



**CARRERA: GASTRONOMÍA**

**TEMA:**

**“Estudio de factibilidad de la creación de una panadería a base de masa madre en el sector de Calderón, norte de Quito”**

**Proyecto de Plan de Negocio previo a la obtención del título de  
Tecnólogo Superior en Gastronomía**

**AUTOR: Luis Fernando Rivera**

**TUTOR: Lcdo. Carlos Chávez**

**Quito, 15 de marzo del 2022**

## **DEDICATORIA**

Este proyecto dedico a mis padres por haberme apoyado en el transcurso de la carrera económicamente y emocionalmente, incentivándome a seguir hasta terminar y llegar a cumplir mi sueño, también va dedicado a mi abuela quien fue el centro y la motivación constante de seguir esta carrera.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a todos mis licenciados por haberme ayudado compartiendo sus enseñanzas y guiarme por un buen camino para ser un excelente profesional al futuro, también agradezco a mis padres que me apoyaron desde el primer momento, además de enseñarme la constancia, responsabilidad, humildad y dedicación en el trascurso de mi vida y es gracias a ellos que hoy puedo llegar a ser un gran profesional.

## **AUTORIA**

Yo, Luis Fernando Rivera Ipiales autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Luis Fernando Rivera Ipiales

NOMBRE DEL ESTUDIANTE

D.M. Quito 15 de septiembre 2021

**Lcdo. Carlos Chávez.**

**Tutor de Trabajo de Titulación**

## **CERTIFICACIÓN**

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

**Lcdo. Carlos Chávez.**

D.M. Quito, 11 de septiembre 2021

## **ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA**

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: El Lcdo. Carlos Chávez y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y el Sr. Luis Fernando Rivera Ipiales por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: El Sr. Luis Fernando Rivera Ipiales realizó el trabajo de fin de carrera titulado: **“Estudio de factibilidad de la creación de una panadería a base de masa madre en el sector de Calderón, norte de Quito.”** para optar por el título de, Tecnólogo en Gastronomía en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del Lcdo. Carlos Chávez.

TERCERA: Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos de fin de carrera se apliquen, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

CUARTA: Los comparecientes, Lcdo. Carlos Chávez. En calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la Sr. Luis Fernando Rivera Ipiales, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: “Estudio de factibilidad de la creación de una panadería a base de masa madre en el sector de Calderón, norte de Quito.” y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

QUINTA: Aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

**Lcdo. Carlos Chávez.**

Luis Fernando Rivera Ipiales

D.M. Quito, 15 de septiembre 20

## CONTENIDO

<i>DEDICATORIA</i> .....	<i>ii</i>
<i>AGRADECIMIENTO</i> .....	<i>iii</i>
<i>AUTORIA</i> .....	<i>iv</i>
<i>CERTIFICACIÓN</i> .....	<i>v</i>
<i>ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA</i> .....	<i>vi</i>
<b>2.ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL</b> .....	<b>13</b>
<b>2.1 Creación de la empresa</b> .....	<b>13</b>
<b>2.2 Descripción de la empresa</b> .....	<b>13</b>
<b>2.2.1 Importancia</b> .....	<b>13</b>
<b>2.2.2. Características</b> .....	<b>14</b>
<b>2.2.3. Actividad</b> .....	<b>14</b>
<b>2.3. Tamaño de la empresa</b> .....	<b>15</b>
<b>2.4. Necesidades que satisfacer</b> .....	<b>15</b>
<b>2.4.1 Necesidad Fisiológica</b> .....	<b>15</b>
<b>2.4.2 Necesidad de Seguridad</b> .....	<b>15</b>
<b>2.4.3 Necesidad Social – Afiliación</b> .....	<b>16</b>
<b>2.4.4 Necesidad de Reconocimiento</b> .....	<b>16</b>
<b>2.4.5 Necesidad de Autorrealización</b> .....	<b>17</b>
<b>2.5 Localización de la empresa</b> .....	<b>17</b>
<b>2.6. Filosofía empresarial</b> .....	<b>17</b>
<b>2.6.1. Misión</b> .....	<b>17</b>
<b>2.6.2. Visión</b> .....	<b>18</b>
<b>2.6.3. Objetivos</b> .....	<b>18</b>
<b>2.6.4. Meta</b> .....	<b>18</b>
<b>2.6.5. Estrategias</b> .....	<b>18</b>

<b>2.6.6. Política .....</b>	<b>18</b>
<b>2.6.7. FODA.....</b>	<b>19</b>
<b>2.7. Desarrollo organizacional.....</b>	<b>20</b>
<b>2.7.1. Tipo de Estructura .....</b>	<b>20</b>
<b>2.7.2. Formalización .....</b>	<b>20</b>
<b>2.7.3. Centralización – Descentralización.....</b>	<b>21</b>
<b>2.7.4. Integración .....</b>	<b>21</b>
<b>2.8. Organigrama empresarial .....</b>	<b>22</b>
<b>3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING .....</b>	<b>30</b>
<b>3.1. Objetivo de mercadotecnia .....</b>	<b>30</b>
<b>3.2. Investigación de mercado .....</b>	<b>30</b>
<b>3.2.1. Modalidad .....</b>	<b>30</b>
<b>3.3. Plan de Muestreo .....</b>	<b>30</b>
<b>3.4. Análisis de las encuestas .....</b>	<b>31</b>
Pregunta 1.....	31
Pregunta 2.....	32
Pregunta 3.....	33
Pregunta 4.....	34
Pregunta 5.....	34
Pregunta 6.....	35
Pregunta 7.....	36
Pregunta 8.....	36
Pregunta 9.....	37
Pregunta 10.....	38
<b>3.4.1. Análisis General.....</b>	<b>39</b>
<b>3.5. Entorno empresarial .....</b>	<b>39</b>
<b>3.5.1. Micro entorno .....</b>	<b>39</b>
<b>3.6. Producto y servicio .....</b>	<b>44</b>
<b>3.6.1. Producto Esencial .....</b>	<b>44</b>

3.6.2. Producto real .....	44
3.6.3. Características .....	44
3.6.4. Calidad .....	45
3.6.5. Estilo .....	45
3.6.6. Marca.....	45
3.6.7. Producto aumentado. ....	45
3.7. Plan de introducción al mercado .....	46
3.7.1. Distintivos y Uniformes.....	46
3.7.2. Materiales de identificación.....	48
3.7.3. Canal de distribución y puntos de ventas.....	50
3.7.4. Riesgo y oportunidades del negocio .....	51
3.8. Fijación de Precios .....	52
3.8.1. Fijación de precios por receta estándar. ....	52
3.9. Implementación del negocio .....	57
3.10. Estudio arquitectónico .....	60
3.11. Estructura interna del establecimiento. ....	61
<b>4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL.....</b>	<b>61</b>
<b>5.PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL .....</b>	<b>65</b>
5.1 Objetivo de área .....	65
5.2 Impacto ambiental.....	65
5.3 Impacto social .....	66
<b>6. PROCESO FINANCIERO .....</b>	<b>67</b>
6.1. Introducción.....	67
6.2. Inversiones .....	67
6.3. Activos Fijos.....	67
6.4. Activos diferidos .....	67
6.5. Capital de trabajo.....	68
6.6 Sueldos.....	69

<b>6.7. Depreciación activos fijos.</b> .....	<b>70</b>
<b>6.8. Amortizaciones</b> .....	<b>70</b>
<b>6.9. Estructura capital</b> .....	<b>71</b>
<b>6.10. Tabla de amortización</b> .....	<b>71</b>
<b>6.11. Punto de equilibrio</b> .....	<b>72</b>
<b>6.12 Costo de ventas</b> .....	<b>73</b>
<b>6.13. Flujo de caja</b> .....	<b>73</b>
<b>6.14. Calculo del TIR y el VAN</b> .....	<b>74</b>
<b>6.14.1. VAN (Valor Actual Neto)</b> .....	<b>74</b>
<b>6.14.2. TIR (Tasa Interna de Retorno)</b> .....	<b>74</b>
<b>7.CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	<b>75</b>
<b>7.1. Conclusiones.</b> .....	<b>75</b>
<b>7.2. Recomendaciones.</b> .....	<b>76</b>
<b>7.3. Bibliografía.</b> .....	<b>76</b>
<b>7.4. Anexos</b> .....	<b>77</b>

### Índice de gráficos

Ilustración 1. <i>Pregunta 1, gráfico circular</i> .....	30
Ilustración 2. <i>Pregunta 2, gráfico circular</i> .....	31
Ilustración 3. <i>Pregunta 3, gráfico circular</i> .....	32
Ilustración 4. <i>Pregunta 4, gráfico circular</i> .....	33
Ilustración 5. <i>Pregunta 5, gráfico circular</i> .....	33
Ilustración 6. <i>Pregunta 6, gráfico circular</i> .....	34

Ilustración 7. <i>Pregunta 7, gráfico circular</i> .....	35
Ilustración 8. <i>Pregunta 8, gráfico circular</i> .....	35
Ilustración 9. <i>Pregunta 9, gráfico circular</i> .....	36
Ilustración 10. <i>Pregunta 10, gráfico circular</i> .....	37
Ilustración 11. <i>Esquema microentorno. Sourdough bakery</i> .....	38
Ilustración 12. <i>Ubicación</i> .....	38
Ilustración 13. <i>Ubicación</i> .....	38
ilustración 14. <i>Esquema macroentorno sourdough bakery</i> .....	40
Ilustración 15. Diseño uniforme chef administrador.....	44
Ilustración 16. Diseño uniforme ayudante de cocina.....	45
Ilustración 17. Diseño uniforme personal del área de servicio.....	45
Ilustración 18. Imagotipo sourdough bakery.....	46
Ilustración 19. Anverso tarjeta de presentación.....	47
Ilustración 20. Reverso tarjeta de presentación.....	47
Ilustración 21. Hoja membretada.....	48
Ilustración 22. Estructura del establecimiento.....	59

## Índice de tablas

Tabla 1 Méritos aspectos a considerar, gerente chef .....	24
Tabla 2 Méritos aspectos a considerar, ayudante de cocina. ....	27
Tabla 3 Méritos aspectos a considerar, cajero - recepcionista. ....	29
Tabla 4 Pregunta 1 .....	31
Tabla 5 Pregunta 2.....	32
Tabla 6 Pregunta 3.....	33
Tabla 7 Pregunta 4.....	34
Tabla 8 Pregunta 5.....	34
Tabla 9 Pregunta 6.....	35
Tabla 10 Pregunta 7.....	36
Tabla 11 Ppregunta 8.....	36
Tabla 12 Pregunta 9.....	37
Tabla 13 Pregunta 10.....	38
Tabla 14 Proveedores. ....	41
Tabla 15 Financiamiento publicidad .....	51
Tabla 16 Baguet clásico receta estándar de costos. ....	54
Tabla 17 Pan de canela receta estándar de costos. ....	54
Tabla 18 Moreno receta estándar de costos.....	56
Tabla 19 Arriendo del local.....	57
Tabla 20 Equipos industriales.....	57
Tabla 21 Equipos de computación.....	58
Tabla 22 Muebles y enseres.....	58
Tabla 23 Equipos industriales de seguridad .....	58
Tabla 24 Suministros de oficina .....	59
Tabla 25 Servicios básicos .....	59
Tabla 26 Materiales de limpieza.....	60
Tabla 27 Activos fijos.....	67
Tabla 28 Activos diferidos .....	68
Tabla 29 Capital de trabajo.....	68
Tabla 30 Detalles de inversión .....	68
Tabla 31 Sueldos .....	69

Tabla 32 Décimos.....	69
Tabla 33 Sueldos totales.....	69
Tabla 34 Depreciación de activos fijos.....	70
Tabla 35 Amortizaciones.....	70
Tabla 36 Capital.....	71
Tabla 37 Tabla de amortización.....	71
Tabla 38 Datos punto de equilibrio.....	72
Tabla 39 Margen de contribución.....	72
Tabla 40 Punto de equilibrio.....	72
Tabla 41 Ventas y costos proyectados.....	72
Tabla 42 Costo de ventas.....	73
Tabla 43 Flujo de caja.....	74
Tabla 44 VAN/TIR.....	75

## **2.ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL**

### **2.1 Creación de la empresa**

Sourdough bakery surge de la necesidad de brindar un producto innovador, natural con una alta calidad, que muy poco se ve o no hay panaderías del sector de Calderón con la temática de un pan elaborado a base de masa madre. Además, busca dar calidad en diferentes tipos de panes a base de masa madre de un fermento natural que proporciona beneficios para la salud y es libre de gluten. Sourdough bakery es una pequeña microempresa que brinda variedad de distintos panes no muy comunes en el sector ya que su calidad tiene una buena textura, sabor y aroma al pan.

### **2.2 Descripción de la empresa**

#### **2.2.1 Importancia**

Crear una panadería no es solo hornear panes y brindar una necesidad de Alimentación, sino, es transmitir a los clientes un producto de alta calidad con una experiencia diferente que no sea lo habitual que otras panaderías saben dar, sino que también se puede dar una gran variedad de productos que se puede ofrecer para el deleite del paladar de todos los clientes, con panes diferentes, únicos de buenas texturas, sabor y aroma.

### **2.2.2. Características**

Responsabilidad social: Sourdough bakery entiende que debido a la situación del covid-19 que está atravesando el mundo y para evitar que no haya más contagios es necesario y obligatorio crear un protocolo de bioseguridad para los empleados asegurando así a los clientes al momento de comprar, de esta manera entiendan que los productos de la panadería están realizados con la mejor materia prima, llevando a cabo buenas normas de seguridad.

