



CARRERA: TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN

TEMA:

“Proyecto de factibilidad para la implementación de una panadería ubicada en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha”

Proyecto integrador de grado previo a la obtención del título de tecnólogo en administración

AUTOR: MAGALY SUGEI CALLE JARA

DIRECTOR: MSc. CHRISTIAN CARVAJAL

D.M. Quito, 28 de febrero 2023

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre mi vida y a toda mi familia por estar siempre presentes. Mi profundo agradecimiento a todas las autoridades y personal que hacen el Tecnológico Internacional Universitario, por confiar en mí, abrirme las puertas y permitirme realizar todo el proceso investigativo dentro de su establecimiento educativo.

Magaly Sugei Calle Jara

DEDICATORIA

Dedico la realización de este proyecto a Dios por haberme permitido culminar mis estudios y de esta manera abrirme varias oportunidades académicas y laborales para mejorar como persona y profesional y así dar todo de mí para la sociedad.

Con todo mi corazón dedico a mi familia quienes con tanto esfuerzo y sacrificio me han apoyado y dado la suficiente fuerza para continuar con mis estudios y poder enfrentarme a los retos que la vida depara.

Magaly Sugei Calle Jara

AUTORIA

Yo, Magaly Sugei Calle Jara autora del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Magaly Sugei Calle Jara

D.M. Quito 28 de febrero 2023.

MSc. Christian Carvajal

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.

MSc. Christian Carvajal

D.M. Quito 28 de febrero 2023.

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO DE CARRERA

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

PRIMERA: El MSc. Christian Carvajal y por sus propios derechos en calidad de Tutor del Trabajo fin de carrera; y a la Srta. Magaly Sugei Calle Jara por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: La Srta. Magaly Sugei Calle Jara realizó el trabajo fin de carrera titulado: “Proyecto de factibilidad para la implementación de una panadería ubicada en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha”, para optar por el título de, Tecnólogo/a en administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del MSc. Christian Carvajal.

TERCERA: Los comparecientes, MSc. Christian Carvajal, en calidad de Tutor de trabajo fin de carrera y la Srta. Magaly Sugei Calle Jara como autora del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo de fin de Carrera titulado “Proyecto de factibilidad para la implementación de una panadería ubicada en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha” y, conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

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

MSc. Christian Carvajal

Srta. Magaly Sugei Calle Jara

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO	ii
DEDICATORIA	iii
AUTORIA	iv
CERTIFICACIÓN	v
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO DE CARRERA	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xi
RESUMEN	1
2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	3
2.1 Creación de la empresa.....	3
2.2 Descripción de la empresa	3
2.2.1 Importancia	3
2.2.2 Características	3
2.3 Actividad.....	4
2.4 Tamaño y distribución de la empresa	4
2.5 Estudio arquitectónico	5
2.6 Estructura interna del establecimiento	6
2.7 Necesidades que satisfacer	7
2.7.1 Necesidad de Seguridad.....	7
2.7.2 Necesidad Social	8
2.7.3 Necesidad de Autoestima.....	8
2.7.4 Necesidad de Autorrealización.	8
2.8 Localización de la empresa.....	8
2.9 Filosofía empresarial	9
Misión.....	9
Visión.	9
Objetivos.....	10
Meta.....	10
Estrategias.	10
Políticas.	11

2.10 FODA.....	11
Fortalezas.....	12
Oportunidades.....	12
Debilidades.....	12
Amenazas.....	12
2.11 Desarrollo organizacional.....	12
Tipo de Estructura.....	12
2.12 Formalización.....	14
2.13 Centralización – Descentralización.....	14
Integración.....	15
Organigrama empresarial.....	16
2.14 Funciones del personal.....	16
2.15 Funciones del personal.....	17
Detalles generales del puesto de Panadero de pan francés.....	17
Rol del puesto.....	17
Remuneración.....	17
Detalles generales del puesto de Pastelero.....	17
3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING.....	20
3.1 Objetivo de mercadotecnia.....	20
3.2 Investigación de mercado.....	20
Modalidad.....	20
Plan de Muestreo.....	20
3.3 Análisis de las encuestas.....	22
3.4 Análisis General.....	28
3.5 Entorno Empresarial.....	29
Competencia Directa.....	30
Competencia Indirecta.....	31
Clientes.....	32
Macroentorno.....	32
Factor Político.....	33
Factor económico.....	33
Factor Tecnológico.....	34
Producto Servicio.....	34

