcance de su estado económico.

2.03.01.03.02. Objetivo específico

Ayudar en la dieta alimenticia de nuestros clientes con un producto sano, nutritivo y de calidad.

2.03.01.04. Principes y/o Valores

❖ Integridad

- Actuar con honestidad y liderarnos en el mercado.

❖ Responsabilidad

- Satisfaciendo las necesidades y entregando el producto en el momento que requiera el cliente.

❖ Servicio

- Ser oportunos en el servicio al cliente para asegurar la lealtad consumidores.

❖ Calidad

- Trabajo en equipo bien hecho desde el principio, para aumentar el nivel de confianza en el producto.

❖ **Trabajo en equipo:**

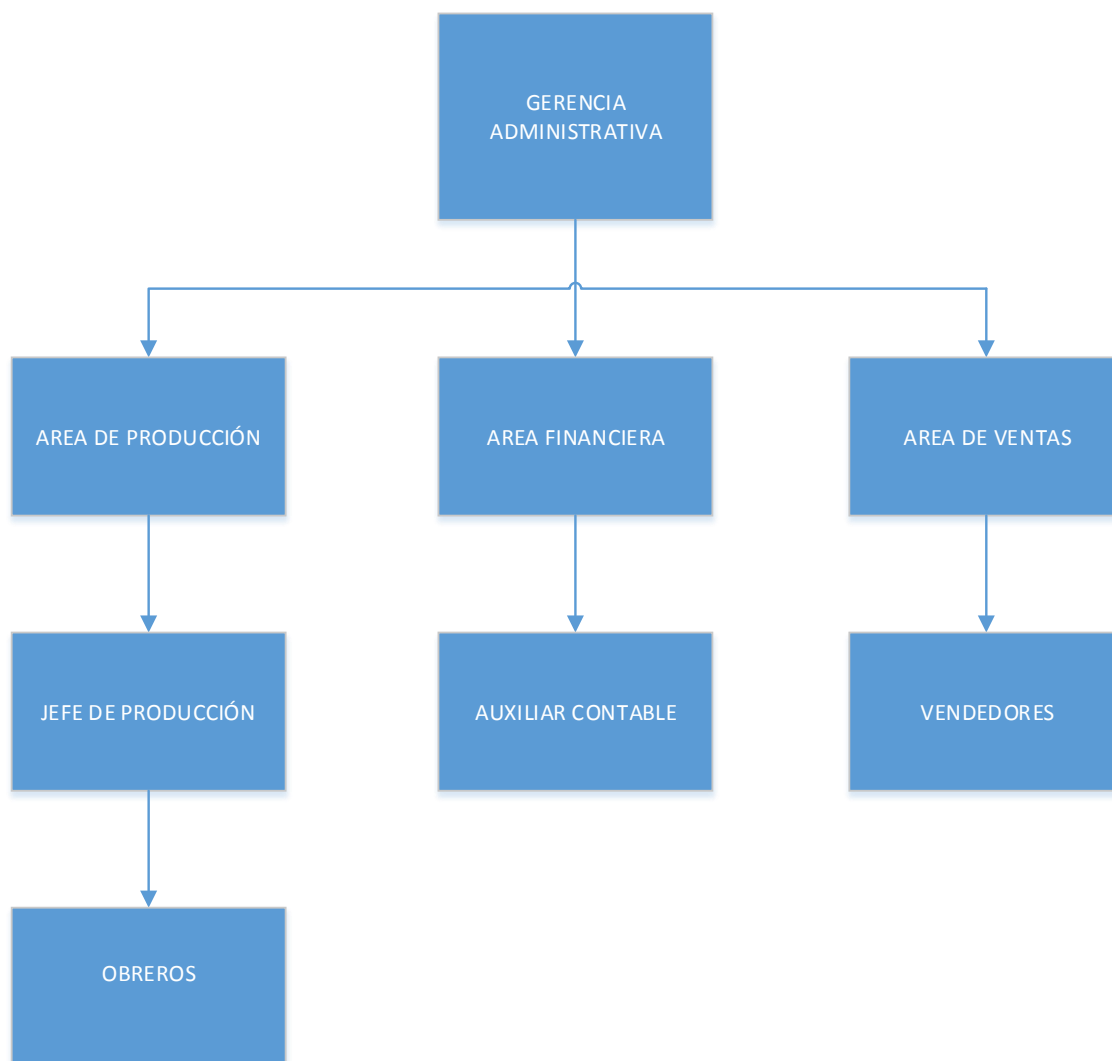
- Buscar el logro de objetivos organizacionales.
- Excelencia en el logro de objetivos
- Alcanzar niveles de calidad del producto que requieran nuestros clientes.

❖ **Principios**

- Realizar un producto de calidad, cuidando el medio ambiente.
- Contribuir al crecimiento continuo para la rentabilidad de la empresa.

2.03.02. Gestión Administrativa

2.03.02.01. Organigrama Estructural

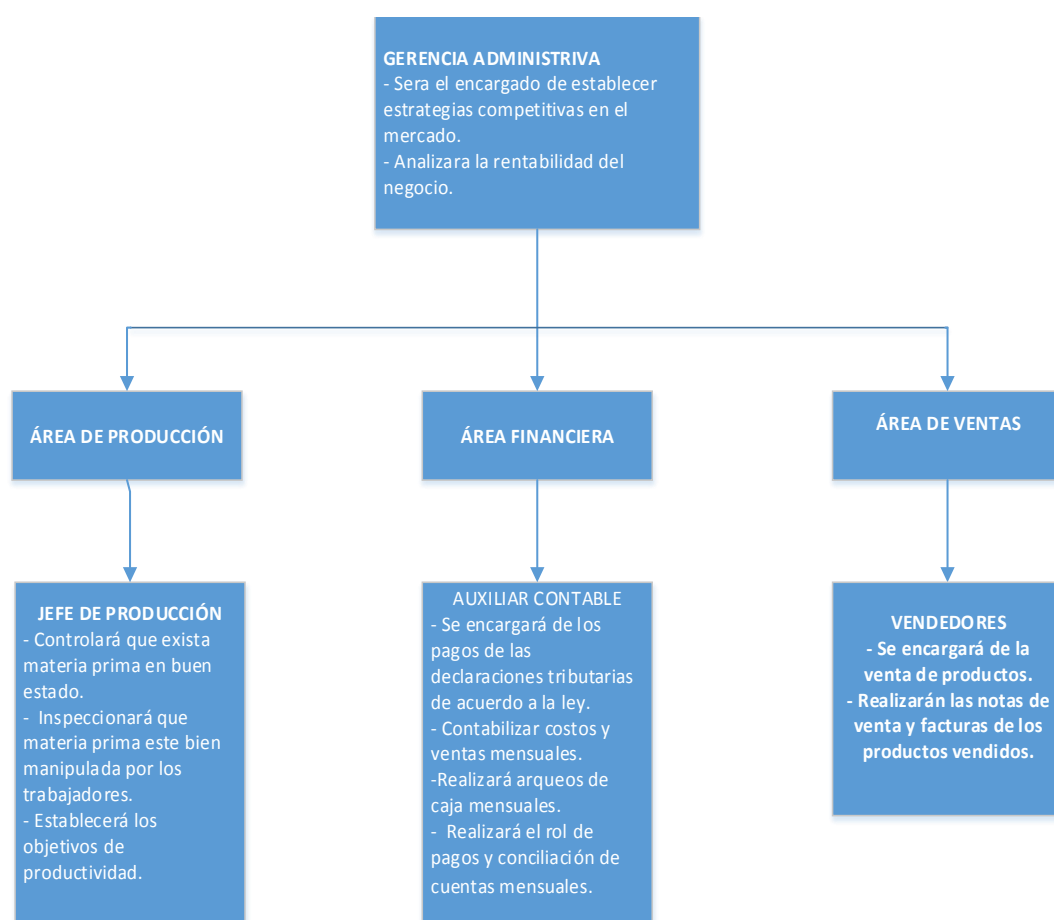


Elaborado por: Claudia Tinitana

2.03.03. Gestión operativa

La Gestión operativa estará conformada por: Gerencia administrativa, área de producción, área financiera y área de ventas.

2.03.03.01. Organigrama Funcional



Elaborado por: Claudia Tinitana

Perfiles de cargo

❖ Gerente

Función principal

Planificar, coordinar, controlar y organizar las actividades de la organización

Funciones secundaria

- Cumplir y hacer cumplir las normas, leyes, reglamentos y políticas tanto internas como externas.
- Supervisar el cumplimiento de las tareas de organización y trabajo cotidiano
- Dirigir las gestiones administrativas y financieras, tomando decisiones oportunas.
- Desarrollar, aprobar y controlar los planes de organización interna y hacer seguimiento de su cumplimiento.

Responsabilidades

- Es responsabilidad de la gerencia, determinar las responsabilidades y funciones de las demás dependencias.
- Es el responsable de controlar la gestión de las demás dependencias.

❖ **Contador**

Función principal

Realizar las declaraciones al SRI

Funciones secundaria

- Recibir y clasificar todos los documentos, debidamente enumerados que le sean asignados (comprobante de ingreso, cuentas por cobrar y otros).
- Examinar y analizar la información que contienen los documentos que le sean asignados.
- Preparar los estados financieros y balances de pérdidas y ganancias.
- Entregar el informe contable de la empresa al gerente.

Responsabilidades

- Organizar, dirigir y supervisar todas las actividades operacionales y procesos contables relacionados con la contabilidad general y de costos de la empresa.
- Es responsable por el proceso de preparación, análisis y emisión de balances, estados financieros, entre otros informes contables.

❖ **Jefe de Producción**

Función principal

Determinar las características y normas específicas del producto

Funciones secundarias

- Controlar la elaboración y calidad de los productos.

- Programar los procesos para la producción para evitar desperdicios de la materia prima.
- Programar el mantenimiento y el abastecimiento de los materiales.

Responsabilidades

Es responsable de colocar y entregar los productos en perfectas condiciones a los clientes de la empresa.

❖ Obreros

Función principal

Realizar correctamente los procesos de producción a través del uso adecuado de las maquinarias y herramientas de mano de la planta de producción.

Funciones secundaria

- Realizar la limpieza correspondiente en la planta para mantener un ambiente adecuado de los productos.
- Informar permanentemente sobre los avances y problemas detectados.