Investigación e innovación: Sourdough bakery trabaja en una constante investigación acerca de la masa madre, como los tipos de masa madre que se puede elaborar, además de conocer el procedimiento y los beneficios que aporta para la salud de los clientes, también saber el origen de la panadería a base de masa madre y con una amplia investigación poder innovar más en todos los productos, y así obtener productos poco comunes que llamen la atención a las personas, no solo por como se ve sino que también por su gran sabor, textura y aroma. Finalmente adentrarse a la cultura gastronómica del mundo de la panadería y seguir generando ideas de innovación en la panificación.

Responsabilidad ambiental: Sourdough bakery es consciente del aumento de la contaminación ambiental que vive el mundo entero, por tal motivo este emprendimiento requiere contar tres basureros, uno orgánico, otro de desechos comunes y otro para reciclaje, dentro del área de producción y fuera del establecimiento, así como basureros industriales fuera del mismo, además de los envases biodegradables.

Profesionales apasionados con su trabajo: En el ámbito gastronómico de cualquier tipo de rama gastronómica no solo de producción y elaboración de alimentos, sino que debe haber amor y pasión en lo que se hace, Sourdough bakery ofrece un producto de alta calidad con una buena textura y sabor a nuestros productos con un personal capacitado para que nuestros clientes satisfagan su paladar.

### **2.2.3. Actividad**

Sourdough bakery es una panadería poco común que brinda específicamente un pan a base de masa madre que es un fermento natural en la que se elaboran diferentes tipos de panes, utilizando materias primas, maquinaria adecuada y aplicando técnicas básicas de panadería para obtener un producto de calidad.

### 2.3. Tamaño de la empresa

Sourdough bakery es una micro empresa que consta con 3 áreas básicas: área ejecutiva, de producción y almacenamiento, y de venta.

La empresa constará con:

- Gerente chef panadero.
- Panadero.
- Ayudante de panadería.
- Recepcionista / cajero/a.

### 2.4. Necesidades que satisfacer



(Sevilla Arias 2017) *Pirámide de Maslow*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/piramide-de-maslow.html>

#### 2.4.1 Necesidad Fisiológica

Al ser una empresa de alimentos, la necesidad fisiológica es la alimentación que recibe directamente el cliente y de este modo satisfacer sus necesidades.

#### 2.4.2 Necesidad de Seguridad

El punto primordial es la seguridad alimentaria en lo que abarca todo lo referente a las buenas prácticas de manufactura (BPM). Los panes que ofrece nuestra panadería estarán sometidos a estrictos y diferentes protocolos de la seguridad alimentaria para que el producto final estén en buenas condiciones y esté apto para el consumo, por ello habrá

normas de control en lo que respecta a la cadena de producción, tomando en cuenta las normativas de bioseguridad, desde el requerimiento de la materia prima hasta la entrega del producto en este caso el pan.

La seguridad del cliente será garantizada brindándole un producto con buenas normas de manufactura, un ambiente tranquilo y sereno al momento de comprar y contar con servicio de cámaras de seguridad.

La seguridad de los trabajadores de la empresa, debe garantizar el cumplimiento de todas las leyes y reglamentos del trabajo vigentes en Ecuador, respetando sus horas de trabajo que son 8 horas laborables, como predice la ley velar por la seguridad física y mental de los trabajadores, además estar afiliados al IESS, mediante un contrato que especifique los puntos anteriores.

#### ***2.4.3 Necesidad Social – Afiliación***

La necesidad social es dar un buen ambiente de trabajo a todos los trabajadores, de esta manera crear un ambiente de convivencia entre ellos, tomando en cuenta sus opiniones y habilidades en el trabajo que sean totalmente considerados y valiosas para la empresa, generando de esta manera un gran trabajo en equipo, siendo necesario que se incremente la creatividad de los trabajadores y que compartan sus ideas a los demás del equipo para que haya sociabilidad e innovación.

El siguiente punto es el más importante debido a que se trata de la relación que existe entre la empresa y los clientes. Sourdough bakery busca siempre tener una buena relación con los clientes que sea clara y concisa creando confianza y solidaridad, además llevar una buena comunicación con los proveedores. Se espera cada seis meses capacitar a todos los empleados y así puedan brindar un producto de suma calidad.

#### ***2.4.4 Necesidad de Reconocimiento***

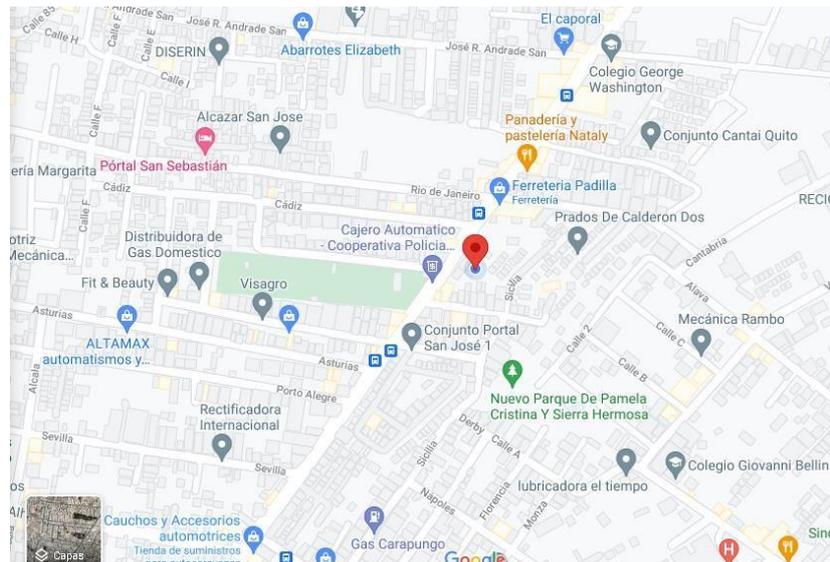
Mediante una investigación referente a la panadería ancestral, se pudo establecer la innovación en distintos tipos de panes, la temática de la panadería a base de masa madre y la entrega del producto final que sea de excelente calidad con precios accesibles para la población, finalmente se buscará reconocimiento de los clientes y la satisfacción de las necesidades que requiere el cliente.

### 2.4.5 Necesidad de Autorrealización

Sourdough bakery llegará a ser una empresa reconocida no solo en Calderón, sino a nivel de la ciudad de Quito por la innovación de sus productos tan únicos, ricos, frescos, con texturas agradables y aromas sensacionales.

## 2.5 Localización de la empresa

Sourdough bakery estará ubicado en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha, Ecuador, en el norte de la ciudad, calle Carlos Mantilla vía a San José de Moran, sector Calderón.



(GoogleMaps, 2020) *Ubicación*. Recuperado de:

<https://www.google.com/maps/place/0%C2%B005'19.9%22S+78%C2%B026'22.0%22W/@-0.0888599,-78.4416362,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d-0.0888599!4d-78.4394475?hl=es>

## 2.6. Filosofía empresarial

### 2.6.1. Misión

Sourdough bakery será una panadería a base de masa madre, la cual es una fermentación natural y a su vez la experimentación aplicará el proceso de la innovación y revalorización de los distintos tipos de panes poco comunes que es a base de masa madre, en que el cliente disfrute y deleite su paladar con un buen pan con buena textura, sabor y aroma, dando a conocer los productos con una certificación de buena calidad.

### **2.6.2. Visión**

Establecerse como una de las mejores panaderías de la ciudad de Quito haciendo panes de calidad con un fermento natural a base de masa madre que a su vez son buenos para la salud y así ir creando sucursales en diferentes partes de la ciudad.

### **2.6.3. Objetivos**

- Investigar, experimentar los diversos sabores de masa madre para deleitar el paladar del cliente a base de un fermento natural.
- Capacitar a los empleados para que puedan tener nuevas habilidades y puedan realizar un buen producto.
- Brindar al cliente gran variedad de panes de buena textura poco comunes y con precios accesibles.

### **2.6.4. Meta**

Tener una pequeña panadería que comience desde abajo y que satisfaga las necesidades bilógicas de los clientes del sector, para que puedan disfrutar de un pan de calidad y así hacerme conocer por mis clientes, además generar una liquidez de un plazo de dos años a partir de su apertura, creando una bolsa de empleo accesible para todos, y de esta manera obtener buenos ingresos para cubrir las necesidades de la empresa y que esté contantemente rentable para poder cubrir las obligaciones de los empleados.

### **2.6.5. Estrategias**

- Estudiar a la competencia sobre qué variedades de productos tienen y que necesidades tienen los clientes del sector.
- Crea una gran variedad de productos atractivos a base de una masa madre según el estudio de la competencia que hay al alrededor.
- Brindar una buena atención a los clientes y ofrecer servicio de calidad y calidez.

### **2.6.6. Política**

#### ***Los trabajadores.***

- La puntualidad y responsabilidad de los empleados con la empresa.
- Ser honestos con la empresa.
- Tener siempre sus propias herramientas de trabajo.
- Cumplir con las normativas de la empresa.

- Coger responsabilidad a las tareas asignadas.
- No consumo de bebidas alcohólicas dentro de la empresa.
- Tener respeto por los demás compañeros.
- El empleado debe llegar en un estado sano que no llegue con olor a alcohol o borracho a la empresa.

***La empresa.***

- La empresa se preocupa por el bienestar laboral de los trabajadores.
- Es responsable del bienestar y la seguridad de los trabajadores de la empresa.
- El cumplimiento de pago de los empleados.
- El cumplimiento de pago de las obligaciones jurídicas, sociales y económicas.
- La empresa es responsable de la capacitación del personal de trabajo semestral para producir un producto de calidad.
- Mantendrá un alto estándar de calidad constante en sus productos a través de la innovación y la implementación de procesos y sistemas de producción y control de calidad en todas las áreas de la empresa.

**2.6.7. FODA**

***Fortalezas.***

- Productos innovadores con una gran calidad.
- Producto fuera de lo común.
- El equipo de trabajo capacitado y comprometido con la empresa.
- Implementos y maquinaria de buena calidad que facilite hacer bien las cosas.

***Oportunidades.***

- Proveedores confiables con productos de buena calidad.
- El cliente busca algo fuera de lo común para experimentar algo nuevo.

***Debilidades.***

- El espacio de producción es reducido.
- Limitado de capital para estructurar el negocio.
- No establecer un orden claro en los procesos de producción y servicio.

- Personal no capacitado para el registro sanitario.

#### ***Amenazas.***

- Emergencia sanitaria por la pandemia que vive el mundo.
- Inestabilidad en el ámbito social, económico y político que vive año tras año el país.
- Alza de precios en la materia prima.
- La creciente de la delincuencia por el sector.

## **2.7. Desarrollo organizacional**

### ***2.7.1. Tipo de Estructura***

En Sourdough bakery la organización y comunicación será de tipo vertical lo cual facilitará un buen control y ejecución de la producción, con el fin de sacar un buen producto.

La organización será de tipo jerárquico y está estructurada de la siguiente manera:

- Nivel Gerencial.
- Nivel Operativo.

#### ***Nivel Gerencial.***

- Chef propietario.

#### ***Nivel Operativo.***

- Panadero.
- Ayudante de panadería.
- Recepcionista / cajero/a.

### ***2.7.2. Formalización***

La empresa se regirá a sus políticas y normas de estrategia basada en la misión de la misma, creada para su identificación, y en la búsqueda del cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente, cumplimiento de impuestos, cotizaciones a la seguridad social (para el propietario y sus empleados) y la legislación laboral.

Para su operación será legalmente constituida y cumplirá con las exigencias solicitadas por los entes de control legislativo y tributario, teniendo así el respectivo permiso de funcionamiento.

### ***2.7.3. Centralización – Descentralización***

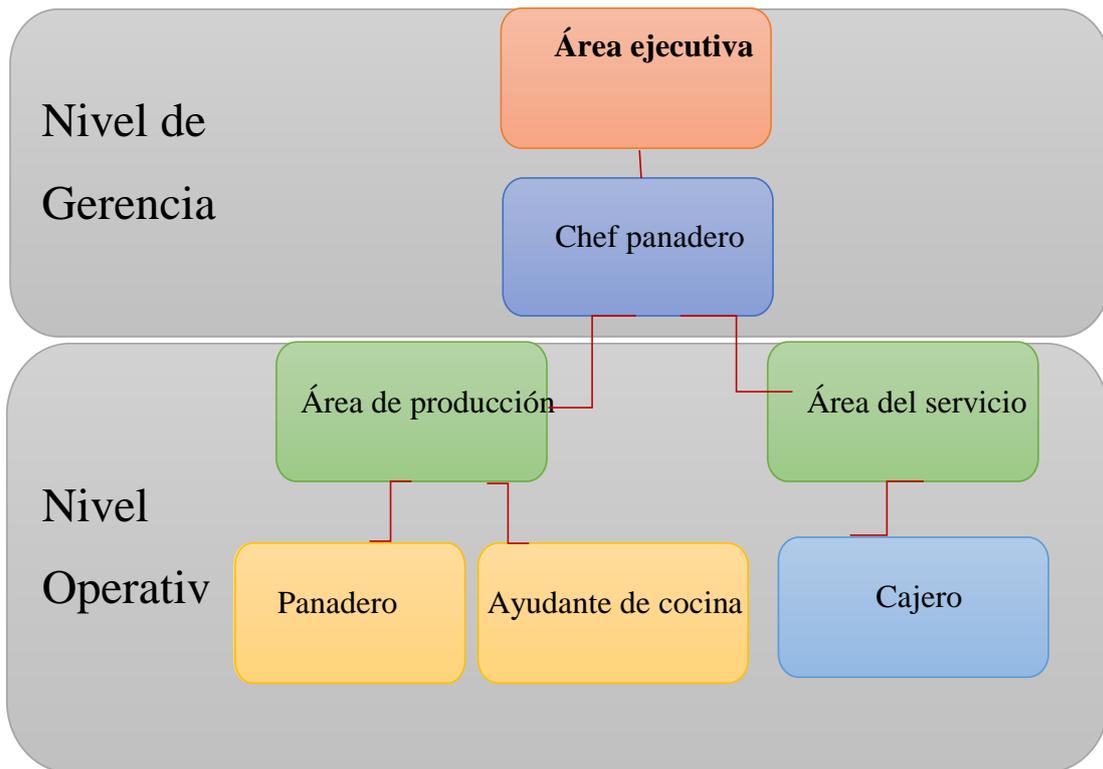
Sourdough bakery centrará sus actividades en el área de producción y distribución del producto cuyo objetivo es la satisfacción del cliente y de esta manera tener mucha demanda para el posicionamiento de la empresa a nivel nacional.

