



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

“PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PANADERÍA  
ARTESANAL EN EL CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA, 2016”

TRABAJO DE TITULACIÓN

Tipo: Emprendimientos

Previo a la obtención del título de:

LICENCIADA EN GESTIÓN GASTRONÓMICA

ANDREA JACQUELINE ALMEIDA CORONEL

RIOBAMBA – ECUADOR

2017

## **Certificado**

El presente trabajo de titulación fue revisado y autorizado su presentación.

-----  
Ing. Verónica Llangari A.

DIRECTORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN

## **Certificación**

Los miembros del trabajo de titulación certifican que , el trabajo de investigación titulado, “PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PANADERÍA ARTESANAL EN EL CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA, 2016”, de responsabilidad de la señorita, Andrea Jacqueline Almeida Coronel ha sido revisada y autorizada su publicación.

Ing. Verónica Llangari.

DIRECTORA DE TRABAJO

DE TITULACION

-----

Ing. Danilo Fernández.

MIEMBRO DE TRABAJO

DE TITULACIÓN

-----

## **Declaración de Autenticidad**

Yo, Andrea Jacqueline Almeida Coronel declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autor asumo, la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Andrea Jacqueline Almeida Coronel

CI: 180230001-0

## **Dedicatoria**

El presente trabajo está dedicado a las personas más importantes de mi vida mi madre, mi esposo y mis hijos mi fuerza, mi corazón, mi alma eso son ustedes.

Andrea Jacqueline Almeida Coronel

## **Agradecimiento**

El eje de mi vida ha sido Dios sin el nada habría sido posible. Gracias a mi madre que día a día me dio su apoyo. Gracias a mi esposo por su apoyo y paciencia incondicional en todo momento. Gracias a mis hijos por haber sacrificado su tiempo por el mío. Gracias a todas las personas que pusieron su granito de arena para alcanzar mis metas como la Ing. Nelly Astudillo quien siempre creyó en mí y me dio su apoyo, guía y confianza, a mi tía Lucila Ordoñez la cual me brindo su ayuda incondicional día a día, sin cuyo apoyo no habría sido posible lograr este proyecto.

Andrea Jacqueline Almeida Coronel

## **Introducción**

Un emprendedor es aquella persona que identifica una oportunidad de negocio y de la nada solo con la idea como su capital logra crear una empresa. Un espíritu emprendedor está lleno de sueños, optimismo, flexibilidad, dinamismo, creatividad.

Producto de las ideas nacen los emprendimientos, que sustentados en el estudio técnico tendrá altas probabilidades de constituirse en una empresa exitosa que puede estar relacionada con el lanzamiento de nuevos productos, mejorar productos existentes, innovar locales para aumentar la capacidad de producción, permitiendo al empresario analizar el mercado, planificar estrategias del negocio que se pretende poner en marcha, el cual abarcará desde la definición de la idea a desarrollar hasta la forma concreta de llevarla a la práctica.

La información obtenida para cada etapa de este trabajo de titulación necesita un nivel adecuado de organización, pues debemos considerar a las personas que va dirigido siendo lo más completo posible, para cumplir con los objetivos propuestos, debemos recordar que este trabajo de titulación se convertirá en un instrumento de consulta permanente sobre los asuntos relacionados al emprendimiento. Este instrumento de gestión está sujeto a revisión permanente, puesto que la realidad donde va actuar la empresa tiene la particularidad de ser por naturaleza, dinámica y cambiante.

El desarrollo de una “Propuesta de factibilidad para la creación de una panadería artesanal en el cantón Quito, provincia de Pichincha”, detalla en cada capítulo la investigación y resultados obtenidos, que se consideran necesarios para determinar la factibilidad.

En el primer capítulo se describió el problema metodológico a investigar, delimitación, los objetivos y su justificación.

En el segundo capítulo se presentó el marco teórico que facilita el desarrollo del plan de negocios.

En el tercer capítulo se desarrolló el estudio de mercado que nos facilita establecer la idea de negocio más viable sobre la base de la valoración de alternativas, además se ejecuta un estudio comercial en el que se establece el mercado hacia el cual se va a orientar el negocio.

En el cuarto capítulo se desarrolló un plan de negocios considerando el estudio técnico que determina la capacidad de producción de la empresa, también se realiza como parte esencial la estructura organizativa del negocio y el marco legal sobre el cual estará sustentado, el accionar de la empresa, el estudio económico que permite establecer costos de producción, inversión que se requiere, proyecciones, una evaluación ambiental, y una evaluación social.

En el quinto capítulo se presentaron las conclusiones y recomendaciones del estudio realizado.



## Resumen

El presente trabajo de titulación tiene como finalidad realizar el estudio de factibilidad para la creación de una Panadería ubicada en la provincia de Pichincha cantón Quito, Urbanización de Interés Social Bellavista del Sur II Etapa “Barrio Divino Niño”. Esta investigación es de tipo descriptivo cuantitativo, para obtener la información fueron las encuestas y degustaciones dirigidas a clientes internos y externos del Barrio Divino Niño además se aplicó la observación directa e indirecta de la competencia logrando así determinar las oportunidades que presenta el sector, apoyándonos en diferentes tipos de estudios como: el estudio de mercado se dió a conocer la demanda insatisfecha del sector por medio de encuestas realizando trabajo de campo, estudio técnico se estableció el lugar adecuado para la ubicación de una panadería, capacidad de la empresa, distribución de la planta, estudio administrativo se realizó el análisis de cada puesto de trabajo y su estructura organizativa, estudio ambiental se analizó el impacto que produce una panadería en el medio ambiente con sus respectivas acciones remediales, además para probar la viabilidad del proyecto un estudio económico financiero los cuales arrojaron los siguientes resultados: inversión inicial de 26.755,80 la cual será financiada por una entidad bancaria tomando en cuenta los siguientes indicadores VAN de \$ 16.316,00 TIR de 32,57% RC/B de \$ 2,51. Se recomienda tomar en cuenta los indicadores económicos para la apertura de la panadería concluyendo que todos los estudios realizados son positivos.

**Palabras clave:** <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD> <PANADERÍA> <ARTESANAL>  
<QUITO (CANTÓN)> <RECETA ESTÁNDAR> <FERMENTACIÓN NATURAL>  
<MASAS MADRES> <AVENA (avena sativa)>

## Summary

The present entitling work has as aim to study the feasibility for the creation of a Bakery, located in the province of Pichincha, canton Quito, Social Interest Urbanization Bellavista del Sur II Stage "Barrio Divino Niño". This research is of quantitative descriptive type, to obtain the information were the surveys and tastings directed to internal and external clients of Barrio Divino Niño, in addition it was applied the direct and indirect observation of the competitors, thus managing to determine the opportunities presented by the sector, Supporting us in different types of studies as: the market study was released the unsatisfied demand of the sector by means of surveys conducting field work, technical study was established the right place for the location of the bakery, the capacity of the company, the distribution of the plant, administrative study was performed the analysis of each job and its organizational structure, environmental study was analyzed the impact that produces a bakery in the environment with their respective remedial actions, in addition to test the feasibility of the project a financial economic study which yielded the following results: initial investment of 26,755.8, which will be financed by a banking entity taking into account the following NPV indicators of \$ 16,316.00 IRR of 32.57% RC / B of \$ 2.51. It is recommended to take into account the economic indicators for the opening of the bakery concluding that all the studies performed are positive.

Key words: <FEASIABILITY STUDY> <BAKERY> <HAND WORK> <QUITO (county)> <STANDARD RECIPE> <NATURAL FERMENTATION> <MOTHERS MASS> OATMEAL (sativa oatmeal) >

## Índice general

Certificado .....	i
Certificación .....	ii
Declaración de Autenticidad .....	iii
Dedicatoria .....	iv
Agradecimiento .....	v
Introducción .....	vi
Resumen .....	viii
Summary .....	ix
Índice general .....	x
Capítulo I.....	1
1.1. Problema metodológico .....	1
1.1.1 Planteamiento del Problema.....	1
1.1.2. Formulación del problema. ....	2
1.2. Delimitación del problema.....	2
1.3. Objetivos.....	3
1.3.1. Objetivo General.....	3
1.3.2. Objetivos Específicos. ....	3
1.3.3. Identificación de la idea de negocio. ....	4
1.3.4. Lluvia de ideas. ....	4
1.3.5. Valoración de ideas. ....	5

1.3.6. Beneficios de la idea de negocio .....	6
1.3.7. Desventajas de las ideas de negocio.....	6
1.3.8. Priorización de las ideas de negocio.....	6
1.4. Justificación .....	8
1.4.1. Descripción del servicio o del producto .....	9
1.4.2. Nombre del Emprendimiento. ....	9
1.4.3. Descripción de empresa.....	9
1.4.4. Misión.....	9
1.4.5. Visión .....	10
1.4.7. Políticas. ....	10
1.4.8. Estrategias. ....	10
1.4.9. Valores y principios .....	11
1.4.10. Distingos y ventajas competitivas .....	11
1.4. 11. FODA .....	12
Capitulo II .....	13
2.1. Marco teórico .....	13
2.1.1. Estudio de factibilidad.....	13
2.1.2. Panadería Artesanal.....	13
2.1.3. El pan en la historia.....	14
2.1.4. Que es el pan .....	15
2.1.5. De que se fabrica.....	16

2.1.6. Propiedades nutritivas .....	16
2.1.7. Ventajas del consumo de pan .....	17
2.1.8. Criterios en la Compra y Conservación del pan.....	17
2.1.9. Evaluación financiera.....	18
a) Valor actual neto (VAN) .....	18
b) Tasa interna de retorno (TIR).....	18
c) Periodo de recuperación de la inversión (PRI).....	18
d) Relación costo/beneficio (C/B) .....	19
2.2. Marco conceptual .....	19
Estudio de Mercado.....	19
Capacidad de instalada .....	19
Capital .....	20
Encuesta .....	20
Financiamiento .....	20
Interés .....	20
Insumos .....	21
Localización .....	21
Mano de Obra.....	21
3.1. Estudio de mercado .....	22
3.1.1. Planteamiento de Objetivos del estudio de mercado.....	23
3.1.2. Demanda.....	23

3.1.3. La oferta .....	24
3.1.4. Crecimiento poblacional.....	24
3.1.5. Proyección de la Demanda .....	26
3.1.6. Proyección de la Oferta .....	28
3.1.7. Determinación de la demanda insatisfecha .....	30
3.1.8. Segmentación de mercados .....	32
3.1.9. Universo .....	32
3.1.10. Muestra.....	32
3.1.11. Determinación del tamaño de muestra .....	33
3.1.12. Tipo de investigación .....	34
3.1.13. Instrumentos o técnica a utilizarse .....	34
3.1.14. Fuentes de investigación .....	34
3.1.15. Fase Cuantitativa .....	35
3.1.16. Tabulación y análisis de resultados .....	37
3.3. Estrategia comercial .....	53
3.3.1. Parámetros de Marketing.....	53
3.3.2. Nombre de la empresa.....	53
3.3.3. Producto .....	53
3.3.4. Logotipo .....	54
3.3.5. El slogan:.....	54
3.3.6. Colores representativos .....	55

3.3.7. Precio.....	56
3.3.8. Plaza .....	56
3.3.9. Promoción .....	56
3.3.10. Pronostico de ventas.....	57
3.3.11. Consideración de precios.....	58
3.3.12. Competencia.....	58
3.3.13. Análisis del sector .....	58
Capitulo IV .....	59
4.1. Propuesta del plan de negocio .....	59
4.2. Estudio técnico .....	59
4.3. Tamaño de la empresa.....	60
4.4. Capacidad de la planta.....	60
4.5. Localización de la planta.....	61
4.5.1. Macro-localización.....	62
4.3.5. Micro-localización.....	63
4.6. Distribución de la planta .....	64
4.7. Requerimiento de talento humano (fichas profesiograficas producción).....	66
4.8. Procesos definidos.....	68
4.8.1. Proceso de elaboración del pan .....	68
4.8.2. Flujo grama de producción.....	68
4.8.3. Diagrama de flujo del proceso de preparación de pan .....	70

4.8.4. Recursos necesarios para ejecutar el proyecto .....	71
4.9. Estructura organizativa.....	72
4.9.1. Área administrativa .....	72
4.9.2. Área productiva.....	73
4.9.3. Área comercial .....	74
4.9.5. Organigrama estructural.....	75
4.9.6. Descripción de Funciones .....	76
4.10. Proceso de selección y contratación del talento humano. ....	76
4.10.1. Descripción de puestos de Trabajo.....	76
4.10.2. Perfil de los trabajadores .....	77
4.10.3. Costos salariales de todo el personal de la panadería.....	78
4.10.4. Proceso de reclutamiento del personal .....	78
4.11. Marco legal.....	78
4.11.1. Beneficios.....	79
4.11.2. Laborales .....	79
4.11.3. Sociales.....	79
4.11.4. Tributarios .....	80
4.11.5. Permisos necesarios para el funcionamiento del local .....	80
4.12. Estudio ambiental.....	82
4.12.1. Mitigar el impacto ambiental .....	82
4.12.2. Acciones remediabls 3rs.....	83



4.12.3. Evaluación ambiental .....	83
4.13. Evaluación social.....	84
4.14. Estudio económico .....	85
4.14.1. Análisis de la inversión .....	86
4.14.2. Estado de fuentes y usos.....	87
4.14.3. Presupuestos de costos de producción .....	88
4.14.4. Presupuestos de gastos de administración.....	89
4.14.5. Presupuestos de gastos de venta.....	89
4.14.6. Presupuestos de gastos financieros .....	90
4.14.7. Estado de pérdidas y ganancias .....	90
4.14.8. Estado financiero.....	90
4.14.9. Flujo de caja .....	91
4.14.10. Evaluación financiera.....	92
4.14.11. Valor Actual Neto .....	92
4.14.12. Tasa interna de Retorno.....	92
4.14.13. Relación costo beneficio .....	93
4.14.14. Periodo de recuperación de la inversión .....	93
4.14.15. Punto de Equilibrio.....	94
Capítulo V .....	96
5. Conclusiones y recomendaciones.....	96
5.1. Conclusiones .....	96

5.2. Recomendaciones.....	97
Bibliografía.....	98
Anexos.....	100
Anexo 1. Encuesta.....	100
Anexo 2: Recetas estándar .....	104
Anexo 3: Catálogo.....	120
Anexo 4: Tríptico .....	130
Anexo 5: Tarjetas de presentación .....	131
Índice de Tablas.....	132
Índice de Gráficos .....	135
Índice de Ilustraciones.....	136

## **Capítulo I**

### **1.1. Problema metodológico**

#### **1.1.1 Planteamiento del Problema.**

La Urbanización de Interés Social Bellavista del Sur “Barrio Divino Niño, es un proyecto habitacional nuevo de 3500 departamentos los cuales están ubicados al sur de la cantón de Quito bastante retirados del bullicio de la parte céntrica de la ciudad, rodeado de una área boscosa que corresponde al Parque Metropolitano del Sur.

En esta urbanización los locales de abastecimiento como supermercados, panaderías, farmacias no son suficientes para satisfacer a las personas que viven en el sector lo que genera incomodidad al transportar los alimentos y se incrementa el costo de los mismos.

La panadería en la Urbanización de Interés Social Bellavista del Sur “Barrio Divino Niño tiene un considerable nivel de aceptación, siendo una necesidad la adquisición diaria de productos de panadería por los habitantes del sector.

En la actualidad los locales de abastecimiento de productos de primera necesidad que expenden pan no satisfacen los requerimientos y exigencias de los consumidores, lo que provoca insatisfacción en las personas que viven en el sector, generando incomodidades como la distancia que hay que recorrer para conseguir pan fresco, considerando que existe una gran cantidad de demanda insatisfecha por el bajo nivel de oferta de este tipo de negocio.

### **1.1.2. Formulación del problema.**

¿La creación de una panadería artesanal en el cantón Quito, provincia de Pichincha, beneficiará a los moradores de la Urbanización Bellavista del Sur?

### **1.2. Delimitación del problema**

La investigación se desarrolla en el cantón Quito de la provincia de Pichincha, en la Urbanización de Interés Social Bellavista del Sur “Barrio Divino Niño”. Una de las razones que me dirige a realizar el presente trabajo de investigación, es que el sector no cuenta con un servicio de calidad especialmente en panadería.

### **1.3. Objetivos**

#### **1.3.1. Objetivo General.**

Diseñar una propuesta de factibilidad para la implementación de una panadería artesanal en el cantón Quito, provincia de Pichincha.

#### **1.3.2. Objetivos Específicos.**

- Determinar la demanda insatisfecha por medio del estudio de mercado para la implementación de una panadería artesanal en el cantón Quito, provincia de Pichincha.
- Elaborar un estudio técnico, legal, administrativo, ambiental para la creación de una panadería artesanal en el cantón Quito, provincia de Pichincha.
- Diseñar un catálogo de productos a ofrecer dentro de la panadería
- Realizar el estudio económico financiero que nos ayude a la toma de decisiones para la implementación del proyecto.

### **1.3.3. Identificación de la idea de negocio.**

Para la selección de una idea que nos permita emprender un negocio, debe orientarse a responder a una necesidad de la sociedad, o de un sector de la población en la cual se instalará el negocio. Las oportunidades de negocios que se presentan deben analizarse antes de ponerlas en marcha para reducir los riesgos de la inversión y garantizar el éxito de instalación y propender a su crecimiento a través de sucursales, para posteriormente convertirse en líderes en el mercado.

Las ideas que han surgido para el establecimiento de un negocio son muchas, se procedió a analizar las más opcionales a través de un estudio técnico que nos permitió identificar la que mayores opciones, que será sometida a un estudio de análisis técnico para determinar su viabilidad de implementación sobre la base del estudio en el plan de negocios.

### **1.3.4. Lluvia de ideas.**

- Las posibles ideas que pueden analizarse y ponerse en práctica, son las siguientes:
- Importación y comercialización de Ropa Juvenil
- Crianza y comercialización de pollos
- Creación de una oficina de Asesoría para la elaboración de proyectos sociales
- Elaborar una planificación estratégica para una Cooperativa de Ahorros y Crédito.
- Elaboración y comercialización de figuras de centro histórico de la ciudad de Quito.
- Creación de una panadería en el cantón de Quito.
- Creación de un Complejo Turístico en el Cantón Mejía.

Con la finalidad de escoger las cuatro ideas de negocio con mayor puntuación, de acuerdo a los criterios establecidos para luego analizarlos, señalando los motivos para seleccionar dichas alternativas, se establece un peso (de 1 a 5 puntos) a cada uno de los factores de ponderación determinados para su evaluación, de los cuales se seleccionan como se muestra en la siguiente tabla:

**Tabla N° 1 Ideas de Negocio**

<b>Idea</b>	<b>Motivo / circunstancia</b>
Creación de una oficina de Asesoría para la elaboración de proyectos sociales.	Porque en el mercado local existe la necesidad de este tipo de asesorías principalmente para el sector Sur y urbano marginal del cantón Mejía de la ciudad de Quito.
Elaborar una planificación estratégica para una Cooperativa de Ahorros.	Porque existe información suficiente para desarrollar este trabajo como la necesidad urgente por parte de la cooperativa para realizar sus actividades de forma planificada y eficiente.
Creación de una panadería en el cantón de Quito	Porque actualmente en el cantón Quito, ciudadela Bellavista del Sur, no existe una panadería que satisfaga los requerimientos de los habitantes de este sector.

**Fuente:** Andrea Almeida

**Elaborado por:** Andrea Almeida

### 1.3.5. Valoración de ideas.

La valoración de alternativas de negocio es un factor muy importante en el plan de negocios, para lo cual se han identificado los beneficios y dificultades de cada una de ellas, como se detalla en las siguientes tablas:

### 1.3.6. Beneficios de la idea de negocio

**Tabla N° 2 Beneficios de la idea de negocio**

<b>Idea</b>	<b>Beneficios</b>
Creación de una oficina de Asesoría para la elaboración de proyectos sociales.	Existen gran cantidad de proyectos por parte de la comunidad que son beneficiosos para la colectividad.
Elaborar una planificación estratégica para una Cooperativa de Ahorros.	El beneficio para el sector de contar con una entidad financiera que cumpla con sus expectativas.
Creación de una panadería artesanal en el cantón de Quito	Es un alimento básico en la alimentación de la población.

**Fuente:** Andrea Almeida

**Elaborado por:** Andrea Almeida

### 1.3.7. Desventajas de las ideas de negocio.

**Tabla N° 3 Desventajas de la idea de negocio**

<b>Idea</b>	<b>Dificultades o desventajas</b>
Creación de una oficina de Asesoría para la elaboración de proyectos sociales.	La investigación es significativa. El apoyo de entidades gubernamentales
Elaborar una planificación estratégica para una Cooperativa de Ahorros.	Para su apertura se necesita ingresar en una sociedad que aporte capitales importantes.
Creación de una panadería artesanal en el cantón de Quito	Disponibilidad de capital. Disponibilidad de un local comercial estratégico.

**Fuente:** Andrea Almeida

**Elaborado por:** Andrea Almeida

### 1.3.8. Priorización de las ideas de negocio.

Una vez analizados los beneficios, desventajas y posibles problemas de cada de las una de las, he procedido a priorizarlas desde la más aceptable a la menos aceptable, como se muestra a continuación:



**Tabla N° 4 Priorización de idea de negocio**

<b>Ideas De diferentes tipos de negocios</b>	<b>Valoración</b>		
	<b>Experiencia en negocios similares</b>	<b>Facilidad de información</b>	<b>Nicho de mercado</b>
Creación de una oficina de Asesoría para la elaboración de proyectos sociales.	1	3	5
Elaborar una planificación estratégica para una Cooperativa de Ahorros.	4	5	2
Creación de una panadería artesanal en la ciudad de Quito	8	8	10

**Fuente:** Andrea Almeida

**Elaborado por:** Andrea Almeida

**Tabla N° 5 Priorización general**

<b>Priorización general</b>	
Idea uno	9
Idea dos	11
Idea tres	26

**Fuente:** Andrea Almeida

**Elaborado por:** Andrea Almeida

Luego del análisis realizado se considera que la idea a ser desarrollada es “PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PANADERIA ARTESANAL EN EL CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA”

#### **1.4. Justificación**

Los pocos lugares de abastecimiento de pan en la Urbanización de Interés Social Bellavista del Sur “Barrio Divino dificulta el buen vivir de las personas que viven en el sector, ya que los moradores se ven obligados a recorrer largas distancia para realizar sus compras y esto a su vez provoca incremento en costo del producto y tiempo para conseguirlo.