Producto Esencial.....	34
Producto real.....	35
Características.....	35
Calidad.....	35
ESTILO.....	36
Marca.....	36
Producto aumentado.....	37
Plan de introducción al mercado.....	37
<i>Distintivos y Uniformes</i>	37
Área de Caja y Recepción.....	38
Materiales de identificación.....	38
Canales de distribución y puntos de ventas.....	39
Riesgo y Oportunidad del negocio.....	40
Fijación de Precios.....	41
Fijación de precios por receta estándar.....	41
Empanada.....	42
Implementación del negocio.....	43
Arriendo del local.....	43
<i>Equipos industriales</i>	43
<i>Equipos de computación</i>	43
<i>Muebles y enseres</i>	44
Equipos industriales de seguridad.....	44
<i>Servicios básicos</i>	45
<i>Materiales de limpieza</i>	46
Estudio arquitectónico.....	46
Estructura interna del establecimiento.....	47
4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL.....	48
Servicio de Rentas Internas / SRI.....	48
Patente Municipal.....	48
LUAE (Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas)	49
Permiso de funcionamiento ARCSA (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria – Ministerio de Salud Pública).....	49
IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social).....	50

Ministerio de Relaciones Laborales (MRL)	50
SAYCE (Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos)	51
5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL.....	52
Objetivos Sociales.....	53
<i>Fin de la pobreza</i>	53
Trabajo decente y crecimiento económico	53
Objetivos Ambientales	53
<i>Agua limpia y saneamiento</i>	53
<i>Producción y consumo responsable</i>	54
6. PROCESO FINANCIERO	55
Introducción.....	55
Inversión.....	55
Activos fijos.....	55
Activos diferidos.....	Error! Bookmark not defined.
Capital de trabajo	56
Sueldos	56
Estructura de capital.....	59
Costo de ventas	61
Calculo del VAN y del TIR.....	63
VAN (Valor Actual Neto) o VPN.....	63
Interpretación VAN.....	63
Tir (Tasa Interna de Retorno)	64
Interpretación del TIR	64
Bibliografía.....	67
ANEXOS.....	68

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Esquema y distribución de la Panadería Canasta de Pan	6
Ilustración 2. Pirámide de Maslow.....	7
Ilustración 3. Ubicación.....	9
Ilustración 4. Mapa de procesos.....	14
Ilustración 5. Diagrama de procesos	15
Ilustración 6. Esquema microentorno.....	30
Ilustración 7. Ubicación en el mapa.	30
Ilustración 8. Objetivos de Desarrollo sostenible	52

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características	4
Tabla 2. Méritos aspectos a considerar	19
Tabla 3. Consume Pan.....	22
Tabla 4. Pan sin grasa.....	23
Tabla 5. Conoce los beneficios nutricionales	23
Tabla 6. Consumo de pan con aceite de oliva	24
Tabla 7. Alcance del bolsillo	25
Tabla 8. Lugar de venta.....	26
Tabla 9. Características competitivas.....	27
Tabla 10	32
Tabla 11. Financiamiento Publicitaria de la empresa	40
Tabla 12. Muebles y encerados	44
Tabla 13. Equipos industriales de seguridad	44
Tabla 14. Suministros de oficina.	45
Tabla 15. Servicios básicos	45
Tabla 16. Materiales de Limpieza.....	46
Tabla 17. Activos fijos	55
Tabla 18. Activos diferidos	Error! Bookmark not defined.
Tabla 19. Sueldos y aportaciones (IESS).....	57
Tabla 20. Estructura del capital	59
Tabla 21. Costo de ventas.....	62
Tabla 22. Valor actual neto interpretación.	63

Tabla 23. Interpretación del TIR.....	64
Tabla 24. Cálculo del VAN Y TIR.....	65

“Proyecto de factibilidad para la implementación de una panadería ubicada en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha”

MAGALY SUGEI CALLE JARA

MSc. CHRISTIAN CARVAJAL

D.M. Quito, 28 de febrero 2023

RESUMEN

La situación actual del Ecuador ha configurado el estado del mercado nacional de consumo de pan y productos diversos elaborados a base de maíz y otros elementos nativos en un dinámico negocio integrado lleno de correlaciones cambiantes que van ampliando su núcleo por un lado y aceleradamente por el otro. otro. el nivel de competitividad, desarrollo técnico, social y económico de la nación. Esto ha puesto la venta de pan en todos los puestos de trabajo de la organización actualizada.