Responsabilidades

Verificar que el producto sea de excelente calidad, antes de ser entregados a los clientes. (REPOSITORIO UNEMI, 2014)

2.03.04. Gestión Comercial

2.03.04.01. Logotipo

Figura 12. Logotipo



Elaborado por: Claudia Tinitana

2.03.04.01. Eslogan

"Endulzado con stevia" representa el objetivo principal del producto.

Pan de banana endulzado con stevia para mejorar la salud.

2.03.04.02. Colores que conforman el logotipo y su significado:

El color blanco es el color que tiene más sensibilidad frente a la luz. En muchos casos se piensa que la combinación de todos los colores da negro, pero solo si estos colores son pigmentos. En realidad, la suma de todos los colores da como resultado el blanco.

El color naranja es relacionado para la estimulación de los tímidos y tristes, ya que genera entusiasmo, exaltación, fuerza activa y energética, es bien relacionado con productos comestibles, por tanto podemos decir que si las paredes de un restaurante son de color naranja generará más apetito entre los comensales.

El color negro significa misterio y muerte. Tiene un significado contradictorio que bien puede significar la muerte y lo oscuro, pero también nobleza y dignidad. (ICEMD, 2013)

2.03.04. Análisis FODA

Tabla 7. Análisis FODA

INTERNO EXTERNO	FORTALEZA • El Precio del producto será el oportuno para los consumidores. • La distribución del producto será adecuada.	DEBILIDAD • Desconocimiento del consumidor de las propiedades del producto. • Mal manejo de Publicidad y Promociones. • Falta de posicionamiento del producto en el mercado.
OPORTUNIDAD • Créditos que otorga el gobierno. • Matriz Productiva • Crecimiento de la población.	FO. El precio será accesible a pesar de los costos que genera hacer un pan dietético.	DO Aprovechar los créditos financieros para llevar a cabo la elaboración del pan, de esta manera apoyando a la matriz productiva.
AMENAZA • Que ingresen productos sustitutos al mercado a menor precio. • Tasa activa	FA Acceder a un préstamo bancario, eligiendo la opción más adecuada para el financiamiento.	DA La publicidad del producto será elaborada por profesionales que tengan elementos novedosos para atraer a los clientes.

Elaborado por: Claudia Tinitana

Capítulo III: Estudio de Mercado

El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas. (GERENCIA DE PROYECTOS, 2012)

3.01. Análisis del consumidor

Los productos realizados por "PAN BA" serán creados bajo parámetros nutricionales que abarcan las necesidades de las personas.

El producto estará orientado principalmente para personas que degusten alimentos sanos y nutritivos.

- Diabéticos ya que ayudara a bajar el nivel de glucosa en la sangre.

Y demás consumidores que requieran de una dieta balanceada.

El pan estará amasado con harina integral y banana a base de stevia que es un endulzante natural bajo en calorías, para bajar el nivel de glucosa en la sangre y una mejor degustación del consumidor.

La infraestructura física en la cual se desarrollará el proyecto será una planta de producción que contara con los mejores equipos y maquinaria para el buen desarrollo de la empresa.

El precio del producto estará acorde con la calidad y valor nutricional que tenga el pan, así mismo se tomara en cuenta que el mercado esté dispuesto a pagar, para ello realizando las respectivas encuestas.

3.01.01. Determinación de la población y muestra

En el presente análisis se da a conocer el número de la población que existe en la provincia de Pichincha y en el distrito metropolitano de Quito, sector sur, lugar donde se realizará la ejecución del proyecto.

Cabe recalcar que la información es tomada de datos del último censo ejecutado por el INEC en el 2010.

❖ Muestreo

El muestreo es una herramienta estadística que se utiliza para deducir algo respecto de una población mediante La selección de una muestra de esa población.

Censo de población de la provincia de Pichincha

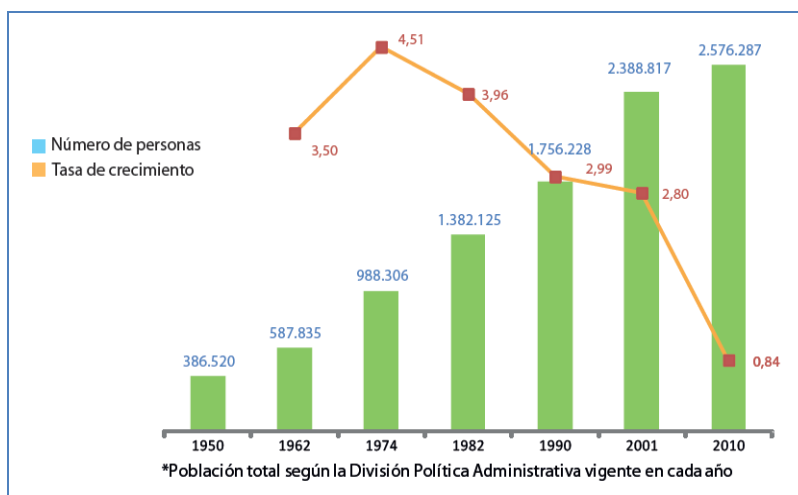
Tabla 8. Población de la provincia de Pichincha

PROVINCIAS	ÁREA KM2	POBLACIÓN	DENSIDAD POBLACIONAL
PICHINCHA	9535,91	2.576.287	270

Fuente: INEC

Elaborado por: Claudia Tinitana

Figura 13. Población según la División Administrativa



Fuente: INEC

Elaborado por: El Autor

Total población de hombres y mujeres

Tabla 9. Población de Hombres y Mujeres

Hombres	1.255.711
Mujeres	1.320.576
Total	2.576.287

Fuente: INEC

Elaborado por: Claudia Tinitana

Censo de población del cantón quito

Tabla 10. Población Cantón Quito

Hombres	1.088.811
Mujeres	1.150.380
Total	2.239.191

Fuente: INEC

Elaborado por: Claudia Tinitana

Número de habitantes del sector Sur del Distrito Metropolitano de Quito.**Tabla 11. Habitantes sector Sur DMQ**

POBLACIÓN	HABITANTES
Sur de Quito	459532

Fuente: INEC**Elaborado por:** Claudia Tinitana**Fórmula**

:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Dónde:

n: Población o universo

z: Nivel de confianza = 95 % = 1.96

p: Probabilidad de Ocurrencia 50 % = 0.50

q: Probabilidad de No Ocurrencia 50 % = 0.50

e: margen de error 5 % = 0.05

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 (0.50)(0.50)}{0.05^2}$$

$$n=384$$

3.01.02. Técnicas de obtención de información

Investigación Cualitativa: En el proyecto la investigación cualitativa ayuda a conocer las costumbres, hábitos o manera de pensar de los consumidores en relación al tema de investigación.

Investigación Cuantitativa: Mediante la investigación cuantitativa se recoge todos los datos cuantitativos y a través de técnicas estadísticas, matemáticas e informáticas, analizando los resultados para obtener un informe real del tema de investigación.

El presente proyecto está basado en la recolección de información a través de encuestas.

La Encuesta: Permite recoger gran cantidad de información, con las debidas garantías estadísticas, se puede extrapolar a toda la población.

La encuesta tiene un sistema de captación de datos estandarizados y medibles, que hacen posible la aplicación de diversos análisis estadísticos que permiten comprender la significación subyacente de los conceptos y las relaciones entre las variables. (TRESPALACIOS, 2005)

Modelo de la Encuesta

La presente encuesta tiene como objetivo determinar la factibilidad del proyecto de pan de banana, la información obtenida será de uso confidencial.

Instrucciones

Marque con una x la respuesta que considere adecuada:

1.- Dentro de su dieta diaria Consume usted pan?

Sí ☐ No ☐

2.- Tipo de pan que compra:

Pan dulce ☐ Pan blanco ☐ Pan integral ☐

3.- Promedio de unidades que compra a la semana:

1-5

5-10

Mayor de 10

4.- ¿Cuáles son los lugares donde realiza la compra?

Panadería	☐
Tienda de abarrotes	☐
Centro Comercial	☐
Otro (especifique)	☐

5.- ¿Cuáles son los factores que influyen principalmente en la compra de pan?

(Puede especificar varias opciones)

Precio	
Calidad	
Sabor	
Salud	
Otro(especifique)	

6.- ¿Reemplazaría el pan habitual por otro natural libre de calorías?

Sí

No

7.- ¿De existir un producto bajo en calorías, que aporte con su salud, estaría dispuesto a comprarlo?

Sí

No

8.- ¿Conoce o ha escuchado sobre el pan de banana?

Sí

No

9.- ¿Estaría dispuesto a consumir pan de banana bajo en calorías?

Sí

No

10.- ¿Estaría dispuesto a pagar 0.35 ctvs. Por una unidad?

Sí

No

3.01.03. Análisis e interpretación de los resultados obtenidos

El desarrollo del trabajo está enfocado en la producción de pan de banana endulzado con stevia para personas que deseen degustar de productos sanos, nutritivos y dietéticos para mejorar su salud.

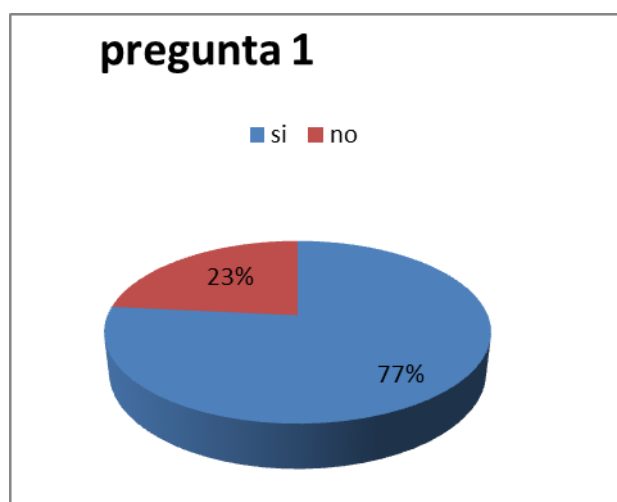
Tabla 12. Frecuencia de Consumo de Pan

1.- Dentro de su dieta diaria Consume usted pan?	FRECUENCIA
Si	294
No	90
TOTAL	384

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Claudia Tinitana

Figura 14. Frecuencia de Consumo de Pan



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Claudia Tinitana

Análisis

De las encuestas realizadas se ha obtenido que el 77% de la población de la zona sur del Distrito Metropolitano de Quito consumen pan dentro de su dieta diaria, este índice que es un producto que con gran aceptación dentro del mercado.