Por lo tanto abrir una panadería podrá satisfacer la demanda insatisfecha existente en el sector, también se estará contribuyendo a la generación de fuentes de trabajo e impulsando a jóvenes a crear sus propias fuentes de ingresos. La presente investigación tiene como propósito la creación de una panadería artesanal fundamentado en la creatividad y sobre la base de que su productividad sea rentable.

Los beneficiarios del proyecto son los habitantes de la Urbanización de Interés Social Bellavista del sur II etapa ya que tendrán la facilidad de realizar sus compras más cerca de sus domicilios, adicional a los puestos de trabajos que se generan.

El presente trabajo de titulación es viable porque cuenta con el apoyo de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo a través de sus docentes que han aportado con sus valiosos conocimientos en el desarrollo de esta investigación.

#### **1.4.1. Descripción del servicio o del producto**

La panadería “LA DELICIA” es un micro emprendimiento artesanal de producción Industrial, y comercial porque se realizan ventas personalizadas. Donde se producen panes de manera artesanal utilizando materias de primera calidad para que el producto final sea de alta calidad. De esta manera satisfacer las necesidades del mercado, presentados en el sector de Bellavista del sur en la ciudad de Quito.

#### **1.4.2. Nombre del Emprendimiento.**

“Panadería la Delicia”

#### **1.4.3. Descripción de empresa.**

La panadería “LA DELICIA” es un micro emprendimiento artesanal de producción Industrial, y comercial porque se realizan ventas personalizadas.

#### **1.4.4. Misión.**

La panadería la Delicia se dedica a la producción de pan, elaborados con altos estándares de calidad, personal calificado y materia prima de proveedores certificados, para entregar un producto que satisfaga los más exigentes paladares de los clientes.

#### **1.4.5. Visión**

Dentro de dos años ser una empresa reconocida, con tecnología de punta y personal altamente calificado.

#### **1.4.7. Políticas.**

- Mantener la calidad de los productos.
- Cuidar el medio ambiente.
- Desarrollar productos nuevos e innovadores que beneficien a la salud.

#### **1.4.8. Estrategias.**

- Mantener la calidad del producto trabajando con proveedores calificados.
- Respetar las recetas estándar.
- Reciclar el material plástico utilizado en la fabricación del producto.
- Incentivar al cliente a la reutilización de las fundas donde se expende el pan.
- Explicar sobre los beneficios del pan cuando posee ingredientes adicionales como avena, ajonjolí, sémola, panela etc.
- Realizar pruebas de degustación de los productos nuevos.

### **1.4.9. Valores y principios**

Axiológicos

- Honestidad, nobleza, sinceridad, lealtad.

Trabajo

- Responsabilidad, puntualidad, tolerancia, respeto

### **1.4.10. Distingos y ventajas competitivas**

**Distingos competitivos.**

- El producto es completamente natural, sin químicos.
- Es trabajado de forma artesanal
- El precio está acorde con el mercado, en ciertos productos e más bajo.
- Servicio de entrega a domicilio por tratarse de un conjunto.
- La degustación es fundamental para los productos.

**Ventajas competitivas**

- Los pancitos dulces que se obsequian con cada compra.
- Las formulas usadas en cada producto.
- La atención personalizada.
- Aplicación de promociones las cuales bajan el precio final del producto.

#### 1.4. 11. FODA

Tabla N° 6 FODA

Factores internos	
<b>Fortalezas</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Utilización de BPM.</li><li>• Recetas originales.</li><li>• Personal calificado</li><li>• Crecimiento, incremento constante de pobladores</li><li>• Promocionar nuevos productos de panificación.</li><li>• Publicidad de boca a boca.</li></ul>	<b>Debilidades</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Capacidad de producción.</li><li>• Espacio físico en el área de panificación</li></ul>
Factores externos	
<b>Oportunidades</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Exportación de productos innovadores de panadería.</li><li>• Creación de una cadena de panaderías</li></ul>	<b>Amenazas</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• El factor climático.</li><li>• Competencia desleal.</li><li>• Inestabilidad económica de los productos.</li></ul>

**Fuente:** Andrea Almeida

**Elaborado por:** Andrea Almeida

## **Capítulo II**

### **2.1. Marco teórico**

#### **2.1.1. Estudio de factibilidad.**

Es un instrumento que sirve para guiar en la toma de decisiones dentro de un proyecto. Según (Marcial, 2011, pág. 16)“Para la aprobación de cualquier proyecto es preciso estudiar un mínimo de tres factibilidades que condicionan el éxito o fracaso de cualquier inversión: la factibilidad técnica, la legal y la económica”

#### **2.1.2. Panadería Artesanal**

Dentro de una panadería artesanal se debe destacar los siguientes aspectos con relación a la preparación misma del pan.

Según (Alonso, 2008)“El pan artesanal se vende en establecimientos especializados donde es elaborado por técnicos panaderos titulados.

El pan artesanal se elabora en pequeñas cantidades adaptadas al cliente, con una menor producción e irregularidad en la presentación del producto acabado. El pan artesanal se elabora cada día. Producto fresco. El pan artesanal se conserva de manera natural de 3 a 5 días.”

### **2.1.3. El pan en la historia**

Según (Escobar, 2014) “Pocas dudas hay en decir que el pan fue el primer alimento fabricado por el hombre. “Se dice que cuando el hombre de Neanderthal horneó el pan, se tornó civilizado”. Y el ingrediente principal era la harina, ya que los granos se cultivaban desde el año 10.000 A.C. en el valle del río Tigris, en Asiria y Mesopotamia

El hombre del neolítico hacía sus tortas aplastando los cereales que posteriormente cocía encima de piedras calientes; luego, comenzó a machacar estos cereales entre dos piedras, una grande y plana donde se ponían los granos de cereales, y otra piedra redonda y pequeña con la que los machacaba.

Con el paso del tiempo, el hombre inventaría molinos muy rudimentarios para moler los granos, estos eran accionados por esclavos o animales. Los romanos fueron los primeros en instalar pequeños molinos a la orilla de los ríos para con ayuda de la corriente fluvial poner en movimiento sus grandes ruedas. También se descubrió que el viento era una buena fuente de energía barata para mover las aspas de los molinos. Los molinos de viento llegaron a Europa con los Cruzados, caballeros que volvían de países orientales, en donde el agua era muy escasa.

En la Edad Media, los molinos eran de propiedad de los reyes y señores, los que dejaban que sus gentes los usasen para moler los granos a cambio de una parte de sus cosechas.



Al parecer no está claro quienes construyeron los primeros hornos, los que indistintamente son atribuidos a los egipcios y a los griegos, de todas maneras, esta invención representó un gran adelanto.

En la edad media solamente los castillos y los conventos tenían panaderías, en el siglo XVII Francia pasó a ser el centro de la fabricación de panes de lujo con la introducción de modernos procesos de panificación, más de veinte variedades de panes. Luego esta supremacía pasó a Austria.

La invención de nuevos procesos de molienda, contribuyó al desarrollo de la industria panificadora. En 1784 aparecen los molinos accionados por vapor, así cada vez más se van reduciendo los costos de producción, además se aumenta la producción y las variedades y calidades del pan.

El pan es uno de esos productos que por su diversidad se adapta a todas las exigencias de la gente que lo consume, su forma cambia de acuerdo a las regiones, por ejemplo: baguette en París, pan de Ambato en Ecuador.

#### **2.1.4. Que es el pan**

(Real Academia, 2015)“la palabra pan proviene del griego que quiere decir precisamente <todo>, la Real Academia Española define como “es todo aquello que en general sirve para el sustento diario.

Para los cristianos simboliza todo en la religión, que tiene relación con Jesucristo que nace en Belén (que en hebreo significa la casa del pan) y en el evangelio habla del pan de vida.

#### **2.1.5. De que se fabrica**

(Escobar, 2014)” La composición del pan depende de la harina empleada, de la materia grasa, materias dulces, etc.: pan de molde, pan integral, pan de huevo. También depende de otros ingredientes, como por ejemplo especias o hierbas aromáticas: pan de ajo, de cebolla, de comino, de aceitunas.

Su fabricación depende de los métodos de panificación, masa fermentada, levadura, depende también de la velocidad del amasado o del tiempo de fermentación. Es aquí donde el maestro panadero juega su rol, además de su arte en la fabricación, tiene que saber aconsejar a sus clientes, indicándoles las características y composición de cada una de sus variedades”

#### **2.1.6. Propiedades nutritivas**

Las propiedades nutritivas del pan dependen del tipo de cereal que se utilice para su elaboración, los panes de tipo semi integrales e integrales son de mayor valor nutricional que el pan blanco, ya que los panes integrales aportan una gran cantidad de fibra que favorece a la digestión más un porcentaje de proteínas, vitaminas y minerales. Por ser gran fuente de hidratos de carbono está presente en la alimentación diaria.

“El consumo de hidratos de carbono sea como mínimo el 55% del aporte energético total”  
(Salas, 2006, pág. 21)

### **2.1.7. Ventajas del consumo de pan**

Es beneficioso consumir pan pues los especialistas recomiendan comer de cinco a seis porciones de hidratos de carbono, y el pan proporciona estos hidratos de carbono, adicional al grupo de vitaminas del grupo B, sin olvidar los minerales como el fosforo y el magnesio. Es ventajoso consumir preferentemente pan de tipo integral ya que este ayuda a mantener una buena digestión por la fibra que posee convirtiéndose en un regulador intestinal, siendo estas las ventajas más importantes de consumir pan.

### **2.1.8. Criterios en la Compra y Conservación del pan**

El pan tiene innumerables presentaciones, formas, sabores y colores, desde el punto de vista nutricional se recomienda comprar que el pan sea bajo en grasa, alto en fibra y sin aditivos o conservantes dicha característica se consigue en las panaderías artesanales donde la producción y venta del pan es personalizada.

Un pan artesanal conserva sus propiedades de tres a cinco días sin necesidad de aditivos o conservantes en un empaque de plástico alimentario.

### **2.1.9. Evaluación financiera**

Determina si el proyecto es económicamente rentable, mediante la aplicación de diferentes métodos de análisis que sirven para comprobar la rentabilidad económica del proyecto ayudando de forma efectiva a la mejor toma de decisiones para el beneficio del proyecto.

Se compone de:

**a) Valor actual neto (VAN)**

Mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Consiste en determinar el valor actual de los flujos de caja que se esperan en el transcurso de la inversión, tanto de los flujos positivos como de las salidas de capital (incluida la inversión inicial).

**b) Tasa interna de retorno (TIR)**

Es el porcentaje de recuperación de la inversión dentro de un periodo de tiempo, los mismos que deben ser mayores a los costos de oportunidad.

**c) Periodo de recuperación de la inversión (PRI)**

Mide en cuanto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo del capital involucrado.

**d) Relación costo/beneficio (C/B)**

La relación costo beneficio compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión.

**2.2. Marco conceptual**

**Estudio de Mercado**

Es un método para recopilar, analizar e informar los hallazgos relacionados con una situación específica en el mercado. Se utiliza para tomar decisiones sobre:

La introducción al mercado de un nuevo producto o servicio. Los canales de distribución más apropiados para el producto. Cambios en las estrategias de promoción y publicidad.

**Capacidad de instalada**

Se refiere a los niveles máximos de producción a los que es capaz de llegar el proyecto de acuerdo a la tecnología seleccionada.

## **Capital**

“Es el elemento que hace posible la producción; es un conjunto de medios de producción. El capital es el conjunto de bienes susceptibles a reproducirse desde el punto de vista económico”. (Andressen, 1998, pág. 5)

## **Encuesta**

Sistema de recolección de datos que se basa en la observación o realización de cuestionarios a una muestra representativa del grupo objeto de estudio (Andressen, 1998, pág. 5)

## **Financiamiento**

Aportación de los recursos económicos necesarios para la creación de una empresa o realización de proyectos, es decir, solventar los gastos de una actividad. Forma de solventar los gastos por medio del sistema financiero.

## **Interés**

Es la remuneración que reciben los dueños del capital de créditos (monetarios) por cederlos a los inversionistas o consumidores durante un período determinado. El interés es el precio que se paga por el uso de recursos tomados en préstamo; es el excedente o utilidad que recibe el prestamista una vez descontada la cantidad prestada.

## **Insumos**

Bienes de consumo intermedios que son sujetos de transformación durante el proceso productivo. El término es equivalente a Materia Prima.

## **Localización**

Se refiere a la ubicación geográfica del proyecto, depende en primera instancia de los costos de transporte y de las economías externas inherentes al tipo de proyectos dada su ubicación.

## **Mano de Obra**

Es el trabajo humano que se emplea en el proceso de producción para transformar la materia prima.

**Tabla N° 7 Términos de panadería**

<b>Término</b>	<b>Concepto</b>
Artesanal	“Derivación de artesano, Trabajador que ejercita su arte u oficio manualmente, apoyado apenas por herramientas elementales” (L.N.S., 2010)
Amasijo	Se trata del nombre que recibe la masa cuando ya está amasada.
Leudar	Masa constituida por ciertos hongos unicelulares, capaz de fermentar el cuerpo con que se mezcla.
Masa Madre	Cultivo de levadura salvaje y de microorganismos diversos en una masa de harina y agua, de consistencia bastante firme, que se utiliza para dar más consistencia a las masas de levadura

**Fuente:** (Oficios, 2013)

**Elaborado por:** Andrea Almeida

## Capítulo III

### 3.1. Estudio de mercado

El objetivo de este estudio de mercado es dar respuesta a las siguientes interrogantes: a quién, cuánto, a qué precio, dónde, cómo y cuándo vender, es decir debemos determinar quiénes serán nuestros clientes y consumidores.

Hoy en día, existen pocas empresas en el país que realizan una planeación estratégica adecuada a los requerimientos del mercado, las empresas que procuran sobrevivir en un ambiente globalizado, necesitan prever las condiciones tanto positivas como negativas que afrontarán en los años subsiguientes a la implementación del negocio, esto consiste en pronosticar escenarios que les guíen desde la producción hasta la venta, entrega del producto o ejecución del servicio, buscando oportunidades que maximicen rendimiento y eviten los riesgos. El estudio comercial contribuye a resolver un número importante de problemas que tienen las pequeñas y medianas empresas.

Considerando que los mercados actuales son muy complejos las empresas en formación y crecimiento deben analizar muchas variables que les conduzcan a verificar si la idea del negocio es o no factible.

El estudio comercial es el instrumento que permite conocer el mercado donde van a ofrecer los productos y servicios, acercarse al mismo para comprenderlo y luego desarrollar la estrategia para satisfacerlo, aproximarnos a la determinación de la demanda esperada y conocer los aspectos cuantitativos de la misma. Sin embargo la viabilidad del negocio depende



de muchos otros factores. El estudio comercial puede orientar las líneas generales de la idea de negocio y determinar si es o no viable la ejecución del proyecto.

Para la “PANADERÍA LA DELICIA” se realizó el siguiente estudio comercial, en el que se conoce el mercado en el que se actuará, y que tiene la posibilidad de atender, en que cantidades van a comprar el producto, y el precio que están dispuestos a pagar.

### **3.1.1. Planteamiento de Objetivos del estudio de mercado**

- Determinar el tamaño del mercado a atender.
- Identificar los potenciales consumidores del producto.
- Conocer gustos y preferencias del consumidor.
- Cuantificar los ingresos mediante la proyección de ventas.

Para determinar el tamaño del mercado a atender es necesario realizar los siguientes pasos:

### **3.1.2. Demanda**

Se tomaron datos a partir de las encuestas realizadas en la provincia de Pichincha, cantón Quito, sector Bellavista del Sur, conjunto Divino Niño se realizaron 358 encuestas a familias del lugar para realizar el estudio de factibilidad de la apertura de una panadería.

### 3.1.3. La oferta

Para la oferta se ha tomado en cuenta la opinión de las personas encuestadas con relación al grado de satisfacción, del producto recibido por otras panaderías que representan la competencia.

### 3.1.4. Crecimiento poblacional

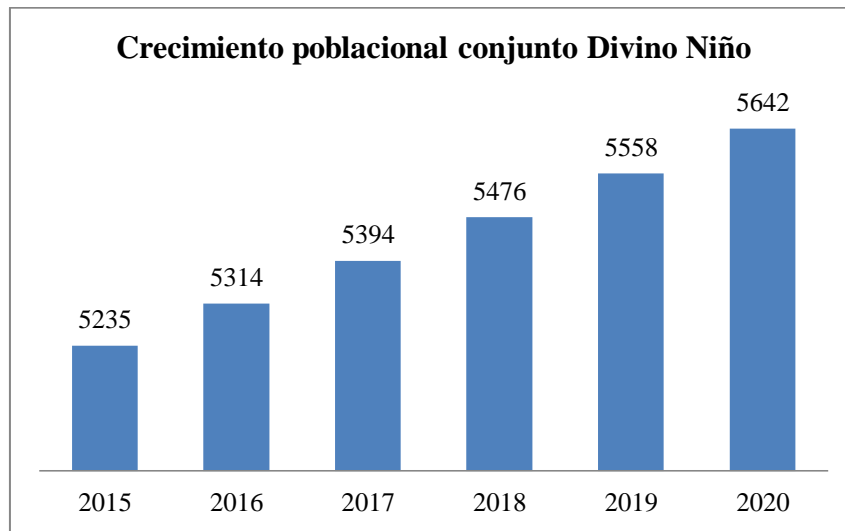
Para determinar el crecimiento poblacional del conjunto se aplicó la fórmula lineal del crecimiento poblacional en línea recta tomando en cuenta el índice de crecimiento poblacional del 1,51% de crecimiento anual en la ciudad de Quito según el último censo realizado por el INEC en el año 2010 aplicado de la siguiente manera:

**Tabla N° 8 crecimiento poblacional**

Años	Población	Proyección geométrica	Crecimiento poblacional
2015	5235	1	5235
2016	5235	1,0151	5314
2017	5235	1,03042801	5394
2018	5235	1,045987473	5476
2019	5235	1,061781884	5558
2020	5235	1,07781479	5642

Fuente: (INEC, 2010)

Elaborado por: Andrea Almeida



**Gráfico N° 1 Crecimiento poblacional**

**Fuente:** (INEC, 2010)  
**Elaborado por:** Andrea Almeida

### **Análisis descriptivo e interpretativo:**

El índice de crecimiento de la población es del 1,56% en la provincia de Pichincha, lo que es favorable para este emprendimiento, ya que cada año se incrementara el consumo per cápita de pan generando más ingresos y oportunidades de innovación en productos de panificación.

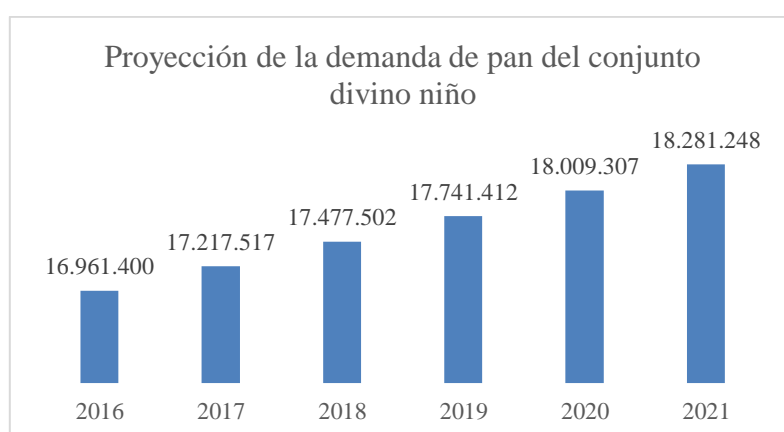
### 3.1.5. Proyección de la Demanda

**Tabla N° 9 Proyección de la demanda de pan del conjunto divino niño**

Años	Población	Aceptabilidad	Población objetivo	Consumo mensual de pan en unidades	Consumo anual de pan en unidades
2016	5.235	100%	5.235	1.413.450	16.961.400
2017	5.314	100%	5.314	1.434.793	17.217.517
2018	5.394	100%	5.394	1.456.458	17.477.502
2019	5.476	100%	5.476	1.478.451	17.741.412
2020	5.558	100%	5.558	1.500.776	18.009.307
2021	5.642	100%	5.642	1.523.437	18.281.248

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Andrea Almeida



**Gráfico N° 2 Proyección de la demanda de pan del conjunto divino niño**

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Andrea Almeida

### **Análisis descriptivo e interpretativo:**

Para la demanda se tomó en cuenta el grado de aceptabilidad más el índice de crecimiento poblacional por el número de unidades de pan que consume cada familia lo que nos arroja un resultado de 16.961.400 unidades de pan anual. Las cuales son el resultado de multiplicar la población objetiva por las unidades de pan que consume cada familia, dato obtenido de las encuestas.