El cantón Quito es uno de los principales cantones productivos de la provincia de Pichincha. Dentro de la ciudad la principal actividad productiva es la panadería, siendo los productos más representativos: empanadas, cachitos, pan integral, pan de leche y tapados. Este último producto es el más consumido dentro de la ciudad, que los habitantes quiteños han preferido, desde ya hace muchos años y con la evolución de la industria, en la actualidad, existen varias empresas que se dedican a la panadería dentro del cantón.

Esta investigación se realiza debido a la posibilidad y/o necesidad de considerar si la elaboración y diseño de la estrategia comercial inciden en la formulación de tácticas de venta de una organización panificadora. El valor de esta investigación radica en la necesidad primaria de mejorar el proceso de distribución y entrega de productos de la empresa. Este proyecto empresarial destaca puntos de venta como: objetivos comerciales, segmentos de mercado, estudios de participantes, entre otros. Los resultados de esta investigación se obtuvieron de fuentes de información primaria. Los hallazgos muestran que este conjunto se mantiene consistente con la construcción de la estrategia empresarial. Además, se identifican los canales de distribución y paquetes de presentación idóneos para que los productos de la empresa lleguen en las mejores condiciones a manos de los clientes finales.

Dentro de las empresas que se dedican a la panadería el pan es uno de los alimentos fácilmente disponibles. Su versatilidad le permite adaptarse a cada necesidad de quien lo consume. Por ejemplo, las baguettes de París, el pan amasado en el campo, etc. (varían según la región). La composición depende de la harina utilizada, las materias primas,

grasas y los ingredientes dulces. Esto incluye especias y otros ingredientes como hierbas aromáticas que aportan otros sabores como ajo, cebolla, comino y pan de aceitunas.

El principal objetivo de la empresa es satisfacer a los clientes de panadería con productos y servicios superiores para cumplir con las expectativas de los clientes, además capacitar con regularidad a los empleados en el uso adecuado de materiales y herramientas para garantizar productos de calidad superior, la empresa busca enfatizar estos aspectos ya que son de gran importancia para su desarrollo.

El análisis principal del trabajo de investigación refleja la importancia de accesibilidad, posicionamiento y aseguramiento de la calidad del producto para inclinarse por el bien de la organización. También se refleja el ambiente de competitividad exigente en el mercado; al ser un bien con alta oferta y demanda, es natural la aparición de nuevas o el fortalecimiento de la competencia. Por lo tanto, al que tener en cuenta las opiniones de los comensales, para establecer criterios estratégicos de planificación y desarrollo comercial y organizacional.

ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

Creación de la empresa

Dotados de los recursos necesarios para producir productos de alta calidad, CANASTA DE PAN siempre ha brindado al público el mejor servicio y producción, se dedica a satisfacer las mayores necesidades del público. La panadería inició sus actividades en Quito, la cual goza de buena reputación por su calidad y sabor, siempre han sido uno de los aspectos que caracterizan a la empresa. La panadería ejecuta múltiples procesos para fabricar productos como hornos, rodillos y rebanadoras, y personal altamente calificado para la producción.

Descripción de la empresa

Importancia

El pan es uno de esos alimentos fácilmente disponibles. Su versatilidad le permite adaptarse a cada necesidad de quien lo consume. Por ejemplo, las baguettes de París, el pan amasado en el campo, etc. (varían según la región). La composición depende de la harina utilizada, las materias primas, grasas y los ingredientes dulces. Esto incluye especias y otros ingredientes como hierbas aromáticas que aportan otros sabores como ajo, cebolla, comino y pan de aceitunas (El Universo, 2020).

Características

Para poder describir a la empresa LA CANASTA DE PAN en el plan de negocios es necesario conocer el tipo de empresa en la que fue creada para que el empresario conozca la percepción de la empresa y siempre pueda tenerla en cuenta. Por otro lado, su empleador le dio un curso bien establecido y la gente de la empresa está bien establecida.

- Sociedad de Grupo
- Sociedad de Responsabilidad Limitada
- Sociedad Anónima

- Sociedad de Economía Mixta
- Sociedad de Responsabilidad Limitada Simple
- Extranjera

Tabla 1. Características

	Colaboradores	Ventas anuales	Activos
Microempresa	1-9 personas	Igual o menor a 100.000	Hasta 100.000
PYMES	10-49 personas	100.001-100.000	100.001-750.000
Mediana	50-199 personas	1.000.000-5.000.000	750.001-3.999.000
Gran empresa	200 personas o más	5.000.000 o más	4.000.000 o más

Elaborado por: Magaly Sugei Calle Jara

Actividad

La empresa ofrece su pan en diversas presentaciones como: El comprador es una persona física y una tienda de conveniencia.