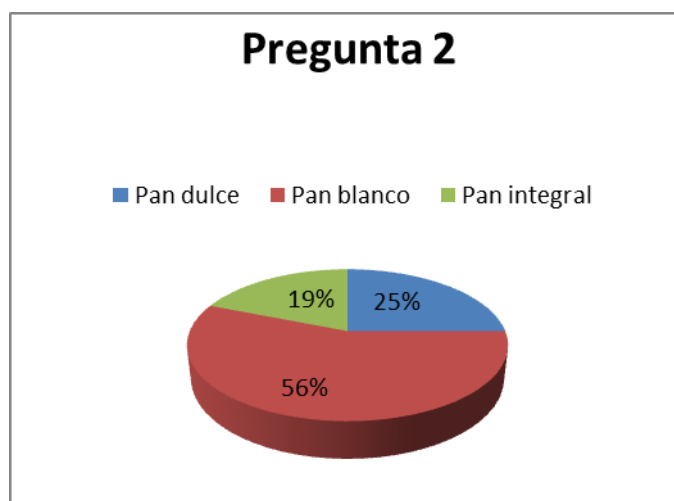
Tabla 13. Tipo de pan

2.- Tipo de pan que compra:	FRECUENCIA
Pan dulce	96
Pan blanco	215
Pan integral	73
TOTAL	384

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Claudia Tinitana

Figura 15. Tipo de pan



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Claudia Tinitana

Análisis

De las encuestas realizadas se ha obtenido que el 56% de las personas consume más pan blanco, mientras que el 25 % consume pan dulce y el 19%, consume pan integral, cuyos porcentajes han demostrado que de un tipo de pan u otro la gente está siempre consumiendo este producto dentro de su alimentación diaria.

Tabla 14. Compra de unidades de pan semanal

3.- Promedio de unidades que compra a la semana:	FRECUENCIA
1 a 5	69
5 a 1	111
más de 10	204
TOTAL	384

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Claudia Tinitana

Figura 16. Compra de unidades de pan semanal



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Claudia Tinitana

Análisis

De las encuestas realizadas se obtuvo que el 53% de la población del sector sur del Distrito Metropolitano de Quito tiene un nivel alto, que consume varias unidades de pan ya que existen varios miembros en cada familia, mientras que el 29 % y 18 % son personas que consumen un nivel medio de unidades de pan.

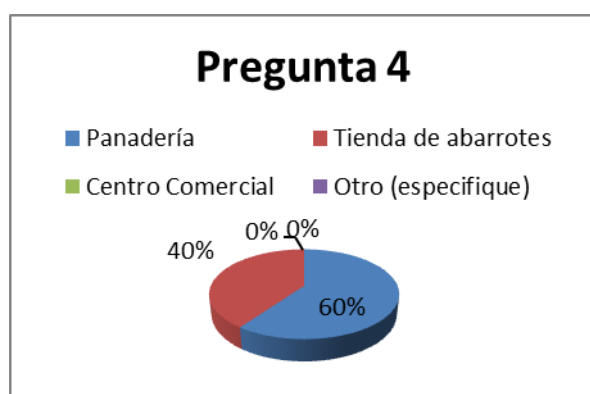
Tabla 15. Lugares de Compra

4.- ¿Cuáles son los lugares donde realiza la compra?	FRECUENCIA
Panadería	230
Tienda de abarrotes	154
Centro Comercial	0
Otro (especifique)	0
TOTAL	384

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Claudia Tinitana

Figura 17. Lugares de Compra



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Claudia Tinitana

Análisis

De las encuestas realizadas en la zona sur del Distrito Metropolitano de Quito indica que el 60 % de la población acude más a comprar a panaderías, mientras que el 40 % de la población va comprar el producto en tienda de abarrotes ya que el lugar es el más cercano al domicilio.

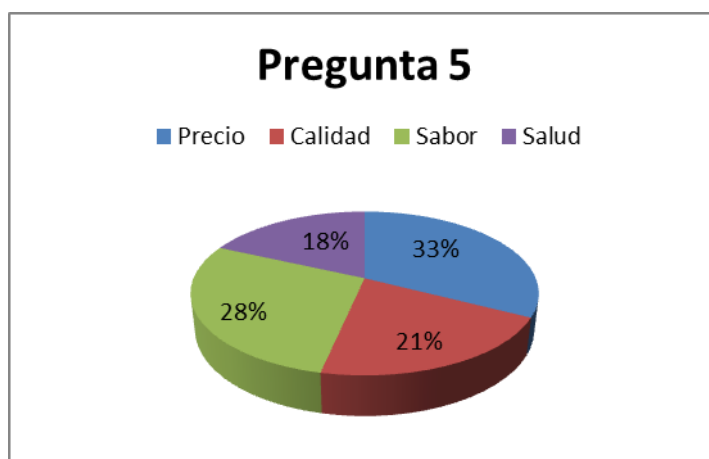
Tabla 16. Factores que influyen al comprar pan

5.- ¿Cuáles son los factores que influyen principalmente en la compra de pan?	FRECUENCIA
Precio	125
Calidad	80
Sabor	109
Salud	70
Otro(especifique)	0
TOTAL	384

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Claudia Tinitana

Figura 18. Factores que influyen al comprar pan



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Claudia Tinitana

Análisis

De las encuestas realizadas en la zona sur del Distrito Metropolitano de Quito indica que el precio con porcentaje 33 % y el sabor con porcentaje 28 % son los factores que más influye al momento de realizar la compra de pan, mientras que la calidad con porcentaje de 21 % y la salud 18 % son porcentajes menores al momento de realizar la compra, se puede concluir que estos cuatro factores son tomados en cuenta al momento de obtener un producto sano.

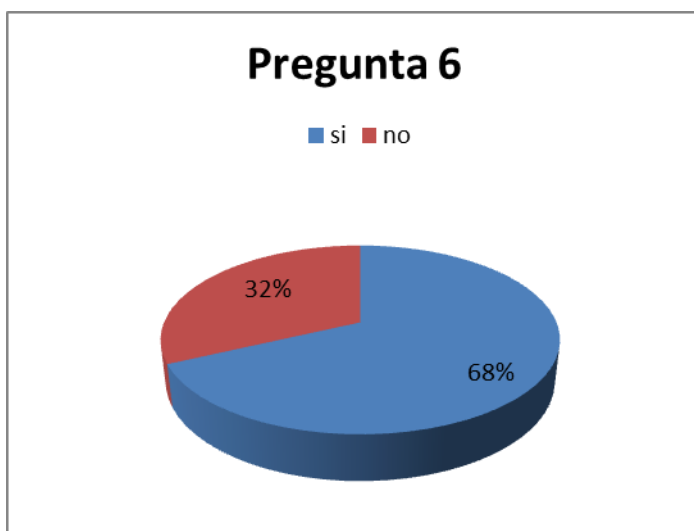
Tabla 17. Aceptación de Cambio de Producto

6.- ¿Reemplazaría el pan habitual por otro natural libre de calorías?	FRECUENCIA
si	262
no	123
TOTAL	385

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Claudia Tinitana

Figura 19. Aceptación de Cambio de Producto



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Claudia Tinitana

Análisis

De las encuestas realizadas el 68% de la población indica que estaría de acuerdo a reemplazar el pan habitual por otro pan libre de calorías cuyo nivel es mayor y aceptable, mientras que el 32% de la población restante indica que no estaría de acuerdo.

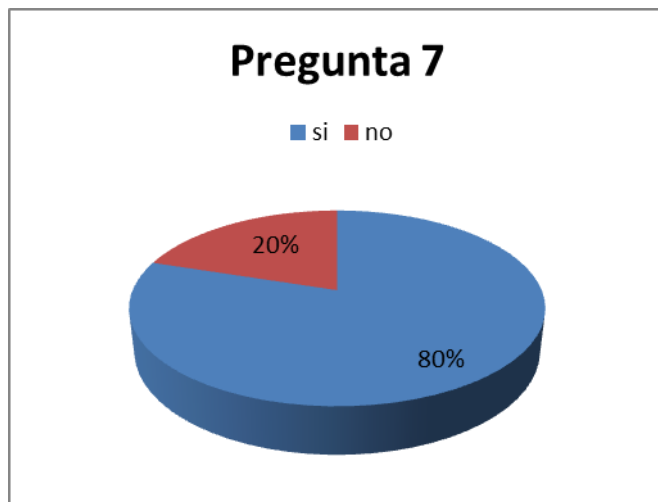
Tabla 18. Aceptación de Compra

7.- ¿De existir un producto bajo en calorías, que aporte con su salud, estaría dispuesto a comprarlo?	FRECUENCIA
si	307
no	77
TOTAL	384

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Claudia Tinitana

Figura 20. Aceptación de Compra



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Claudia Tinitana

Análisis

De las encuestas realizadas en la zona sur del Distrito Metropolitano de Quito indican que el 80% de la población estaría dispuesto a comprar un producto bajo en calorías, cuyo nivel es aceptable, mientras que el 20 % de la población indica que no estaría dispuesto a comprar el producto.

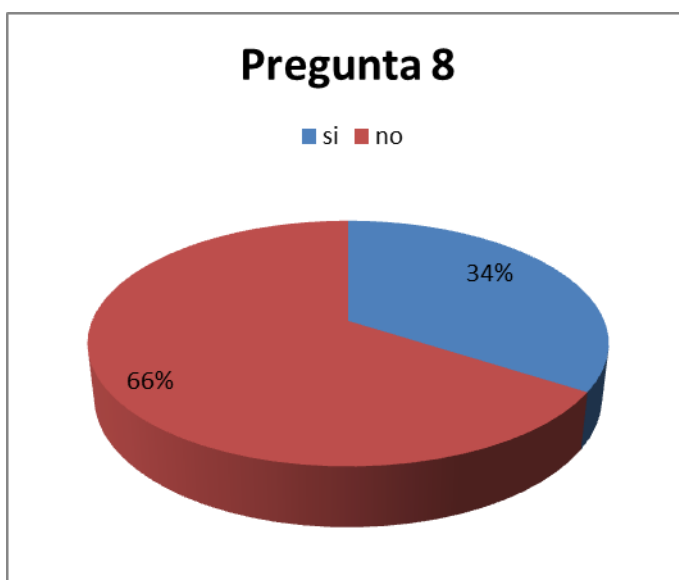
Tabla 19. Conocimiento del producto

8.- ¿Conoce o ha escuchado sobre el pan de banana?	FRECUENCIA
si	131
no	253
TOTAL	384

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Claudia Tinitana

Figura 21. Conocimiento del producto



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Claudia Tinitana

Análisis

De las encuestas realizadas en la zona sur del Distrito Metropolitano de Quito, indican que el 4% de la población tienen conocimiento del pan de banana, mientras que el 66% de la población cuyo nivel es alto, tienen desconocimiento del pan de banana, por tal motivo se pondrá énfasis en dar a conocer el producto cuando este en el mercado.