### 3.1.6. Proyección de la Oferta

**Tabla N° 10 Proyección de la oferta a nivel local del pan en el conjunto Divino Niño**

Años	Población objeto	Consumo mensual de pan en unidades	Consumo anual de pan en unidades	Oferta local	Oferta de pan en unidades
2016	5.235	1.413.450	16.961.400	30%	5.088.420
2017	5.314	1.434.793	17.217.517	30%	5.165.255
2018	5.394	1.456.458	17.477.502	30%	5.243.250
2019	5.476	1.478.451	17.741.412	30%	5.322.424
2020	5.558	1.500.776	18.009.307	30%	5.402.792
2021	5.642	1.523.437	18.281.248	30%	5.484.374

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Andrea Almeida



**Gráfico N° 3** Proyección de la oferta local

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Andrea Almeida

### **Análisis descriptivo e interpretativo:**

Según las encuestas realizadas se pudo analizar que la oferta del producto (pan que se comercializa en las tiendas) dentro del Conjunto Divino Niño solamente cubre un 30% entre los lugares que expenden pan, lo que nos deja un mercado insatisfecho del 70%.

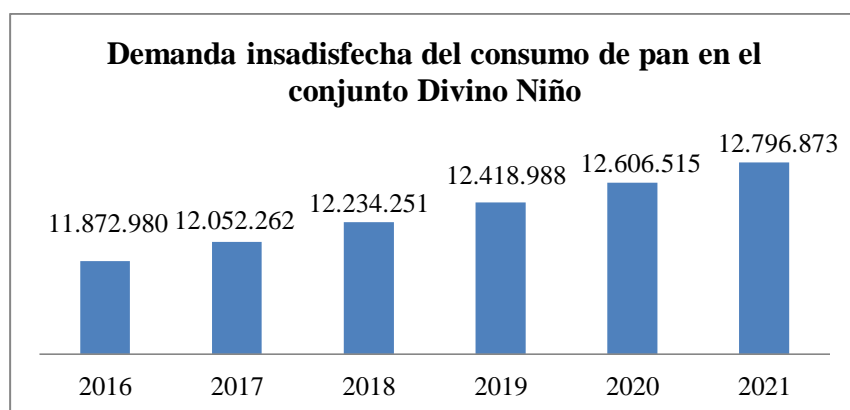
### 3.1.7. Determinación de la demanda insatisfecha

**Tabla N° 11 Demanda insatisfecha del consumo de pan en el conjunto divino niño**

Años	Población objeto	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha en unidades
2016	5235	16.961.400	5.088.420	11.872.980
2017	5314	17.217.517	5.165.255	12.052.262
2018	5394	17.477.502	5.243.250	12.234.251
2019	5476	17.741.412	5.322.424	12.418.988
2020	5558	18.009.307	5.402.792	12.606.515
2021	5642	18.281.248	5.484.374	12.796.873

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Andrea Almeida



**Gráfico N° 4 Demanda insatisfecha del consumo de pan en el conjunto divino niño**

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Andrea Almeida



### **Análisis descriptivo e interpretativo:**

Al tener demanda insatisfecha podemos tener un nicho de mercado donde implementar nuestro negocio, al ser un proyecto inmobiliario nuevo presenta demanda insatisfecha de panaderías y diferentes lugares de abastecimiento, generando oportunidades de emprendimientos que podrían resultar favorables en el sector.

### **3.1.8. Segmentación de mercados**

Para la segmentación del mercado de la empresa “PANADERÍA LA DELICIA” se ha considerado algunas variables que nos brindan la posibilidad de hacerlo de manera clara y precisa.

El producto que se ofrece está dirigido a la población del cantón Quito, sector Bellavista del Sur II etapa, por lo tanto se busca la satisfacción de los clientes mediante la oferta de un producto de calidad con un alto nivel de servicio.

Para determinar el tamaño de la muestra se ha considerado la siguiente metodología:

### **3.1.9. Universo**

Serán tomados en cuenta los habitantes del conjunto Divino Niño que luego de los cálculos correspondientes son 5235 habitantes.

### **3.1.10. Muestra**

Son todos los habitantes del conjunto Divino Niño que tiene 1500 departamentos con un promedio de 3,44 de personas por hogar según el último censo de población y vivienda realizado por el INEC en el 2010, lo que nos da un promedio de 5.235 habitantes.

### 3.1.11. Determinación del tamaño de muestra

Para determinar la muestra se han tomado en cuenta el número de viviendas habitadas del conjunto que son 1.500 multiplicadas por el promedio de personas que viven en un hogar que es 3,44 dando 5.235.

Cálculo del tamaño de muestra

Considerando que se conoce el tamaño de población:

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

Dónde: n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

Z = Margen de Confianza

P = Probabilidad de Éxito

Q = Probabilidad de Fracaso

E = Error muestra Para el presente estudio se manejaron las siguientes restricciones:

$$E = 5\% = 0.05$$

Z = 1.96 (valor que corresponde a un coeficiente de 95%)

$$P = 50\% = 0.50$$

$$Q = 1-P = 0.50$$

N= 358 encuestar a aplicar.

### **Análisis interpretativo y descriptivo:**

De lo anterior se obtiene que deban aplicarse 358 encuestas en el sector Bellavista del Sur Conjunto Divino Niño

#### **3.1.12. Tipo de investigación**

Esta es una investigación de campo descriptiva, utilizando el método inductivo.

#### **3.1.13. Instrumentos o técnica a utilizarse**

Se estableció un cuestionario para la aplicación de una encuesta al grupo objetivo con la finalidad de recabar información sobre la aceptabilidad gustos y preferencias del consumo de pan

#### **3.1.14. Fuentes de investigación**

##### Fuentes Primarias.

(Buonocore, 1980, pág. 14) “Define a las fuentes primarias de información como “las que contienen información original no abreviada ni traducida: tesis, libros, nomografías, artículos de revista, manuscritos. Se les llama también fuentes de información de primera mano. Incluye la producción documental electrónica de calidad”.

Una fuente primaria no es, por defecto, más precisa o fiable que una fuente secundaria. Proveen un testimonio o evidencia directa sobre el tema de investigación.

Son escritas durante el tiempo que se está estudiando o por la persona directamente envuelta en el evento. Ofrecen un punto de vista desde adentro del evento en particular o período de tiempo que se está estudiando. Algunos tipos de fuentes primarias son: Documentos originales, diarios, novelas, instrumentos musicales, minutas, entrevistas, poesía, apuntes de investigación, noticias, fotografías, autobiografías, cartas, discursos,

### Fuentes Secundarias

(Buonocore, 1980, pág. 14) “Las define como aquellas que “contienen datos o informaciones reelaborados o sintetizados. Ejemplo de ella lo serían los resúmenes, obras de referencia (diccionarios o enciclopedias), un cuadro estadístico elaborado con múltiples fuentes entre otros. Algunos tipos de fuentes secundarias son: Índices, revistas de resúmenes, crítica literaria y comentarios, enciclopedias, bibliografías.

#### **3.1.15. Fase Cuantitativa**

En los segmentos de mercado que nos permitió aplicar las encuestas, que en este caso son la población de la Urbanización de Interés Social Bellavista del Sur II etapa “Barrio Divino Niño”.

Se realizó mediante el muestreo de estratificación proporcional, ya que nos facilita distribuir la muestra en función de la población que corresponde a cada segmento, dando un total de 358 encuestas.

### 3.1.16. Tabulación y análisis de resultados

1. ¿Cree usted que sería necesaria la creación de una panadería en el conjunto Divino Niño?

Si ( ) No ( )

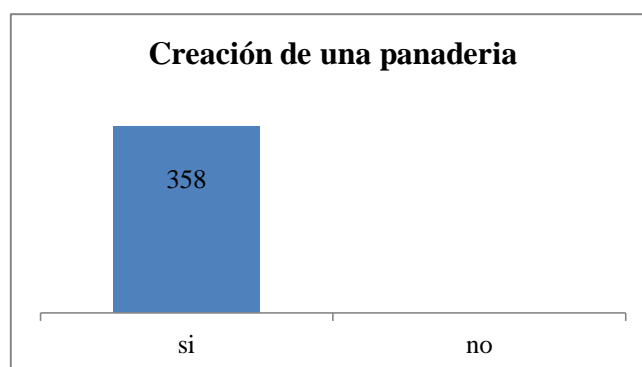
¿Por qué?

**Tabla N° 12 Creación de una panadería**

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	358	100%
No	0	0%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Andrea Almeida



**Gráfico N° 5 Creación de una panadería**

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Andrea Almeida

#### **Análisis descriptivo e interpretativo:**

De un total de 358 encuestas el 100% contestó que sería necesario una panadería dentro del conjunto, ya que el pan que se comercializa es de mala calidad y no es suficiente pues las encuestas se realizaron en una urbanización creada recientemente.

**2. ¿Estaría usted dispuesto a consumir en una panadería ubicada en el conjunto Divino Niño?**

Si ( )      No ( )

**Tabla N° 13 Consumo en una panadería ubicada en el conjunto divino niño**

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
SI	358	100%
NO	0	0%

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Andrea Almeida



**Gráfico N° 6 Consumo en una panadería ubicada en el conjunto divino niño**

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Andrea Almeida

**Análisis descriptivo e interpretativo:**

De un total de 358 encuestas el 100% contestó que consumiría productos en una panadería dentro del conjunto, ya que el pan que se comercializa es de mala calidad y no es suficiente, adicionalmente la panadería más cercana se encuentra a un kilómetro y medio de la urbanización.



### 3. ¿Con que frecuencia acude a una panadería en el día?

De 358 encuestas concluimos que:

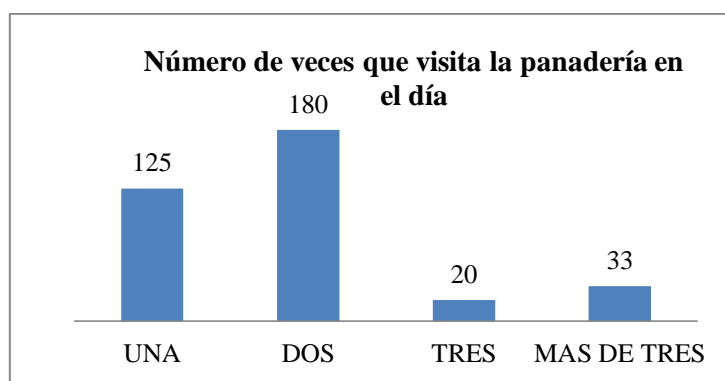
Una vez = 125 personas; Dos veces = 180 personas; Tres veces = 20 personas; Más de tres veces = 33 personas.

**Tabla N° 14 Frecuencia con la que visita una panadería en el día**

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Visita una vez	125	35%
Visita dos veces	180	50%
Visitas tres veces	20	6%
Visita más de tres veces	33	9%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Andrea Almeida



**Gráfico N° 7 Frecuencia con la visita una panadería en el día**

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Andrea Almeida

#### **Análisis descriptivo e interpretativo:**

De un total de 358 encuestas el 50% de personas encuestadas acuden dos veces a una panadería, el 35% una sola vez, el 6% tres veces y el 9% más de tres veces a realizar sus compras, es decir que tendríamos dos oportunidades de comercializar los productos de la panadería incrementado el volumen de ventas.

#### 4. ¿Qué cantidad de pan consume a diario usted y/o su familia?

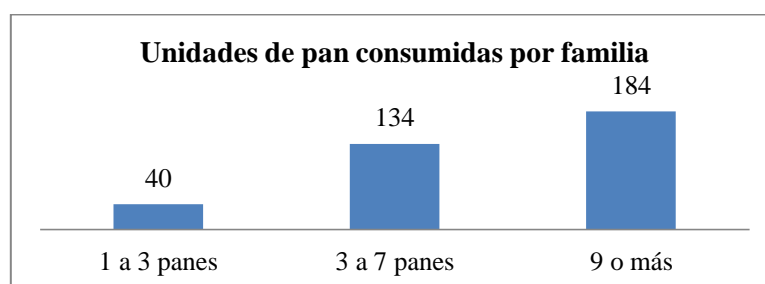
De 1 a 3 panes = 40 personas; 3 a 7 panes = 134 personas 9 o más panes = 184 personas

**Tabla N° 15 Que cantidad de pan consume a diario**

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
De una a tres unidades	40	11%
De tres a siete unidades	134	37%
Nueve o más unidades	184	52%

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Andrea Almeida



**Gráfico N° 8 Unidades de pan consumidas por familia**

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Andrea Almeida

#### **Análisis descriptivo e interpretativo:**

De un total de 358 encuestas el 52% de personas encuestadas consumen más de nueve unidades de pan al día; el 37% de personas consumen de tres a siete unidades de pan por día y el 11% consumen de una a tres unidades en el día, esto representa un dato muy importante para la planificación de la producción del producto.

## 5. ¿Qué tipo de pan consume con mayor frecuencia?

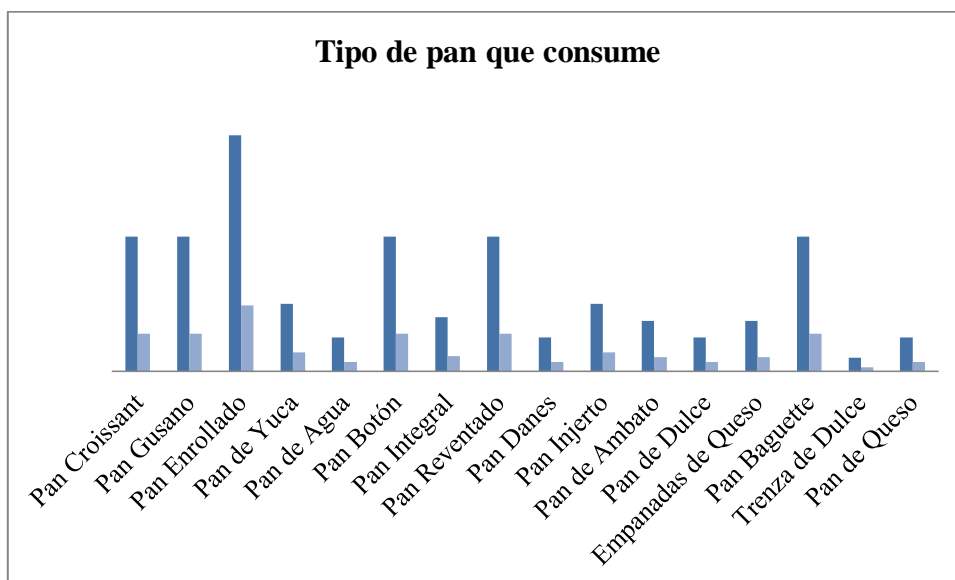
Pan Básico= 358 personas; Pan de agua= 32 personas; Pan integral=22 personas; Gusanitos=358 personas; Reventados= 358 personas; Cachito= 232 personas; Enrollados=358 personas; Trenzas de dulce=302 personas; Pan de Dulce=358 personas.

**Tabla N° 16 Qué tipo de pan consume**

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Pan Croissant	80	22%
Pan Gusano	80	22%
Pan Enrollado	140	39%
Pan de Yuca	40	11%
Pan de Agua	20	6%
Pan Botón	80	22%
Pan Integral	32	9%
Pan Reventado	80	22%
Pan Danés	20	6%
Pan Injerto	40	11%
Pan de Ambato	30	8%
Pan de Dulce	20	6%
Empanadas de Queso	30	8%
Pan Baguette	80	22%
Trenza de Dulce	8	2%
Pan de Queso	20	6%

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Andrea Almeida



**Gráfico N° 9 Tipo de pan que consume**

**Fuente:** Encuestas  
**Elaborado por:** Andrea Almeida

**Análisis descriptivo e interpretativo:**

De un total de 358 encuestas el 100% de personas encuestadas prefiere el pan enrollado, el reventado, el pan de dulce, mientras que el consumo de los diferentes tipos de pan varía de acuerdo a su tipo.

Con esta información de la preferencia del consumidor podemos proyectar la producción para obtener mayores ingresos.

6. ¿De los valores que a continuación exponemos señale cuál de ellos usted estaría dispuesto a cancelar por una unidad de pan?

**Tabla N° 17 Valores referenciales de precios del pan según el mercado**

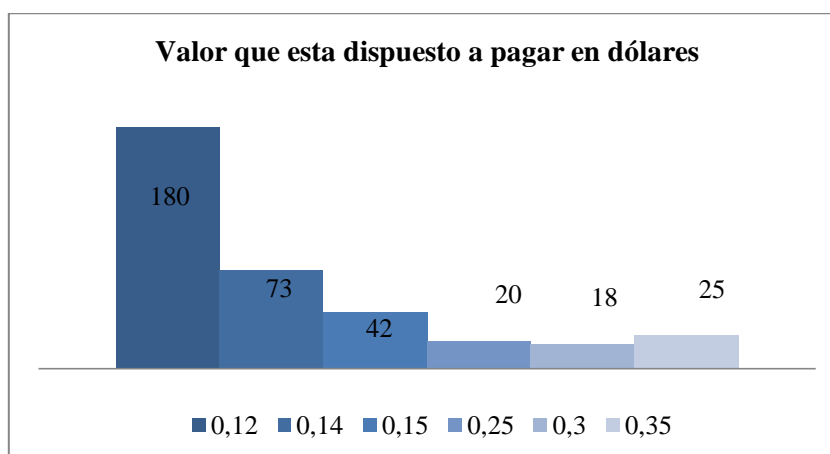
\$ 0,12	\$ 0,14	\$ 0,15	\$ 0,25	\$ 0,30	+ \$ 0,35
---------	---------	---------	---------	---------	-----------

**Fuente:** Encuestas  
**Elaborado por:** Andrea Almeida

**Tabla N° 18 Valor que pagará por una unidad de pan**

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Pagarían 0,12	180	50%
Pagarían 0,14	73	20%
Pagaría 0,15	42	12%
Pagaría 0,25	20	6%
Pagaría 0,30	18	5%
Pagaría 0,35	25	7%

**Fuente:** Encuestas  
**Elaborado por:** Andrea Almeida



**Gráfico N° 10 Valor que está dispuesto a pagar por una unidad de pan**

**Fuente:** Encuestas  
**Elaborado por:** Andrea Almeida

### **Análisis descriptivo e interpretativo:**

De un total de 358 encuestas el 50% de personas encuestadas pagarían por una unidad de pan 0,12 ctv, mientras que un 20% pagaría 0,14 ctv, la diferencia de personas consumiría un pan un poco más costoso, la urbanización es de un nivel económico medio bajo razón por la cual se prefiere un pan básico, sin embargo existe un 30% que valora la calidad sobre el precio lo cual abre la posibilidad para un nuevo nicho de mercado incorporando pan de diferente calidad y precio.

## 7. De las siguientes promociones cual le parece más atractiva

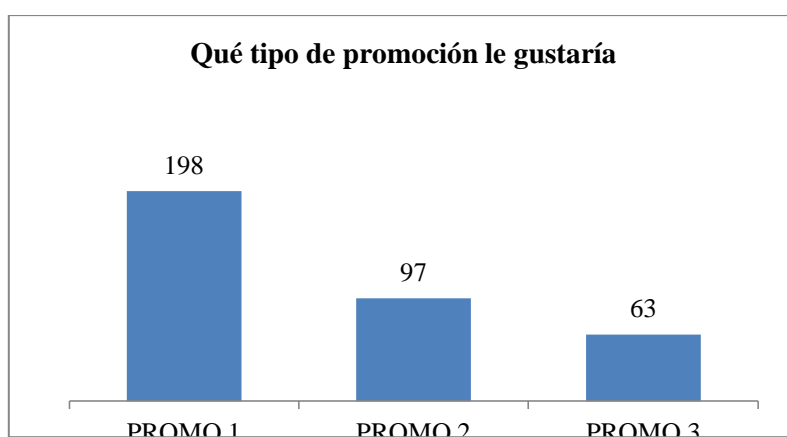
- Por la compra de 8 panes reciba uno más.
- Los martes reciba con su compra un producto nuevo.
- Si trae su propia funda reciba un regalo especial

**Tabla N° 19** Qué tipo de promoción prefiere

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Por la compra de 8 panes reciba uno más	198	55%
Los martes reciba con su compra un producto nuevo	97	27%
Si trae su propia funda reciba un regalo especial	63	18%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Andrea Almeida



**Gráfico N° 11** Qué tipo de promoción prefiere

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Andrea Almeida

### **Análisis descriptivo e interpretativo:**

De un total de 358 encuestas el 55% de personas encuestadas prefiere la promoción número uno, el 27% la segunda promoción, 18% la promoción tres.

Siendo la más aceptada la primera promoción la cual refiere a más producto por el mismo precio, además la oportunidad de promocionar nuevos productos de panificación y obsequiarlos como degustación.



**8. Indique cuales son los medios de comunicación en los que le gustaría recibir la publicidad del establecimiento**

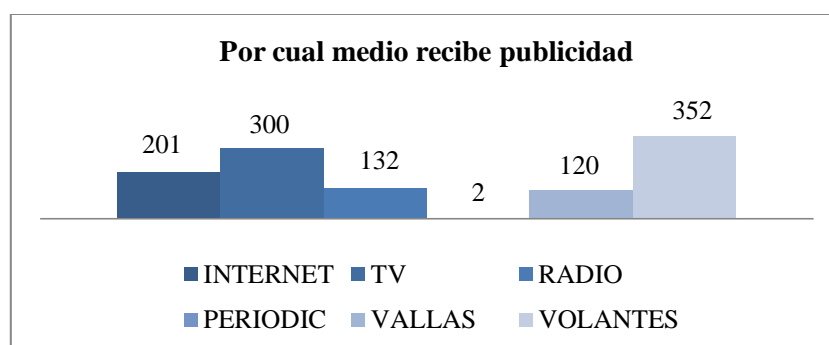
Internet, Televisión, Radio, Periódico, Vallas publicitarias, Volantes

**Tabla N° 20 Cuál es el medio de comunicación que más usa para recibir publicidad**

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Internet	201	56%
Televisión	300	83%
Radio	132	37%
Periódico	2	1%
Vallas publicitarias	120	34%
Volantes	352	98%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Andrea Almeida



**Gráfico N° 12 Por cual medio recibe publicidad**

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Andrea Almeida

### **Análisis descriptivo e interpretativo:**

De un total de 358 encuestas el 56% de personas encuestadas prefiere la publicidad por internet, el 83% por televisión, el 37% por radio, el 1 % por el periódico, 34% vallas publicitarias, 98% por volantes publicitarios. El internet será utilizado como herramienta de comunicación, promoción, socialización para los productos de la panadería.