Un servicio adicional que se ofrece específicamente a la población hacinada de apartamentos y complejos de apartamentos es el servicio de entrega de pan recién horneado.

Tamaño y distribución de la empresa

Se diseña y distribuye de acuerdo con el espacio físico y necesidades para no desperdiciar recursos considerando el tamaño del espacio en el que se desarrollará el proyecto. En el

área especificada, se tuvo en cuenta la división del área. También se encuentran las salas de administración, producción, ventas, almacenaje, baños de clientes y descarga de productos más importantes del proyecto. Tenga en cuenta que cada área tiene suficiente espacio para brindar un excelente servicio a los clientes. Superficie total ($13 \times 19,10 = 248,3 \text{ m}^2$) y superficie sin zona de descarga ($13 \times 1,3 = 16,9 \text{ m}^2$). (Ver *Ilustración 1*).

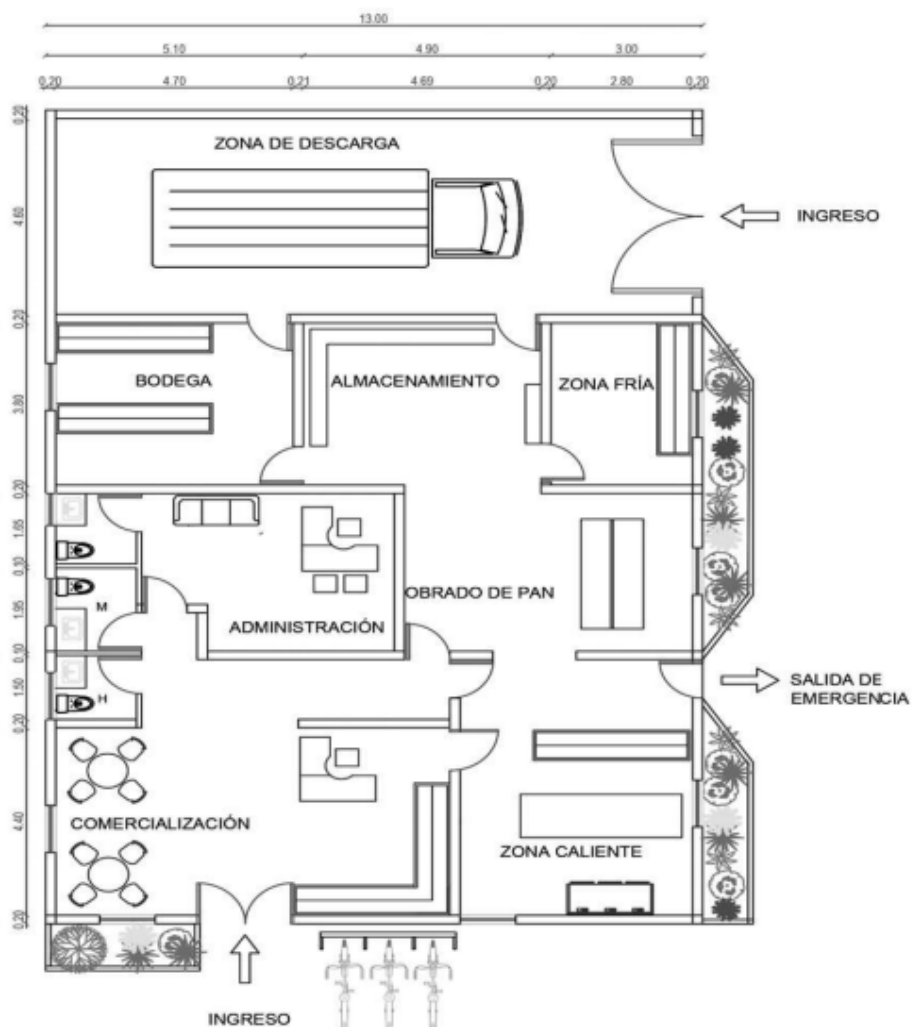
Para comodidad de los usuarios, las salas de recepción y espera deberán tener capacidad suficiente para albergar a pacientes con sus dueños y una altura mínima de 1,80 m. La oficina tiene al menos 9 m², tiene un lavamanos cercano y paredes, techos y pisos impermeables hechos de materiales fáciles de limpiar y desinfectar.

Estudio arquitectónico

Al momento de planificar la panadería Canasta de Pan, se considera la capacidad instalada, el número de empleados en la empresa y la capacidad para administrar (25 personas). Se ha tenido en cuenta el espacio necesario para cada zona y se han añadido lugares adicionales para descargar suministros.