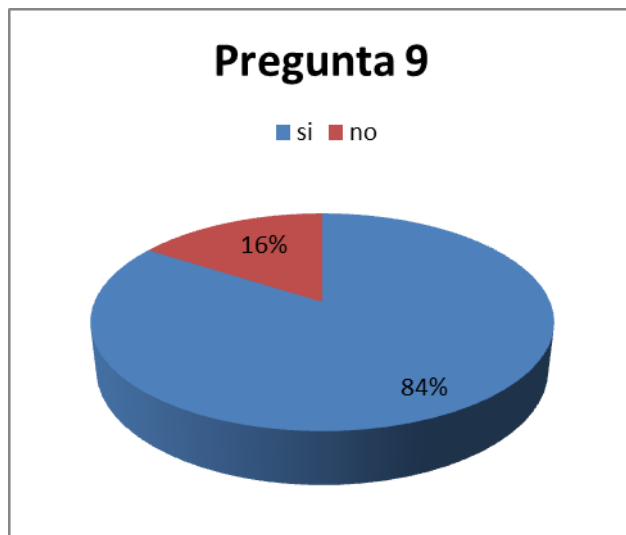
Tabla 20. Aceptación de Consumo del producto

9.- ¿Estaría dispuesto a consumir pan de banana bajo en calorías?	FRECUENCIA
si	323
no	61
TOTAL	384

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Claudia Tinitana

Figura 22. Aceptación de Consumo del producto



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Claudia Tinitana

Análisis

De las encuestas realizadas en la zona sur del Distrito Metropolitano de Quito, se ha obtenido que el 84% de la población tenga un nivel aceptable, que indica que está dispuesto a consumir el producto, mientras que el 16% de la población no está dispuesto a consumir el pan de banana.

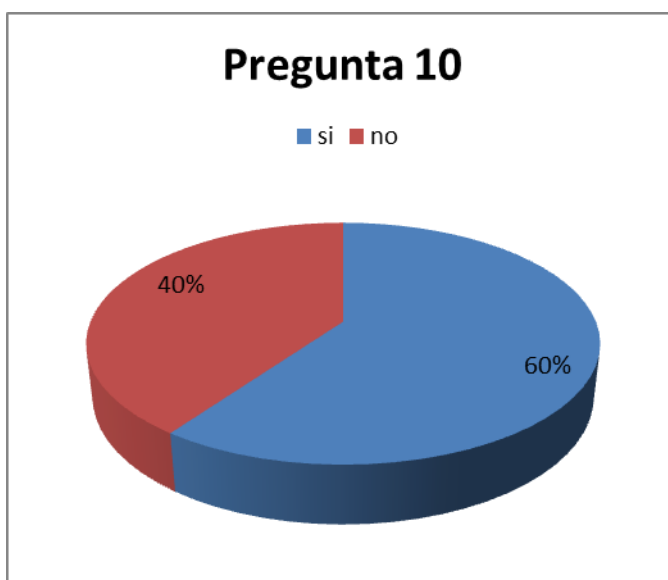
Tabla 21. Aceptación de precio

10.- ¿Estaría dispuesto a pagar 0.35 ctvs. Por una unidad?	FRECUENCIA
si	230
no	154
TOTAL	384

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Claudia Tinitana

Figura 23. Aceptación de precio



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Claudia Tinitana

Análisis

De las encuestas realizadas en la zona sur del Distrito Metropolitano de Quito, se ha obtenido que el 60% de la población está dispuesta a comprar el pan a un valor 0.35 centavos de dólar, mientras que el 40 % de la población no está dispuesta a comprar el pan a el valor establecido.

3.02. Demanda

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que los compradores intentan adquirir en el mercado. (McGraw, 2012)

N		459532
CONSUMO	76,56%	351818
FREC CONS	53%	186463
PRECIO	0,35	
ACEPTACION DE PRECIO	60%	39.157
ACEPTACION DE PROD	84%	32892

3.02.01 Demanda Histórica

La demanda histórica del proyecto está realizada en base al crecimiento poblacional de distrito metropolitano de Quito.

Tabla 22. Demanda Histórica

AÑO	FACTOR	DEMANDA HISTORICA
2014	2,18%	32892
2013	2,18%	32175
2012	2,18%	31474
2011	2,18%	30788
2010	1,52%	30320

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Claudia Tinitana

3.02. 02.Demanda Proyectada

La demanda proyectada está realizada en base al crecimiento poblacional de distrito metropolitano de Quito.

Tabla 23. Demanda Proyectada

AÑO	FACTOR	DEMANDA PROYECTADA
2014	2,18%	32892
2015	2,18%	33609
2016	2,18%	34342
2017	2,18%	35091
2018	1,52%	35624

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Claudia Tinitana

3.03. Oferta Proyectada

La oferta proyectada está realizada en base al porcentaje de panadería que existe en el distrito metropolitano de Quito.

Según Hernán Jácome, presidente del Gremio de Panificadores, el grueso de locales se concentra en el sur de la ciudad, con un 60%. (El comercio, 2011)

Tabla 24. Oferta Proyectada

DEMANDA PROYECTADA	FACTOR	OFERTA PROYECTADA
32892	60,00%	19735
33609	60,00%	20165
34342	60,00%	20605
35091	60,00%	21055
35624	60,00%	21374

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Claudia Tinitana

3.04. Balance Oferta Demanda

La demanda insatisfecha está calculada en base a la demanda proyectada menos la oferta proyectada.

Tabla 25. Balance Oferta Demanda

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2014	32892	19735	13157
2015	33609	20165	13444
2016	34342	20605	13737
2017	35091	21055	14036
2018	35624	21374	14250

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Claudia Tinitana

Capítulo IV: Estudio Técnico

El estudio técnico es aquel permite determinar y analizar la función de producción que optimice el empleo de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto, verificando la factibilidad de cada una de ellas.

(1.1. ESTUDIO TÉCNICO)

4.01. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto esta interrelacionado con el análisis de los insumos y tecnología adecuada con planes estratégicos para el desarrollo de la futura empresa, para el cual se tomara en cuenta factores como la capacidad instalada, capacidad óptima, macro y micro localización y localización optima, entre otros.

A continuación se detalla la capacidad de producción:

CUADROS DEL CONSUMO DEL PRODUCTO

DESCRIPCIÓN	
Población del Distrito Metropolitano	459.532
Nivel de aceptación del producto	84%
TOTAL CONSUMO	386.007

DESCRIPCIÓN	
Mercado Potencial	386.007
Aceptación del precio	60,0%
TOTAL CLIENTES	231.604,13

DESCRIPCIÓN	Valor
Cientes Consumidores	231.604,13
Consumo por persona diario	1,00
TOTAL CONSUMO ESTIMADO DIARIO	231.604,13
CAPTACIÓN DE MERCADO	1,00%
TOTAL VENTAS DIARIAS	2.316,04
PRODUCCIÓN REAL diaria	1.260,00
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN VS DEMANDA	54%
Precio	0,18
Ventas Diarias	226,80
Días laborados al año	360
TOTAL VENTAS ANUALES	81.648,00

4.01.01. Capacidad Instalada

La capacidad instalada es la infraestructura que requiere la empresa para producir bienes o servicios.

La empresa contara con los departamentos de producción, financiero y ventas para el desarrollo eficiente y eficaz de la misma.

La Capacidad de producción será aproximadamente de 500 unidades por día, sin tomar en cuenta los pedidos de clientes comercializar el producto.

4.01.02. Capacidad Óptima

La empresa contara con secciones:

- ❖ Sección 1: La bodega lugar donde se receptara que la materia prima este en buen estado.
- ❖ Sección 2: Área de Producción, lugar donde se producirá el pan de banana de la más alta calidad.
- ❖ Sección 3: Área administrativa Lugar donde se encontrará el personal para la respectiva verificación producto sea de calidad, teniendo como objetivo principal que la empresa surja de la mejor manera implementando estrategias de mejora continua.
- ❖ Sección 4: Área De Ventas lugar donde se comercializara el producto con personal capacitado para la excelente atención al cliente.

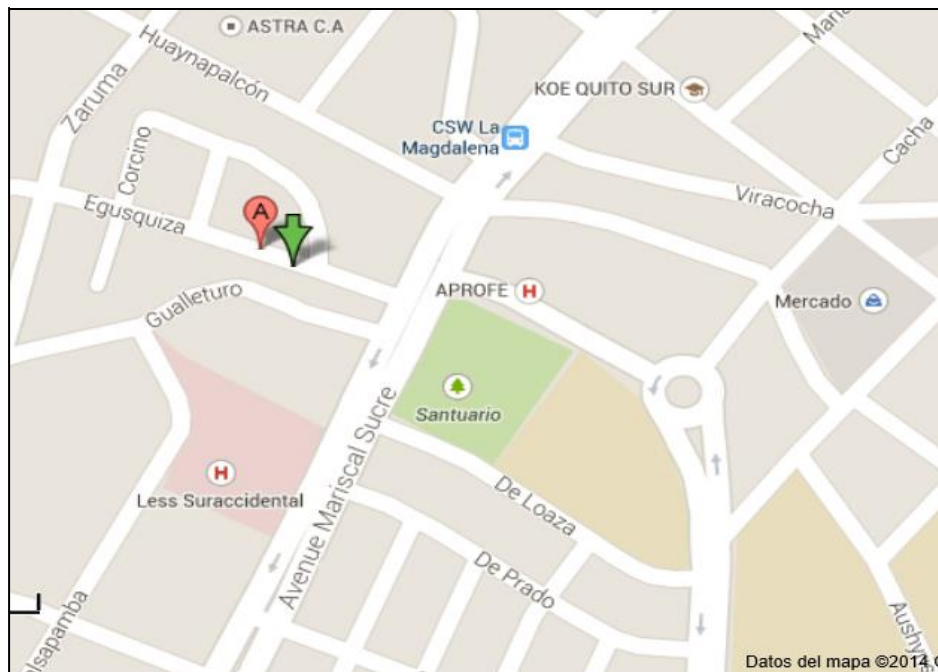
4.02. Localización

4.02.01. Macro – Localización

Es la selección previa de un análisis geográfico donde se localizara el proyecto.