**9. ¿Le gustaría consumir productos de panadería realizados con alguno de las siguientes harinas?**

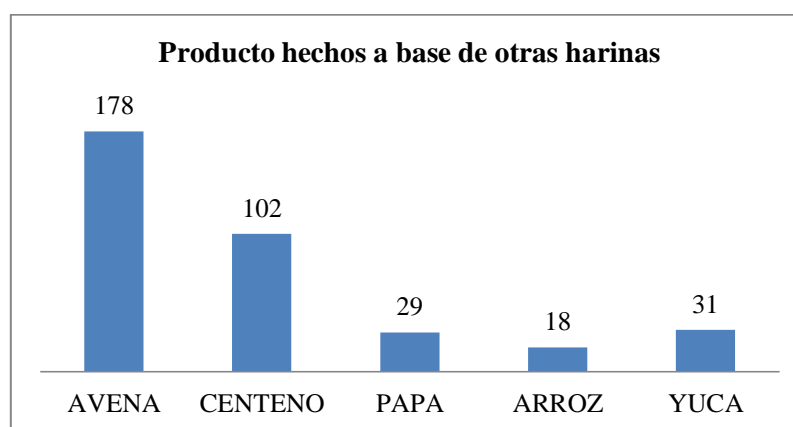
Harina de avena, Harina de centeno, Harina de papa, Harina de arroz, Harina de yuca

**Tabla N° 21 Productos de panadería realizados con otra harinas**

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Avena	178	50%
Centeno	102	28%
Papa	29	8%
Arroz	18	5%
Yuca	31	9%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Andrea Almeida



**Gráfico N° 13 Productos hechos a base de otras harinas**

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Andrea Almeida

**Análisis descriptivo e interpretativo:**

De un total de 358 encuestas el 50% de personas encuestadas le gustaría probar un producto hecho a base de avena, el 28% le gustaría probar un producto a base de centeno, el 8% le gustaría probar un producto a base de papas, el 5% le gustaría probar de arroz, 9% de harina de yuca

**10. ¿Usted ha consumido productos en otras panaderías ubicadas en el sector?**

Si

No

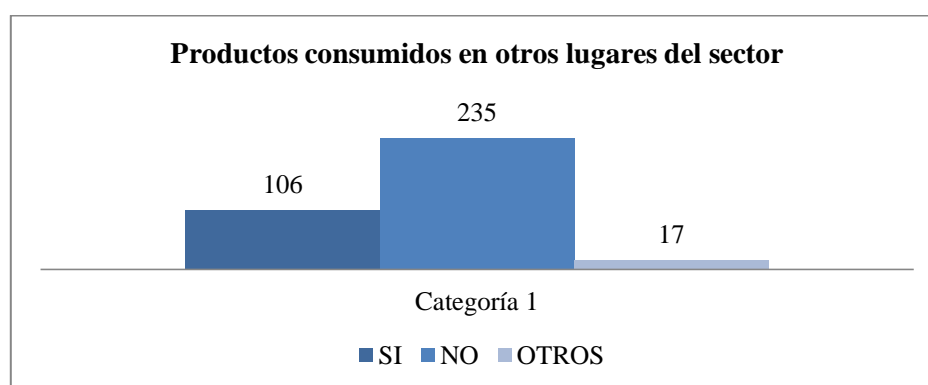
¿Cuáles?

**Tabla N° 22 Productos (pan) consumidos en otros lugares del sector**

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	106	30%
No	235	66%
Otros	17	5%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Andrea Almeida



**Gráfico N° 14 Productos (pan) consumidos en otros lugares del sector**

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Andrea Almeida

**Análisis descriptivo e interpretativo:**

De un total de 358 encuestas el 30% de personas encuestadas ha consumido productos en otros lugares incluidos panaderías que no están ubicados en el sector, 66% no consume en el sector, el 5 % compra en tiendas del sector, lo que evidencia la falta de una panadería.

### 11. ¿Está usted satisfecho con las panaderías mencionadas en la pregunta anterior?

Si

No

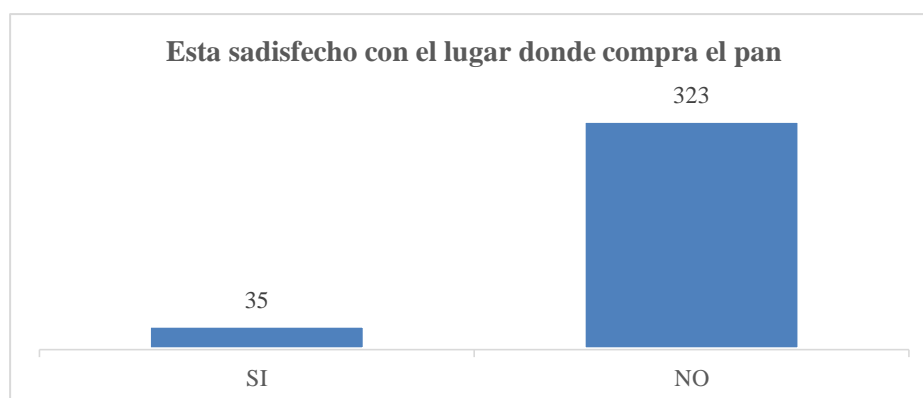
¿Por qué?

**Tabla N° 23** Está satisfecho con el producto con relación a la pregunta anterior

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	35	10%
No	323	90%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Andrea Almeida



**Gráfico N° 15** Está satisfecho con el lugar donde compra el pan

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Andrea Almeida

### Análisis descriptivo e interpretativo:

De un total de 358 encuestas el 10% de personas encuestadas está conforme con el producto que compra en otros lugares como tiendas, mientras que el 90% no está satisfecho con el producto por su sabor y presentación.

12. ¿Con cuál de estos logos le gustaría que se implemente la panadería?



Tabla N° 24 Cuál de estos logotipos le gusta mas

Indicador	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Opción 1	21	6%
Opción 2	295	82%
Opción 3	84	24%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Andrea Almeida

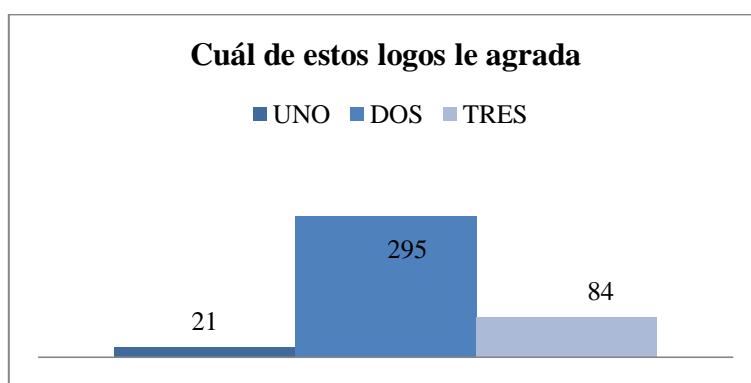


Gráfico N° 16 Cuál de estos logotipos le agrada mas

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Andrea Almeida

**Análisis descriptivo e interpretativo:**

De un total de 358 encuestas el 82% de personas encuestadas prefiere la opción dos por sus colores y la relación directa con el amanecer y la espiga de trigo relacionada directamente con el pan, el 24% prefirió la opción tres y el 6% con la opción uno, razón por la cual se escogió el logotipo dos.

### **3.3. Estrategia comercial**

#### **3.3.1. Parámetros de Marketing**

Al ser una técnica que debemos implementar en todas las actividades comerciales se tomaron en consideración los resultados de las encuesta realizadas.

#### **3.3.2. Nombre de la empresa**

El nombre de la empresa se tomó de la lluvia de ideas al inicio del proyecto tomando en cuenta el de mayor aceptación

**“LA DELICIA PANADERÍA”**

#### **3.3.3. Producto**

La panadería “La Delicia” Proporciona un servicio alimenticio, direccionado a la población local del cantón Quito, sector conocido como Urbanización de Interés Social Progresivo Bellavista del Sur II etapa “Barrio Divino Niño” con la finalidad de satisfacer las necesidades de este mercado vende pan artesanal elaborado con todas las normas de calidad.

### **Presentación del Producto**



Con la finalidad de tener una identificación propia la Panadería “La Delicia”, utilizara el siguiente logotipo resultante de las encuestas.

#### **3.3.4. Logotipo**

En el logo está el sol que representa el amanecer de un nuevo día una oportunidad para progresar, y la espiga de trigo que es la base simbólica del pan.



#### **3.3.5. El slogan:**

“Del horno a su mesa”



### **3.3.6. Colores representativos**

#### **Naranja**

(Samara, 1993, págs. 24,25) “El naranja combina la energía del rojo con la intensidad del amarillo equilibrando los extremos”. Se le asocia con el atardecer, con la playa, con el calor, con fuego y flamas y en ciertas gamas nos refiere al otoño. Representa alegría, creatividad, éxito y es utilizado como estimulante del apetito. Es un color "amigable" con mucha fuerza, energético, vibrante. Tiene una excelente visibilidad -razón por la cual muchos equipos de rescate lo usan.

#### **Amarillo**

(Diseño, 2015)“El amarillo es un color cálido y luminoso. Simboliza la luz, el sol y el oro. También puede ser símbolo de juventud, alegría, mentira, traición o adulterio”. Transmite más sensación de claridad que ningún otro color además de energía, optimismo y alegría. Estimula el intelecto, la impulsividad y puede provocar alteración mental. La psicología del color lo asocia asimismo con diversión, innovación, arrogancia y cobardía.

Siendo las características principales como llamar la atención del cliente la fuerza, la energía, pero a la vez colores amigables, simbolizando también el oro y el sol razón por la cual se tomaron en cuenta estos colores.

### **3.3.7. Precio**

De los datos obtenidos en la investigación se ha considerado establecer un precio acorde con el sector y la receta estándar según el tipo de pan, los cuales permitirán cubrir los costos de producción y obtener una utilidad.

### **3.3.8. Plaza**

El producto se lo expenderá en la panadería, es decir será de venta directa al consumidor final.

De manera que el cliente directamente se beneficie de todo el valor agregado del producto sin intermediario alguno.

### **3.3.9. Promoción**

La panadería “La Delicia” buscando satisfacer los requerimientos de los consumidores, aplicará una estrategia comercial sobre la base de dos parámetros principales que son: La excelente calidad de sus productos; y la excelencia en el servicio al cliente. Se considera también la publicidad por internet y entrega de volantes en los lugares de mayor afluencia de gente como por ejemplo los parques recreacionales.

### 3.3.10. Pronostico de ventas

Con el objeto de que nuestras proyecciones sean lo más cercanas posibles a la realidad hemos considerado analizar sobre la base de las encuestas realizadas, además del precio establecido por el gobierno de turno, sumado a la investigación financiera la cual incluyo el índice de inflación anual y los resultados arrojados dando como resultado los siguientes precios:

**Tabla N° 25 Tipo de Pan**

Tipo de pan	P.V.P.
Pan Croissant	0,33
Pan Gusano	0,22
Pan Enrollado	0,22
Pan de Yuca	0,52
Pan de Agua	0,15
Pan Botón	0,22
Pan Integral	0,19
Pan Reventado	0,22
Pan Danés	0,52
Pan Injerto	0,33
Pan de Ambato	0,26
Pan de Dulce	0,26
Empanadas de Queso	0,56
Pan Baguette	0,15
Trenza de Dulce	0,78
Pan de Queso	0,56

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Andrea Almeida

A partir de estos datos se realiza una proyección de ventas para los años siguientes, obteniendo los estimados que se señalan en la siguiente tabla:

**Tabla N° 26 Ventas estimadas**

Año	Unidades	Dólares
1	305.760	69.317,82
2	318327	72.166,78
3	331410	75.132,84
4	345031	78.220,79
5	359212	81.435,67

**Fuente:** Andrea Almeida

**Elaborado por:** Andrea Almeida

### **3.3.11. Consideración de precios**

Para fijar el precio de los productos se tomaron aspectos como costo del producto (receta estándar), índice de inflación anual, precio fijado por el gobierno de turno.

### **3.3.12. Competencia**

La competencia dentro del sector hasta el momento de la investigación, usando ficha de observación son: Directa: La panadería Dulce Tentación y la competencia indirecta: Víveres Josecito, víveres la Economía, víveres Joselyn

### **3.3.13. Análisis del sector**

El conjunto Divino Niño fue creado para personas de escasos recursos, con ayuda gubernamental lo cual coloca al sector como un mercado potencial popular.

## Capítulo IV

### 4.1. Propuesta del plan de negocio

En la elaboración del Plan de Negocios para la panadería “LA DELICIA”, son necesarios los siguientes aspectos:

- El estudio técnico.
- La evaluación financiera.

Juegan un papel fundamental, puesto que los resultados serán los que nos indicarán si el proyecto es viable o no.

### 4.2. Estudio técnico

El estudio técnico permite visualizar como se llevará a cabo el proceso de transformación del producto, los recursos e insumos necesarios para este proceso, el tamaño de la inversión que se deberá realizar para atender a los consumidores identificados anteriormente, se identifican y determinan los medios técnicos de los cuales se debe disponer para ejercer su actividad; así o la ingeniería del producto.

Para determinar la capacidad de producción en un determinado período de tiempo se debe tomar en cuenta factores tales como: volumen, fluctuaciones de la demanda, disponibilidad de materia prima. Un aspecto muy importante es la localización, que debe ser el lugar más

idóneo para situar el negocio, en este caso se consideraron factores tanto de macro-localización como micro-localización.

#### 4.3. Tamaño de la empresa

La capacidad de producción que tiene la planta en un determinado período operacional, determina el tamaño, la panadería “LA DELICIA” tiene una capacidad de producción de 800 unidades de pan, que cubre con los requerimientos de la demanda esperada.

Tomando en cuenta que para producir 100 unidades de pan se requiere 45 minutos entre pesado de productos y amasado más 30 minutos de horneado lo que no da un total de ocho paradas lo que produce un total de 910 unidades diarias, y en un mes tenemos capacidad de producción 25480 unidades de pan.

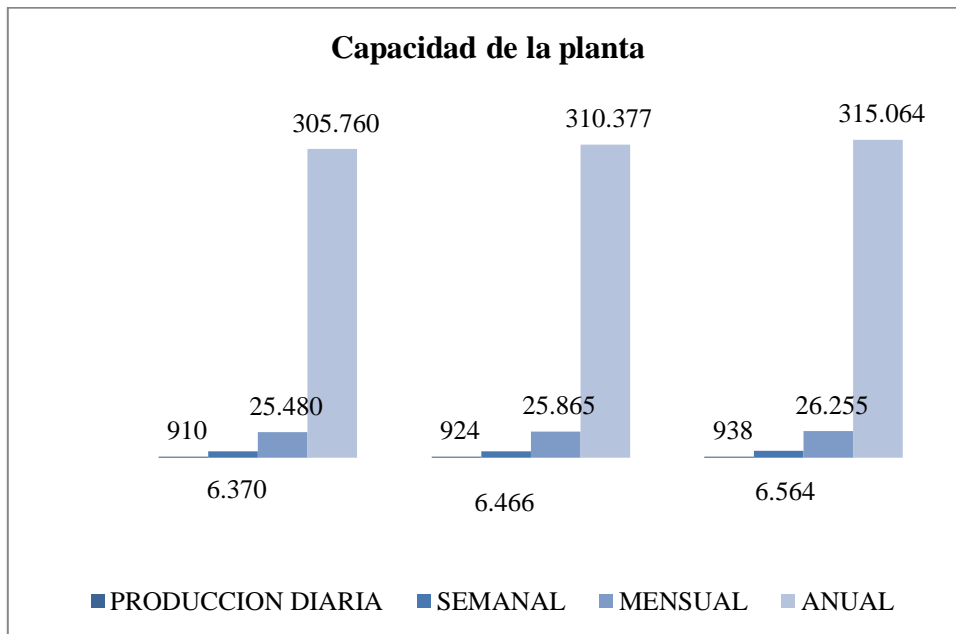
#### 4.4. Capacidad de la planta

**Tabla N° 27 Capacidad de la planta**

Año	Producción Diaria	Semanal	Mensual	Anual	Población Objetiva Solo El 0,9%
2.016	910	6.370	25.480	305.760	5.235
2.017	924	6.466	25.865	310.377	5.314
2.018	938	6.564	26.255	315.064	5.394
2.019	952	6.663	26.652	319.821	5.476
2.020	966	6.764	27.054	324.650	5.558
2.021	981	6.866	27.463	329.553	5.642
<b>TOTAL</b>	<b>5.670</b>	<b>39.692</b>	<b>170.109</b>	<b>68.044</b>	<b>32.619</b>

**Fuente:** Andrea Almeida

**Elaborado por:** Andrea Almeida



**Gráfico N° 17 Capacidad de la planta**

**Fuente:** Andrea Almeida

**Elaborado por:** Andrea Almeida

#### **Análisis descriptivo e interpretativo:**

La capacidad de la planta se tomó en cuenta solo el 9% de la demanda del producto en el sector sumado a la capacidad de producción de los equipos del 10% para empezar el proyecto con valores moderados los cuales se cambiarán a medida que el proyecto avance.

#### **4.5. Localización de la planta**

La localización sin duda define también la rentabilidad de éste, por lo que en esta investigación realizaremos el estudio de macro-localización como micro-localización para la panadería “LA DELICIA”

**Tabla N° 28 Determinación de la planta**

DETERMINACION DE LA LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA						
PARAMETRO	A	B	C	D	E	
A	Disponibilidad de materia prima	X		X	X	
B	Vías de comunicación		X	X		X
C	Acercamiento del mercado			X	X	
D	Servicios Basicos			X		
E	Mano de obra calificada		X	X		X

PESO POR IMPORTANCIA					
A	B	C	D	E	TOTAL
40	10	30	10	10	100%

CIUDAD: Cantón Quito → Norte de Quito  
Centro de Quito  
Sur de Quito → Villaflora  
Quito Sur  
Bellavista del Sur  
Clemente Valen  
Alpahuasi

A

B

C

D

E

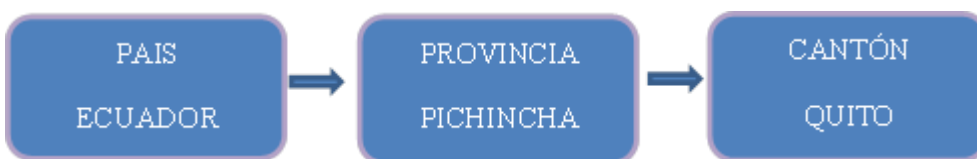
**Fuente:** Andrea Almeida

**Elaborado por:** Andrea Almeida

**Análisis descriptivo e interpretativo:**

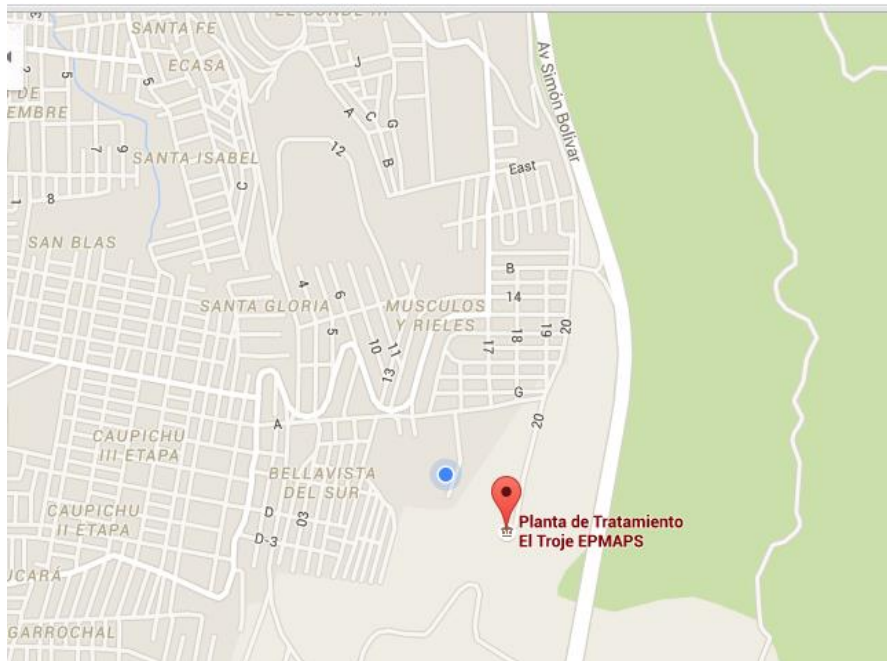
Para la localización de la planta se tomaron en cuenta factores como la disponibilidad de materia prima, vías de comunicación, acercamiento del mercado, servicios básicos, mano de obra, dando un porcentaje de acuerdo a su importancia. De los cuales se pudo concluir que el mejor lugar para la ubicación de la planta es el sector de Bellavista del Sur por cumplir con los mayores porcentajes en requerimientos.