La descentralización dará la delegación de las funciones a partir del nivel de gerencia permitiendo, las sugerencias, participación y toma de decisiones de los empleados, esto para el beneficio y satisfacción de nuestros clientes y en el reconocimiento de la empresa.

### ***2.7.4. Integración***

La integración de la empresa se basará con el sistema de gestión a través de la compra del producto, ventas, producción y distribución, con este sistema se puede llevar un control adecuado, completo de entradas y salidas con los kardex correspondientes en cada una de las áreas, identificando la interrelación y a la vez llevar a cabo un registro de las actividades en la que los miembros de la empresa deben intervenir para que todo sea de una manera igualitaria.

## 2.8. Organigrama empresarial



Rivera. L (2021) *organigrama empresarial Sourdough bakery*. Quito

### Detalles generales del puesto de Gerente Chef.

**Empresa** Sourdough bakery

**Unidad administrativa** Área ejecutiva.

### Misión del puesto

Supervisar las funciones delegadas a los empleados para un eficiente manejo general de todas las áreas, solucionar anomalías e inconvenientes presentados en la empresa, atender las quejas que se presenten por parte de los empleados y clientes, dirigir el área de producción y responsabilizarse ante la dirección de la empresa, distribución del trabajo para los empleados del establecimiento, compra de materia prima, preparación de la masa y de los panes a que salga su producto final.

<b>Denominación del puesto</b>	Gerente Chef.
<b>Rol del puesto</b>	Administración y supervisión de procesos de producción, venta y distribución de los panes.
<b>Remuneración</b>	\$ 550

## Méritos aspectos a considerar

Tabla 1 Méritos aspectos a considerar, gerente chef

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
<p>Tecnólogo en Gastronomía o superior.</p> <p>Al menos un idioma fluido aparte del nativo.</p> <p>De preferencia inglés.</p>	<p>Mínima 1 1/2 año en el cargo de Gerente-Chef.</p>	<p>Técnicas de panadería y pastelería.</p> <p>Procesamiento de alimentos.</p> <p>Protocolo de servicio.</p> <p>Administración de empresas; alimentos y bebidas.</p> <p>Conocimiento y dominio de cocina y panadería sobre todo con conocimiento de masa madre.</p> <p>Dominio de procesos contables, manejo de kardex.</p>	<p>Puntualidad</p> <p>Respeto</p> <p>Honestidad</p> <p>Adaptabilidad.</p> <p>Análisis de problemas.</p> <p>Análisis numérico.</p> <p>Atención al cliente.</p> <p>Creatividad.</p> <p>Comunicación</p> <p>Delegación.</p> <p>Desarrollo de subordinados.</p> <p>Tolerancia al estrés.</p> <p>Liderazgo.</p> <p>Iniciativa.</p> <p>Integridad.</p> <p>Meticulosidad.</p> <p>Planificación y organización.</p> <p>Sensibilidad interpersonal.</p> <p>Trabajo en equipo.</p>

			Tenacidad. Responsabilidad.
--	--	--	--------------------------------

Rivera, L. (2021) *Méritos aspectos a considerar, gerente chef*. Quito.

## PUESTO DE AYUDANTE DE COCINA

### Detalles generales del puesto ayudante de cocina.

<b>Empresa</b>	Sourdough bakery
<b>Unidad administrativa</b>	Área de producción y almacenamiento
<b>Misión del puesto</b>	Limpiar y ordenar los elementos de la cocina. Realizar producción. Ayudar al chef panadero en lo que sea necesario.
<b>Denominación del puesto</b>	Ayudante de cocina.
<b>Rol del puesto</b>	Ayudar el gerente chef en procesos de producción y almacenamiento de materia prima y limpieza del área de cocina.
<b>Remuneración</b>	\$ 425

## Méritos aspectos a considerar

Tabla 2 Méritos aspectos a considerar, ayudante de cocina.

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Gastronomía o superior.	Mínima 6 meses en el cargo de ayudante de cocina, de preferencia en el área de panadería y pastelería.	Pre-elaboración y conservación culinaria. Procesamiento de alimentos y bebidas. Administración de empresas; alimentos y bebidas. Conocimiento en cocina, panadería, pastelería en cuanto a elaboración de panes a base de masa madre.	Adaptabilidad. Análisis de problemas. Creatividad. Respeto Honestidad Comunicación. Compromiso. Decisión. Puntualidad Solidaridad. Capacidad de escucha. Iniciativa. Integridad. Sociabilidad. Trabajo en equipo. Responsabilidad.

Rivera. L, (2021) Méritos *aspectos a considerar, ayudante de cocina*. Quito.

## **PUESTO DE CAJERO - RECEPCIONISTA**

### **Detalles generales del puesto de cajero - recepcionista.**

<b>Empresa</b>	Sourdough bakery
<b>Unidad administrativa</b>	Área de servicio
<b>Misión del puesto</b>	Estará encargado de la cobranza en la caja, Y organización del local de las vitrinas.
<b>Denominación del puesto</b>	Cajero – recepcionista.
<b>Rol del puesto</b>	Atención al cliente, manejo de dinero, Cobranza.
<b>Remuneración</b>	\$ 425

### Méritos aspectos a considerar

Tabla 3 Méritos aspectos a considerar, cajero - recepcionista.

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
<p>Tecnólogo superior en administración o contabilidad.</p> <p>Al menos un idioma fluido a parte del idioma nativo, de preferencia inglés</p>	Al menos 1 año de experiencia.	<p>Protocolo de servicio.</p> <p>Atención al cliente.</p> <p>Manejo de redes sociales y herramientas de comunicación.</p> <p>Cobranza y manejo de dinero.</p>	<p>Adaptabilidad.</p> <p>Análisis de problemas.</p> <p>Análisis numérico.</p> <p>Atención al cliente.</p> <p>Respeto</p> <p>Comunicación.</p> <p>Puntualidad</p> <p>Compromiso.</p> <p>Decisión.</p> <p>Tolerancia al estrés.</p> <p>Capacidad de escuchar.</p> <p>Integridad.</p> <p>Solidaridad.</p> <p>Planificación y organización.</p> <p>Sociabilidad.</p> <p>Honestidad.</p> <p>Trabajo en equipo.</p> <p>Responsabilidad.</p>

Rivera, L. (2021) *Méritos aspectos a considerar*. Quito.

### **3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING**

#### **3.1. Objetivo de mercadotecnia**

Posicionar la marca Sourdough bakery en la mente de los consumidores poniendo énfasis en la relación de un pan más saludable, a través de un fermento natural, panes de calidad y de buen sabor y de esta manera darse a conocer por los medios de comunicación en este caso de redes sociales atrayendo a más clientes.

#### **3.2. Investigación de mercado**

Sourdough bakery consideró la investigación aplicada, documental, de campo en la experimentación del producto. La primera se realizó mediante un estudio de la clasificación y tipos de masa madre y la experimentación de calidad y sabor. También se llevó al cabo una investigación de fuentes primarias y secundarias de recetas a base de masa madre.

Por otro lado, se realizó una investigación de campo para adquirir información del entorno en la que se desenvolverá la empresa, aplicando una técnica de obtención de información como lo es la encuesta. Finalmente, se llevó a cabo el producto final.

##### **3.2.1. Modalidad**

La recolección de datos se realizó a través de encuestas de forma online, en donde un fin de semana se encuestó a 60 personas que viven en el sector de Calderón de forma aleatoria, esta encuesta constó de 10 preguntas cerradas.

#### **3.3. Plan de Muestreo**

En este trabajo existe un universo definido, ya que se realizó antes de la emergencia sanitaria por el (COVID 19), por lo tanto, se tomó como sujetos de estudio a personas de distintas edades, las cuales asisten cada fin de semana a la liga barrial del sector. Se toma en cuenta solo a este target puesto que, este emprendimiento va dirigido a las personas que comparten entre amigos y familia cada fin de semana en este centro de recreación. Para discriminar el número total de encuestas a realizar se aplicó la siguiente fórmula:

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

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

he= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{135 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (135 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{129,654}{1,2954}$$

$$n = 100$$

### 3.4. Análisis de las encuestas

#### Pregunta 1.

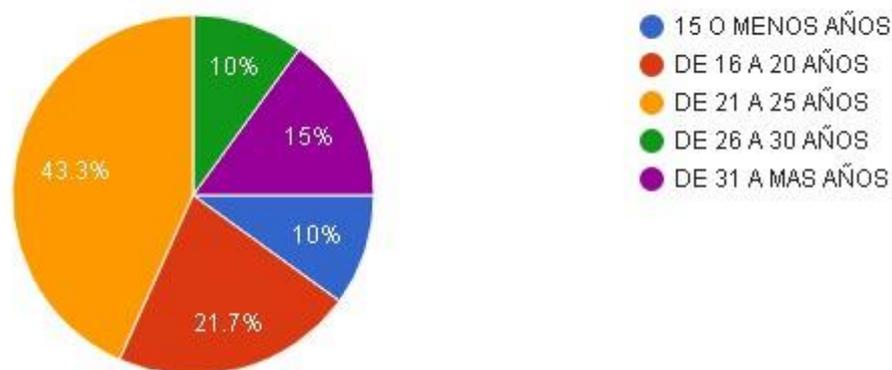
(Ver anexos 1 – 5)

Tabla 4 Pregunta 1

<b>¿A qué categoría de edad pertenece?</b>		
<b>RESPUESTA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
15 o menos	6	10
16 - 20	13	21.7
21 - 25	26	43.3
26 - 30	6	10
31 o mas	9	15
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Rivera, L. (2021). *¿A qué categoría de edad pertenece?* Quito.

Ilustración 1. *Pregunta 1, gráfico circular.*



Rivera, L. (2021). *Pregunta 1, gráfico circular*. Quito.

**Análisis:** Los encuestados manifestaron en su mayoría que son jóvenes de 21 y 25 años, pero un balance general da como resultado de que en su gran mayoría son jóvenes de entre 16 a 30 años, esto ayuda a determinar el rango de edades para el cual nuestro target va dirigido, es de conocimiento general que las personas que consumen pan en su mayoría son los jóvenes del sector.

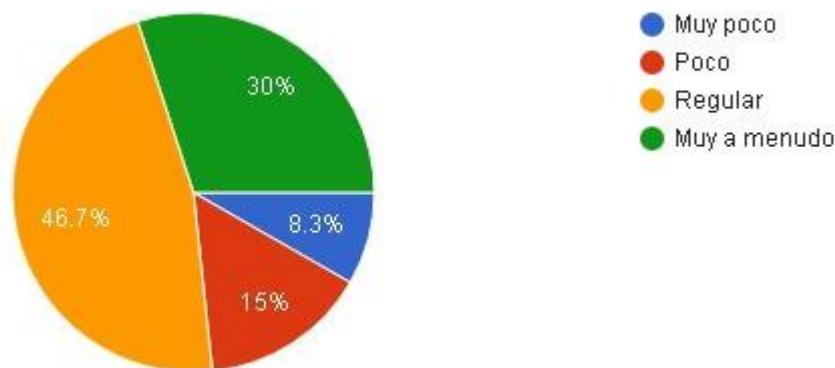
**Pregunta 2.**

Tabla 5 Pregunta 2.

Rivera, L. (2021) ¿Con que frecuencia usted consume pan? Quito.

<b>¿Con que frecuencia usted consume pan?</b>		
<b>RESPUESTA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Muy poco	5	8.3
Poco	9	15
Regular	28	46.7
Muy a menudo	18	30
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Ilustración 2. *Pregunta 2, gráfico circular*.



Rivera, L. (2021). *Pregunta 2, gráfico circular*. Quito.

**Análisis:** De 60 encuestas el 46.7 % manifestaron que se consume regularmente panes y es pequeño aporte para la empresa.