Estructura interna del establecimiento

Ilustración 1. Esquema y distribución de la Panadería Canasta de Pan



Elaborado por: Magaly Sugei Calle Jara

Necesidades que satisfacer

Ilustración 2. Pirámide de Maslow.



Elaborado por: Magaly Sugei Calle Jara

La Pirámide de Maslow, también conocida como la Jerarquía de las Necesidades Humanas, es una teoría de la psicología motivacional que intenta explicar qué impulsa las acciones y acciones de las personas. Según Abraham Maslow, el comportamiento humano surge de motivos y nos guía hacia la meta de satisfacer nuestras necesidades individuales. (Carrasco, 2014).

La Pirámide de Maslow comienza con necesidades básicas o de bajo nivel donde podemos encontrar necesidades fisiológicas como respirar, comer y descansar.

Necesidad de Seguridad.

La empresa deberá adherirse a las medidas y protocolos de bioseguridad relacionados con la crisis sanitaria del COVID-19. Por un lado, la empresa debe cumplir con la Ley Orgánica de Protección al Consumidor. Para proteger la vida, la salud y la seguridad en el consumo de bienes y servicios, satisfacer las necesidades básicas y garantizar el acceso a los servicios básicos, se deben cumplir los requisitos establecidos por la ley. Asimismo, el derecho de los proveedores públicos y privados a la libre elección para ofrecer bienes y servicios competitivos y de óptima calidad (Cyr & Gray, 2004).

Necesidad Social

La empresa se esfuerza por construir relaciones de largo plazo con sus clientes y proveedores, por lo que debe mantener un trato amable a la hora de entregar sus productos.

Necesitas crear un ambiente de trabajo cómodo para tus empleados. Esto asegura compromiso y cuidado en el trabajo con los alimentos y contribuye al crecimiento de la empresa.

Necesidad de Autoestima.

Por el conocimiento, la capacitación y las actualizaciones continuas, cada empleado puede disfrutar del crecimiento, aplicar el cuidado adecuado para lograr el éxito personal y comercial, y ganarse la confianza de nuestros clientes con un servicio de calidad. Ganar el campeonato, lograr un notable crecimiento organizacional y convertirnos en una panadería reconocida y recomendada en la ciudad.

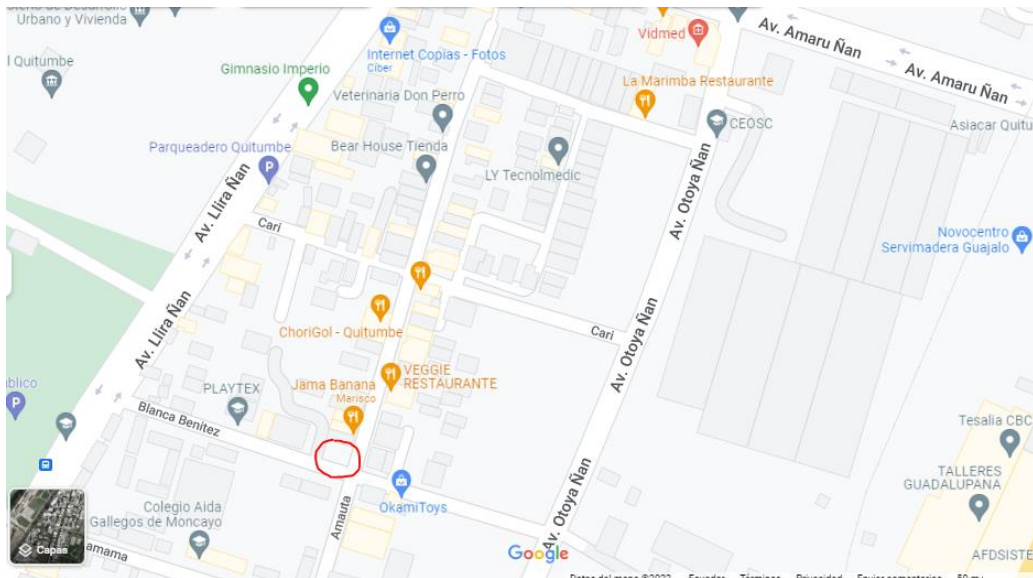
Necesidad de Autorrealización.

La empresa apoya a los empleados para que crezcan dentro de la empresa, ofrece incentivos para mejorar el desempeño y brinda oportunidades de capacitación y asistencia a talleres para garantizar el crecimiento mutuo.