**4.5.1. Macro-localización**





#### 4.3.5. Micro-localización



***Ilustración N° 1*** Ubicación de la Urbanización

**Fuente:** Google Maps

**Elaborado por:** Andrea Almeida

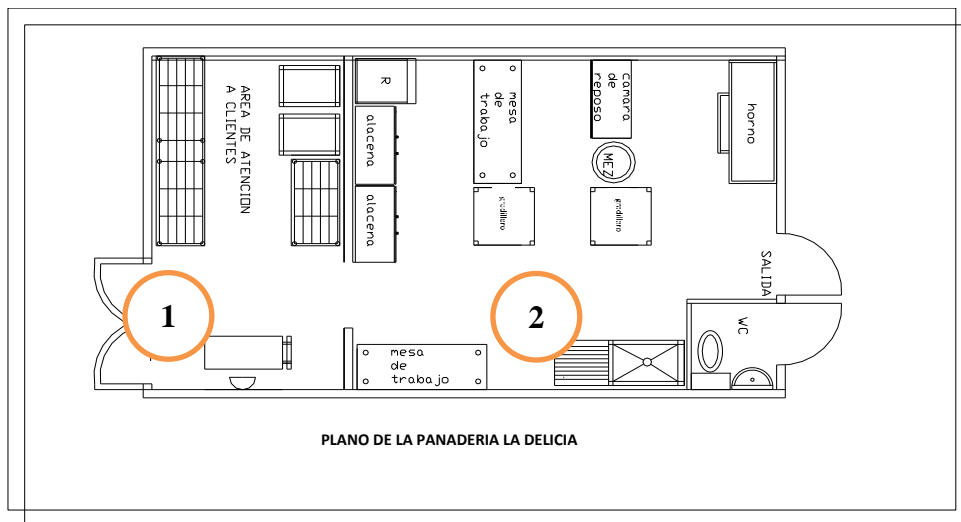


**Ilustración N° 2 Ubicación de la urbanización**

Fuente: Google Maps  
 Elaborado por: Andrea Almeida

**4.6. Distribución de la planta**

El espacio físico del cual se dispondrá para la puesta en marcha del negocio que se lo distribuirá de la siguiente manera:



**Gráfico N° 18 Distribución de la planta**

Fuente: Andrea Almeida  
 Elaborado por: Andrea Almeida

**Tabla N° 29 Descripción del plano de la planta**

<b>Área 1: Área de ventas</b>
Dos vitrinas
Una estantería
Un enfriador panorámico
Un mostrador
<b>Área 2: Área de producción y almacenamiento</b>
Dos alacenas
Refrigerador
Dos mesas de trabajo
Granilleros
Horno
Leu dadora

**Fuente:** Andrea Almeida

**Elaborado por:** Andrea Almeida

#### 4.7. Requerimiento de talento humano (fichas profesiograficas producción)

**Tabla N° 30 Fichas profesiograficas panadero**

Ficha de Descripción del Puesto					
Departamento	Nombre del puesto	N°	Personal a cargo	Horario	Jornada
Recursos Humanos	Panadero	1	1	3:00 am 14:00	Diaria
Área	A quien reporta	Fecha de elaboración		Salario Neto	
Producción	Administrador /Gerente	29/6/2016		400,00	
<p><u>Resumen del cargo</u></p> <p>Elaborar los diferentes tipos de panes.</p> <p><u>Funciones</u></p> <p>Elaborar los distintos tipos de pan programados para en día.                      Realizar las pruebas para los diferentes tipos de pruebas piloto                      Revisar inventarios a diario para reportar a gerencia                      Realizar productos para degustaciones.                      Realizar la limpieza de su área de trabajo a diario.                      Entrenar a su personal a cargo</p> <p><u>Perfil</u></p> <p>Ser Lic. Gastrónomo o afines                      Experiencia mínima 1 año en cargos similares                      Licencia de conducir                      Sexo indistinto                      Condiciones físicas y mentales en buen estado.</p>					

**Elaborado por:** Andrea Almeida

**Tabla N° 31 ficha Profesiografica del ayudante de panadería**

Ficha de descripción del puesto					
Departamento	Nombre del puesto	N°	Personal a cargo	Horario	Jornada
Recursos Humanos	Ayudante de panadería	1	0	10:30 a 17:30	Diaria
Área	A quien reporta	Fecha de elaboración		Salario neto	
Servicio	Jefe de panadería	29/6/2016		370,87	
<p><u>Resumen del cargo</u></p> <p>Se ocupa principalmente de colaborar en todas las funciones indicadas por el jefe de panadería</p> <p><u>Funciones</u></p> <p>Limpiar, lavar e higienizar utensilios y equipos.                      Almacenar y organizar utensilios                      Cuidar el área de trabajo                      Ayudar al jefe de panadería</p> <p><u>Perfil</u></p> <p>Ser bachiller                      Conocimientos en el área de cocina                      Manipulación de alimentos                      Técnicas básicas de limpieza                      Sexo indistinto</p>					

**Elaborado por:** Andrea Almeida

## 4.8. Procesos definidos

La panadería “LA DELICIA” centra sus actividades en procesos específicos que son el pesaje de los ingredientes, la forma al pan, el leudado, el horneado, sin dejar de lado otros procesos que son de apoyo como: compras, administración, limpieza y ventas

### 4.8.1. Proceso de elaboración del pan

Dentro del proceso de elaboración del pan encontramos las siguientes actividades:

**Tabla N° 32 Proceso de elaboración del pan**

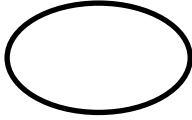

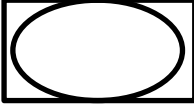

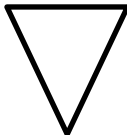
Proceso	Descripción	Herramientas
Selección de ingredientes	Seleccionar materia prima de buena calidad como: harina, azúcar, levadura, sal, huevos.	Catálogo de productos Balanza
Preparación de la masa	Pesar los ingredientes de acuerdo a la receta estándar.	Balanza, mezcladora
Tiempo de reposo	Se pesa la masa y se porciona, para realizar el boleado colocando en latas con una separación adecuada.	Latas para horno, cámara de leudar.
Formato final del pan	Se realiza los cortes o bollos de acuerdo a la receta estándar	Cortador
Reposo final	Se realiza un segundo reposo dentro de la cámara de leudar	Cámara de leudar
Horneado	Se hornea por un tiempo aproximado de 20mm	Horno
Des horneado	Se retira del horno se deja enfriar y se coloca en el exhibidor	Exhibidor de pan

Elaborado por: Andrea Almeida

### 4.8.2. Flujo grama de producción

Los diagramas de flujo serán utilizados para señalar los procesos que se desarrollan en este negocio.

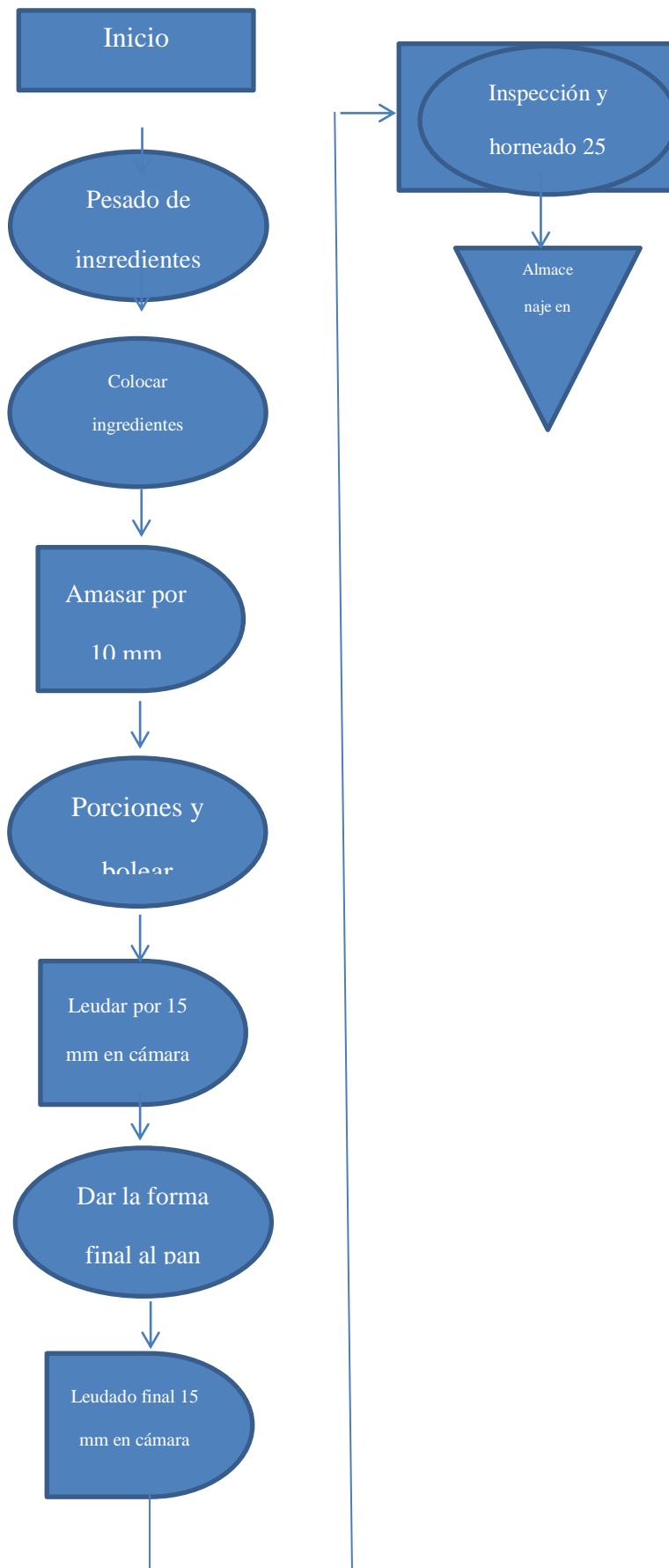
**Tabla N° 33 Simbología**

Simbología	
	Actividad
	demora
	Operación combinada
	Inspección
	Almacenamiento

**Fuente:** Simbología ISO9000

**Elaborado:** Andrea Almeida

### 4.8.3. Diagrama de flujo del proceso de preparación de pan





En el diagrama de flujo se muestra que para una producción de 100 unidades de pan se necesita 65 minutos.

#### 4.8.4. Recursos necesarios para ejecutar el proyecto

Entre los recursos para la ejecución de actividades se detallan los siguientes:

**Tabla N° 34 Recursos necesarios para ejecutar el proyecto**

Bien	Cantidad	Observaciones
Televisor	1	Por adquirir
Equipo de sonido	1	Por adquirir
Computador portátil	1	Por adquirir
Impresora	1	Por adquirir
Cocina industrial	1	Por adquirir
Licuadaora	1	Por adquirir
Extractores	1	Por adquirir
Horno de convección	1	Por adquirir
Refrigeradora	1	Por adquirir
Microondas	1	Por adquirir
Amasadora	1	Por adquirir
Laminadora	1	Por adquirir
Porcionadora	1	Por adquirir
Leudadora	1	Por adquirir
Mesas de trabajo	2	Por adquirir
Vitrinas	3	Por adquirir
Estanterías	2	Por adquirir
Brochas de silicona	2	Por adquirir
Bols de 30 cm diámetro	4	Por adquirir
Bols de 20 cm diámetro	4	Por adquirir
Bols de 10cm diámetro	10	Por adquirir
Cuchillos	3	Por adquirir
Bolillo 45 cc largo	2	Por adquirir

**Elaborado:** Andrea Almeida.

## 4.9. Estructura organizativa

Todas las organizaciones requieren un marco de actuación para funcionar, que está constituido por la estructura orgánica, que es la división ordenada y sistemática de sus unidades de trabajo, de acuerdo con el objeto de su creación. La representación gráfica se conoce como organigrama, es el método más sencillo para expresar la estructura, jerárquica e interrelación de los términos que la componen.

### 4.9.1. Área administrativa

El emprendimiento por ser de carácter artesanal cuenta con áreas básicas entre ellas la administrativa función en la cual se detalla a continuación.

**Tabla N° 35 área administrativa**

Cargo	Funciones	Responsabilidades	Remuneración
Administrador	Controlar inventarios, pagos de proveedores y servicios Operar cualquier sistema contable – Financiero. Controlar las ventas diarias Verificar ingreso y salida del personal Verificar cantidad de producción	Responsable de la supervisión de los trabajadores a su cargo	\$ 372,33

**Elaborado por:** Andrea Almeida

#### 4.9.2. Área productiva

Esta es el área que se encarga de toda la producción del negocio y de la realización de pruebas de nuevos productos de la mano con el área administrativa.

**Tabla N° 36 área productiva**

Cargo	Funciones	Responsabilidades	Remuneración
Panadero	Elaborar los distintos tipos de pan programados para en día. Realizar las pruebas para los diferentes tipos de pruebas piloto Revisar inventarios a diario para reportar a gerencia Realizar productos para degustaciones. Realizar la limpieza de su área de trabajo a diario. Entrenar a su personal a cargo	Responsable de capacitar al ayudante de panadería	\$400
Ayudante de panadería	Limpiar, lavar e higienizar utensilios y equipos. Almacenar y organizar utensilios Cuidar el área de trabajo Ayudar al jefe de panadería	Responsable de brindar apoyo al panadero	370,87

**Elaborado por:** Andrea Almeida

### 4.9.3. Área comercial

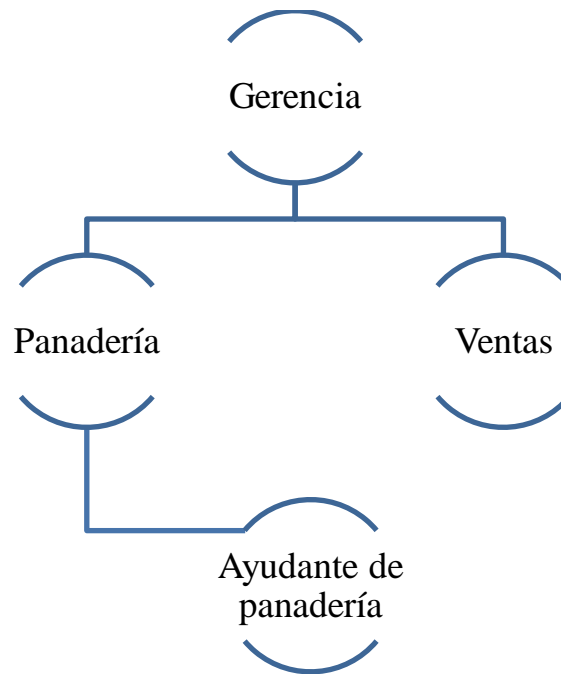
Es donde se comercializa el pan directamente con el consumidor, también se dan a conocer las promociones del día.

**Tabla N° 37 Área comercial**

Cargo	Funciones	Responsabilidades	Remuneración
Cajero/vendedor	Recibir la cantidad asignada de fondo de cambio. Firmar el recibo de entrega de dinero. Revisar diariamente al cliente la lista de precios de productos Realizar diariamente apertura y cierre de caja. Entrega de productos Limpieza del área de trabajo.	Responsable de todas las ventas y afines	369,40

**Elaborado por:** Andrea Almeida

#### 4.9.5. Organigrama estructural



#### Organigrama de la empresa

Dirección |

Operativa ▮

Analizado por Andrea Almeida

Aprobado por Ing. Verónica Llangari

Fecha de elaboración: 05-07-2016

Fecha de aprobación: 05-07-2016

#### 4.9.6. Descripción de Funciones

**Tabla N° 38 Descripción del puesto de trabajo.**

Cargo	Descripción del puesto de trabajo
Gerente Administrador	Administrar todas las áreas a su cargo como son producción, vetas
Panadero	Elaborar los diferentes tipos de panes.
Ayudante de panadería	Se ocupa principalmente de colaborar en todas las funciones indicadas por el jefe de panadería
Caja/ventas	Recibe y controla la fluctuación de caja por concepto de venta de productos, arqueo y cierre de caja diario.

Elaborado por: Andrea Almeida

#### 4.10. Proceso de selección y contratación del talento humano.

##### 4.10.1. Descripción de puestos de Trabajo

A continuación detallamos las tareas de cada puesto de trabajo.

**Tabla N° 39 selección del puesto de trabajo**

Cargo	Descripción del puesto de trabajo
Gerente Administrador	Administrar todas las áreas a su cargo como son producción, ventas
Panadero	Elaborar los diferentes tipos de panes.
Ayudante de panadería	Se ocupa principalmente de colaborar en todas las funciones indicadas por el jefe de panadería
Caja/ventas	Recibe y controla la fluctuación de caja por concepto de venta de productos, arqueo y cierre de caja diario.

Elaborado por: Andrea Almeida

#### 4.10.2. Perfil de los trabajadores

**Tabla N° 40 Perfil de los trabajadores**

Cargo	Perfil de los trabajadores
Gerente Administrador	Ing. Administración de Empresas o afines Experiencia mínima 1 año en cargos similares Licencia de conducir Sexo indistinto Condiciones físicas y mentales en buen estado.
Panadero	Ser Lic. Gastrónomo o afines Experiencia mínima 1 año en cargos similares Licencia de conducir Sexo indistinto Condiciones físicas y mentales en buen estado.
Ayudante de panadería	Ser bachiller Conocimientos en el área de cocina manipulación de alimentos, técnicas básicas de limpieza Sexo indistinto
Caja/ventas	Bachiller en contabilidad, administraciones o afines Experiencia mínima 1 año en cargos similares

Elaborado por: Andrea Almeida

### 4.10.3. Costos salariales de todo el personal de la panadería

**Tabla N° 41 Costos salariales**

Cargo	Sueldo mensual
Panadero	400,00
Ayudante de panadería	370,87
Administrador	372,33
Cajero vendedor	369,40

**Elaborado por:** Andrea Almeida

### 4.10.4. Proceso de reclutamiento del personal

Para el proceso de reclutamiento se utilizarán sitios web como Computrabajo, Multitrabajo, dando prioridad a las escuelas de capacitación en el área de panadería.

### 4.11. Marco legal

La forma jurídica legal para el proyecto se ampara en el código de trabajo vigente en el Ecuador capítulo III referente a los artesanos citando los siguientes artículos:

**Artículo 285.-** A quiénes se considera artesanos. - Las disposiciones de este capítulo comprenden a maestros de taller, operarios, aprendices y artesanos autónomos, sin perjuicio de lo que con respecto de los aprendices se prescribe en el Capítulo VIII, del Título I.

Se considera artesano al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, debidamente registrado en el Ministerio de Trabajo y Empleo, hubiere invertido en su taller en implementos de trabajo, maquinarias o materias primas, una cantidad no mayor a la que



señala la ley, y que tuviere bajo su dependencia no más de quince operarios y cinco aprendices; pudiendo realizar la comercialización de los artículos que produce su taller. Igualmente se considera como artesano al trabajador manual aun cuando no hubiere invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o no tuviere operarios.

**Artículo 302.- Obligaciones de los artesanos calificados.** - Los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano no están sujetos a las obligaciones impuestas a los empleadores por este Código.

#### **4.11.1. Beneficios**

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

#### **4.11.2. Laborales**

- Exoneración de pago de decimotercero, decimocuarto 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

#### **4.11.3. 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

#### **4.11.4. 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.

#### **4.11.5. Permisos necesarios para el funcionamiento del local**

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Copia del RUC actualizado del establecimiento
- Planos de la planta industrial procesadora de alimentos en escala 1:50 con la distribución de las áreas correspondientes y flujo de proceso.
- Croquis con referencias de ubicación del establecimiento
- Copia de la escritura de Constitución en caso de tener personería jurídica
- Copia de la Cédula de Ciudadanía o Pasaporte y papeleta de votación del propietario o representante legal
- Copia certificada o notariada del nombramiento del Representante Legal

- Copia certificada o notariada del título del profesional responsable (Ing. En Alimentos – Bioquímico o Químico Farmacéutico de Alimentos) registrado en el Ministerio de Salud Pública, (excepto molinos y panaderías artesanales).
- Copia del registro del título en el SENESCYT.
- Copia de los certificados de salud ocupacional emitidos por los centros de salud del Ministerio de Salud
- Copia del certificado de capacitación en Buenas Prácticas de Manufactura debidamente validado por la DPSP
- Certificado de categoría de la fábrica otorgada por el Ministerio de Industrias y Productividad - Subsecretaría de la Calidad - Dirección de Desarrollo de MIPYMES (Solo locales nuevos).
- Procesos de elaboración de productos con guía de buenas prácticas y condiciones higiénicas sanitarias, suscritos por el representante Técnico: (excepto molinos y panaderías artesanales).
- Descripción detallada de los productos, su proceso de producción, sistema de almacenamiento y conservación
- Lista seleccionada de proveedores de ingredientes y/o productos alimenticios
- Descripción del sistema de envasado y rótulo en idioma Castellano cumpliendo normas INEN de ser el caso
- Certificación del material de envase con especificación de la calidad alimentaria proporcionada por el proveedor (en caso de alimentos).
- Indicar el número de empleados por sexo y ubicación: Administración; Técnico y Operarios

- Copia del Permiso del Cuerpo Bomberos (Zona Rural); y Licencia Única de Actividades Económicas LUAE (Distrito Metropolitano de Quito)

#### 4.12. Estudio ambiental

##### 4.12.1. Mitigar el impacto ambiental

Para minimizar el daño causado al crear una panadería artesanal se realizó el siguiente análisis usando la siguiente matriz

**Tabla N° 42 Matriz ambiental**

<b>Daños ocasionados</b>	<b>Medidas de mitigación</b>	<b>Requerimientos</b>	<b>Costo</b>
<b><u>El agua:</u></b> El agua que se utiliza para el lavado de maquinaria	Reutilizar el agua para baterías sanitarias	Reservorio de agua para recolectar el agua para dirigirla a la batería sanitaria Instalación de tubería adicional	Reservorio : \$80 Instalación y tubería: \$ 100
<b><u>El suelo</u></b> Cajas, plásticos, embalajes provenientes de las mantecas, harinas, azúcar	El material plástico de embalaje de producto es reutilizado en el área de producción de pan. El cartón y las lonas son dirigidas a plantas de reciclaje cercanas	Transporte	\$2
<b><u>El aire:</u></b> Se producen vapores gases y vapores por la producción de pan	Colocación de extractor de olores Tuberías de aluminio con conexión al exterior	Extractor de olores Tuberías de aluminio	\$200 \$80
Otros recursos naturales Utilización de fundas para el expendio del pan	Utilización de fundas biodegradables	Fundas biodegradables	\$6,80

**Elaborado por:** Andrea Almeida

#### **4.12.2. Acciones remediables 3rs.**

- Reduce (consumo de agua para uso de baterías sanitarias)
- Recicla (los materiales usados en producción)
- Reúsa (los materiales usados en producción)

#### **4.12.3. Evaluación ambiental**

Las ideas de negocio deben llevar en su fase de operación un análisis del impacto ambiental, por ello consideramos los siguientes parámetros para evaluar los daños posibles a causar con la implementación de este negocio.