El sector sur de la magdalena será la ubicación del proyecto.

Figura 24. Macro- localización



Fuente: Investigación de campo

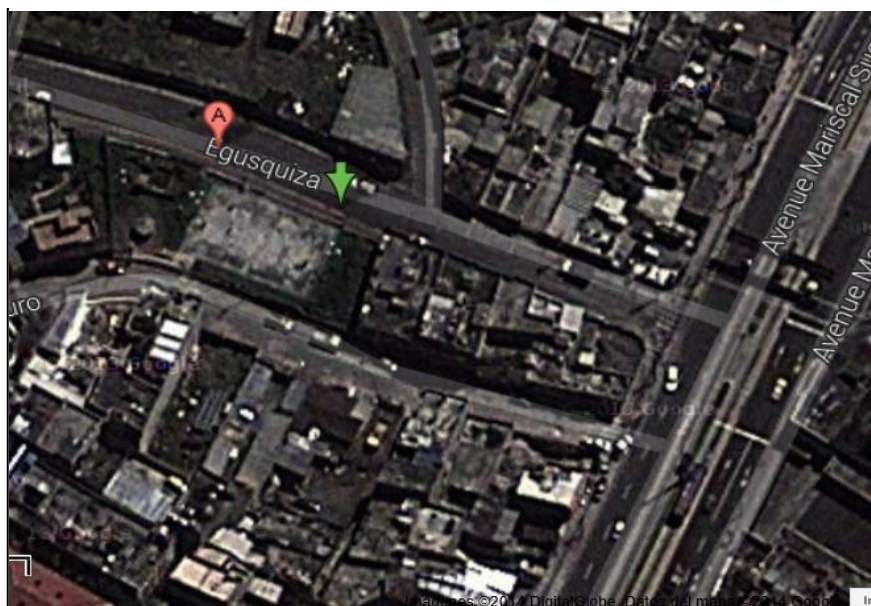
Elaborado: La Autora

4.02.02. Micro – Localización

La micro localización es el lugar en que se localizara y operara el proyecto dentro de la macro zona.

El lugar específico donde se llevara a cabo la ejecución del proyecto será en la avenida Mariscal Sucre y José Egusquiza.

Figura 25. Micro- localización



Fuente: Investigación de campo

Elaborado: La Autora

4.02.03. Localización óptima

Para la localización óptima del proyecto se ha tomado en cuenta los siguientes factores:

- Adecuadas vías de acceso.
- Amplias instalaciones.
- Escasa competencia
- Servicios básicos.

Los factores considerados ayudaran para la implementación de dicho proyecto, el cual se estará ubicado en el sector sur – La magdalena del distrito metropolitano de Quito.

4.03. Ingeniería del producto

4.03.01. Definición del B y S

El pan de banana será elaborado con harina integral, banana y stevia, cuyos ingredientes son principales para la elaboración del producto, con el fin de satisfacer una necesidad, aportando nutricionalmente para la salud del consumidor.

4.03.02. Distribución de la planta

EMPRESA "PAN BA"

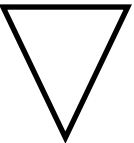
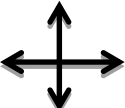
Figura 26. Distribución de la planta



Elaborado por: Claudia Tinitana

4.03.03. Proceso Productivo

Tabla 26. Simbología del proceso productivo

INICIO/ FIN	
OPERACIÓN/ ACTIVIDAD	
DECISIÓN	
CONECTOR	
BASE DE DATOS	
DOCUMENTO	
DATOS	
ALMACENAMIENTO /ARCHIVO	
CONECTOR DE PÁGINA	
LÍNEAS DE FLUJO	

Elaborado por: Claudia Tinitana

PROCESO DEL PAN: rosas, palanquetas, pan redondo.

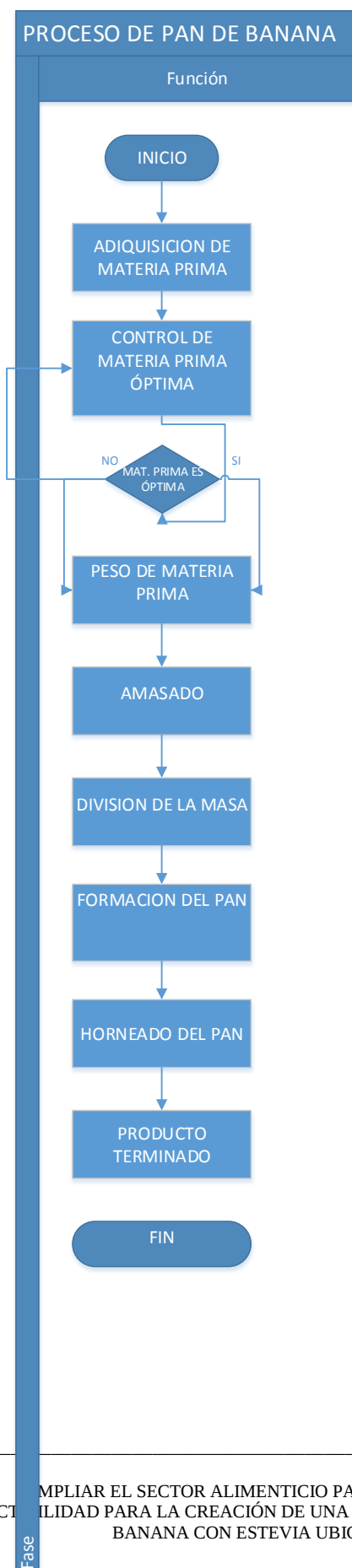
Tabla 27. Proceso del Pan

	ACTIVIDAD	LIBRAS	UNIDADES	TIEMPO en minutos	horas
1	Pesar materiales	110		5	
2	Amasado	110		20	
3	División de porciones antes del tamaño real del pan	220	42	10	
4	División al tamaño real del pan	220	1260	10	
5	Labrado	220	1260	60	
6	Leudamiento	220	1260	30	
7	Horneado	220	1260	25	
8	Control de calidad	220	1260	5	
9	Enfriamiento	220	1260	30	
10	Empacado	220	1260	30	
	total			225	3,75

3 horas y 75 minutos

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Claudia Tinitana



AMPLIAR EL SECTOR ALIMENTICIO PARA CONSUMIDORES DIABÉTICOS MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAN DE BANANA CON ESTEVIA UBICADO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

4.03.04. Maquinaria

Tabla 28. Maquinaria

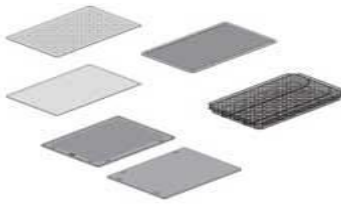
UNIDAD	MAQUINARIA	IMAGEN	VALOR TOTAL
1	HORNO		\$ 2.900,00
1	AMASADORA		\$ 1.500,00
1	CORTADORA		\$ 1.400,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Claudia Tinitana

4.03.05. Equipo

Tabla 29. Equipo

UNIDAD	EQUIPO	IMAGEN	VALOR TOTAL
2	MESAS DE TRABAJO		\$ 260,00
14	LATAS		\$ 224,00
2	PORTA LATAS		\$ 400,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Claudia Tinitana

4.03.06. Muebles y Enseres

Tabla 30.Muebles y Enseres

UNIDADES	MUEBLES/ENSERES	IMAGEN	VALOR TOTAL
2	ESCRITORIOS		\$ 640,00
2	SILLA GIRATORIA		\$ 95,98
4	SILLA GRAFITTI		\$ 133,96

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Claudia Tinitana

4.03.06.01. Muebles y Enseres

Tabla 30.01 Muebles y Enseres

UNIDADES	MUEBLES/ENSERES	IMAGEN	VALOR TOTAL
2	ARCHIVADOR METÁLICO		\$ 480,00
1	ESTANTERIAS		\$ 600,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Claudia Tinitana

4.03.07. Equipo de Computación

Tabla 31. Equipo de Computación

UNIDADES	EQUIPO DE COMPUTACIÓN	IMAGEN	VALOR TOTAL
3	COMPUTADOR		\$ 1.424,97
1	IMPRESORA MULTIFUNCIÓN		\$ 169,99

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Claudia Tinitana

4.03.0.8. Equipo de Oficina

Tabla 32. Equipo de Oficina

UNIDADES	EQUIPO DE OFICINA	IMAGEN	VALOR TOTAL
4	TELÉFONO		\$ 71,96
5	REGULADOR DE ENERGÍA		\$ 29,95

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Claudia Tinitana

Capítulo V: Estudio Financiero

En el análisis financiero se determinará y se evaluará el valor o la inversión que es necesaria para poner en ejecución el proyecto, determinando los costos y gastos de producción, estados financieros.

Para eso se determinarán los posibles beneficios o pérdidas que puedan existir, estableciendo los costos de oportunidad que incurren al momento de realizar el proyecto.

5.01. Ingresos operacionales

Son los ingresos generados por una o varias actividades económicas de la empresa. (GERENCIE.COM, 2014)

5.02. Costos

El costo, es un valor, un resultado, cuya magnitud depende de la cantidad de recurso que se utilice en la producción/adquisición del bien o el servicio.

(GERENCIE.COM, 2014)

5.02.01. Costo Directo

Son aquellos que pueden identificarse directamente con un objeto de costos, sin necesidad de ningún tipo de reparto. Los costos directos se derivan de la existencia de aquello cuyo costo se trata de determinar, sea un producto, un servicio, una actividad. (CONTABILIDAD, 2014)

A continuación se detalla los costos directos que se utilizará para la ejecución del proyecto:

Para la elaboración del Pan de banana con stevia se utilizara harina, mantequilla, banano, huevos, levadura, leche stevia, sal, que anualmente da un costo de \$ 25.035,00.

Tabla 33. Materia Prima Directa

MATERIA PRIMA DIRECTA					
DESCRIPCIÓN	MEDIDA	VALOR UNITARIO	CONSUMO MES	VALOR MENSUAL	TOTAL ANUAL
Harina	Quintal	\$ 40,00	30	1200,00	14400,00
Mantequilla	Caja	\$ 35,00	15	525,00	6300,00
Banano	Caja	\$ 8,00	4	32,00	384,00
Huevos	Cubeta	\$ 2,70	25	67,50	810,00
Levadura	Bloque	\$ 2,50	7	17,50	210,00
Leche	Lts	\$ 0,65	45	29,25	351,00
Stevia	Quintal	\$ 35,00	5	175,00	2100,00
Sal	Quintal	\$ 20,00	2	40,00	480,00
TOTAL			133,00	2086,25	25.035,00

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Claudia Tinitana

MANO DE OBRA DIRECTA

La mano de obra de los panaderos son las personas que directamente ayudan en la elaboración del pan de banana con stevia.