**Pregunta 3.**

Tabla 6 Pregunta 3

<b>¿A qué hora del día compra habitualmente pan?</b>		
<b>RESPUESTA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
De 9am- 12pm	27	44.1
De 12am- 5pm	20	33.9
De 5am- 9pm	13	22
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Rivera, L. (2021). *¿A qué hora del día compra habitualmente pan?* Quito

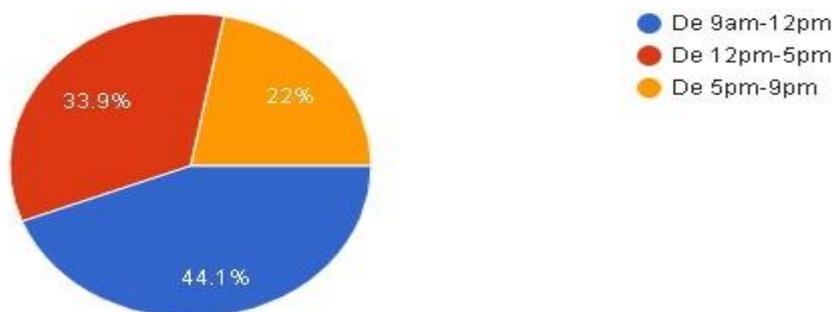


Ilustración 3. *Pregunta 3, gráfico circular*. **Análisis:** De los 60 encuestados en su gran mayoría respondió que, en el día a partir de las 12pm, 5pm compra más el producto en el transcurso del día.

Rivera, L. (2021). *Pregunta 3, gráfico circular*. Quito.

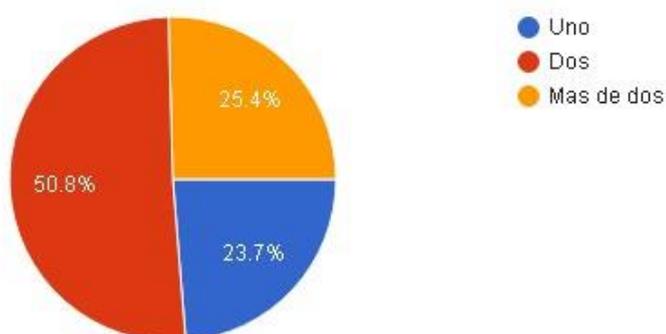
#### Pregunta 4.

Tabla 7 Pregunta 4

Rivera, L. (2021). ¿Cuántos panes comes por día? Quito.

¿ Cuántos panes comes por día?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Uno	14	23.7
Dos	30	50.8
Más de dos	16	25.4
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Ilustración 4. Pregunta 4, gráfico circular.



Rivera, L. (2021). Pregunta 4, gráfico circular. Quito.

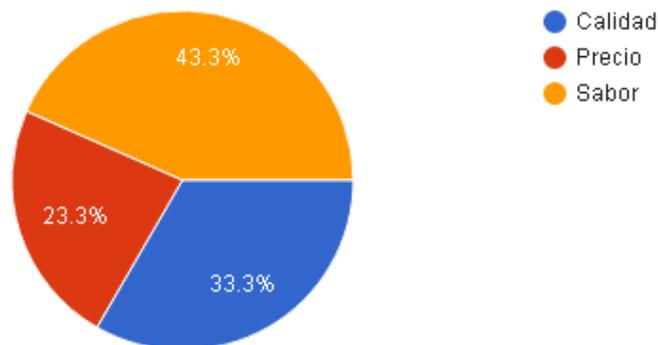
**Análisis:** De los 60 encuestados el 50.8% respondió que con frecuencia los clientes saben comer 2 por día.

#### Pregunta 5

Tabla 8 Pregunta 5

¿Qué aspecto es el más importante cuando compras un producto?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Calidad	20	33.3
Precio	14	23.3
Sabor	26	43.3
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Ilustración 5. Pregunta 5, gráfico circular.



Rivera, L. (2021). *Pregunta 5, gráfico circular*. Quito.

**Análisis:** De los 60 encuestados 43.3% respondió que el sabor es lo primero que observan los clientes positivamente hacia una influencia de las redes sociales en su elección.

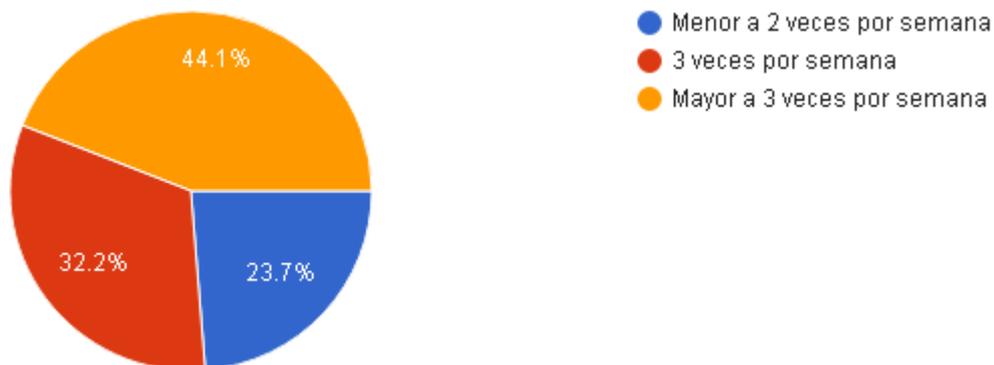
### Pregunta 6.

Tabla 9 Pregunta 6

Rivera, L. (2021). *¿cuánto dinero gasta en comprar comida rápida por semana?*. Quito.

¿Cuántas veces a la semana compran pan?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Menor a 2 veces por semana	14	23.7
3 veces por semana	19	32.2
Mayor a 3 veces por semana	27	44.1
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Ilustración 1. *Pregunta 6, gráfico circular*.



Rivera, L. (2021). *Pregunta 6, gráfico circular*. Quito.

**Análisis:** De los 60 encuestados el 44.1 de su gran mayoría son personas que compran pan más de 3 veces al día.

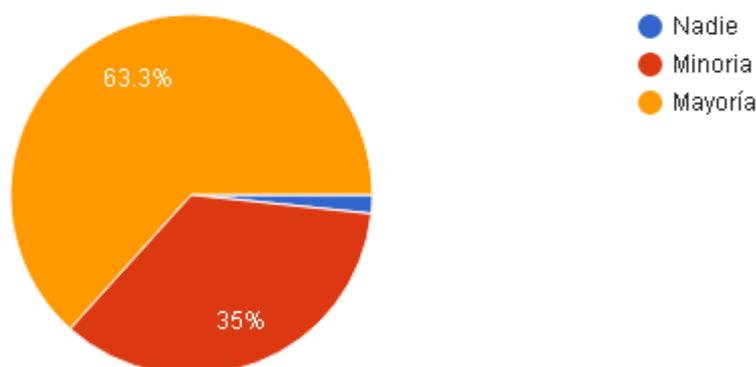
### Pregunta 7.

Tabla 10 Pregunta 7

Rivera, L. (2021). ¿ Cuantas personas en su casa consumen pan?. Quito.

<b>¿Cuántas personas en su casa consumen pan?</b>		
<b>RESPUESTA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Nadie	1	1.7
Minoría	21	35
Mayoría	38	63.3
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Ilustración 2. Pregunta 7, gráfico circular.



**Análisis:** que más del 63,3 % de los encuestados toda la familia consume pan para

Rivera, L. (2021). Pregunta 7, gráfico circular. Quito.

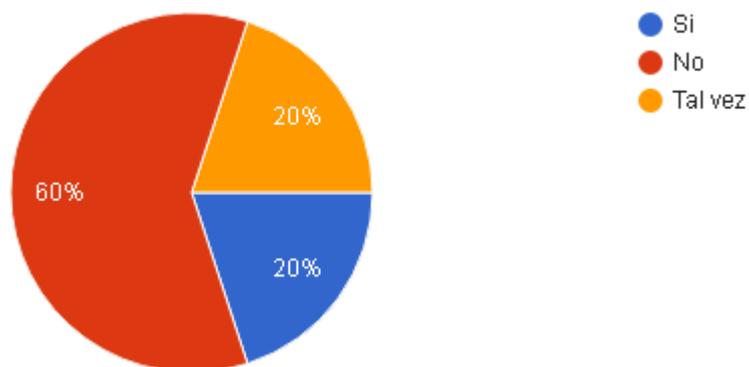
poder solventar la necesidad biológica.

### Pregunta 8.

Tabla 11 Ppregunta 8

Rivera, L. (2021). ¿ Usted ha escuchado de pan compuesto de masa madre? Quito.		
<b>¿ Usted ha escuchado de pan compuesto de masa madre?</b>		
<b>RESPUESTA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
si	12	20
no	36	60
Talvez	12	20
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Ilustración 3. Pregunta 8, gráfico circular.



Rivera, L. (2021). *Pregunta 8, gráfico circular*. Quito.

**Análisis:** el 60 % de la población encuestado no conoce o no ha escuchado que es la masa madre son muy poca gente conoce este tipo de levadura natural.

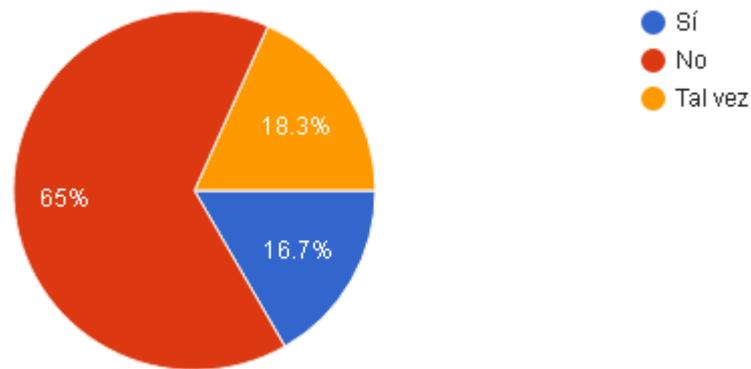
**Pregunta 9.**

Tabla 12 Pregunta 9

Rivera, L. (2021). *¿Sabes los beneficios que aporta una masa madreial?.* Quito.

<b>¿Sabes los beneficios que aporta una masa madre?</b>		
<b>RESPUESTA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Si	10	16.7
No	39	65
Tal vez	11	18.3
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Ilustración 4. *Pregunta 9, gráfico circular*.



Rivera, L. (2021). *Pregunta 9, gráfico circular*. Quito.

**Análisis:** El 65 % de la población encuestada no conoce lo que beneficios tiene y que aporta lo de la masa madre.

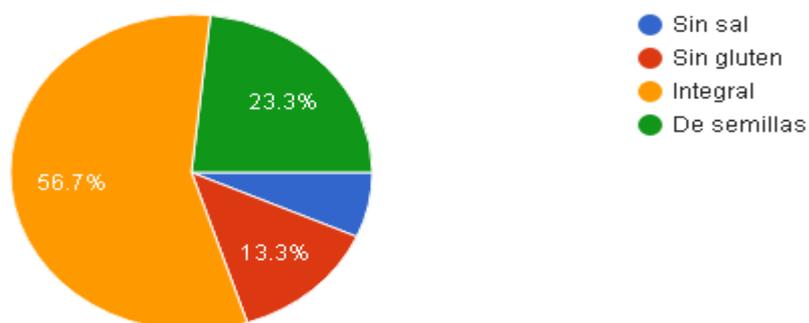
**Pregunta 10.**

Tabla 13 Pregunta 10

Tabla 15. Rivera, L. (2021)¿Qué tipo de pan ha consumido (especial/saludable) ?. Quito.

<b>¿Qué tipo de pan ha consumido (especial/saludable) ?</b>		
<b>RESPUESTA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Sin sal	4	6.7
Sin gluten	8	13.3
integral	34	56.7
De semillas	14	23.3
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Ilustración 5. *Pregunta 10, gráfico circular*.



Rivera, L. (2021). *Pregunta 10, gráfico circular*. Quito.

**Análisis:** De 60 encuestados el 56.7% han consumido pan integral y que prefieren ese tipo de pan nutricional.

### **3.4.1. Análisis General**

Como primer punto se puede concluir que, el target que va dirigido la empresa son de 21 a 30 años de edad que consumen pan regularmente todos los días, el pan que salen a comprar cada mañana muy temprano y a menudo poca gente consumé pan al medio día.

Por otro lado, recalcar que se analizó las encuestas en la que se concluyó que gracias a las redes sociales dominamos el tema de publicidad, tanto a los niños, jóvenes y adultos, por ello es importante para Sourdough bakery manejar una interesante publicidad mediante estos medios, y con eso poder llegar a los clientes de todas partes para dar a conocer la marca y así hacerla reconocida, posicionando a Sourdough bakery en la competencia regional con otras marcas.

Se puede observar en las encuestas que la mayoría de las personas del sector no conoce qué es una masa madre y cuáles son sus propiedades y beneficios que aportan al cuerpo, dando como resultado una población que no conoce del tema y para ellos puede ser algo innovador implementar una panadería a base de masa madre, por tratarse de un tema nuevo para la población se podrá encontrar una panadería innovadora con excelente pan de calidad ya que según las encuestas, la población del sector opta por un pan más saludable que prefieren la calidad del producto, sabor y nutrición que estén por igual.

En conclusión, tras analizar los datos adquiridos se determina que Sourdough bakery es un negocio viable y rentable porque optan por panes más saludables y nutritivos generando gran aceptación.

## **3.5. Entorno empresarial**

### **3.5.1. Micro entorno**

Sourdough bakery considera su micro entorno a todo aquello que le rodea sobre lo cual hay un control efectivo.

Ilustración 11. *Esquema microentorno.* Sourdough bakery



En la calle principal Carlos Mantilla y calle Río de Janeiro existe otra panadería conocida como “panadería y pastelería Nataly” en la cual se pudo observar que tiene una buena variedad de panes, pero de igual forma pocos panes saludables.

- **Sustitutos.**

Después de recorrer el sector se encontró tres sustitutos, es el súper mercado Tía, ubicado en Urbanización San José Calle Carlos Mantilla. Este micro mercado hace de sustituto al vender alimentos y bebidas pre elaborados, sin embargo, no se considera competencia al no ser un establecimiento de alimentos y bebidas y dos micro mercados en el mismo sector que el Tía.