Localización de la empresa

Para los consumidores ecuatorianos, visitar panaderías y comer pan es un hábito diario, según un estudio de mercado realizado entre habitantes del estado de Pichincha. Una semi fabricante que vende pan en su propio local al sur de Quito en el sector de Quitumbe.

Ilustración 3. Ubicación



Fuente: (Google maps, 2021).

Filosofía empresarial

Misión

Como empresa panificadora proveedora de pan de la más alta calidad en el Sur de Quito, entregamos productos frescos, saludables y deliciosos elaborados de acuerdo al control de calidad BPM y recetas estándar de la empresa, llegando a los diferentes puntos que nuestros clientes desean.

Visión.

Convertirnos en la panadería líder en el Área Metropolitana Sur de Quito, brindando un servicio de excelencia a una amplia gama de clientes exigentes del sector, generando empleos y contribuyendo al crecimiento económico, así como al posicionamiento de marca y oferta de productos.

Objetivos.

- Satisfacer a los clientes de panadería con productos y servicios superiores para cumplir con las expectativas de los clientes.
- Capacitar regularmente a los empleados en el uso adecuado de materiales y herramientas para garantizar productos de calidad superior.
- Preparar productos de panadería y confitería de acuerdo con los estándares de calidad pertinentes que permitan la producción de productos sin desviaciones.

Meta

Ir a una panadería y comer pan es un hábito diario para los consumidores ecuatorianos, según una encuesta realizada por el Instituto Tecnológico del Ejército en mayo de 2018 en la ciudad de Quito y un estudio de mercado realizado entre los habitantes de Quito. En resumen, es un negocio fructífero, entonces pensé en desarrollar una planta de producción semiindustrial para vender pan en mi propio local en el sector de Quitumbe, al sur de Quito, es un negocio muy rentable porque puedes obtener 3 beneficios. Beneficio mayorista de la fabricación de pan, beneficio de distribución del proceso de fabricación ubicado en el mismo lugar y beneficio minorista de la propiedad del lugar de venta y la marca.

Estrategias.

- Nuestra principal estrategia operativa se basa en estándares de calidad y tiempos de entrega que nos permitan cumplir con las metas establecidas. La competencia de productos se basa en el precio, la calidad y la variedad para llegar a nichos de mercado vacantes e insatisfactorios.
- Los empleados serán reclutados a través de entrevistas basadas en la capacidad, incluido el personal calificado y con experiencia, sin discriminación por motivos de raza, género o discapacidad.
- La empresa utiliza su propia maquinaria, transporte y empleados. Nunca subcontratamos la selección de proveedores de materias primas o maquinaria. Esto se hace a través del formulario, considerando precio y calidad.

Políticas.

La empresa.

- Brindar capacitación frecuente para mantener a los trabajadores de panadería a la vanguardia de las nuevas tecnologías de panadería y confitería.
- Velar por el bienestar de los empleados y su derecho a trabajar en un ambiente seguro, amigable y tranquilo. • Cumplir con todas las obligaciones legales, sociales y económicas con los empleados, proveedores y la nación.
- Mantener productos y servicios de calidad a través de la innovación y la implementación de procesos y controles en toda la organización.
- Disponer de todos los recursos necesarios y ofrecer precios asequibles para atraer consumidores.

Los trabajadores.

- Brindar un servicio al cliente de calidad, ya que nuestro negocio depende completamente de las preferencias de nuestros clientes por nuestros productos.
- Asesorar a los clientes en la selección de alimentos procesados para satisfacer sus necesidades.
- Asistir a capacitaciones patrocinadas por la empresa para mejorar su preparación.
- Prestar atención a la higiene y las medidas correctas antes, durante y después de la preparación.

FODA.

FODA es un acrónimo de Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas. Se refiere a una herramienta analítica utilizada en la planificación estratégica que puede evaluar el entorno interno y externo de una organización con el fin de identificar sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. El objetivo de un análisis FODA es ayudar a las organizaciones a desarrollar estrategias sólidas y efectivas para lograr metas y superar desafíos (Carrasco, 2014).

Fortalezas.

- Ubicaciones adecuadas para la venta de productos en los segmentos objetivo.
- Bajo Costo
- Nuevos Productos Nutritivos
- Experiencia Laboral.

Oportunidades.

- El sector presenta un alto crecimiento poblacional y habitacional.
- Tendencia creciente hacia productos más nutritivos
- Leyes locales que apoyan la industria local
- Mayores presupuestos para alimentos.

Debilidades.

- Nueva empresa, marca desconocida
- Sin cartera de clientes
- Altos costos de mantenimiento de máquinas.

Amenazas.