Tabla 34. Mano de obra Directa

Concepto	Nro	sueldo mensual	13ro	14to	Vacaciones	F.Reserva	Ap. Patronal 11,15%
Panadero 1	1	450,00	28,33	28,33	18,75	28,33	50,18
Panadero 2	1	450,00	28,33	28,33	18,75	28,33	50,18
Total	1	900,00	56,67	56,67	37,50	56,67	100,35

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Claudia Tinitana

Tabla 35. Sueldo Mano de Obra Directa

Concepto	Sueldo mensual	TOTAL ANUAL
Panadero 1	603,93	7.247,10
Panadero 2	603,93	7.247,10
		0,00
Total	1.207,85	14.494,20

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Claudia Tinitana

A continuación se detalla el costo por horas de la mano de obra directa que se utilizará para la elaboración del pan.

Tabla 36. Costo por hora de mano de obra Directa

MANO DE OBRA DIRECTA			
H. T.	COSTO HORA	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
160	7,55	1.207,85	14494,20
TOTAL		1.207,85	14.494,20

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Claudia Tinitana

5.02.02. Costos Indirectos

Son aquellos costos cuya identificación con un objeto de costos específico es muy difícil, es necesario, normalmente, recurrir a algún tipo de mecanismo de asignación, distribución o reparto. (CONTABILIDAD, 2014)

Los costos indirectos es aquel material que se utilizara para que el producto terminado sea comercializado.

Tabla 37. Costos Indirectos

COSTOS INDIRECTOS				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Fundas plásticas	1.260,00	0,01	12,60	151,20
TOTAL			12,60	151,20

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Claudia Tinitana

5.02.03. Gastos Administrativos

Se denominan gastos de administración a aquellos contraídos en el control y la dirección de una organización, pero no directamente identificables con la financiación, la comercialización, o las operaciones de producción.

(ENCICLOPEDIA FINANCIERA, 2014)

Dentro de los gastos administrativos están los sueldos y los salarios de las personas que prestaran sus servicios para que el proyecto sea puesto en marcha, así como también se tomara en cuenta los gastos generales como suministros de limpieza y útiles de oficina.

Tabla 38. Gasto Administrativo

GASTO ADMINISTRATIVO		
DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Sueldo personal Administrativo	\$ 1.330,00	\$ 15.960,00
Gerente	\$ 650,00	\$ 7.800,00
Auxiliar Contable	\$ 340,00	\$ 4.080,00
Vendedor	\$ 340,00	\$ 4.080,00
Gastos Generales	\$ 45,00	\$ 540,00
Suministros de Limpieza	\$ 25,00	\$ 300,00
Útiles de Oficina	\$ 20,00	\$ 240,00
TOTAL	\$ 1.375,00	\$ 16.500,00

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Claudia Tinitana

5.02.04. Costo de Producción

El Costo de Producción es un recurso controlado por la empresa como resultado de eventos pasados, del que la empresa espera obtener, en el futuro beneficios económicos. (CONTABILIDAD, 2014)

5.02.05. Costos Fijos y Variables

5.02.05.01. Costo Fijo

Los costos fijos son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, produzca o no produzca debe pagarlos. (GERENCIE.COM, 2014)

Tabla 39. Costos Fijos

Costos Fijos:	
Gastos Administrativos	16.500,00
Gastos de Ventas	736,00
Gasto Financiero	1.710,08
Total	17.236,00

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Claudia Tinitana

5.02.05.02. Costo Variable

Son aquellos en que se incurre, sólo si se desarrolla la actividad y, como consecuencia de ella, se genera un bien o una unidad de servicio. (GERENCIE.COM, 2014)

Los costos variables serán si se produce más habrá que invertir más en materia prima.

5.03. Inversiones

La inversión consiste en la aplicación de recursos financieros a la creación, renovación, ampliación o mejora de la capacidad operativa de la empresa.

(TÁRRAGO, 2014)

5.03.01. Inversión Fija

5.03.01.01. Activos Fijos

Tabla 40. Activos Fijos

Inversiones en Activos Fijos	Uso de fondos	Recursos propios	Recursos financiados
Vehículo	15.600,00	15.600,00	
Maquinaria y Herramienta	6.784,00		6.784,00
Muebles y Enceres	1.949,94	1.949,94	
Equipo de Computación	1.119,97	1.119,97	
Equipo de Oficina	450,00	450,00	
Total de Activos Fijos	25.903,91	19.119,91	6.784,00

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Claudia Tinitana

5.03.01.02. Activos Nominales

Los activos nominales están relacionados directamente con los gastos de constitución para la empresa y los gastos que se emplearon para determinar la factibilidad.

Tabla 41. Activos Nominales

Activos Diferidos	Uso de fondos	Recursos propios	Recursos financiados
Gasto de Constitución	120,00	120,00	
Estudio de Factibilidad	300,00	300,00	
Total de Activos Diferidos	420,00	420,00	0,00

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Claudia Tinitana

5.03.02. Capital de Trabajo

El capital de trabajo es una inversión inicial, tiene una diferencia fundamental, con respecto a la inversión en activo fijo y diferido y tal diferencia radica en su naturaleza circulante. (BACA U, 2006)

El capital de trabajo está constituido con la inversión inicial que va a tener el proyecto que es materia prima, mano de obra, gasto administrativo, gasto de ventas, que a continuación se detallan con los valores correspondientes.

Tabla 42. Capital de Trabajo

Capital de trabajo	Uso de fondos	Recursos propios	Recursos financiados
Materia Prima	6.258,75	6.258,75	
Mano de Obra	3.623,55		3.623,55
Gasto Administrativo	4.125,00		4.125,00
Gasto Ventas	1.186,00		1.186,00
Total capital de trabajo	15.193,30	6.258,75	8.934,55

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Claudia Tinitana

5.03.03. Amortización de Financiamiento (Tabla de amortización)

Una amortización es una disminución gradual o extinción gradual de cualquier deuda durante un periodo de tiempo. (GESTIOPOLIS, 2014)

La tabla de amortización está realizada en base al préstamo bancario que se va obtener con el interés de la tasa activa que es del 11.2% para cinco años.

Tabla 43. Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
Total Inversión : 100% 41.067,21 Cap. Propio : 62,82% 25.798,66 Financiamiento : 37,18% 15.268,55 Plazo : 5 Interés : 11,2% 0,11 Pagos : ANUALES					
Periodo	Saldo	Interés	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	15.268,55	0,00	0,00	0,00	15.268,55
1	15.268,55	1.710,08	4.152,02	2.441,94	12.826,61
2	12.826,61	1.436,58	4.152,02	2.715,44	10.111,17
3	10.111,17	1.132,45	4.152,02	3.019,57	7.091,59
4	7.091,59	794,26	4.152,02	3.357,76	3.733,83
5	3.733,83	418,19	4.152,02	3.733,83	0,00

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

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Claudia Tinitana

5.03.04. Depreciaciones (Tabla de depreciación)

La depreciación es la disminución en el valor de mercado de un bien, la disminución en el valor de un activo para su propietario, o la asignación del costo de uso o demerito de un activo a lo largo de su vida útil (duración). (FINANZAS, 2013)

Tabla 44. Depreciaciones

CUADRO DE DEPRECIACIONES							
Descripción	Año 0	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vehículo	15.600,00	5	3.120,00	3.120,00	3.120,00	3.120,00	3.120,00
Maquinaria y Herramienta	6.784,00	10	678,40	678,40	678,40	678,40	678,40
Muebles y Enseres	1.949,94	10	194,99	194,99	194,99	194,99	194,99
Equipos de Oficina	450,00	10	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00
Equipos de Computación	1.119,97	3	373,32	373,32	373,32	373,32	373,32
TOTAL	25.903,91		4.411,72	4.411,72	4.411,72	4.411,72	4.411,72

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Claudia Tinitana

5.03.05. Estado de Situación Inicial

Tabla 45. Estado de Situación Inicial

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL		
ACTIVOS		
Corrientes		14.743,30
Bancos	14.743,30	
No Corrientes		26.323,91
Vehículo	15.600,00	
Maquinaria y Herramienta	6.784,00	
Muebles y Enceres	1.949,94	
Equipo de Computación	1.119,97	
Equipo de Oficina	450,00	
Gasto de Constitución	120,00	
Estudio de Factibilidad	300,00	
TOTAL ACTIVOS		41.067,21
PASIVOS		
No Corrientes		15.268,55
Préstamo Bancario por Pagar	15.268,55	
PATRIMINIO		25.798,66
Capital	25.798,66	
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO		41.067,21

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Claudia Tinitana

5.03.06. Estado de Resultado Proyectado

Tabla 46. Estado de Resultados Proyectado

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMADO					
	PIB		Inflación		
	2,30%		4,15%		
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	81.648,00	83.525,90	85.447,00	87.412,28	89.422,76
(-) Costo de Ventas	39.680,40	40.593,05	41.526,69	42.481,80	43.458,88
(=) Utilidad Bruta en Ventas	41.967,60	42.932,85	43.920,31	44.930,48	45.963,88
(-) Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	16.500,00	17.184,75	17.897,92	18.640,68	19.414,27
Gastos de Ventas	736,00	766,54	798,36	831,49	865,99
Gastos Financieras	1.710,08	1.436,58	1.132,45	794,26	418,19
(=) Utilidad Operacional	23.021,52	23.544,98	24.091,59	24.664,05	25.265,43
(+) 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.	23.021,52	23.544,98	24.091,59	24.664,05	25.265,43
15 % Participación					
(-) Laboral	3.453,23	3.531,75	3.613,74	3.699,61	3.789,81
(=) Utilidad Antes de I.R.	19.568,29	20.013,23	20.477,85	20.964,44	21.475,61
Impuesto a la Renta					
(-) (T.I.R. P.N.S.C)	686,16	714,64	744,30	775,19	807,36
(=) Utilidad Neta	18.882,13	19.298,59	19.733,55	20.189,26	20.668,26
(+) Depreciaciones	4.411,72	4.411,72	4.411,72	4.411,72	4.411,72
(+) Amortizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
EXCEDENTE					
(=) OPERACIONAL	23.293,85	23.710,31	24.145,27	24.600,97	25.079,97

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Claudia Tinitana

5.04. Evaluación

5.04.01. Tasa de Descuento

Es una medida financiera que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro. La tasa de descuento representa el descuento al flujo de dinero esperado en el futuro. (WIKIPEDIA, 2012)

La tasa de descuento está calculada en relación a la inflación y al costo de oportunidad.