##### **Efectos Negativos**

Los efectos negativos que se ocasionan al poner en marcha la idea de negocio sería la contaminación a través del agua que se utiliza en el lavado de maquinarias y equipos utilizados para la producción de pan.. Los gases emanados por la combustión del diesel utilizado en el horno los cuales provocan el efecto invernadero.

## **Efectos positivos**

El material de embalaje que se usa nuevamente para la fabricación del pan, el agua utilizada que es redirigida para ser usada en servicios sanitarios, Las fundas biodegradables para evitar la contaminación por plástico.

### **4.13. Evaluación social**

La implementación de este proyecto da como resultado cuatro puestos de trabajo generando así fuentes de empleo disminuyendo el índice de desempleo.

Facilitamos al consumidor la adquisición de productos cerca de su domicilio a los habitantes del sector.

Garantizamos buenas prácticas de mano factura y alimentos higiénicamente elaborados bajo estrictas normas de calidad, lo que garantiza la buena salud del consumidor.

#### **4.14. Estudio económico**

Siendo el recurso económico uno de los más importantes para emprender un negocio, es necesario establecer el monto de dinero que se necesita para ponerlo en funcionamiento, garantizando una viabilidad económica con un determinado tipo de organización, proyectándonos una visión de conjunto a mediano plazo, a través de la cuantificación de las cifras que nos permita un nivel de atractivo económico del negocio.

La panadería “LA DELICIA “sobre la base de los estudios anteriores evalúa si la idea de negocio es rentable y si conviene efectuar la inversión. Ya que el estudio financiero es un instrumento de planificación y gestión financiera.

#### 4.14.1. Análisis de la inversión

Para la implementación de esta panadería se realizó el siguiente análisis, explicado en la siguiente tabla:

**Tabla N° 43 Análisis de la inversión**

Rubros	In. Realizada	Inv.por realizar	Total de inversión
1.Total de Inversiones fijas total			14.009,51
Maquinaria y equipo		11.340,00	11.340,00
Equipo de computo		500,00	500,00
Muebles y enseres		480,00	480,00
Menaje y vajilla		52,80	52,80
Imprevistos (1%)		123,73	123,73
IVA 14%		1.512,98	1.512,98
2. Total de Activos diferidos total			1.310,94
Gastos de organización/constitución		300,00	300,00
Gastos de instalación		58,50	58,50
Gastos de publicidad		230,00	230,00
Gasto arriendo		600,00	600,00
Gastos de experimentación		109,46	109,46
Imprevistos (1%)		12,98	12,98
3. Capital de trabajo total			11.435,35
Materia prima		5.718,72	5.718,72
Materiales indirectos		103,20	103,20
Mano de obra directa		2.581,41	2.581,41
Combustibles y lubricantes		26,40	26,40
Caja-bancos		100,00	100,00
Servicios básicos		242,16	242,16
Mano de obra indirecta		2.495,19	2.495,19
Suministros y materiales		55,05	55,05
Contingencia (1%)		113,22	113,22
<b>Total de inversión</b>	<b>-</b>	<b>26.755,81</b>	<b>26.755,81</b>

**Elaborado por:** Andrea Almeida



#### 4.14.2. Estado de fuentes y usos

**Tabla N° 44 Estado de fuentes y usos**

<b>Fuentes y usos</b>			
<b>1. Activos fijos</b>	<b>Usos</b>	<b>Propio</b>	<b>Externo</b>
Total de activos fijos	14.009,51		
Maquinaria y equipo	11.340,00		11.340,00
Equipo de computo	500,00		500,00
Muebles y enseres	480,00		480,00
Menaje y vajilla	52,80		52,80
Imprevistos (1%)	123,73		123,73
IVA 14%	1.512,98		1.512,98
<b>2. Total de Activos diferidos</b>	<b>1.310,94</b>		
Gastos de organización/constitución	300,00		300,00
Gastos de instalación	58,50		58,50
Gastos de publicidad	230,00		230,00
Gasto arriendos	600,00		600,00
Gastos de experimentación	109,46		109,46
Imprevistos (1%)	12,98		12,98
<b>3. Total del Capital de trabajo</b>	<b>11.435,35</b>		
Materia prima	5.718,72		5.718,72
Materiales indirectos	103,20		103,20
Mano de obra directa	2.581,41		2.581,41
Combustibles y lubricantes	26,40		26,40
Caja- bancos	100,00		100,00
Servicios básicos	242,16		242,16
Mano de obra indirecta	2.495,19		2.495,19
Suministros y materiales	55,05		55,05
Contingencia (1%)	113,22		113,22
<b>Total</b>	<b>26.755,81</b>	<b>0,00</b>	<b>26.755,81</b>

Elaborado por: Andrea Almeida

#### 4.14.3. Presupuestos de costos de producción

**Tabla N° 45 Presupuesto de costos de producción**

Rubro	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>1. Costos de producción</b>						
Materia prima		22.874,88	23.815,04	24.793,84	25.812,86	26.873,77
Materiales indirectos		412,80	429,77	447,43	465,82	484,96
Mano de obra directa		10.325,64	10.750,02	11.191,85	11.651,83	12.130,73
Gastos de experimentación		109,46	113,96	118,65	123,52	128,60
Combustibles y lubricantes		105,60	105,60	105,60	105,60	105,60
Servicio básicos		484,32	504,23	524,95	546,52	568,99
Suministros y materiales		220,20	229,25	238,67	248,48	258,69
Mantenimiento de maquinaria y equipo			200,00	208,22	216,78	225,69
Depreciaciones de maquinaria y equipo			5.670,00	5.670,00	5.670,00	5.670,00
Contingencia (1%)		113,22	117,87	122,72	127,76	133,01
<b>Total costos de producción:</b>		<b>34.646,13</b>	<b>41.935,74</b>	<b>43.421,92</b>	<b>44.969,19</b>	<b>46.580,04</b>

Elaborado por: Andrea Almeida

#### 4.14.4. Presupuestos de gastos de administración

**Tabla N° 46 Gastos de administración**

Rubro	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>2. Gasto administrativos</b>			-			
Sueldos administrativo		5.009,16	5.215,04	5.429,37	5.652,52	5.884,84
Gasto arriendo		2400,00	2.498,64	2.601,33	2.708,25	2.819,56
Gastos de organización		300,00	312,33	325,17	338,53	352,44
Servicio básicos		242,16	252,11	262,47	273,26	284,49
Depreciación de equipos de computo			150,00	150,00	150,00	150,00
Amortizaciones		1310,94	262,19	262,19	262,19	262,19
Imprevistos (1%)		12,98	13,51	14,07	14,65	15,25
<b>Total gastos administrativos</b>		<b>9.275,24</b>	<b>8.403,82</b>	<b>8.744,61</b>	<b>9.099,40</b>	<b>9.468,77</b>

Elaborado por: Andrea Almeida

#### 4.14.5. Presupuestos de gastos de venta

**Tabla N° 47 Gastos de venta**

Rubro	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>3.gasto de ventas</b>						
Mano de obra indirecta		4.971,60	5.175,93	5.388,66	5.610,14	5.840,71
Publicidad		230,00	239,45	249,29	259,54	270,21
Servicios básicos		242,16	252,11	262,47	273,26	284,49
Depreciación de muebles y enseres		43,20	43,20	43,20	43,20	43,20
Imprevistos (1%)		123,73	128,81	134,11	139,62	145,36
<b>Total gasto de ventas:</b>		<b>5.610,69</b>	<b>5.839,51</b>	<b>6.077,74</b>	<b>6.325,76</b>	<b>6.583,97</b>

Elaborado por: Andrea Almeida

#### 4.14.6. Presupuestos de gastos financieros

**Tabla N° 48 Presupuestos de gastos financieros**

Rubro	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>4. Gasto financieros</b>						
Interés bancario		2.166,83	2.166,83	2.166,83	2.166,83	2.166,83
<b>total gastos financieros</b>		<b>2.166,83</b>	<b>2.166,83</b>	<b>2.166,83</b>	<b>2.166,83</b>	<b>2.166,83</b>

Elaborado por: Andrea Almeida

#### 4.14.7. Estado de pérdidas y ganancias

**Tabla N° 49 Estado de pérdidas y ganancias**

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS		69.317,82	72.166,78	75.132,84	78.220,79	81.435,67
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN		34.646,13	41.935,74	43.421,92	44.969,19	46.580,04
(=) UTILIDAD BRUTA		34.671,69	30.231,04	31.710,91	33.251,61	34.855,63
(-)GASTO DE ADMINISTRACIÓN		9.275,24	8.403,82	8.744,61	9.099,40	9.468,77
(-)GASTO DE VENTAS		5.610,69	5.839,51	6.077,74	6.325,76	6.583,97
(=)UTILIDAD OPERATIVA		19.785,76	15.987,71	16.888,56	17.826,45	18.802,88
(-) GASTO FINANCIERO			2.166,83	2.166,83	2.166,83	2.166,83
(=) UTILIDAD ANTES DEL REPARTO DE UTILIDADES		19.785,76	13.820,87	14.721,73	15.659,61	16.636,04
(=) UTILIDAD NETA		19.785,76	13.820,87	14.721,73	15.659,61	16.636,04

Elaborado por: Andrea Almeida

#### 4.14.8. Estado financiero

**Tabla N° 50 Balance general**

<b>BALANCE GENERAL</b>						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVOS</b>						
Activo Corriente (capital de trabajo)	11.435,35	25.726,22	27.116,38	28.563,69	30.070,48	31.639,19
Activo Fijo	14.009,51	14.009,51	14.009,51	14.009,51	14.009,51	14.009,51
Depreciacion Acumulada	0	-1.213,80	-2.427,60	-3.641,40	-4.428,00	-5.319,00
Diferidos (con prestación anual)	1.310,94	1.048,76	786,57	524,38	262,19	-
<b>Total de activos</b>	<b>26.755,81</b>	<b>39.570,68</b>	<b>39.484,86</b>	<b>39.456,18</b>	<b>39.914,17</b>	<b>40.329,70</b>
<b>PASIVOS</b>						
Pasivo Corriente (interes bancario)	0	3.210,70	2.568,56	1.926,42	1.284,28	642,14
Pasivo L/p(credito bancario)	26.755,81	21.404,64	16.053,48	10.702,32	5.351,16	0,00
<b>Total Pasivo</b>	<b>26.755,81</b>	<b>24.615,34</b>	<b>18.622,04</b>	<b>12.628,74</b>	<b>6.635,44</b>	<b>642,14</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital	0,00	1.134,47	6.141,09	11.167,82	16.642,69	22.034,96
Resultado del ejercicio(utilidad neta)	0	13.820,87	14.721,73	15.659,61	16.636,04	17.652,61
<b>Total Patrimonio</b>	<b>0,00</b>	<b>14.955,34</b>	<b>20.862,82</b>	<b>26.827,44</b>	<b>33.278,74</b>	<b>39.687,56</b>
<b>total pasivo mas patrimonio</b>	<b>26.755,81</b>	<b>39.570,68</b>	<b>39.484,86</b>	<b>39.456,18</b>	<b>39.914,17</b>	<b>40.329,70</b>

Elaborado por: Andrea Almeida

#### 4.14.9. Flujo de caja

**Tabla N° 51 Flujo de caja**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS		72.166,78	75.132,84	78.220,79	81.435,67	84.782,68
COSTO DE PRODUCCION		41.935,74	43.421,92	44.969,19	46.580,04	48.257,11
GASTOS ADMINISTRATIVOS		8.403,82	8.744,61	9.099,40	9.468,77	9.853,33
GASTOS DE VENTAS		5.839,51	6.077,74	6.325,76	6.583,97	6.852,80
GASTOS FINANCIEROS		2.166,83	2.166,83	2.166,83	2.166,83	-
<b>UTILIDAD ANTES DE REP.UT E IMP</b>		<b>13.820,87</b>	<b>14.721,73</b>	<b>15.659,61</b>	<b>16.636,04</b>	<b>19.819,44</b>
REPARTO DE UTILIDADES						
UTILIDADES ANTES DE IMPUESTOS						
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>13.820,87</b>	<b>14.721,73</b>	<b>15.659,61</b>	<b>16.636,04</b>	<b>19.819,44</b>
DEPRECIACIONES		1.213,80	1.213,80	1.213,80	1.213,80	1.213,80
AMORT.ACT.NOMINAL		262,19	262,19	262,19	262,19	262,19
INVERSIONES MAQ. Y EQ.	-12.852,98					
INVERSION OTROS	-1.032,80					
INV. ACT. NOMINAL	-1.310,94					
INV.CAPITAL DE TRABAJO	-11.435,35					
IMPREVISTOS	-123,73					
RECUP.CAPITAL TRABAJO						
PRESTAMO						
AMORT. PRESTAMO		-5.351,16	-5.351,16	-5.351,16	-5.351,16	-5.351,16
FLUJO DE CAJA	-26.755,81	9.945,70	10.846,56	11.784,44	12.760,87	15.944,27

Elaborado por: Andrea Almeida

#### 4.14.10. Evaluación financiera

En este ítem se desarrollan las diferentes razones financieras como

#### 4.14.11. Valor Actual Neto

Tabla N° 52 Valor actual neto

Valor actual neto (van)			
N°	FNE	(1	FNE/(1+i)^n
0	-26.755,81		-26.755,81
1	9.945,70	1,12	8.880,09
2	10.846,56	1,25	8.646,81
3	11.784,44	1,40	8.387,93
4	12.760,87	1,57	8.109,77
5	15.944,27	1,76	9.047,21
<b>TOTAL</b>			<b>16.316,00</b>
<b>VAN</b>			<b>\$ 16.316,00</b>

Elaborado por: Andrea Almeida

#### 4.14.12. Tasa interna de Retorno

Tabla N° 53 Tasa interna de retorno

Tasa interna de retorno (TIR)	
Tasa de descuento	VAN
0%	\$ 34.526,04
8%	\$ 21.338,25
9%	\$ 20.000,58
10%	\$ 18.719,65
11%	\$ 17.492,41
12%	\$ 16.316,00
13%	\$ 15.187,75
14%	\$ 14.105,15
15%	\$ 13.065,84
<b>TIR</b>	<b>32,57%</b>

Elaborado por: Andrea Almeida

#### 4.14.13. Relación costo beneficio

Tabla N° 54 Relación costo beneficio

Relación beneficio costo (r b/c)			
Tasa de descuento	12%		
N°	Inversión	Ingresos	Costos
0			
1	26.755,81	56.077,84	22.209,38
2		58.382,64	23.215,24
3		60.782,16	24.262,43
4		63.280,31	25.352,67
5		65.881,13	26.487,72
	<b>Total ingreso</b>		\$ 217.473,83
	<b>Total costo</b>		\$ 86.748,29
	<b>(=) costo+inversión</b>		110.486,93
	<b>R/c</b>		<b>2,51</b>

Elaborado por: Andrea Almeida

#### 4.14.14. Periodo de recuperación de la inversión

Tabla N° 55 Periodo de recuperación de la inversión

Periodo de recuperación (PRI)					
Años	Flujos operativos descontados	Sumatoria flujo neto	Diferencia entre flujos e inversión	Parcial del año sobrante	PRI
0	26.755,81				
1	9.945,70	9.945,70	(16.810,11)		
2	10.846,56	20.792,26	(5.963,55)		
3	11.784,44	32.576,70	5.820,90	0,49	1,49
4	12.760,87	45.337,57	18.581,77	1,46	2,46
5	15.944,27	61.281,84	34.526,04	2,17	3,17

Elaborado por: Andrea Almeida

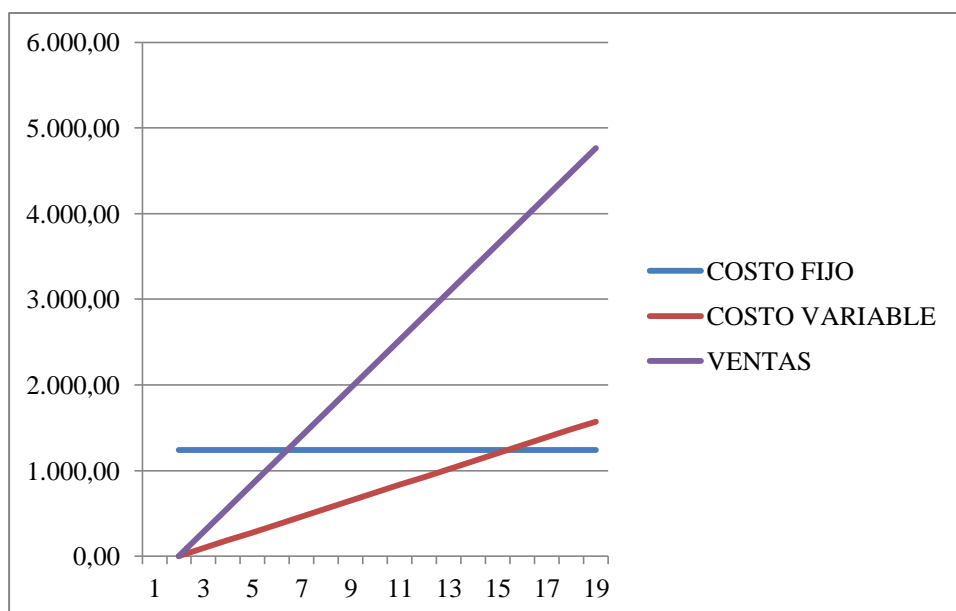
#### 4.14.15. Punto de Equilibrio

**Tabla N° 56 Punto de equilibrio**

QUINTALES	UNIDADES MES	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL	VENTAS	PERDIDA/GANANCIA
0	0	1.240,49	0,00	1.240,49	0,00	-1.240,49
1	1.000	1.240,49	92,50	1.332,99	280,30	-1.052,69
2	2.000	1.240,49	185,00	1.425,49	560,61	-864,89
2	3.000	1.240,49	277,50	1.517,99	840,91	-677,09
3	4.000	1.240,49	370,00	1.610,49	1.121,21	-489,28
4	5.000	1.240,49	462,50	1.702,99	1.401,52	-301,48
5	6.000	1.240,49	555,00	1.795,49	1.681,82	-113,68
5	7.000	1.240,49	647,50	1.887,99	1.962,12	74,13
6	8.000	1.240,49	740,00	1.980,49	2.242,42	261,93
7	9.000	1.240,49	832,50	2.072,99	2.522,73	449,73

Elaborado por: Andrea Almeida

**Gráfico N° 19 Punto de equilibrio**



Elaborado por: Andrea Almeida



**Tabla N° 57 Unidades a producir para obtener el punto de equilibrio**

Se produce actualmente unidades		Punto de equilibrio
unidades de pan anuales	327.600,0	60.768
unidades de pan mensuales	27.300,0	5.064
unidades de pan diarias	910,0	169
unidades por hora	113,75	21

**Elaborado por:** Andrea Almeida

## Capítulo V

### 5. Conclusiones y recomendaciones

#### 5.1. Conclusiones

- Una vez ejecutado el estudio de mercado se pudo conocer que existe demanda insatisfecha por lo cual la apertura de una panadería en el cantón Quito, provincia de Pichincha es un proyecto viable.
- En los diferentes estudios elaborados en el presente trabajo de emprendimiento se identificó aspectos importantes para el proyecto tales como las recetas estándar, los procesos de producción, catálogo de productos diseñados en el estudio técnico, en el estudio legal se concluye que calificarse como artesano presenta beneficios sociales, tributarios y en adquisiciones de maquinaria exentos de impuestos lo que favorece al emprendedor.
- Con la aplicación del estudio económico financiero se concluye que el proyecto es factible de implementarse ya que los resultados obtenidos son los siguientes: VAN de \$ 16.316,00 TIR de 32,57% RC/B de \$ 2,51. PRI es a partir del año 3.

## **5.2. Recomendaciones**

- Se debe tomar en cuenta los resultados arrojados en el estudio de mercado con la finalidad de atender al mercado objetivo de acuerdo a los gustos y preferencia del consumidor con relación a panificación.
- Es importante la utilización de las recetas estándar elaboradas en el presente trabajo pues ayudaran a la optimización de recursos y manejo adecuado de los mismos, así también se recomienda dar a conocer el catálogo de productos a los clientes con la finalidad de promocionar los productos.
- Se deberá la apertura de la panadería ya que los resultados de los indicadores económicos financieros son viables.

## **Bibliografía**

**Alonso, O. D.** (Junio de 2008). *Blog Panartec*. Obtenido de Blog Panartec:

<http://panartec.blogspot.com/2009/01/pan-industrial-vs.html>

**Andressen, A.** (1998). *Diccionario de Espasa de Economía y Negocios*. Madrid.

**Buonocore.** (1980). *MÉTODOS DE INVESTIGACION*. ARGENTINA: MARYMAR.

**Diseño, T. y.** (04 de 2015). *SIGNIFICADO DE LOS COLORES*. Obtenido de

<http://bienvenidosamostaza.blogspot.com/2015/04/significado-de-los-colores.html>

**DVoskiin, R.** (2004). *Fundamentos de Marketing*. Buenos Aires: Granica.

**Escobar, C.** (22 de Agosto de 2014). *Prezi.com*. Obtenido de [https://prezi.com/zjoawd11-](https://prezi.com/zjoawd11-6be/ingredientes-del-pan/)

[6be/ingredientes-del-pan/](https://prezi.com/zjoawd11-6be/ingredientes-del-pan/)

**Española, D. R.** (s.f.). *DICCIONARIO DE LENGUA ESPAÑOLA*. Obtenido de

<http://dle.rae.es/?id=3qmBVGL>

**INEC.** (2010). *CENSO POLACIONAL*.

**L.N.S.** (2010). *DICCIONARIO*. DON BOSCO.

**Marcial, C. P.** (2011). *FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS*. COLOMBIA:

ECOEDICIONES.