- **Proveedores.**

Teniendo en cuenta que la calidad en los productos es uno de los principios fundamentales con los que trabajará Sourdough bakery trabaja con proveedores reconocidos y de confianza.

Tabla 14 Proveedores.

Tabla de proveedores		
Materia prima		
Proveedor	Fiabilidad y beneficios	Producto
Santa Lucía	<input type="checkbox"/> Calidad de producto. <input type="checkbox"/> Reconocido a nivel nacional. <input type="checkbox"/> Entrega al establecimiento.	Harina
Avirico	<input type="checkbox"/> Calidad de producto. <input type="checkbox"/> Entrega al establecimiento. <input type="checkbox"/>	Huevos

Levapan	<input type="checkbox"/> Calidad del producto. <input type="checkbox"/> Entrega al establecimiento. <input type="checkbox"/> Reconocido a nivel nacional.	Levaduras Esencias Polvo de hornear
Supermercado Tía	<input type="checkbox"/> Cercanía en la panadera <input type="checkbox"/> Buena calidad de productos	Variedad de productos Como mantequilla Mantecas, lácteos

- **Intermediarios.**

Sourdough bakery comercializará sus productos de forma directa, por lo tanto, no necesitará de intermediarios para realizar esta actividad.

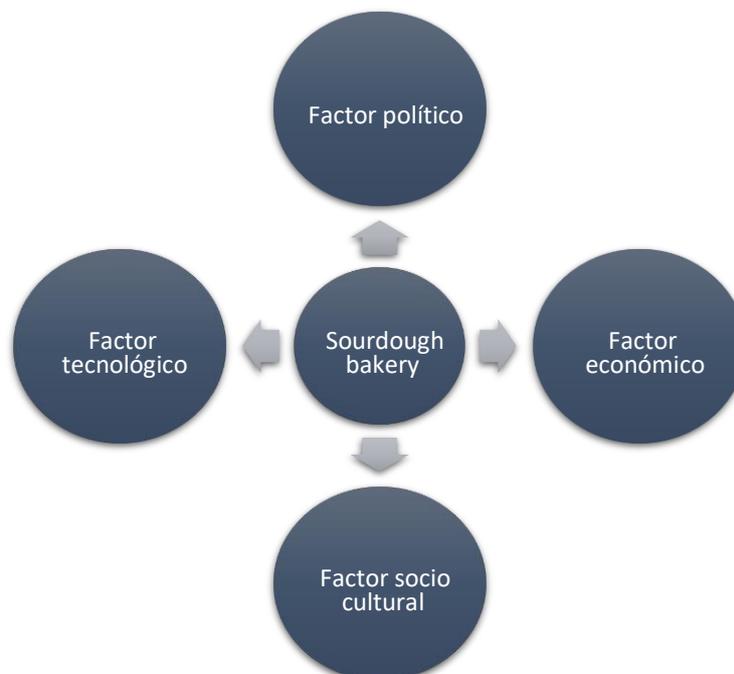
- **Clientes**

Sourdough bakery es una empresa dirigida a familias del sector de Calderón con el fin de ofrecer un producto de buen sabor y de calidad para que disfruten todos los días de un buen pan.

### 3.5.2. Macro entorno.

Son aquellos factores sobre los que Sourdough bakery no tiene control directo y que van a influir en el normal funcionamiento del establecimiento.

Ilustración 14. *Esquema macroentorno Sourdough bakery.*



- **Factor Político.**

Como es de conocimiento en Ecuador, los establecimientos de alimentos y bebidas están estructurados mediante el Ministerio de turismo quienes regulan el tipo de actividad y la categoría de establecimiento. Por otro lado, también están sujetos al control del ARCSA y al Ministerio de Salud Pública que emite regulaciones en cuanto a la inocuidad alimentaria y a las BPM. Debido a la situación sanitaria de la pandemia se debe seguir las normativas de bioseguridad para el establecimiento. Sourdough bakery realizará sus actividades dentro de los límites legales que estableció el gobierno, acatando todas las disposiciones determinadas para los emprendimientos y negocios de alimentos y bebidas.

- **Factor Económico.**

En la actualidad, Ecuador está pasando por un declive económico debido a la pandemia, aunque poco a poco esté estableciéndose económicamente por un nuevo gobierno ya que varias empresas de alimentos y bebidas se están activando con un aforo del 50% y generando así nuevos ingresos.

Es por eso que Sourdough bakery está y estará sujeto al desarrollo económico que presente el país por lo que la fijación de precios en sus productos y servicios dependerá de la tasa inflacionaria anual que presente el Ecuador, así como de la variación en los precios de la materia prima.

- **Factor Sociocultural.**

En cuanto en este factor Sourdough bakery ofrece panes a base de masa madre con materia prima e ingredientes autóctonos del Ecuador, también se ofrecerá panes tradicionales de la cultura ecuatoriana.

- **Factor Tecnológico.**

Este factor aprovechará los avances tecnológicos enfocados en todos los aspectos, hablando del área de panificadora, la tecnología ha evolucionado en cuanto a la maquinaria, aplicaciones móviles que ayudan a la publicidad del local, a encontrar la ubicación de cierta panadería. La tecnología ha avanzado de manera radical, a tal punto que en la actualidad existen aplicaciones para realizar pedidos a domicilio. Sourdough bakery trabajará con aplicaciones tecnológicas que faciliten el servicio y con esto

satisfacer a los clientes, cabe mencionar que también trabajará con maquinaria tecnológica avanzada para agilizar la producción de los productos de A&B.

### **3.6. Producto y servicio**

Sourdough bakery es una panadería dedicada a la elaboración de panes muy poco comunes a base de una masa madre, se enfoca básicamente en una producción de panes llamativos, agregando innovación y con estrictos controles en los procesos de la producción que hace énfasis en el uso óptimo de técnicas y métodos de cocción, seguridad alimentaria y de bioseguridad.

#### ***3.6.1. Producto Esencial***

Hoy en día los clientes de una panadería no buscan solamente satisfacer la necesidad fisiológica de alimentarse, sino que buscan un lugar donde puedan experimentar otros tipos de sabores y aromas, buscan un lugar seguro con sus respectivas medidas de bioseguridad, buen ambiente, en donde se sientan cómodos desde el momento del ingreso al local hasta la compra del producto. En Sourdough bakery, el producto esencial que se vende es la experiencia que puedan degustar panes innovadores preparado con profesionalismo y un buen manejo de (BPM) en un ambiente seguro, acogedor, agradable.

#### ***3.6.2. Producto real***

Sourdough bakery maneja una gran variedad de productos de panes tradicionales innovadores entre los que se pueden encontrar:

- Pan de canela a base de masa madre.
- Pan de reyes suizo, con chocolate caliente.
- Ensaimadas.
- Pan baguette.

#### ***3.6.3. Características***

Para la elaboración de cada uno de nuestros panes en Sourdough bakery habrá una ardua labor de innovación, creación y compromiso de cada uno de los empleados de la panadería. En el área de producción, los productos serán preparados bajo específicos manuales de BPM, bioseguridad e inocuidad con el fin de brindar a los clientes un producto final de primera, mientras que en el área de servicio los

empleados estarán siempre a la disposición de los clientes con el fin de satisfacer sus necesidades y dudas durante su visita al establecimiento.

#### **3.6.4. Calidad**

Para la elaboración de los productos se tiene en cuenta los Manuales de BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) adaptados y diseñados minuciosamente dentro de la empresa, en los que se toma en cuenta indicadores de calidad tales como:

- Cadena de frío de la materia prima.
- Temperaturas de almacenamiento y cocción de los alimentos.
- Sistema de almacenamiento (FIFO).
- Tiempos de cocción por producto.
- Aseo personal de los empleados.
- Limpieza y desinfección detallada del área de trabajo.
- Limpieza y desinfección de utensilios y máquinas dentro de la cocina.
- Análisis de puntos críticos de control.
- Puntos críticos de las ETAS (Enfermedades Transmitidas por Alimentos).
- Tipos y medios de contaminación de alimentos.

#### **3.6.5. Estilo**

Sourdough bakery maneja un estilo rústico y tradicional, tratando de fusionar a la panadería moderna con la tradicional, el local tendrá una temática campestre, en cuanto al producto en sí, la presentación sería en vitrinas llamativas de acuerdo al estilo de la panadería.

#### **3.6.6. Marca.**

Sourdough bakery es un nombre fuera de lo común que está en inglés, su significado es panadería de masa madre, lo que trasmite es una panadería artesanal con tradiciones que brinda un significado de buena calidad del producto.

#### **3.6.7. Producto aumentado.**

Lo que diferencia a Sourdough bakery de su competencia es su concepto y estilo innovador, en donde los clientes que buscan deleitarse de un pan que pueda saborear y satisfacer de un pan artesanal además su estilo en decoración, es muy

artesanal que transmite tranquilidad, además brinda precios accesibles, para que el dinero no sea impedimento para poder degustar y compra en nuestro local.

### 3.7. Plan de introducción al mercado

#### 3.7.1. *Distintivos y Uniformes*

##### **Área de Cocina.**

El chef administrador y el ayudante de cocina usarán el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos del mismo, dichos uniformes constarán de:

- **Chef administrador.**

- Chaqueta negra de mangas cortas con detalles en rojo y los sellos distintivos de la empresa.
- Faldón negro con líneas blancas verticales.
- Pantalón negro de cocina.
- Zapatos negros de cocina (antideslizantes)
- Toca de chef.
- Pico de loro (opcional)
- Medias negras largas



Ilustración 15. Diseño uniforme chef administrador

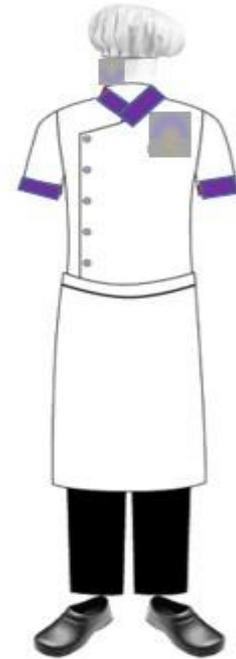
Rivera, L. (2020). Diseño uniforme

Ilustración chef administrador

- **Ayudante de cocina.**

- Chaqueta blanca de mangas cortas con detalles en rojo y los sellos distintivos de la empresa bordados.
- Faldón blanco o negro.
- Pantalón negro de cocina.
- Zapatos negros de cocina (antideslizantes).
- Champiñón con los sellos distintivos de la empresa.
- Pico de loro (opcional)
- Medias negras largas.

16. Diseño uniforme ayudante inistrador. Quito. de cocina



Rivera, L. (2021). Diseño uniforme ayudante de cocina. Quito.

### **Personal del área de servicio.**

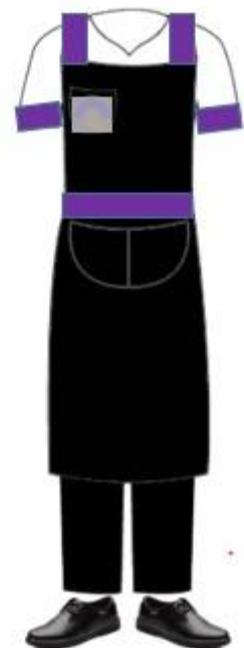
Tanto el mesero como el cajero - recepcionista usarán el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos del mismo, dichos uniformes constarán de:

#### **Mesero y cajero – recepcionista.**

- Camiseta blanca polo con detalles en morado.
- Delantal de servicio color negro con detalles en morado y los sellos distintivos de la empresa.
- Pantalón negro.
- Zapatos negros limpios.
- Medias negras largas.

Ilustración 17. Diseño uniforme personal del área de servicio.

Rivera, L. (2021). Diseño uniforme, personal del área de servicio. Quito.



### 3.7.2. Materiales de identificación.

#### Logotipo.

Ilustración 18. Imagotipo Sourdough bakery.



Rivera, L. (2021). Imagotipo Sourdough bakery. Quito.

#### Elementos a destacar:

- Las hojas de trigo representando a lo fresco de un producto.
- El arcoíris morado representa la temática artesanal del establecimiento.
- El logotipo del establecimiento “Sourdough bakery”.
- El eslogan del restaurante “horneamos con amor como una madre”.
- Los colores usados:
  - Color gris de fondo.
  - Color morado, este color aumenta el deseo de tranquilidad y sencillez.
  - Amarillo, este color induce a tradición.

## Tarjetas de presentación.

En el anverso puede apreciarse el Isotipo de la empresa

Ilustración 19. Anverso tarjeta de presentación



Rivera, L. (2021). Anverso tarjeta de presentación. Quito.

En el reverso hay datos de contacto, en este caso, del chef administrador, se observa también las páginas de redes sociales, dirección del establecimiento y se pueden observar elementos como el logotipo de la empresa.

Ilustración 20. Reverso tarjeta de presentación

□



Rivera, L. (2020). Reverso tarjeta de presentación. Quito.

### **Hoja membretada.**

Otro elemento de la identidad corporativa será la papelería, esto servirá para usar en asuntos como oficios, cartas y declaraciones formales a empresas o socios, para ello se ha elaborado una hoja membretada presentada a continuación:

Ilustración 21. Hoja membretada



### **3.7.3. Canal de distribución y puntos de ventas**

El canal de distribución y punto de venta físico de Sourdough bakery es su establecimiento ubicado en la ciudad de Quito, en la calle Carlos Mantilla y urbanización San José.