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

i = inflación
f = costo de
oportunidad

Inflación	=	4,15%
Costo de Oportunidad	=	11,75%

$$\begin{aligned} TMAR &= 0,0415 + 0,118 + (0,0415 \times 0,118) \\ TMAR &= 0,1590 + 0,005 \\ TMAR &= 0,1639 \\ TMAR &= 16,39\% \end{aligned}$$

5.04.02. VAN (valor presente neto)

Es el valor monetario que resulta de restar los flujos descontados la inversión inicial. (BACA U, 2006)

Tabla 47. Flujos Netos de Efectivo

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Total	41.067,21			-1.119,97		5.338,62
Excedente Operacional		23.293,85	23.710,31	24.145,27	24.600,97	25.079,97
FLUJOS DE EFECTIVO	-	23.293,85	23.710,31	23.025,30	24.600,97	30.418,59

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Claudia Tinitana

$$VAN = -P + \frac{FNE\ 1}{(1+i)^1} + \frac{FNE\ 2}{(1+i)^2} + \frac{FNE\ 3}{(1+i)^3} + \frac{FNE\ 4}{(1+i)^4} + \frac{FNE\ 5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -41.067,21 + \frac{23.293,85}{1,16387625} + \frac{23.710,31}{1,354608} + \frac{23.025,30}{1,576596} + \frac{24.600,97}{1,8349626} + \frac{30.418,59}{2,1356694}$$

$$VAN = -41.067,21 + 20.014,02 + 17.503,45 + 14.604,44 + 13.406,80 + 14.243,12$$

$$VAN = -41.067,21 + 79.771,83$$

$$VAN = 38.704,62$$

$$VAN = \$ 38.704,62$$

5.04.03. TIR

La TIR se define como la i que hace que la suma de los flujos descontados sea igual a la inversión inicial. La i actúa como la tasa de descuento y, por tanto, los flujos de efectivo a los cuales se aplica vienen a ser flujos descontados. (BACA U, 2006)

$$\text{TIR} = 51,15\%$$

TASA INTERNA DE RETORNO - COMPROBACIÓN

$$\text{VAN} = -41.067,21 + \frac{23.293,85}{1,510839} + \frac{23.710,31}{2,282634} + \frac{23.025,30}{3,4486923} + \frac{24.600,97}{5,210418} + \frac{30.418,59}{7,872103}$$

$$\text{VAN} = -41.067,21 + 15.417,82 + 10.387,26 + 6.676,53 + 4.721,50 + 3.864,10$$

$$\text{VAN} = -41.067,21 + 41.067,21$$

$$\text{VAN} = 0,00$$

La tasa interna de retorno es la tasa de descuento a la cual el VAN se hace cero

5.04.04. PRI (Periodo de recuperación de la inversión)

El periodo de recuperación se define como el número esperado de años que se requieren para que se recupere una inversión original. (FINANZAS, 2014)

Tabla 48. Recuperación valores corrientes

PERIODO DE RECUPERACION A VALORES CORRIENTES

	Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 1	23.710,31	-17.773,36
1 mes	1975,86	-15.797,50
2 mes	1975,86	-13.821,64
3 mes	1975,86	-11.845,78
4 mes	1975,86	-9.869,93
5 mes	1975,86	-7.894,07
6 mes	1975,86	-5.918,21
7 mes	1975,86	-3.942,35
8 mes	1975,86	-1.966,49
9 mes	1975,86	9,37
10 mes	1975,86	1.985,23
11 mes	1975,86	3.961,09
12 mes	1975,86	5.936,95

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Claudia Tinitana

Tabla 49. Recuperación valores actualizados

PERIODO DE RECUPERACION A VALORES ACTUALIZADOS

	Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 2	14.604,44	-3.549,74
1 mes	1217,04	-2.332,70
2 mes	1217,04	-1.115,66
3 mes	1217,04	101,37
4 mes	1217,04	1.318,41
5 mes	1217,04	2.535,45
6 mes	1217,04	3.752,48
7 mes	1217,04	4.969,52
8 mes	1217,04	6.186,56
9 mes	1217,04	7.403,59
10 mes	1217,04	8.620,63
11 mes	1217,04	9.837,67
12 mes	1217,04	11.054,70

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Claudia Tinitana

PERIODO DE RECUPERACIÓN:	1 AÑO Y 9 MESES	PRVC
--------------------------	-----------------	------

PERIODO DE RECUPERACIÓN:	2 AÑOS Y 3 MESES	PRVA
--------------------------	------------------	------

5.04.05. RBC (Relación Costo Beneficio)

Es la relación entre el valor presente de todos los ingresos del proyecto sobre el valor presente de todos los egresos del proyecto, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto. (CONTABILIDAD Y FINANZAS, 2014)

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

$$RCB = \frac{\$ 79.771,83}{\$ 41.067,21}$$

$$RCB = \$ 1,94$$

5.04.06. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios.

El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y variables. (BACA U, 2006)

Fórmula

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

Tabla 50. Datos del punto de Equilibrio

DATOS	
Costos Fijos:	
Gastos Administrativos	16.500,00
Gastos de Ventas	736,00
Gasto Financiero	1.710,08
TOTAL	17.236,00
Costo Variable unitario	0,05
PRECIO	0,18

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Claudia Tinitana

$$PE = \frac{17.236,00}{0,13} = 130.173 \text{ Unidades}$$

$$PE = \frac{17.236,00}{0,74} = 23.431,08 \text{ Dólares}$$

Tabla 51. Estado de Resultados del Punto de Equilibrio

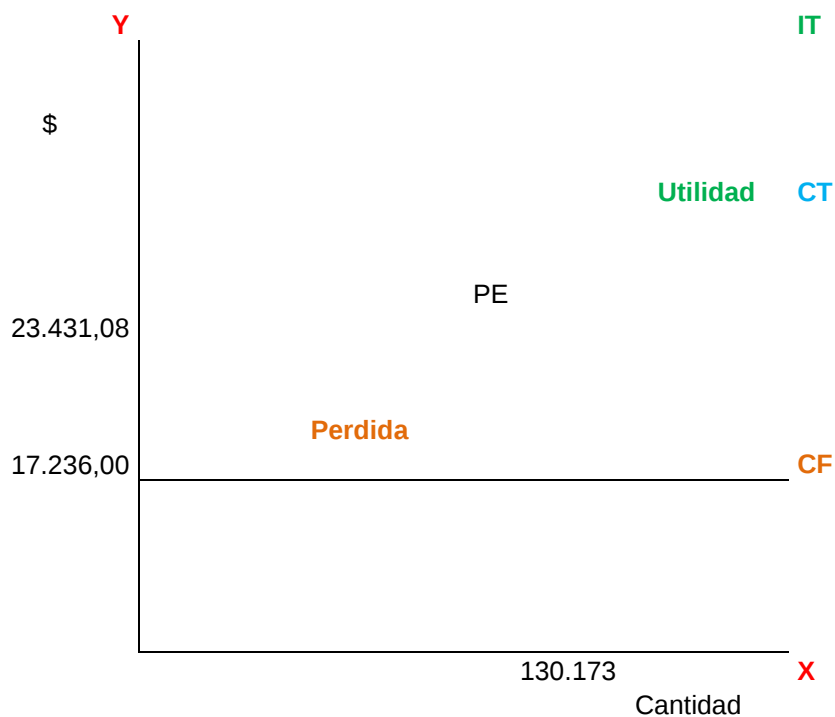
ESTADO DE RESULTADOS	
VENTAS	23.431,08
(-) Costo Producción	6.195,08
(=) UBV	17.236,00
(-) Costo Fijo	17.236,00
(=) Utilidad / Périda	-

Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Claudia Tinitana

GRÁFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Figura 27. Punto de Equilibrio



Fuente: Análisis Financiero

Elaborado por: Claudia Tinitana

5.04.07. Análisis de índices financieros

5.04.07.01. Indicadores de liquidez

➤ Razón corriente

$$R.C. = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}} = \frac{14.743,30}{15.268,55} = 0,96559922$$

Análisis

El presente indicador permite detallar el nivel de liquidez que tiene la empresa en el año 1, cuyo valor es de 0,97, lo que representa que por cada dólar de deuda, la empresa contará con 0,97 dólares de respaldo para cubrir la obligación.

5.04.07.02. Indicadores de rentabilidad

➤ Margen bruto

$$\text{M.B.} = \frac{\text{Utilidad Bruta en Ventas}}{\text{Ventas}} = \frac{41.967,60}{81.648,00} = 0,5140065$$

Análisis

El presente indicador permite detallar el nivel de rentabilidad que tiene la empresa en el año 1 descontando los costos de venta, están directamente relacionados con las ventas y la utilidad bruta en ventas, cuyo valor es de 0,51.

➤ Margen operacional bruto

$$\begin{aligned} \text{M.O.} \\ = \end{aligned} \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Ventas}} = \frac{23.021,52}{81.648,00} = 0,28196064$$

Análisis

El presente indicador permite detallar el nivel de rentabilidad que tiene la empresa en el año 1 , podrá generar un aumento de rentabilidad ya sea por el aumento de costos de venta o por la materia prima , que estén directamente relacionado con las ventas y la utilidad operacional, cuyo valor es de 0,28.

➤ Margen neto

$$M.N. = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} = \frac{18.882,13}{81.648,00} = 0,23126261$$

Análisis

El presente indicador permite detallar el nivel de rentabilidad que tiene la empresa en el año 1 antes de impuestos, directamente relacionados con las ventas y la utilidad neta, cuyo valor es de 0,23 , indicando que por cada dólar de ventas queda para los propietarios 0,23 de utilidad neta.

➤ Rentabilidad sobre patrimonio

$$ROE = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}} = \frac{18.882,13}{25.798,66} = 0,73190351$$

Análisis

El presente indicador permite detallar el nivel de rentabilidad que tiene la empresa en el año 1, es decir que por cada dólar de patrimonio, el propietario contará con 0.73 de rentabilidad en el proyecto.