**Oficios, S. D.** (JUNIO de 2013). *TERMINOLOGÍA BÁSICA EN PASTELERÍA. CURSO*

*DE FORMACIÓN EN PASTELERÍA*. CARTAGENA.

**Panadería, G. e.** (2016). *<http://rubhima.com/el-glosario-especifico-de-la-panaderia/>*.

**Real Academia, E.** (2015). *Diccionario*. España: Edición del tricentenario.

**Salas, S. J.** (2006). *NUTRICIÓN Y DIETÉTICA CLINICA*. ESPAÑA: MASSON.S.A.

**Samara, T.** (1993). *Los elementos del Diseño*. New Haven.

## **Anexos**

### **Anexo 1. Encuesta**



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE SALUD PÚBLICA**

**ESCUELA DE GASTRONOMÍA**



**“ENCUESTA PARA LA ELABORACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO DE LA PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PANADERÍA ARTESANAL EN EL CANTÓN QUITO PROVINCIA DE PINCHINCHA, 2016”**

#### **OBJETIVO:**

Obtener datos reales para determinar la aceptabilidad una panadería en el cantón Quito, sector Bellavista del Sur, conjunto Divino Niño.

#### **INSTRUCCIONES:**

Marque con una x la respuesta de acuerdo a su opinión

1. ¿Cree usted que sería necesaria la creación de una panadería en el conjunto Divino Niño?

Si ( )      No ( )

¿Por qué?

2. ¿Estaría usted dispuesto a consumir en una panadería ubicada en el conjunto Divino Niño?

Si ( )      No ( )

3. ¿Con que frecuencia acude a una panadería en el día?

Una ( )    Dos ( )    Tres ( )    Más de tres ( )

4. ¿Qué cantidad de pan consume a diario usted y/o su familia?

De 1 a 3 panes

3 a 7 panes

9 o más panes

5. ¿Qué tipo de pan consume con mayor frecuencia?

Pan Básico ( )

Pan de agua ( )

Pan integra ( )

Gusanitos ( )

Reventados ( )

Cachitos ( )

Enrollados ( )

Trenzas de dulce ( )

Pan de Dulce ( )

6. ¿De los valores que a continuación exponemos señale cuál de ellos usted estaría dispuesto a cancelar por una unidad de pan?

\$ 0,12	\$ 0,14	\$ 0,15	\$ 0,25	\$ 0,30	+ \$ 0,35
---------	---------	---------	---------	---------	-----------

7. De las siguientes promociones cual le parece más atractiva

- Por la compra de 8 panes reciba uno más.
- Los martes reciba con su compra un producto nuevo.
- Si trae su propia funda reciba un regalo especial

8. Indique cuales son los medios de comunicación en los que le gustaría recibir la publicidad del establecimiento

Internet ( )

Televisión ( )

Radio ( )

Periódico ( )

Vallas publicitarias ( )

Volantes ( )

9. ¿Le gustaría consumir productos de panadería realizados con alguno de las siguientes harinas?

Harina de avena

Harina de centeno

Harina de papa

Harina de arroz

Harina de yuca



10. ¿Usted ha consumido productos en otras panaderías ubicadas en el sector?

Si

No

¿Cuáles?

11. ¿Está usted satisfecho con las panaderías mencionadas en la pregunta anterior?

Si

No

Porque

12. ¿Con cuál de estos logos le gustaría que se implemente la panadería?



**¡GRACIAS POR SU COLABORACION!**

## Anexo 2: Recetas estándar

Tabla N° 58 Pan gusano

<b>Receta Estándar Con Cálculos</b>						
Nombre de la receta:	Pan gusano			Grupo:	Panes	
				Tiempo:	180 min	Número de pax
Ingredientes	Cantidad (10)	Más pax	Unidad	Costo unitario	Unidad	Costo total
Harina	400	1000	Gr	0,32	C/lb	0,70
Agua	160	400	Gr	0,00	C/lb	0,00
Azúcar	24	60	Gr	0,32	C/lb	0,04
Huevos	1	3	Gr	0,11	Unidad	0,33
Levadura	16	40	Gr	2,13	C/lb	0,19
Margarina	80	200	Gr	0,68	C/lb	0,30
Sal	8	20	Gr	0,17	C/lb	0,01
Cálculos	Resultados		Análisis cárnico		C. Variable	1,57
C.i.f 30% (pv)	0,06		Cr=fc*ck	0%	% varios	0,00
$\sum C.p = c.p + c.i.f$	0,12		Fc=1+d		total	1,57
$U1 = p.v - \sum c.p$	0,07		D=10%		C. Pax	0,06
$U2 = p.v.s - p.v$	0,04		Cr=fc*ck	32%	C.m.p o venta	0,32
$U\ net = u1 + u2$	0,11		4,95		P.v	0,20
					P.v.s	0,24

Elaborado: Andrea Almeida

Tabla N° 59 Pan integral

<b>Receta Estándar Con Cálculos</b>						
Nombre De La Receta:				Grupo Panes		
Pan Integral				Tiempo: 180 Min	Número De Pax	38
Ingredientes	Cantidad (10)	Más Pax	Unidad	Costo Unitario	Unidad	Costo Total
Harina	263	1000	Gr	0,32	C/Lb	0,70
Harina Integral	171	650	Gr	0,40	C/Lb	0,57
Agua	250	950	Gr	0,00	C/Lb	0,00
Azúcar	55	210	Gr	0,32	C/Lb	0,15
Huevos	0	0	Gr	0,11	Unidad	0,00
Levadura	17	63	Gr	2,13	C/Lb	0,30
Margarina	53	200	Gr	0,68	C/Lb	0,30
Sal	8	32	Gr	0,17	C/Lb	0,01
Cálculos	Resultados		Análisis Cárnico		C. Variable	2,03
C.I.F 30% (Pv)	0,05		Cr=Fc*Ck	0%	% Varios	0,00
$\sum C.P = Cxp + C.I.F$	0,10		Fc=1+D		<b>Total</b>	2,03
$U1 = Pv - \sum Cp$	0,06		D=10%		<b>C. Pax</b>	0,05
$U2 = P.V.S - Pv$	0,03		Cr=Fc*Ck	32%	<b>C.M.P O Venta</b>	0,32
$U Neta = U1 + U2$	0,10		<b>4,95</b>		<b>P.V</b>	0,17
					<b>P.V.S</b>	0,20

Elaborado: Andrea Almeida

Tabla N° 60 Pan de dulce

<b>Receta Estándar Con Cálculos</b>						
Nombre De La Receta:	Pan De Dulce			Grupo:	Panes	
				Tiempo: 180 Min	Número De Pax	25
Ingredientes	Cantidad (10)	Más Pax	Unidad	Costo Unitario	Unidad	Costo Total
Harina	400	1000	Gr	0,32	C/Lb	0,70
Agua	136	340	Gr	0,00	C/Lb	0,00
Azúcar	80	200	Gr	0,32	C/Lb	0,14
Huevos	2	4	Gr	0,11	Unidad	0,44
Levadura	10	24	Gr	2,13	C/Lb	0,11
Margarina	80	200	Gr	0,68	C/Lb	0,30
Sal	0	0	Gr	0,17	C/Lb	0,00
<b>Cálculos</b>	<b>Resultados</b>		<b>Análisis Cárnico</b>		<b>C. Variable</b>	1,70
<b>C.I.F 30% (Pv)</b>	<b>0,06</b>		$Cr=Fc*Cb$	<b>0%</b>	<b>% Varios</b>	0,00
$\Sigma$ . C.P= Cxp + C.I.F	<b>0,13</b>		$Fc=1+D$		<b>Total</b>	1,70
$U1=Pv-\Sigma Cp$	<b>0,08</b>		$D=10\%$		<b>C. Pax</b>	0,07
$U2=P.V.S-Pv$	<b>0,04</b>		$Cr=Fc*Cb$	<b>32%</b>	<b>C.M.P O</b>	0,32
<b>U Neta= U1+U2</b>	<b>0,12</b>		<b>4,95</b>		<b>P.V</b>	0,21
					<b>P.V.S</b>	0,25

Elaborado: Andrea Almeida

Tabla N° 61 Pan reventado

<b>Receta Estándar Con Cálculos</b>						
Nombre De La Receta:	Pan Reventado			Grup Panes		
				Tiempo:	180 Min	Número De Pax
Ingredientes	Cantidad (10)	Más Pax	Unidad	Costo Unitario	Unidad	Costo Total
Harina	400	1000	Gr	0,32	C/Lb	0,70
Agua	182	455	Gr	0,00	C/Lb	0,00
Azúcar	32	80	Gr	0,32	C/Lb	0,06
Huevos	1	2	Unidad	0,11	Unidad	0,22
Levadura	16	40	Gr	2,13	C/Lb	0,19
Margarina	100	250	Gr	0,68	C/Lb	0,37
Sal	8	20	Gr	0,17	C/Lb	0,01
Cálculos	Resultados		Análisis Cárnico		C. Variable	1,55
C.I.F 30% (Pv)	0,06		Cr=Fc*Ck	0%	% Varios	0,00
$\sum C.P = Cxp + C.I.F$	0,12		Fc=1+D		Total	1,55
$U1 = Pv - \sum Cp$	0,07		D=10%		C. Pax	0,06
$U2 = P.V.S - Pv$	0,04		Cr=Fc*Ck	32%	C.M.P O Venta	0,32
$U Neta = U1 + U2$	0,11		4,95		P.V	0,19
					P.V.S	0,23

Elaborado: Andrea Almeida

Tabla N° 62 Pan croissant

<b>Receta Estándar Con Cálculos</b>						
Nombre De La Receta:	Pan Croissant			Grup Panes		
				Tiem po:	180 Min	Número De Pax
Ingredientes	Cantidad (10)	Más Pax	Unidad	Costo Unitario	Unidad	Costo Total
Harina	400	1000	Gr	0,32	C/Lb	0,70
Agua	128	320	Gr	0,00	C/Lb	0,00
Azúcar	48	120	Gr	0,32	C/Lb	0,08
Huevos	2	4	Gr	0,11	Unidad	0,44
Levadura	16	40	Gr	2,13	C/Lb	0,19
Margarina	40	100	Gr	0,68	C/Lb	0,15
Sal	8	20	Gr	0,17	C/Lb	0,01
Margarina	200	500	Gr	0,68	C/Lb	0,75
Cálculos	Resultados		Análisis Cárnico		C. Variable	2,32
C.I.F 30% (Pv)	0,09		Cr=Fc*Ck	0%	% Varios	0,00
∑. C.P= Cxp + C.I.F	0,18		Fc=1+D		<b>Total</b>	2,32
U1=Pv-∑Cp	0,11		D=10%		<b>C. Pax</b>	0,09
U2=P.V.S-Pv	0,06		Cr=Fc*Ck	32%	<b>C.M.P O Venta</b>	0,32
U Neta= U1+U2	0,17		<b>4,95</b>		<b>P.V</b>	0,29
					<b>P.V.S</b>	0,35

Elaborado: Andrea Almeida

**Tabla N° 63 Pan de agua**

<b>Receta Estándar Con Cálculos</b>						
Nombre De La Receta:	Pan De Agua			Grupo Panes		
				Tiempo:	180 Min	Número De Pax
<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad (10)</b>	<b>Más Pax</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo Total</b>
Harina	400	1000	Gr	0,32	C/Lb	0,70
Agua	226	565	Gr	0,00	C/Lb	0,00
Azúcar	12	30	Gr	0,32	C/Lb	0,02
Huevos	0	0	Gr	0,11	Unidad	0,00
Levadura	16	40	Gr	2,13	C/Lb	0,19
Margarina	20	50	Gr	0,68	C/Lb	0,07
Sal	8	20	Gr	0,17	C/Lb	0,01
<b>Cálculos</b>	<b>Resultados</b>		<b>Análisis Cárnicos</b>		<b>C. Variable</b>	1,00
<b>C.I.F 30% (Pv)</b>	<b>0,04</b>		$Cr=Fc* Ck$	<b>0%</b>	<b>% Varios</b>	0,00
$\sum C.P= Cxp + C.I.F$	<b>0,08</b>		$Fc=1+D$		<b>Total</b>	1,00
$U1=Pv-\sum Cp$	<b>0,05</b>		$D=10\%$		<b>C. Pax</b>	0,04
$U2=P.V.S-Pv$	<b>0,02</b>		$Cr=Fc* Ck$	<b>32%</b>	<b>C.M.P O Venta</b>	0,32
$U Neta= U1+U2$	<b>0,07</b>		<b>4,95</b>		<b>P.V</b>	0,12
					<b>P.V.S</b>	0,15

Elaborado: Andrea Almeida

**Tabla N° 64 Pan enrollado**

<b>Receta Estándar Con Cálculos</b>						
Nombre De La Receta:	Pan Enrollado			Grup Panes		
				Tiempo:	180 Min	Número De Pax
Ingredientes	Cantidad (10)	Más Pax	Unidad	Costo Unitario	Unidad	Costo Total
Harina	400	1000	Gr	0,32	C/Lb	0,70
Agua	220	550	Gr	0,00	C/Lb	0,00
Azúcar	16	40	Gr	0,32	C/Lb	0,03
Huevos	1	2	Gr	0,11	Unidad	0,22
Levadura	16	40	Gr	2,13	C/Lb	0,19
Margarina	40	100	Gr	0,68	C/Lb	0,15
Sal	8	20	Gr	0,17	C/Lb	0,01
Margarina	80	200	Gr	0,68	C/Lb	0,30
Cálculos	Resultados		Análisis Cárnico		C. Variable	
C.I.F 30% (Pv)	0,06		Cr=Fc*Ck	0%	% Varios	1,60
∑. C.P= Cxp + C.I.F	0,12		Fc=1+D		Total	0,00
U1=Pv-∑Cp	0,08		D=10%		C. Pax	1,60
U2=P.V.S-Pv	0,04		Cr=Fc*Ck	32%	C.M.P O Venta	0,06
U Neta= U1+U2	0,12		4,95		P.V	0,32
					P.V.S	0,20
						0,24

Elaborado: Andrea Almeida



Tabla N° 65 Pan tipo botón

<b>Receta Estándar Con Cálculos</b>						
Nombre De La Receta:	Pan Botón			Grupo:	Panes	
				Tiempo:	180 Min	Número De Pax
Ingredientes	Cantidad (10)	Más Pax	Unidad	Costo Unitario	Unidad	Costo Total
Harina	400	1000	Gr	0,32	C/Lb	0,70
Agua	160	400	Gr	0,00	C/Lb	0,00
Azúcar	40	100	Gr	0,32	C/Lb	0,07
Huevos	1	2	Gr	0,11	Unidad	0,22
Levadura	16	40	Gr	2,13	C/Lb	0,19
Margarina	80	200	Gr	0,68	C/Lb	0,30
Sal	8	20	Gr	0,17	C/Lb	0,01
Cálculos	Resultados		Análisis Cárnico		C. Variable	1,49
C.I.F 30% (Pv)	0,06		Cr=Fc*Ck	0%	% Varios	0,00
$\sum C.P = Cxp + C.I.F$	0,12		Fc=1+D		<b>Total</b>	1,49
$U1 = Pv - \sum Cp$	0,07		D=10%		<b>C. Pax</b>	0,06
$U2 = P.V.S - Pv$	0,04		Cr=Fc*Ck	32%	<b>C.M.P O Venta</b>	0,32
$U Neta = U1 + U2$	0,11		<b>4,95</b>		<b>P.V</b>	0,19
					<b>P.V.S</b>	0,22

Elaborado: Andrea Almeida

**Tabla N° 66 Pan de yuca**

<b>Receta Estándar Con Cálculos</b>						
Nombre De La Receta:	Pan De Yuca			Grupo:	Panes	
				Tiempo:	90 Min	Número De Pax
Ingredientes	Cantidad (10)	Más Pax	Unidad	Costo Unitario	Unidad	Costo Total
Almidón De Yuca	100	250	Gr	1,8	C/Lb	0,99
Queso De Mesa	200	500	Gr	2,00	C/Lb	2,00
Polvo De Hornear	8	20	Gr	1,83	C/Lb	0,31
Huevos	1	2	Gr	0,11	Unidad	0,22
Cálculos	Resultados		Análisis Cárnico		C. Variable	3,52
C.I.F 30% (Pv)	0,13		Cr=Fc*Ck	0%	% Varios	0,00
$\sum C.P = C_{xp} + C.I.F$	0,27		Fc=1+D		<b>Total</b>	3,52
$U1 = Pv - \sum Cp$	0,17		D=10%		<b>C. Pax</b>	0,14
$U2 = P.V.S - Pv$	0,09		Cr=Fc*Ck	32%	<b>C.M.P O Venta</b>	0,32
$U Neta = U1 + U2$	0,25		<b>4,95</b>		<b>P.V</b>	0,44
					<b>P.V.S</b>	0,53

Elaborado: Andrea Almeida

**Tabla N° 67 Pan de Ambato**

<b>Receta Estándar Con Cálculos</b>						
Nombre De La Receta:	Pan De Ambato			Grupo:	Panes	
				Tiempo:	180 Min	Número De Pax
Ingredientes	Cantidad (10)	Más Pax	Unidad	Costo Unitario	Unidad	Costo Total
Harina	400	1000	Gr	0,32	C/Lb	0,70
Agua	140	350	Gr	0,00	C/Lb	0,00
Azúcar	28	70	Gr	0,32	C/Lb	0,05
Huevos	1	2	Gr	0,11	Unidad	0,22
Levadura	16	40	Gr	2,13	C/Lb	0,19
Margarina	160	400	Gr	0,68	C/Lb	0,60
Sal	8	20	Gr	0,17	C/Lb	0,01
Cálculos	Resultados		Análisis Cárnico		C. Variable	1,77
<b>C.I.F 30% (Pv)</b>	<b>0,07</b>		Cr=Fc*Ck	<b>0%</b>	% Varios	0,00
<b>∑. C.P= Cxp + C.I.F</b>	<b>0,14</b>		Fc=1+D		<b>Total</b>	1,77
<b>U1=Pv-∑Cp</b>	<b>0,08</b>		D=10%		<b>C. Pax</b>	0,07
<b>U2=P.V.S-Pv</b>	<b>0,04</b>		Cr=Fc*Ck	<b>32%</b>	<b>C.M.P O Venta</b>	0,32
<b>U Neta= U1+U2</b>	<b>0,13</b>		<b>4,95</b>		<b>P.V</b>	0,22
					<b>P.V.S</b>	0,27

Elaborado: Andrea Almeida

Tabla N° 68 Pan danés

<b>Receta Estándar Con Cálculos</b>						
Nombre De La Receta:	Pan Danés			Grupo:	Panés	
				Tiempo	180 Min	Número De Pax
Ingredientes	Cantidad (10)	Más Pax	Unidad	Costo Unitario	Unidad	Costo Total
Harina	400	1000	Gr	0,32	C/Lb	0,70
Agua	128	320	Gr	0,00	C/Lb	0,00
Azúcar	112	280	Gr	0,32	C/Lb	0,20
Huevos	1	2	Unidad	0,11	Unidad	0,22
Levadura	16	40	Gr	2,13	C/Lb	0,19
Margarina	100	250	Gr	0,68	C/Lb	0,37
Sal	2	5	Gr	0,17	C/Lb	0,00
R. Limón	6	16	Gr	0,01	Unidad	0,05
<u>Relleno</u>		0				
Confitadas	40	100	Gr	2	C/Lb	0,40
Pasas	40	100	Gr	2	C/Lb	0,40
Pastelera	60	150	Gr	0,60	C/Lb	0,20
Canela P.	6	16	Gr	0,5	Paquete	0,16
<u>Crema Pastera</u>		0				
Leche	100	250	ML	0,85	Litro	0,21
Maicena	10	25	Gr	2,5	C/Lb	0,14
Azúcar	20	50	Gr	0,32	C/Lb	0,04
Huevos	1	1	Unidad	0,11	Unidad	0,11
<b>Cálculos</b>	<b>Resultados</b>		<b>Análisis Cárnico</b>		<b>C. Variable</b>	<b>3,39</b>
<b>C.I.F 30% (Pv)</b>	<b>0,13</b>		$Cr=Fc*Ck$	<b>0%</b>	<b>% Varios</b>	<b>0,00</b>
$\sum C.P= Cxp + C.I.F$	<b>0,26</b>		$Fc=1+D$		<b>Total</b>	<b>3,39</b>
$U1=Pv-\sum Cp$	<b>0,16</b>		$D=10\%$		<b>C. Pax</b>	<b>0,14</b>
$U2=P.V.S-Pv$	<b>0,08</b>		$Cr=Fc*Ck$	<b>32%</b>	<b>C.M.P O Venta</b>	<b>0,32</b>
$U Neta= U1+U2$	<b>0,25</b>		<b>0</b>		<b>P.V</b>	<b>0,42</b>
					<b>P.V.S</b>	<b>0,51</b>