- Competencia
- Aumento de los precios de las materias primas por escasez de suministro.

Desarrollo organizacional**Tipo de Estructura**

Una panadería se estructura según el siguiente proceso:

- Estrategia
- Operaciones
- Soporte.

Para la panadería se mencionan cuatro procesos estratégicos. Estos son:

- Plan Estratégico
- Plan Operativo Anual

- Planificación de la Producción
- Control de calidad.

Procesos operativos: Son procesos que involucran actividades centrales relacionadas con el refinamiento de un producto o la prestación de un servicio destinado a satisfacer las necesidades del consumidor. PANADERIA CANASTA DE PAN fabrica y comercializa diferentes tipos de pan (trigo, centeno, espelta, maíz, etc.), por lo que se desarrollan cuatro actividades principales.:

- Compra de insumos y materias primas
- Producción de pan (varios tipos de pan
- Vender productos a usuarios finales
- distribución de productos a empresarios.

Estas son las grandes actividades que debes hacer para hacer y vender pan. Este nivel de desglose ya da una idea de los procesos involucrados.

Para las panaderías, parte del proceso de apoyo es:

- Control de Calidad
- Mantenimiento de Equipos e Instalaciones
- Registro de Transcripción
- Gestión del Talento
- Gestión financiera.

En este caso, asociamos el control de calidad con el nivel de "soporte". Esto se debe a que no solo nos ocupamos de la calidad del producto, sino también de la calidad en la gestión general. Entonces, el proceso de "control de calidad" es un proceso transversal. Debe garantizarse la calidad del producto y de todo el proceso, incluida la calidad de los insumos. Corresponde a Compras (proceso principal).

Ilustración 4. Mapa de procesos



Nota: Descripción de mapa de procesos de la panadería

Formalización

PANADERIA CANASTA DE PAN tiene como objetivo cumplir con las leyes y reglamentos y trabajar en el marco de procesos, políticas, normas y estrategias basadas en metas, objetivos, misiones y visiones. Para realizar negocios, debe estar debidamente constituido de conformidad con las leyes y la administración tributaria a través de todos los documentos y requisitos necesarios para el funcionamiento de la empresa.

Centralización – Descentralización

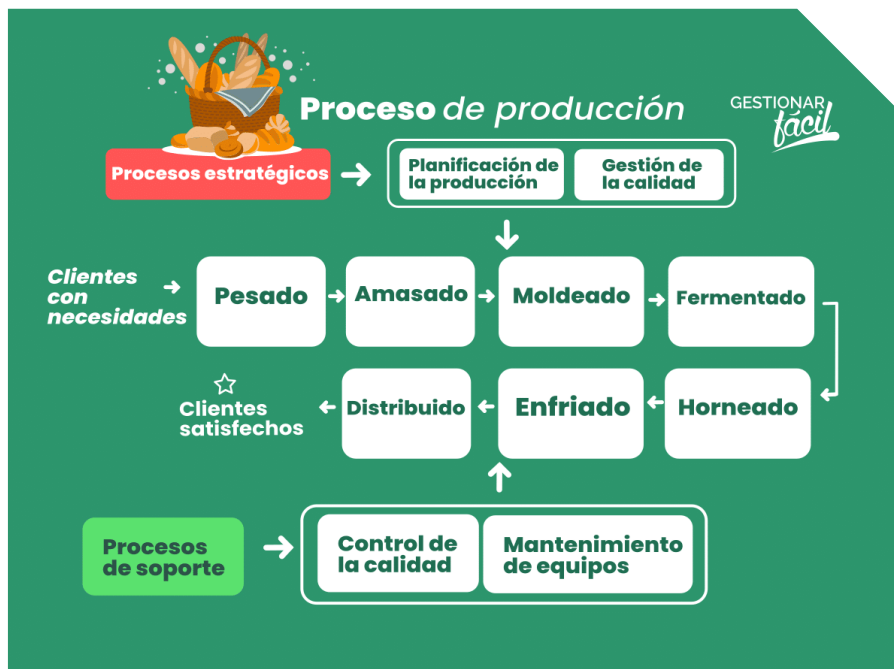
PANADERIA CANASTA DE PAN se enfoca en la producción y servicio post venta, brindando productos y servicios de alta calidad para lograr la satisfacción del consumidor. Las panaderías se enfocan en producir diferentes tipos de panes y postres de calidad y sabor superiores para lograr una posición razonable en la industria.

Integración

La descentralización tiene como objetivo delegar las funciones y responsabilidades de cada empleado y empleado de la empresa en función de sus funciones y áreas correspondientes para llevar a cabo el proceso de elaboración y preparación del pan y otros postres.