- **Promoción.**

- El principal canal de promoción serán las redes sociales Facebook y WhatsApp.
- Otro canal de promoción serán las volantes entregadas a transeúntes y flayers pegados en establecimientos como tiendas, micro mercado, entre otros.

- Una vez el negocio esté mejor posicionado en el mercado, se optará por medios de promoción tradicionales como prensa escrita, radio o vallas publicitarias.

- **Contacto.**

- Tarjetas de presentación.
- E-mail.
- WhatsApp.
- Facebook.

Rivera, L. (2020). Hoja membretada. Quito.

- **Correspondencia.**

- A través de mail corporativo.

- **Negociación.**

- Directa en el establecimiento con cita previa.
- A través de videoconferencia. (Zoom).
- Vía telefónica.

<b>Tarjetas de presentación</b>	<b>100 unidades</b>	<b>\$3.33</b>
<b>Publicidad Facebook</b>	3 veces por mes	\$11.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$14.33</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>\$172.00</b>

- **Financiamiento.**

Tabla 15 Financiamiento publicidad

Rivera, L. (2021). Financiamiento publicidad. Quito.

#### **3.7.4. Riesgo y oportunidades del negocio**

El riesgo más importante que actualmente enfrenta, no solo Sourdough bakery, sino también todo establecimiento turístico y de restauración, es la emergencia sanitaria nacional a causa del COVID 19. Todo establecimiento debe cumplir con las medidas necesarias de bioseguridad, sobretodo en el proceso de producción, en donde se involucra la compra de materia prima, elaboración de los productos y la entrega del

producto final al cliente. Ya que en todos estos pasos los empleados manipulan directamente cada uno de los productos.

La oportunidad más grande que tiene Sourdough bakery es de posicionarse en un mercado que no hay tanta competencia y es un sector con una población grande, sobretodo la temática de la panadería es diferentes a las otras panaderías, también hay la opción de entrega a domicilio, si bien es cierto que a raíz de la emergencia sanitaria los establecimientos de restauración se han visto perjudicados, a tal manera de que muchos de ellos tuvieron que cerrar sus puertas, el día de hoy es todo lo contrario, el país de a poco está tratando de regresar a la normalidad, y con esto los nuevos establecimientos de comida están surgiendo y creciendo poco a poco debido a los nuevos sistemas de servicios de que son de delivery ( entrega a domicilio) que se vieron obligados a implementar.

Uno de estos es la tecnología, que ayuda a: dar promociones por medio de la publicidad digital de redes sociales como Facebook que puede llegar a centenares de personas, es por eso también que una de las grandes oportunidades que tiene Sourdough bakery es la de posicionarse en un mercado digital cada vez más creciente.

### **3.8. Fijación de Precios**

#### ***3.8.1. Fijación de precios por receta estándar.***

Los precios en las recetas presentadas a continuación han sido calculados para un solo PAX (comensal). Se toma en cuenta el costo de los productos usados para preparar el plato, y la referencia es el costo por kilogramo del producto. A este valor se le van a sumar porcentajes de diversos factores que intervienen en el momento de la producción, por ejemplo:

- Imprevistos.
- Mano de obra.
- Gastos de fabricación (referente a servicios básicos).
- Gastos administrativos.
- Utilidad.
- IVA.

- Costo de servicio.

En la receta se puede apreciar cuál es el porcentaje de estos valores, luego de una sumatoria de estos se define el precio final del plato.

A continuación, se presentan los costos de 3 recetas:

- Baguette clásico
- Pan de canela a base de masa madre.
- Pan moreno

## Baguette clásico

Tabla 16 Baguet clásico receta estándar de costos.

		<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN</b>		
		<b>RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS</b>		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	baguette clásico	<b>Código:</b> 001		
<b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>	18/8/2021	<b>Chef:</b> Luis Rivera		
<b>INGREDIENTE</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>COSTO (KG)</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
Harina	g	\$1,10	1000	\$1,10
Sal	g	\$0,49	20	\$0,01
Masa madre	g	\$1,10	100	\$0,11
Agua	ml	\$0,00	550	\$0,00
Levadura	g	\$7	20	0,142
<b>FOTOGRAFÍA</b>			<b>Total bruto</b>	<b>1,3618</b>
			<b>10% imprevistos</b>	<b>0,13618</b>
			<b>Total neto</b>	<b>\$1,50</b>
			<b>Costo por pax 7</b>	<b>\$0,21</b>
			<b>Factor costo 33,33%</b>	<b>\$0,49</b>
			<b>12% IVA</b>	<b>\$0,18</b>
			<b>PVP</b>	<b>\$0,89</b>
			<b>10% servicio</b>	<b>\$0,15</b>
			<b>TOTAL</b>	<b>1,04</b>

Rivera, L. (2021). baguet clásico, receta estándar de costos, Quito.

## Pan de canela

Tabla 17 Pan de canela receta estándar de costos.

		<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN</b>		
		<b>RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS</b>		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	Pan de canela		<b>Código:</b> 002	
<b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>	18/8/2021		<b>Chef:</b> Luis Rivera	
<b>INGREDIENTE</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>COSTO (KG)</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
Harina	g	\$1,10	1000	\$1,10
Azúcar	g	\$1,58	200	\$0,32
Sal	g	\$0,49	10	\$0,00
Masa madre	g	\$1,10	300	\$0,33
Levadura	g	\$7,10	30	\$0,21
Agua	ml	\$0,00	450	\$0,00
Mantequilla	g	\$3,00	80	\$0,96
relleno				
Canela en polvo	g	\$3,75	50	\$3,41
Huevos	u	\$3,00	2	\$0,20
Azúcar	g	\$2	100	0,158
<b>FOTOGRAFÍA</b>			<b>Total bruto</b>	<b>\$6,69</b>
			<b>10% imprevistos</b>	<b>0,669099091</b>
			<b>Total neto</b>	<b>\$7,36</b>
			<b>Costo por pax 42</b>	<b>\$0,18</b>
			<b>Factor costo 33,33%</b>	<b>\$0,06</b>
			<b>12% IVA</b>	<b>\$0,88</b>
			<b>PVP</b>	<b>\$1,12</b>
			<b>10% servicio</b>	<b>\$0,74</b>
			<b>TOTAL</b>	<b>1,85</b>

Rivera, L. (2021). Pan de canela, receta estándar de costos, Quito.

## Pan moreno

Tabla 18 Moreno receta estándar de costos.

		<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN</b>		
		<b>RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS</b>		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	Moreno	<b>Código:</b> 003		
<b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>	18/8/2021	<b>Chef:</b> Luis Rivera		
<b>INGREDIENTE</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>COSTO (KG)</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
Harina	g	\$1,10	1250	\$1,38
Aceite	g	\$1,32	10	\$0,01
Sal	g	\$0,49	50	\$0,02
Masa madre	g	\$1,10	100	\$0,11
Levadura	g	\$7,10	20	\$0,14
Agua	ml	\$0,00	1500	\$0,00
Mantequilla	g	\$3,00	80	\$0,96
Harina de centeno		1,2	500	0,6
Harina integral	g	\$1,65	500	\$0,83
<b>FOTOGRAFÍA</b>			<b>Total bruto</b>	<b>\$4,05</b>
			<b>10% imprevistos</b>	<b>0,40497</b>
			<b>Total neto</b>	<b>\$4,45</b>
			<b>Costo por pax 9</b>	<b>\$0,49</b>
			<b>Factor costo 33,33%</b>	<b>\$0,16</b>
			<b>12% IVA</b>	<b>\$0,53</b>
			<b>PVP</b>	<b>\$1,19</b>
			<b>10% servicio</b>	<b>\$0,45</b>
			<b>TOTAL</b>	<b>1,64</b>

Rivera, L. (2021). Moreno, receta estándar de costos, Quito

### 3.9. Implementación del negocio

#### □ Arriendo del local.

Tabla 19 Arriendo del local.

<b>ARRIENDO DEL LOCAL</b>		
<b>Pago Mensual</b>	<b>Pago Semestral</b>	<b>Pago Anual</b>
\$150	\$900	\$1800

Rivera, L. (2021). Arriendo del local. Quito.

#### • Equipos industriales.

Tabla 20 Equipos industriales

<b>EQUIPOS INDUSTRIALES</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Licuadaora	1	\$95 .00	\$95.00
Refrigeradores industriales	2	\$300.00	\$600.00
Amasadora industrial	1	\$690.00	\$690.00
Balanza	2	\$50.00	\$100.00
Cocina industrial	1	\$325.00	\$325.00
Horno industrial	2	\$2500.00	\$5000.00
Mesa de trabajo	2	\$125.00	\$250.00
Colador	2	\$7.00	\$14.00
Bowl de acero	10	\$9.00	\$90,00
Espátula de goma	2	\$6.00	\$12,00
Batidor de globo	1	\$3.00	\$3.00
Latas	20	\$14.00	\$280.00
Sartenes	2	\$7.00	\$14,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$7,473.00</b>

Rivera, L. (2021). Equipos industriales. Quito.

- **Equipos de computación.**

Tabla 21 Equipos de computación

<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Laptop Computadora Portátil Lenovo Idea Pad Flex 5	1	\$600.00	\$600.00
Impresora Epson L3110	1	\$229.00	\$229.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$829.00</b>

Rivera, L. (2021). Equipos de computación.

- **Muebles y enseres.**

Tabla 22 Muebles y enseres

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Vitrinas pasteleras	1	\$790.00	\$790.00
Vitrina Congelador Indurama Vertical	1	\$979.00	\$979.00
mostradores de madera	2	\$200.00	\$400.00
Sillas plásticas	2	\$4.50	\$9.00
Caja Registradora	1	\$300.00	\$300.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$2,478.00</b>

Rivera, L. (2021). Muebles y enseres. Quito.

- **Equipos industriales de seguridad.**

Tabla 23 Equipos industriales de seguridad

<b>EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Extintor (polvo seco) 10 Lb	1	\$18.00	\$18.00
Bomba de mano desinfectante	2	\$7.00	\$14.00

Detector de gas GLP	1	24,64	\$24.64
Rótulos de señalética (baño, salida, normas de bioseguridad, extintor, aforo)	5	\$2.00	\$10.00
<b>TOTAL</b>			\$66.64

Rivera, L. (2021). Equipos industriales de seguridad. Quito.

- **Suministros de oficina.**

Tabla 24 Suministros de oficina

<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Papel bond, 1 resma	1	\$3.40	\$3.40
Grapadora	1	\$4.50	\$4.50
Grapas (caja)	1	\$1.15	\$1.15
Caja 3 resaltadores	1	\$1.80	\$1.80
Esferos BIC (rojo, azul, negro)	3	\$0.40	\$1.20
Perforadora	1	\$3.00	\$3.00
Libreta	2	\$0.57	\$1.14
Carpeta de cartón	20	\$0.22	\$4.40
Tijera	1	\$0.45	\$0.45
<b>TOTAL</b>			\$21.04
<b>TOTAL ANUAL</b>			\$252.48

Rivera, L. (2021). Suministros de oficina. Quito.

- **Servicios básicos.**

Tabla 25 Servicios básicos

<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Pago Mensual</b>
Agua	\$10.00
Luz	\$10.00
Teléfono	\$10.00
Internet	\$5.00
<b>TOTAL</b>	\$35.00
<b>TOTAL ANUAL</b>	\$420.00

Rivera, L. (2021). Servicios básicos. Quito.

- **Materiales de limpieza.**

Tabla 26 Materiales de limpieza

<b>MATERIALES DE LIMPIEZA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Escoba de cerda pequeña	1	\$3.50	\$3.50
Trapeador	1	\$7.00	\$7.00
Cloro 1 Gal	1	\$4.95	\$4.95
Desinfectante amonio cuaternario 1 Gal	1	\$12.00	\$12.00
Fibra/lustre	1	\$0.90	\$0.90
Esponja lavaplatos	2	\$1.40	\$2.80
Fundas basura industriales (10 unidades)	1	\$1.75	\$1.75
Lavavajillas líquido 500ml	2	\$1.40	\$2.80
Pala	1	\$2.50	\$2.50
Jabón líquido manos 1 Gal	1	\$5.99	\$5.99
Papel higiénico jumbo 200 metros	4	\$1.00	\$4.00
Toalla de papel	2	\$3.50	\$7.00
Alcohol antiséptico gel 1 Gal	1	\$9.50	\$9.50
<b>TOTAL</b>			\$64.69
<b>TOTAL ANUAL</b>			\$776.28

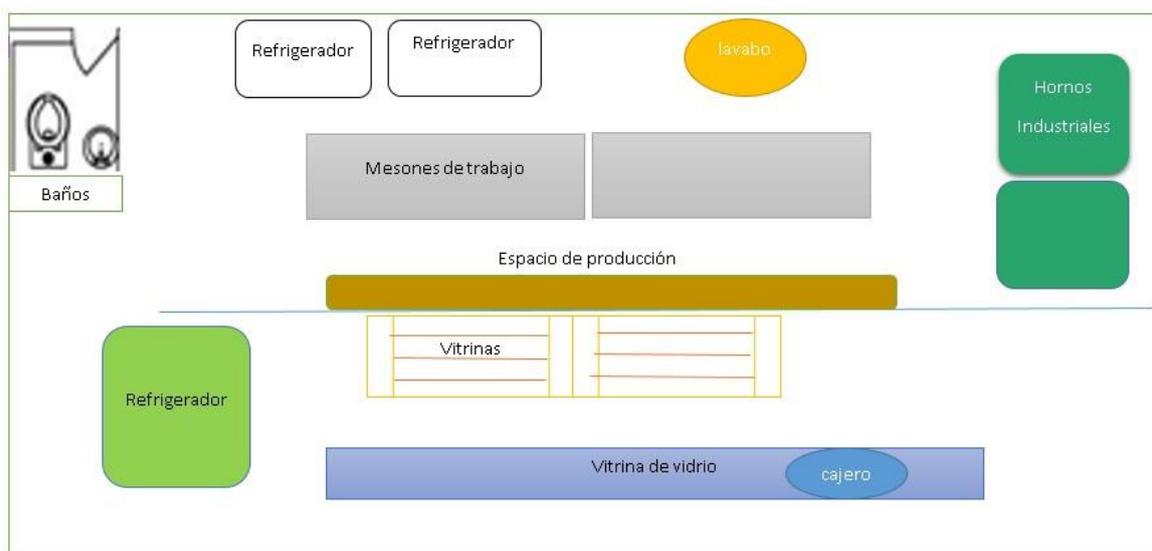
Rivera, L. (2021). Materiales de limpieza. Quito.