Elaborado: Andrea Almeida

Tabla N° 69 Pan injerto

<b>Receta Estándar Con Cálculos</b>						
Nombre De La Receta:	Pan Injerto			Grupo:	Panes	
				Tiempo:	180 Min	Número De Pax
Ingredientes	Cantidad (10)	Más Pax	Unidad	Costo Unitario	Unidad	Costo Total
Harina	320	800	Gr	0,32	C/Lb	0,56
H. Integral	80	200	Gr	0,40	C/Lb	0,18
Agua	232	580	Gr	0,00	C/Lb	0,00
Azúcar	28	70	Gr	0,32	C/Lb	0,05
Huevos	0	0	Gr	0,11	Unidad	0,00
Levadura	16	40	Gr	2,13	C/Lb	0,19
Margarina	100	250	Gr	0,68	C/Lb	0,37
Sal	8	20	Gr	0,17	C/Lb	0,01
<u>Masa Interna</u>						0,00
Harina	40	100	Gr	0,32	C/Lb	0,07
Agua	148	370	Gr	0	MI	0,00
Sal	2	5	Gr	0,17	C/Lb	0,00
Azúcar	80	200	Gr	0,32	C/Lb	0,14
Levadura	24	60	Gr	2,13	C/Lb	0,28
Margarina	80	200	Gr	0,68	C/Lb	0,30
Esencia De Coco	2	5	Gr	2,5	Frasco	0,03
Huevos	2	2	Gr	0,11	Unidad	0,00
<b>Cálculos</b>	<b>Resultados</b>		<b>Análisis Cárnico</b>		<b>C. Variable</b>	2,18
<b>C.I.F 30% (Pv)</b>	<b>0,08</b>		Cr=Fc*Ck	<b>0%</b>	<b>% Varios</b>	0,00
<b>∑. C.P= Cxp + C.I.F</b>	<b>0,17</b>		Fc=1+D		<b>Total</b>	2,18
<b>U1=Pv-∑Cp</b>	<b>0,10</b>		D=10%		<b>C. Pax</b>	0,09
<b>U2=P.V.S-Pv</b>	<b>0,05</b>		Cr=Fc*Ck	<b>32%</b>	<b>C.M.P O Venta</b>	0,32
<b>U Neta= U1+U2</b>	<b>0,16</b>		<b>#;Ref!</b>		<b>P.V</b>	0,27
					<b>P.V.S</b>	0,33

Elaborado: Andrea Almeida

Tabla N° 70 Empanadas de queso

<b>Receta Estándar Con Cálculos</b>						
Nombre De La Receta:	Empanadas De Queso			Grupo:	Panes	
				Tiempo:	180 Min	Número De Pax
Ingredientes	Cantidad (10)	Más Pax	Unidad	Costo Unitario	Unidad	Costo Total
Harina	400	1000	Gr	0,32	C/Lb	0,70
Agua	220	550	Gr	0,00	C/Lb	0,00
Azúcar	44	110	Gr	0,32	C/Lb	0,08
Huevos	2	2	Gr	0,11	Unidad	0,22
Levadura	16	40	Gr	2,13	C/Lb	0,19
Margarina	72	180	Gr	0,68	C/Lb	0,27
Sal	8	20	Gr	0,17	C/Lb	0,01
Queso	200	500	Gr	2	C/Lb	2,20
Cálculos	Resultados		Análisis Cárnico		C. Variable	3,67
C.I.F 30% (Pv)	0,14		Cr=Fc*Ck	0%	% Varios	0,00
∑. C.P= Cxp + C.I.F	0,28		Fc=1+D		<b>Total</b>	3,67
U1=Pv-∑Cp	0,17		D=10%		<b>C. Pax</b>	0,15
U2=P.V.S-Pv	0,09		Cr=Fc*Ck	32%	<b>C.M.P O Venta</b>	0,32
U Neta= U1+U2	0,27		#;Ref!		<b>P.V</b>	0,46
					<b>P.V.S</b>	0,55

Elaborado: Andrea Almeida

Tabla N° 71 Pan baguette

<b>Receta Estándar Con Cálculos</b>						
Nombre De La Receta:	Pan Baguette			Grupo:	Panes	
				Tiempo:	180 Min	Número De Pax
Ingredientes	Cantidad (10)	Más Pax	Unidad	Costo Unitario	Unidad	Costo Total
Harina	400	1000	Gr	0,32	C/Lb	0,70
Agua	200	500	Gr	0,00	C/Lb	0,00
Azúcar	8	20	Gr	0,32	C/Lb	0,01
Huevos			Gr	0,11	Unidad	0,00
Levadura	12	30	Gr	2,13	C/Lb	0,14
Margarina	8	20	Gr	0,68	C/Lb	0,03
Sal	10	25	Gr	0,17	C/Lb	0,01
Cálculos	Resultados		Análisis Cárnico		C. Variable	0,90
C.I.F 30% (Pv)	0,03		Cr=Fc*Ck	0%	% Varios	0,00
$\sum$ . C.P= Cxp + C.I.F	0,07		Fc=1+D		Total	0,90
$U1=Pv-\sum Cp$	0,04		D=10%		C. Pax	0,04
$U2=P.V.S-Pv$	0,02		Cr=Fc*Ck	32%	C.M.P O Venta	0,32
U Neta= U1+U2	0,07		#;Ref!		P.V	0,11
					P.V.S	0,13

Elaborado: Andrea Almeida

Tabla N° 72 Trenza de dulce

<b>Receta Estándar Con Cálculos</b>						
Nombre De La Receta:	Trenza De Dulce			Grupo:	Panes	
				Tiempo:	180 Min	Número De Pax
Ingredientes	Cantidad (10)	Más Pax	Unidad	Costo Unitario	Unidad	Costo Total
Harina	400	1000	Gr	0,32	C/Lb	0,70
Agua	136	340	Gr	0,00	C/Lb	0,00
Azúcar	80	200	Gr	0,32	C/Lb	0,14
Huevos	2	4	Gr	0,11	Unidad	0,44
Levadura	10	24	Gr	2,13	C/Lb	0,11
Margarina	80	200	Gr	0,68	C/Lb	0,30
Sal	0	0	Gr	0,17	C/Lb	0,00
Cálculos	Resultados		Análisis Cárnico		C. Variable	1,70
C.I.F 30% (Pv)	0,06		Cr=Fc*Ck	0%	% Varios	0,00
$\sum C.P = Cxp + C.I.F$	0,13		Fc=1+D		<b>Total</b>	1,70
$U1 = Pv - \sum Cp$	0,08		D=10%		<b>C. Pax</b>	0,07
$U2 = P.V.S - Pv$	0,04		Cr=Fc*Ck	32%	<b>C.M.P O Venta</b>	0,32
$U Neta = U1 + U2$	0,12		#¡Ref!		<b>P.V</b>	0,21
					<b>P.V.S</b>	0,25
<b>Para La Trenza Se Usa 3 Unidades</b>						0,76

Elaborado: Andrea Almeida



Tabla N° 73 Pan de queso

<b>Receta Estándar Con Cálculos</b>						
Nombre De La Receta:	Pan De Queso			Grupo:	Panes	
				Tiempo:	180 Min	Número De Pax
Ingredientes	Cantidad (10)	Más Pax	Unidad	Costo Unitario	Unidad	Costo Total
Harina	400	1000	Gr	0,32	C/Lb	0,70
Agua	220	550	Gr	0,00	C/Lb	0,00
Azúcar	24	60	Gr	0,32	C/Lb	0,04
Huevos		0	Gr	0,11	Unidad	0,00
Levadura	12	30	Gr	2,13	C/Lb	0,14
Margarina	80	200	Gr	0,68	C/Lb	0,30
Sal	8	0	Gr	0,17	C/Lb	0,00
Para La Cubierta		0	Gr			
Queso	200	500	Gr	2,00	C/Lb	2,20
Manteca	80	200	Gr	0,68	C/Lb	0,30
Cálculos	Resultados		Análisis Cárnico		C. Variable	3,69
C.I.F 30% (Pv)	0,14		Cr=Fc*Ck	0%	% Varios	0,00
∑. C.P= Cxp + C.I.F	0,29		Fc=1+D		<b>Total</b>	3,69
U1=Pv-∑Cp	0,18		D=10%		<b>C. Pax</b>	0,15
U2=P.V.S-Pv	0,09		Cr=Fc*Ck	32%	<b>C.M.P O Venta</b>	0,32
U Neta= U1+U2	0,27		#¡Ref!		<b>P.V</b>	0,46
					<b>P.V.S</b>	0,55

Elaborado: Andrea Almeida

### Anexo 3: Catálogo



**Ilustración N° 3 Portada del catálogo**

**Elaborado:** Andrea Almeida

---

Para pedidos llame al 023515973



---

Página 2

*Ilustración N° 4 Segunda página del catálogo*

Elaborado: Andrea Almeida

## CATÁLOGO DE LA PANADERÍA LA DELICIA

### PRODUCTOS

Pan Croissant	1
Pan Gusano	2
Pan Enrollado	3
Pan de Agua	4
Pan de Yuca	5
Pan Botón	6
Pan Integral	7
Pan Reventado	8
Pan Danés	9
Pan Injerto	10
Pan de Ambato	11
Pan de Dulce	12
Empanadas de queso	13
Pan Baguette	14
Trenza de Dulce	15
Pan de Queso	16

Página 3

**Ilustración N° 5 Tercera página del catálogo**

Elaborado: Andrea Almeida

---

Para pedidos llame al 023515973

## El Pan

### ¿Qué es el pan?

Seguramente cree que el pan no es más que la mezcla de unos pocos ingredientes harina, levadura, agua y sal, pero no es así.

Uno de los consejos es tratar a la masa como si fuese una persona, debemos recordar que "El pan tiene vida" y todo lo que le rodea causará un efecto en su elaboración.

El pan es un alimento milenario que ha alimentado pueblos enteros.

Los primeros panes aparecieron según historiadores 5000 A.C. en Egipto.



### La alegría de elaborar un pan

La elaboración del pan produce otros milagros interesantes, el amasado lento y rítmico es terapéutico ya que ayuda a la expansión de los pulmones, alivia el estrés y las tensiones.

A todos les encanta el aroma del pan mientras se hace, que solo es superado por el aroma cuando se hornea.

"Que el pan nunca falte en vuestros hogares"

---

Página 4

### Ilustración N° 6 Cuarta página del catálogo

Elaborado: Andrea Almeida

---

CATÁLOGO DE LA PANADERIA LA DELICIA



Pan reventado  
PVP. 0,20 ctv

**Pan Reventado**

Su nombre viene de la manera de explotar en el horno dando su forma característica, este es un producto alto en grasa.

---

Página 5

**Ilustración N° 7 Quinta página del catálogo**

**Elaborado:** Andrea Almeida

---

Para pedidos llame al 023515973



**Pan Croissant**

Masa hojaldrada y delicada de textura crocante con una corteza brillante.

Precio: 0,35 ctv

Tipo: Francés



**Pan Gusano**

Masa crujiente, con interior suave, con forma de oruga

Precio: 0,20 ctv

Tipo: Enrollado



**Enrollado**

Masa hojaldrada crocante con sabor a mantequilla.

Precio: 0,25 ctv

Tipo: Enrollado



**Pan de Agua**

Pan bajo en grasa de forma cilíndrica.

Precio: 0,15

Tipo: Francés

---

Página 6

**Ilustración N° 8 Sexta página del catálogo**

Elaborado: Andrea Almeida

---

Para pedidos llame al 023515973



**Pan de yuca**  
Pan hecho a base de almidón de yuca, queso y huevos, de textura chiclosa.

Precio: 0,50 ctv  
Tipo: Especial



**Pan Botón**  
Pan delicado con forma de un pequeño botón, hecho a base de mantequilla, leche y huevos

Precio: 0,10 ctv  
Tipo: Especial



**Pan Integral**  
Pan de textura crocante, elaborado con harina de trigo integral y panela, bajo en grasa.

Precio: 0,20 ctv  
Tipo: Baguette



**Pan reventado**  
Pan crocante, alto en grasa, de interior suave.

Precio: 0,20  
Tipo: tradicional

---

Página 7

**Ilustración N° 9 Séptima página del catálogo**

Elaborado: Andrea Almeida



---

Para pedidos llame al 023515973



**Pan Danés**

Masa hojaldrada y delicada de textura crocante con una corteza brillante.

Precio: 0,50 crv

Tipo: Francés



**Pan Injerto**

Pan elaborado con dos tipos de masa una dulce en la mitad y masa salada a su alrededor.

Precio: 0,25 crv

Tipo: Enrollado



**Pan de Ambato**

Tradicional de la ciudad de Ambato alto en grasa de sabor esponjoso y agradable

Precio: 0,20 crv

Tipo: Enrollado



**Pan de Dulce**

Pan esponjoso de sabor dulce con azúcar caramelizada en la parte superior, alto contenido calórico.

Precio: 0,20

Tipo: Francés

---

Página 8

**Ilustración N° 10 Octava página del catálogo**

Elaborado: Andrea Almeida

---

Para pedidos llame al 023515973



**Empanadas de queso**

Masa de sal rellena de queso, con una cobertura de azúcar.

Precio: 0,45 ctv.

Tipo: Especial



**Baguette**

Pan crujiente bajo en contenido graso de corteza dura. Peso aproximado 250 gramos y 30 cm de largo

Precio: 1,00 ctv. c/u

Tipo: Especial



**Trenza de dulce**

Pan de dulce que forma una espiga cubierta de azúcar

Precio: 0,75 ctv.

Tipo: Dulce



**Pan de queso**

Pan básico con una cubierta abundante de queso

Precio: 0,45 ctv.

Tipo: tradicional

---

Página 9

*Ilustración N° 11 Novena página del catálogo*

Elaborado por: Andrea Almeida.



---

CATALOGO DE LA PANADERIA  
LA DELICIA

SECTOR BELLAVISTA DEL SUR  
BARRIO DIVINO NIÑO  
MANZANA 15A BLOQUE 5 DEP 101  
Teléfono: 023515973  
Correo electrónico: [andrealmeida200294@gmail.com](mailto:andrealmeida200294@gmail.com)

**Ilustración N° 12** Novena página del catálogo

Elaborado: Andrea Almeida

## Anexo 4: Tríptico

<p><b>Su mejor elección</b></p> <p>Nuestro pan artesanal es un producto elaborado sin preservantes, ni aceleradores químicos los cuales son nocivos para la salud con su continuo consumo.</p> <p>Cada pan es fabricado de manera manual y sometido a una fermentación natural que lleva alrededor de 2 horas.</p> <p>Esto le otorga al producto un sabor y una característica especial tanto en aroma, color y sabor.</p> <p>Por estas razones es recomendable para la salud el consumo</p>  <p>Fan tipo gusano</p>	 <p><b>LA DELICIA PANADERIA</b></p> <p>SECTOR BELLAVISTA DEL SUR CALLE 80 DIVINO NIÑO MANZANA 12A BLOQUE 2 DEP 101</p> <p>Teléfono: 02121971 Correo electrónico: andres@delicia2007pa@gmail.com</p>	<p><b>LA DELICIA</b> PANADERIA ARTESANAL</p> <p><b>PANES</b> ARTESANALES</p>  <p><b>EL PAN QUE TE</b> <b>ACOMPANA TODAS TUS</b> <b>MAÑANAS</b></p> <p>TEL. 02121971</p>
--	--	---

## Ilustración N° 13 Tríptico

Elaborado: Andrea Almeida

## Anexo 5: Tarjetas de presentación



**Elaborado:** Andrea Almeida

## Índice de Tablas

Tabla N° 1 Ideas de Negocio.....	5
Tabla N° 2 Beneficios de la idea de negocio .....	6
Tabla N° 3 Desventajas de la idea de negocio .....	6
Tabla N° 4 Priorización de idea de negocio .....	7
Tabla N° 5 Priorización general .....	7
Tabla N° 6 FODA .....	12
Tabla N° 7 Términos de panadería.....	21
Tabla N° 8 crecimiento poblacional.....	24
Tabla N° 9 Proyección de la demanda de pan del conjunto divino niño .....	26
Tabla N° 10 Proyección de la oferta a nivel local del pan en el conjunto Divino Niño .....	28
Tabla N° 11 Demanda insatisfecha del consumo de pan en el conjunto divino niño .....	30
Tabla N° 12 Creación de una panadería.....	37
Tabla N° 13 Consumo en una panadería ubicada en el conjunto divino niño.....	38
Tabla N° 14 Frecuencia con la que visita una panadería en el día.....	39
Tabla N° 15 Que cantidad de pan consume a diario .....	40
Tabla N° 16 Qué tipo de pan consume.....	41
Tabla N° 17 Valores referenciales de precios del pan según el mercado.....	43
Tabla N° 18 Valor que pagará por una unidad de pan .....	43
Tabla N° 19 Qué tipo de promoción prefiere .....	45
Tabla N° 20 Cuál es el medio de comunicación que más usa para recibir publicidad.....	47
Tabla N° 21 Productos de panadería realizados con otra harinas .....	49
Tabla N° 22 Productos (pan) consumidos en otros lugares del sector .....	50
Tabla N° 23 Está satisfecho con el producto con relación a la pregunta anterior .....	51

Tabla N° 24 Cuál de estos logotipos le gusta mas .....	52
Tabla N° 25 Tipo de Pan.....	57
Tabla N° 26 Ventas estimadas .....	58
Tabla N° 27 Capacidad de la planta .....	60
Tabla N° 28 Determinación de la planta .....	62
Tabla N° 29 Descripción del plano de la planta.....	65
Tabla N° 30 Fichas profesiograficas panadero .....	66
Tabla N° 31 ficha Profesiografica del ayudante de panadería .....	67
Tabla N° 32 Proceso de elaboración del pan.....	68
Tabla N° 33 Simbología.....	69
Tabla N° 34 Recursos necesarios para ejecutar el proyecto.....	71
Tabla N° 35 área administrativa.....	72
Tabla N° 36 área productiva.....	73
Tabla N° 37 Área comercial.....	74
Tabla N° 38 Descripción del puesto de trabajo.....	76
Tabla N° 39 selección del puesto de trabajo .....	77
Tabla N° 40 Perfil de los trabajadores .....	77
Tabla N° 41 Costos salariales.....	78
Tabla N° 42 Análisis de la inversión.....	86
Tabla N° 43 Estado de fuentes y usos .....	87
Tabla N° 44 Presupuesto de costos de producción .....	88
Tabla N° 45 Gastos de administración.....	89
Tabla N° 46 Gastos de venta .....	89
Tabla N° 47 Presupuestos de gastos financieros.....	90

Tabla N° 48 Estado de pérdidas y ganancias .....	90
Tabla N° 49 Balance general.....	90
Tabla N° 50 Flujo de caja.....	91
Tabla N° 51 Valor actual neto.....	92
Tabla N° 52 Tasa interna de retorno .....	92
Tabla N° 53 Relación costo beneficio.....	93
Tabla N° 54 Periodo de recuperación de la inversión .....	93
Tabla N° 55 Punto de equilibrio.....	94
Tabla N° 56 Unidades a producir para obtener el punto de equilibrio.....	95
Tabla N° 57 Matriz ambiental .....	82
Tabla N° 58 Pan gusano .....	104
Tabla N° 59 Pan integral .....	105
Tabla N° 60 Pan de dulce .....	106
Tabla N° 61 Pan reventado.....	107
Tabla N° 62 Pan croissant .....	108
Tabla N° 63 Pan de agua .....	109
Tabla N° 64 Pan enrollado .....	110
Tabla N° 65 Pan tipo botón.....	111
Tabla N° 66 Pan de yuca .....	112
Tabla N° 67 Pan de Ambato.....	113
Tabla N° 68 Pan danés .....	114
Tabla N° 69 Pan injerto.....	115
Tabla N° 70 Empanadas de queso.....	116
Tabla N° 71 Pan baguette.....	117



Tabla N° 72 Trenza de dulce.....	118
Tabla N° 73 Pan de queso .....	119

## Índice de Gráficos

Gráfico N° 1 Crecimiento poblacional.....	25
Gráfico n° 2 Proyección de la demanda de pan del conjunto divino niño .....	26
Gráfico N° 3 Proyección de la oferta local .....	28
Gráfico N° 4 Demanda insatisfecha del consumo de pan en el conjunto divino niño .....	30
Gráfico N° 5 Creación de una panadería.....	37
Gráfico N° 6 Consumo en una panadería ubicada en el conjunto divino niño .....	38
Gráfico N° 7 Frecuencia con la visita una panadería en el día.....	39
Gráfico N° 8 Unidades de pan consumidas por familia .....	40
Gráfico N° 9 Tipo de pan que consume .....	42
Gráfico N° 10 Valor que está dispuesto a pagar por una unidad de pan.....	43
Gráfico N° 11 Qué tipo de promoción prefiere.....	45
Gráfico N° 12 Por cual medio recibe publicidad .....	47
Gráfico N° 13 Productos hechos a base de otras harinas .....	49
Gráfico N° 14 Productos (pan) consumidos en otros lugares del sector .....	50
Gráfico N° 15 Está satisfecho con el lugar donde compra el pan .....	51
Gráfico N° 16Cuál de estos logotipos le agrada mas .....	52
Gráfico N° 17 Capacidad de la planta.....	60
Gráfico N° 18 Distribución de la planta.....	64
Gráfico N° 19 Punto de equilibrio.....	94

## Índice de Ilustraciones

Ilustración N° 1 Ubicación de la Urbanización.....	63
Ilustración N° 2 Ubicación de la urbanización.....	64
Ilustración N° 3 Portada del catálogo.....	120
Ilustración N° 4 Segunda página del catálogo .....	121
Ilustración N° 5 Tercera página del catálogo .....	122
Ilustración N° 6 Cuarta página del catálogo.....	123
Ilustración N° 7 Quinta página del catálogo .....	124
Ilustración N° 8 Sexta página del catálogo .....	125
Ilustración N° 9 Séptima página del catálogo .....	126
Ilustración N° 10 Octava página del catálogo .....	127
Ilustración N° 11 Novena página del catálogo .....	128
Ilustración N° 12 Novena página del catálogo.....	129
Ilustración N° 13 Tríptico .....	130