➤ **Rentabilidad sobre activos**

$$ROA = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}} = \frac{18.882,13}{41.067,21} = 0,45978604$$

Análisis

El presente indicador permite detallar el nivel de rentabilidad que tiene la empresa en el año 1, relacionados directamente con los activos totales que tiene la empresa para la utilidad neta, cuyo valor es de 0,46.

5.04.07.03. Indicadores de estructura

➤ **Deuda total**

$$D.T. = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} = \frac{15.268,55}{41.067,21} = 0,37179419$$

Análisis

El presente indicador permite detallar que por cada dólar del total de activos que cuenta la empresa tiene una deuda de 0,37 centavos.

➤ Capital propio

$$\text{C.P.} = \frac{\text{Capital}}{\text{Activo Total}} = \frac{25.798,66}{41.067,21} = 0,62820581$$

Análisis

El presente indicador permite detallar que por cada dólar del total de activos que cuenta la empresa tiene un capital propio de 0,63 centavos.

Capítulo VI: Análisis de Impactos

Los impactos son cambios o acciones generadas debido a la ejecución del proyecto. A continuación se detallará los impactos.

6.01. Impacto Ambiental

- ✓ El presente proyecto contará con personal capacitado para que la materia prima y desechos orgánicos sean manipulados correctamente, de esta manera proteger al medio ambiente de un posible daño natural.

6.02. Impacto Económico

- ✓ En años anteriores la economía del país ha dependido de la exportación del petróleo, con la ejecución del proyecto se apoyará a la matriz productiva, cooperando para que el desarrollo del país sea continuamente.

- ✓ Ayudará a la economía, aportando con un determinado porcentaje al Pib sectorial, generando recursos económicos y difundiendo empleo para así contribuir al buen vivir de las personas.

6.03. Impacto Productivo

- ✓ Dentro del impacto productivo el proyecto contribuirá a la matriz productiva ya que elaborara productos calidad con el personal altamente calificado, prestando buen servicio y producto nutritivos.

6.04. Impacto Social

- ✓ En el impacto social el personal de la empresa tendrá el salario y los beneficios establecidos por la ley, para así contribuir al buen vivir e igualdad de la personas, sin discriminación alguna.

Generando ingresos a los hogares Ecuatorianos, y de esta manera reduciendo el índice de la Pobreza.

Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones

7.01. Conclusiones

- ✓ La iniciativa de poner en marcha la panadería en el sector sur, se realizó con el fin de ampliar el sector alimenticio para las personas diabéticas y dietéticas que quieran mejorar su salud a través de un producto sano.

- ✓ Con las encuestas realizadas se ha podido determinar que el 60% de la población estaría dispuesta adquirir el producto, conociendo que el mismo sería un producto dietético para mejorar la salud.

7.02. Recomendaciones

- ✓ Se recomienda que el proyecto sea puesto en marcha ya que a través de los conocimientos adquiridos y puestos en práctica se ha podido determinar que el proyecto es factible.

- ✓ Es recomendable que después de haber puesto en ejecución el proyecto, exista variedad de productos para la satisfacción del cliente, implementando nuevas estrategias para mejorar continuamente el producto y el servicio al cliente.

BIBLIOGRAFIA

- 1.1. *ESTUDIO TÉCNICO*. (s.f.). Obtenido de http://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf
- ARDILA ARENAS, J. (12 de 06 de 2010). *Gerencie.com*. Recuperado el 08 de 06 de 2014, de Economía y Finanzas: <http://www.gerencie.com/producto-interno-bruto.html>
- ARTESANOSECUADOR.COM. (02 de 10 de 2014). Obtenido de ARTESANOSECUADOR.COM: <http://www.artesanosecuador.com/contenidos.php?menu=2&submenu1=35&submenu2=15&idiom=1>
- BACA U, G. (2006). *EVALUACIÓN DE PROYECTOS*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Banco Central del Ecuador . (10 de 07 de 2014). Recuperado el 10 de 07 de 2014, de <http://contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion>
- Banco Central del Ecuador. (12 de 06 de 2014). Recuperado el 12 de 06 de 2014, de Banco Central del Ecuador: <http://contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion>
- BEST BUSINESS SERVICE. (2014). Obtenido de <http://www.todoempresa.com/Cursos/Planificacion%20Estrategica%20demo/Factores%20tecnologicos.htm>
- CONTABILIDAD. (02 de 10 de 2014). Obtenido de http://www.contabilidad.com.py/articulos_73_costos-directos-e-indirectos.html
- CONTABILIDAD. (02 de 10 de 2014). Obtenido de http://www.contabilidad.com.py/articulos_68_costo-de-produccion.html
- CONTABILIDAD Y FINANZAS. (02 de 10 de 2014). Obtenido de <http://www.contabilidadyfinanzas.com/relacion-beneficio-costo-bc.html>
- DataJoven. (05 de 03 de 2012). Recuperado el 14 de 06 de 2014, de <http://datajovenboletin.blogspot.com/2009/04/conceptos-generales.html>
- EL BANCO MUNDIAL. (2014). Obtenido de EL BANCO MUNDIAL: <http://www.bancomundial.org/economia-empleo/>
- El comercio. (29 de 08 de 2011). Obtenido de <http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/quito/quitenos-se-abastecen-500-panaderias.html>
- EL MERCURIO. (s.f.).

EL MERCURIO. (05 de 11 de 2011). Obtenido de EL MERCURIO:

http://www.elmercurio.com.ec/307243-impulsan-la-tecnificacion-del-sector-de-panificadores/#.VDK5h_nQAlk

El telégrafo. (06 de 05 de 2013). Recuperado el 15 de 06 de 2014, de

<http://www.telegrafo.com.ec/economia/masqmenos/item/veronica-sion-el-sector-industrial-ecuatoriano-ha-presentado-en-los-ultimos-anos-un-comportamiento-positivo.html>

ENCICLOPEDIA FINANCIERA. (02 de 10 de 2014). Obtenido de

<http://www.encyclopediافinanciera.com/definicion-gastos-de-administracion.html>

FERNANDEZ, R. (1991). *Ceopan*. Recuperado el 18 de 05 de 2014, de

<http://www.ceopan.es/index.php?type=public&zone=smartportalcategorias&action=view&categoryID=295&codeID=295>

FINANZAS. (17 de 12 de 2013). Obtenido de

<http://financierosudl.blogspot.com/2009/04/concepto-de-depreciacion.html>

FINANZAS. (02 de 10 de 2014). Obtenido de

<http://finanzasieptimo.blogspot.com/2010/11/periodo-de-recuperacion.html>

GERENCIA DE PROYECTOS. (02 de 10 de 2012). Obtenido de GERENCIA DE PROYECTOS:

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Estudio-De-Mercado-De-La-Gerencia/6117809.html>

Gerencie.com. (21 de 05 de 2012). Recuperado el 10 de 05 de 2014, de

<http://www.gerencie.com/riesgo-soberano.html>

GERENCIE.COM. (02 de 10 de 2014). Obtenido de <http://www.gerencie.com/ingresos-no-operacionales.html>

GERENCIE.COM. (02 de 10 de 2014). Obtenido de <http://www.gerencie.com/costos-fijos.html>

GestioPolis. (02 de 02 de 2010). Recuperado el 10 de 05 de 2014, de

<http://www.gestiopolis.com/canales/economia/articulos/51/conmacroeco.htm>

GESTIOPOLIS. (02 de 10 de 2014). Obtenido de

<http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/fin/30/amortizar.htm>

ICEMD. (15 de 05 de 2013). Obtenido de ICEMD: <http://blogs.icemd.com/blog-estrategias-de-marketing-percepcion-o-realidad-/psicologia-del-color-en-el-logo-de-una-marca/#sthash.D7Py5EDF.dpuf>

LA GRAN ENCICLOPEDIA DE LA ECONOMÍA. (2010). Recuperado el 20 de 07 de 2014, de LA GRAN ENCICLOPEDIA DE LA ECONOMÍA:

<http://www.economia48.com/spa/d/desempleo/desempleo.htm>

McGraw. (06 de 02 de 2012). *LA OFERTA, LA DEMANDA Y EL MERCADO*. Recuperado el 25 de 08 de 2014, de <http://www.mcgraw-hill.es/bcv/guide/capitulo/8448181042.pdf>

MINISTERIO DE SALUD PUBLICA. (2012). Recuperado el 22 de 07 de 2014, de http://instituciones.msp.gob.ec/dps/pichincha/images/stories/requisitos_nuevos_2012_revisado1_final1.pdf

REPOSITORIO UNEMI. (18 de 06 de 2014). Obtenido de REPOSITORIO UNEMI: <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/1875/1/PROYECTO%20PAS%20TELES%20FINAL%201%2023-04-2013.pdf>

REVISTAMIPRO5. (04 de 2013). Obtenido de REVISTAMIPRO5: <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/04/revistaMIPRO5.pdf>

Salud de altura. (s.f.). Recuperado el 12 de 05 de 2014, de <http://www.saluddealtura.com/todo-publico-salud/salud-nutricion-familia/enfermedades/diabetes-informacin/diabetes1/>

SRI. (2014). Recuperado el 20 de 07 de 2014, de SRI: <http://www.sri.gob.ec/de/67>

STEVIDA. (02 de 10 de 2014). Obtenido de STEVIDA: <http://steviadelecuador.com/index.php/component/content/frontpage>

TÁRRAGO, F. (02 de 10 de 2014). *ZONA ECONÓMICA*. Obtenido de FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA DE LA EMPRESA: <http://www.zonaeconomica.com/inversion/definicion>

TRESPALACIOS, J. (2005). *INVESTIGACION DE MERCADOS*. Recuperado el 25 de 09 de 2014, de http://books.google.es/books?id=nHx-K8_8Kl4C&printsec=frontcover&dq=inauthor:%22Juan+Antonio+Trespalacios+Guti%C3%A9rrez%22&hl=es&sa=X&ei=cNUtVLfzloyZyATnwIKABA&ved=0CCIQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false

WIKIPEDIA. (02 de 06 de 2012). Obtenido de http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_de_descuento

WIKIPEDIA. (25 de 08 de 2014). Recuperado el 29 de 09 de 2014, de <http://es.wikipedia.org/wiki/Empleo>

WORDREFERENCE.COM. (10 de 01 de 2014). Recuperado el 10 de 06 de 2014, de <http://www.wordreference.com/definicion/subempleo>