### **3.10. Estudio arquitectónico**

Se toma en cuenta para el diseño del restaurante la capacidad instalada, el número de trabajadores que va a tener la empresa y el aforo que se manejará (5 personas). En la cocina, se ha considerado el espacio que necesitarán los panaderos para moverse con tranquilidad en el cumplimiento de sus actividades. No se han agregado espacios específicos para bodegas ya que el almacenamiento se hará en el área de cocina.

### 3.11. Estructura interna del establecimiento.

Ilustración 22. Estructura del establecimiento.



Rivera, L. (2021). Estructura del establecimiento.

## 4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

Con el fin de agregar formalidad al negocio, se realizaron los tramites y permisos pertinentes.

- ***Servicio de Rentas Internas / SRI***

“En esta entidad obtener el RISE (Régimen Impositivo Simplificado) no tiene ningún costo” (SRI, 2021).

Para obtener el RISE se necesita:

- Cédula de identidad.
- Certificado de votación actualizado.
- Documento que certifique el lugar donde se realizará la actividad económica, como planilla de agua, luz, teléfono u otros servicios; contrato de arriendo; pago de Impuesto Predial.

- ***Agencia de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria / ARCSA***

Para poder obtener el permiso que emite la entidad ARCSA, se debe cancelar un valor de \$96, y los requisitos que solicitan son (ARCSA, 2021):

- Cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
- Registro Único de Contribuyentes.
- Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad, si fuera el caso.
- ***Patente Municipal***

“La patente municipal se paga una vez por año y su valor está calculado por cada municipio. Los requisitos que se solicitan son” (Portal de servicios municipales, 2021).

Formulario de la declaración de Patente Municipal debidamente lleno. Éste se puede obtener en la página [www.quito.gob.ec](http://www.quito.gob.ec)

- Copia de la cédula y certificado de votación de las últimas elecciones.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes. En el caso de que posea, registro de comerciantes. No necesita el RUC actualizado.
- Copia de certificado de funcionamiento de bomberos del año actual.
- ***LUAE (Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas en el DMQ)***

Para obtener la LUAE se necesitan los siguientes requisitos y no tienen ningún costo (PORTAL UNICO DE TRAMITES CIUDADANOS, 2021).

- Formulario de Solicitud LUAE.
- Copia de RUC.
- Copia de cedula TILDE EN CÉDULA.
- Copia de papeleta de votación vigente.
- Copia del nombramiento del representante legal.

Dentro de este permiso se toman en cuenta algunos factores, como:

- Si el local no es propio: Autorización del dueño del predio para colocar el rótulo.
- Si es propiedad horizontal: Autorización de la Asamblea de Copropietarios o del Administrador como representante legal.

- Si el rótulo es existente: Dimensiones y fotografía de la fachada del local.
- Si es rótulo nuevo: Dimensiones y esquema gráfico de cómo quedará el rótulo.

● ***IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social)***

El Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral, se lo obtiene en el IESS y no tiene ningún costo (IESS, 2021).

- Ingresar a la página web del IESS [www.iess.gob.ec](http://www.iess.gob.ec).
- Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.
- Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
- Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.
- Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
- Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal.

● ***IEPI (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual)***

El trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Marcas \$ 208,00. La protección de la marca tiene una duración de 10 años y puede ser renovada indefinidamente, la renovación se la puede realizar entre los seis meses antes y seis meses de la fecha de vencimiento. El procedimiento que se debe realizar es el siguiente (SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES, 2021):

- Ingresar en la página del SENADI: [www.derechosintelectuales.gob.ec](http://www.derechosintelectuales.gob.ec).
- Seleccione PROGRAMA/SERVICIOS.
- Ingrese opción CASILLERO VIRTUAL.
- Llene los datos que le solicitan en el CASILLERO VIRTUAL (Si es persona natural ponga sus datos con su número de cédula de ciudadanía y si es persona jurídica coloque los datos con el RUC de la empresa).
- Una vez que haya dado este procedimiento le llegara a su correo el usuario y contraseña; así como un enlace de MI CASILLERO para proceder a cambiar la contraseña; obteniendo su casillero Virtual.

- Después de haber realizado este procedimiento; regresar a la página principal; y, usted podrá ingresar a SOLICITUDES EN LINEA.
- Ingrese con su usuario y contraseña.
- Ingrese a la opción PAGOS.
- Opción TRAMITES NO EN LINEA.
- Opción GENERAR COMPROBANTE.
- Se despliega una plantilla que usted tiene que llenar los datos; le solicitan que Ingrese el código o al menos 3 caracteres de la descripción de la Tasa de Pago: (Ingrese el código 1.1.10.).  
  
Ingrese los datos y Botón GENERAR COMPROBANTE.
- Imprima el comprobante.
- Y asista el BANCO DEL PACIFICO a pagar la tasa de \$16,00 o realice el pago en línea (Manual de uso).
- Escanee los comprobantes de pago (tanto el que imprimió del IEPI, como el que le entregaron en el Banco del Pacífico después de haber pagado).
- Envíe vía mail a la siguiente dirección foneticoquito@senadi.gob.ec, así como el NOMBRE EXACTO DE LA MARCA, que desea verificar.
- Se le enviará el informe de búsqueda a su correo.

## 5.PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

### 5.1 Objetivo de área

La industria alimentaria es un sector que tiene un alto impacto con el medio ambiente, ya que, se trabaja con productos orgánicos y químicos donde se puede causar algún tipo de daño en los procesos que realiza la empresa.

Por lo cual el propietario de la empresa tiene como objetivo la de prevenir y restaurar los daños que se pueda causar al medio ambiente en la elaboración de la producción de los panes y que el establecimiento pueda ocasionar.

Al momento de elaborar los panes se utilizará la materia prima necesaria, no se utilizará ningún tipo de químico para evitar cualquier tipo de contaminación ambiental.

Las personas ocasionan basura al momento de ingresar y salir del local, por lo que se colocaran tachos de basura diferentes, clasificando plásticos, papeles y productos orgánicos.

El impacto social se puede visualizar en la comunidad o sector donde está ubicado la panadería, por lo cual se identificará cosas positivas y negativas cuando la panadería este brindando su servicio.

### 5.2 Impacto ambiental

#### Identificación de impactos ambientales que pueda ocasionar la panadería.

- **Contaminación que ocasiona la basura:** los residuos que los clientes generan al momento que ingresen o salgan del local, tales como: fundas, servilletas, botellas, entre otros.
- **Contaminación al momento de limpiar la panadería:** cuando se realiza la limpieza de pisos, cocina, menaje de cocina y demás se lo realiza con productos químicos que al mezclarse con agua se convierten en aguas residuales y si no se evacuan por tuberías con el tiempo provocara contaminación al medio ambiente.
- **Consumo de electricidad:** los hornos industriales consumen mucha energía.
- **Consumo de agua:** al momento de realizar la producción del producto, la limpieza del establecimiento y los menajes de cocina si no se realiza un control del agua se generará un desperdicio del líquido vital de manera irresponsable.

### **Medidas para contrarrestar los impactos generados por la panadería.**

- Para la basura generada en el local se colocarán tachos de basura en sitios estratégicos que estén visibles para los clientes y para los trabajadores.
- Comprobar que la tubería que desemboca en el alcantarillado este en buen estado.
- Utilizar productos amigables para el medio ambiente.
- Mantener los hornos y materiales industriales conectadas a un adaptador de consumo de energía.

## **5.3 Impacto social**

### **Igualdad de género**

Sourdough bakery desarrollará una política de igualdad de género que evita la discriminación profesional en salarios, trato, carreras profesionales. También se aceptarán colaboradores de ambos géneros que acepten las políticas internas del negocio.

### **Generar empleo**

La panadería generará empleos a personas del sector que son productores de materia prima que es necesaria para la elaboración de panes, y así apoyar al sector agrícola de este sitio.

### **Atracción de empleados**

Mediante una política que incluya una gestión empresarial que sea sostenible y sobre todo responsable, se crea una aceptación por parte de los empleados para que ellos se sientan seguros del lugar de trabajo y empiecen a rendir al máximo en su desempeño laboral.

## 6. PROCESO FINANCIERO

### 6.1. Introducción

En el siguiente capítulo se detalla el análisis financiero del proyecto Sourdough bakery, donde se indica la perspectiva del punto de vista económico y se estudia cada punto financiero hasta llegar a la inversión total que se requiere para lograr posesionar a la panadería dentro del mercado gastronómico del Cantón.

### 6.2. Inversiones

Una inversión determina recursos con el objetivo de obtener un beneficio de compra o creación de activos o de capital, es decir el acto de no consumir esos recursos ahora para satisfacer necesidades en el presente, sino de destinarlos a satisfacer necesidades en el futuro.

### 6.3. Activos Fijos

Abarca equipos industriales y de seguridad, equipos de computación y muebles – enseres, sumando como total de activos fijos \$10,846,64

Tabla 27 Activos fijos

<b>INVERSIONES</b>	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
Edificio	0
Vehículo	0
Equipos Industriales.	7.539,64
Equipos de Computación	829
Muebles / Enseres	2,478
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>10.846,64</b>

*Rivera, L. (2021). Activos fijos. Quito*

### 6.4. Activos diferidos

Concierne en todos los gastos o inversión para la creación de la empresa. Activos diferidos se define dentro de los Gastos de Constitución el que cuenta con la suma de \$300 porque el trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de marcas tiene un valor de \$ 204,00 y para obtener permiso por la agencia de regulación ARCSA se debe cancelar un valor de \$96, en lo que determina pagar la obtención de permisos de funcionamiento, copias, abogado, traslado, etc.

Tabla 28 Activos diferidos

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Gastos de Constitución	300
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>300</b>

Rivera, L. (2021). *Activos diferidos*. Quito

### 6.5. Capital de trabajo

Son todos los recursos a utilizar en el transcurso de 1 año como: sueldos, servicios básicos, etc.

En lo que concierne al establecimiento, en el periodo de un año se dispone a pagar un total en sueldos de mil cuatrocientos dólares (\$20053,6) anuales, servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet) el valor de cuatrocientos veinte, material de oficina (papelería, lápiz, etc.) con doscientos cincuenta y dos con cuarenta y ocho centavos, material de limpieza (trapeador, desinfectante, etc.) con setecientos setenta y seis dólares con veinte y ocho centavos. El alquiler de local con mil ochocientos anual , publicidad con ciento setenta y dos dólares, adquisición de materia prima es de dos mil dólares, gastos financieros de acuerdo a la tabla de amortización es de cuatro mil doscientos dólares, dando un total de capital de trabajo de \$29674,36.

Tabla 29 Capital de trabajo

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
Sueldos	\$ 20053,6
Servicios Básicos	\$ 420,00
material oficina	\$ 252,48
material limpieza	\$ 776,28
servicio auto	\$ -
alquiler local	\$ 1800,00
Publicidad	\$ 172,00
adquisición de materia prima	\$ 2.000,00
gastos financieros	\$ 4.200,00
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 29674,36</b>

Rivera, L. (2021). *Capital de trabajo*. Quito

Tabla 30 Detalles de inversión

<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>	
Total Activos Fijos	10.846,64
Total Activos Diferidos	300
Total Capital de Trabajo	29.674,36
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>40.821,00</b>

Rivera, L. (2021). Detalles de inversión. Quito.

Inversión total teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo es de \$40.821,00

## 6.6 Sueldos

A continuación, se detalla el cuadro de sueldos con todos los beneficios legales.

Tabla 31 Sueldos

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
<b>Gerente Chef</b>	550	6600	623,7	801,9	6778,2
<b>Ayudante de Cocina</b>	425	5100	481,95	619,65	5237,7
<b>Cajero- repcionista</b>	425	5100	481,95	619,65	5237,7
<b>TOTAL</b>	<b>1400</b>	<b>16800</b>	<b>1587,6</b>	<b>2041,2</b>	<b>17253,6</b>

Rivera, L. (2021). Sueldos. Quito.

Tabla 32 Décimos

PERSONAL	SUELDOS	DECIMO 4°	DECIMO 3°	TOTAL DECIMOS
Gerente Chef	550	550	550	975
Ayudante de Cocina	425	425	425	850
Cajero- recepcionista	425	425	425	850
<b>TOTAL</b>	<b>1400</b>	<b>1400</b>	<b>1400</b>	<b>2800</b>

Rivera, L. (2021). Décimos. Quito.

Tabla 33 Sueldos totales

TOTAL SUELDOS	TOT. DECIMOS	TOT ANUAL
---------------	-----------------	--------------

\$17253,6	\$2.800	\$20053,6
-----------	---------	-----------

Rivera, L. (2021). Sueldos totales. Quito.

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$20053,6 anual.

### 6.7. Depreciación activos fijos.

En esta tabla se verá la cuantificación económica del desgaste por el paso del tiempo de los bienes. Los activos fijos para el establecimiento son los siguientes: equipos industriales 10%, equipos de computación con un 33.33 % y muebles y enseres con el 10 % dando así un total de \$1.278,07

Tabla 34 Depreciación de activos fijos

<b>DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS</b>			
		<b>% DEPRECIACIÓN</b>	<b>DEPRECIACIÓN</b>
Equipos Ind. + Equipos Ind de seguridad	\$7.539,64	10%	\$753,96
Edificio	0	20%	0
Vehículos	0	5%	0
Equipos de Computación	\$829	33,33%	\$276,31
Muebles y Enseres	\$2.478	10%	\$247,80
<b>TOTAL DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS</b>			<b>\$1.278,07</b>

Rivera, L. (2021). Depreciación de activos fijos. Quito.

### 6.8. Amortizaciones

Este es el valor que recupera la empresa por constitución de la misma. La Amortización del establecimiento es de un 20% que a su vez equivale a sesenta dólares, ya que el monto por constitución equivale a trescientos dólares.

Tabla 35 Amortizaciones

<b>AMORTIZACIONES</b>			
<b>PORCENTAJE AMORTIZACIÓN</b>			
Gastos de Constitución	300	20%	60

Rivera, L. (2021). Amortizaciones. Quito.

### 6.9. Estructura capital

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: Capital Propio con la suma de \$10.821 que equivale a una estructura del 27%; costo 13% con una tasa de descuento de 3,4 %; por consiguiente el Capital Financiero es de \$30.000 con una estructura del 73% , el costo es del 14 % que otorga el 10,3% de tasa de descuento; con un Total Inversión de \$40.821,00 que en la suma total nos da una estructura del 100% y TMAR (tasa mínima de rendimiento) que es la suma de las tasas de descuento con un total de 13.7% valor indicador de la factibilidad de la empresa.

Tabla 36 Capital

<b>ESTRUCTURA DE CAPITAL</b>					
		<b>Estructura</b>	<b>Costo</b>	<b>TD</b>	
Capital Propio	10.821,00	27%	13%	3,4%	
Capital Financiero	30.000	73%	14%	10.3%	
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>40.821,00</b>	<b>100%</b>		<b>13.7%</b>	<b>TMAR</b>

Rivera, L. (2021). Capital. Quito.

### 6.10. Tabla de amortización

La tabla indica el manejo de pago de la suma de 30.000, con una tasa del 14 % en un plazo de cinco con años; lo que con lleva al pago de interés al quinto año es de \$ 1.073,15 y a su vez el pago capital al quinto año es de \$ 7.665,36 que al final del periodo establecido da un saldo de cero dólares.

A continuación, se presenta la tabla de amortización:

Tabla 37 Tabla de amortización

<b>MONTO</b>	30000			
<b>TASA</b>	14%			
<b>PLAZO</b>	5			
<b>PERIODO</b>	<b>DIVIDENDO</b>	<b>PAGO INTERES</b>	<b>PAGO CAPITAL</b>	<b>SALDO</b>
<b>0</b>	-	-	-	30000
<b>1</b>	8738,51	4.200,00	4.538,51	25.461,49
<b>2</b>	8738,51	3.564,61	5.173,90	20.287,60
<b>3</b>	8738,51	2.840,26	5.898,24	14.389,35
<b>4</b>	8738,51	2.014,51	6.724,00	7.665,36
<b>5</b>	8738,51	1.073,15	7.665,36	0,00

Rivera, L. (2021). Tabla de amortización. Quito.

### 6.11. Punto de equilibrio

Tabla 38 Datos punto de equilibrio

<b>COSTOS FIJOS</b>	
Arriendo	1800
Sueldos	20053,6
Ser. Básicos	420
<b>T. COSTOS FIJOS</b>	<b>22.273,6</b>

Rivera, L. (2021). Datos punto de equilibrio. Quito.

Tabla 39 Margen de contribución

<b>Precio menú</b>	6,54	
<b>Costo menú</b>	2,33	
<b>Ganancia</b>	4,21	<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>

Rivera, L. (2021). Margen de contribución. Quito.

Tabla 40 Punto de equilibrio

<b>VENTA</b>	5293	6,54	34614,8
<b>COSTO</b>	5293	2,33	12332,2
<b>GASTO</b>			22282,6
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>			0

Rivera, L. (2022). Punto de equilibrio. Quito.

Tabla 41 Ventas y costos proyectados

<b>VENTAS PROYECTADAS</b>			
2000	13080	156960	<b>ventas</b>
2000	4660	55920	<b>costo</b>

Rivera, L. (2021). Ventas y costos proyectados. Quito.

En el punto de equilibrio se establece la cantidad de menús a vender para poder tener una rentabilidad.

### 6.12 Costo de ventas

El costo de venta se basa en un periodo de cinco años en el mismo que tendremos ventas para conocer el monto de primer año.

Tabla 42 Costo de ventas

<b>FLUJO DE VENTAS</b>	0	1	2	3	4	5
Ventas		102024,00	105094,92	108258,28	111516,85	114873,51
Costo de ventas		36348,00	37442,07	38569,08	39730,01	40925,88
Utilidad bruta en ventas		65676,00	67652,85	69689,20	71786,84	73947,63
Gastos administrativos		20053,60	20657,21	21279,00	21919,49	22579,27
Servicios básicos		420,00	432,64	445,66	459,08	472,90
Material ofic. Y limpia		1028,76	1059,73	1091,62	1124,48	1158,33
Alquiler auto		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Alquiler		1800,00	1854,18	1909,99	1967,48	2026,70
Publicidad		172,00	177,18	182,51	188,00	193,66
Depreciaciones		1278,07	1278,07	1278,07	1278,07	1278,07
Amortizaciones		60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Utilidad operativa		40863,57	42133,84	43442,34	44790,23	46178,70
Gastos financieros		4200,00	3564,61	2840,26	2014,51	1073,15
Utilidad antes de impuestos		36663,57	38569,23	40602,08	42775,73	45105,55
Base impositiva		13290,54	13981,35	14718,25	15506,20	16350,76
Utilidad neta		23373,03	24587,88	25883,83	27269,52	28754,79

Rivera, L. (2021). Costo de ventas. Quito.

La tabla es contemplada a 5 años con un crecimiento país del 1% aproximadamente, las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de \$23373,03 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$28754,79

### 6.13. Flujo de caja

El flujo de caja corresponde en finanzas como los flujos de entradas y salidas de efectivo o caja en un periodo determinado, accediendo llevar el control de ingresos como egresos para de esta manera saber el nivel de fluidez que posee la empresa.

Tabla 43 Flujo de caja

<b>FLUJO DE CAJA</b>						
	0	1	2	3	4	5
Utilidad operative		40863,57	42133,84	43442,34	44790,23	46178,70
Depreciacion		1278,07	1278,07	1278,07	1278,07	1278,07
Amortizacion		60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
- Base impositiva		13290,54	13981,35	14718,25	15506,20	16350,76
- Gastos financieros		4200,00	3564,61	2840,26	2014,51	1073,15
- Pago capital		4.538,51	5.173,90	5.898,24	6.724,00	7.665,36
+ Valor de salvamento						524,11
+ Capital de trabajo						0
- Reposicion de activos				0		
= Flujo neto de caja	-40821,00	20.172,59	20.752,06	21.323,65	21.883,60	22.951,61

Rivera, L. (2021). Flujo de caja. Quito.

Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$ 20,172,59 mientras que para el 5 año esta aumentará a \$22.951,61.

#### 6.14. Calculo del TIR y el VAN

Para finalizar el análisis financiero se tiene el último paso que es el del cálculo del VAN y el TIR que consiste en:

##### 6.14.1. VAN (*Valor Actual Neto*)

Indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.

El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un VAN traer el valor presente todas las proyecciones obtenidas en el flujo de caja menos la inversión; el van es bueno cuando es mayor a cero; por consiguiente, el VAN en la empresa es de \$34.126,75.

##### 6.14.2. TIR (*Tasa Interna de Retorno*)

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN) es igual a cero. Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

TIR valor porcentual del flujo de caja (debe ser mayor al TMAR), en este caso el TIR de la empresa posee un valor de 42,70% que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 13,70% con el TMAR.

Tabla 44 VAN/TIR

VAN	34.126,75
TIR	42,70%
TMAR	13,70%

Rivera, L. (2021). VAN/TIR. Quito.

## 7.CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 7.1. Conclusiones.

- Finalmente se puede concluir que, Sourdough bakery es una panadería a base de masa madre que deleita el paladar de los clientes que a su vez satisface sus necesidades de probar algo diferente y nutritivo dando la mejor calidad en sus productos y a su vez innovando con diferentes tipos de panes a base de masa madre el cual es un fermento natural que aporta gran sabor a las masas.
- En conclusión, se realizó una encuesta para obtener información sobre las preferencias de las personas con respecto a los panes y verificar que tan factible es la implementación de una panadería a base de masa madre en el sector de Calderón, estudiando las necesidades que tienen las personas.
- En consecuencia, de lo expuesto en la presente investigación, se pudo determinar la factibilidad de la empresa gracias a los datos recolectados del VAN y TIR, dando una oportunidad para entrar en el ámbito de la panificación innovando con técnicas de vanguardia para garantizar la liquidez de la empresa, calidad de los productos y satisfacción de los clientes.
- De esta manera queda en evidencia que, implementar un nuevo negocio con ideas innovadoras como es Sourdough bakery pueden posicionar el valor gastronómico en lo más alto, debido a la combinación de técnicas ancestrales y de vanguardia, llevando así un equilibrio entre técnica, sabor y calidad.
- En última instancia, se determinó que para poner en marcha un emprendimiento se debe regir al protocolo de bioseguridad post COVID 19, debido a que la empresa debe velar por el bienestar tanto de clientes como de empelados, garantizando la salud de todas las personas dentro y fuera del establecimiento.

## 7.2. Recomendaciones.

- Se recomienda consumir panes bajos en gluten y más nutritivos elaborados a base de masa madre, para tener una alimentación saludable, esto ayudará a la prevención de enfermedades.
- Para incentivar el impacto ambiental se recomienda trabajar con productos donde no pueda causar algún tipo de daño al medio ambiente.
- Se recomienda no utilizar ningún tipo de químico para evitar cualquier tipo de contaminación ambiental.
- Es recomendable mantener los hornos y materiales industriales conectados a un adaptador de consumo de energía y realizar una adecuada limpieza para evitar accidentes laborales.
- Para asegurar la vida de los clientes es recomendable cumplir con el protocolo de bioseguridad al momento de ingreso al establecimiento.

## 7.3. Bibliografía.

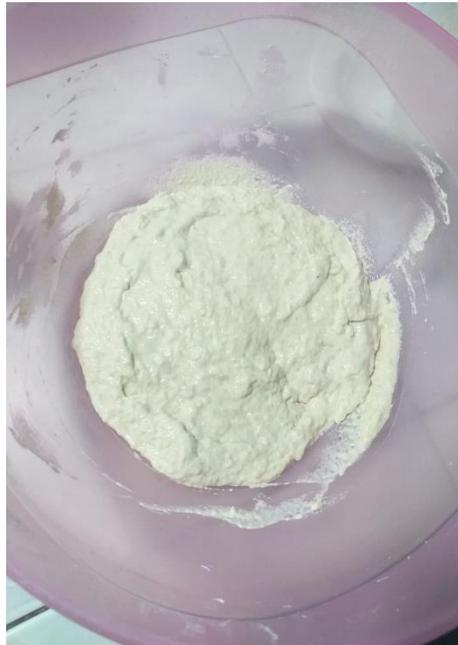
- ✓ ARCSA. (16 de 08 de 2021). *ARCSA*. Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/>
- ✓ IESS. (11 de 01 de 2021). *IESS*. Obtenido de <https://www.iess.gob.ec/home-preguntasfrecuentes/>
- ✓ PORTAL DE SERVICIOS MUNICIPALES. (16 de 08 de 2021). *PORTAL DE SERVICIOS MUNICIPALES*. Obtenido de <https://pam.quito.gob.ec/PAM/Servicios.aspx>
- ✓ PORTAL UNICO DE TRAMITES CIUDADANOS. (16 de 08 de 2021). *PORTAL UNICO DE TRAMITES CIUDADANOS*. Obtenido de <https://www.gob.ec/gaddmq/tramites/licencia-metropolitana-unica-ejercicioactividades-economicas-luae>
- ✓ SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES. (16 de 08 de 2021).
- ✓ *SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES*. Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/>
- ✓ SRI. (16 de 08 de 2021). *SRI*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/regimenimpositivo-simplificado-rise>

## 7.4. Anexos

### Elaboración de masa madre

#### Procedimiento:

- Mezclar todos los ingredientes dentro de un bol grande.
- Cubrir el bol con film y dejar que la preparación repose por 24 horas a temperatura ambiente antes de utilizarla.
- Durante el proceso de fermentación la masa se duplicará.



### **Pan de molde o inglés a base de masa madre**



### **Pizza a base de masa madre**



### **Pan campesino a base de masa madre**



**Ensaimadas a base de masa madre**



**Bollo relleno de queso a base de masa madre**



**Pan clásico a base de masa madre**