Una buena gestión interna permite una adecuada gestión de los recursos y motiva a los empleados a cumplir su compromiso de ofrecer a los consumidores pan de mejor sabor y calidad a precios razonables y justos.

Ilustración 5. Diagrama de procesos



Nota: Descripción de diagrama de flujo por procesos de la panadería

Organigrama empresarial



Funciones del personal

Es importante pensar que necesita personal bueno y talentoso para ejecutar su proyecto. Esto se debe a que es un factor que depende del servicio que brindes y de la calidad de los productos que ofrezcas a tus clientes (Chávez, 2018). Las organizaciones persiguen objetivos como el crecimiento y la competitividad productiva, pero las personas también tienen objetivos personales. Mejores salarios, mejor calidad de vida, etc. Por esta razón, es importante que las organizaciones seleccionen personas que satisfagan las necesidades que buscan alcanzar y al mismo tiempo cumplan con las expectativas que tienen las personas cuando ingresan a la organización. Personal necesario para la producción.:

- Jefe / Panadero/a
- Pastelero
- Ayudante.

Funciones del personal

Detalles generales del puesto de Panadero

Empresa	CANASTA DE PAN
Unidad	Área operativa
Misión del puesto	Responsable de elaborar pan francés en diversas presentaciones, operar maquinaria y equipos de panadería y verificar la calidad del producto.
Denominación del puesto	Jefe Panadero

Rol del puesto

- Administrar insumos y materias primas para la elaboración de pan francés.
- Preparar materias primas para el refinamiento de productos.
- Implementación de Buenas Prácticas de Manufactura.

Remuneración \$ 550

Méritos aspectos a considerar

Detalles generales del puesto de Pastelero

Empresa	CANASTA DE PAN
Unidad	Área operativa
Misión del puesto	Son responsables de crear postres en diversas presentaciones, operar maquinaria y equipos de panadería y verificar la calidad del producto.
Denominación del puesto	Pastelero

Rol del puesto

- Administrar insumos y materias primas para la elaboración de pan francés.
- Preparar materias primas para el refinamiento de productos.

- Gestión y mantenimiento de máquinas de panadería.

Remuneración \$ 500

Detalles generales del puesto de Ayudante Panadero

Empresa	CANASTA DE PAN
Unidad	Operativa
Misión del puesto	Será responsable de operar la maquinaria y el equipo de la panadería, verificar la calidad del producto y apoyar la producción.
Denominación del puesto	Ayudante de pastelería
Rol del puesto	

- Preparar materias primas para el refinamiento del producto.
- Controlar y mantener máquinas panificadoras.
- Seguimiento y control de la calidad del producto.
- Hacer cumplir las Buenas Prácticas de Manufactura.
- Mantener limpio el lugar de trabajo
- Trabajar en la limpieza general de la panadería

Remuneración \$ 450

Tabla 2. Méritos aspectos a considerar

CARGO	FUNCIÓN PRINCIPAL	PERFIL
Panadero	Su función principal es coordinar y supervisar las actividades productivas que se realizan para la elaboración de productos de panadería. Es quien elabora las recetas donde se prueban sus innovaciones.	Experiencia de 2 años. Cargos similares al desempeñado. Experiencia en desarrollo introducción de nuevos productos.
Pastelero	La persona responsable de crear recetas, presupuestar, comprar ingredientes y hacer pasteles.	Minimizar 3 años de experiencia. Cargos similares al desempeñado.
Ayudante	Quienes ayudan a los panaderos y pasteleros en su trabajo son quienes realizan las funciones básicas de decoración y limpieza.	Conocimiento en los últimos detalles del terminado. Mínimo 1 año de experiencia.

Elaborado por: Magaly Sugei Calle Jara

Nota: Descripción de méritos a considerar por área de la panadería

PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

Objetivo de mercadotecnia

Situar a la empresa La Canasta de Pan en la mente de los consumidores, destacando su relación con el consumo adecuado en el desayuno y promocionando la imagen de la panadería, los productos y para difundir y atraer servicios.

Investigación de mercado

Según (Hernández & Pascal, 2007) la investigación bibliográfica incluye documentos (fuentes primarias) o profundizando en libros, revistas, diarios y otras publicaciones (fuentes secundarias).

Este tipo de solicitud se basa en información obtenida de entrevistas, formularios, encuestas, visualizaciones, etc. ¿Cómo es compatible desarrollar este tipo de investigación junto a la investigación documental?, y el impacto que tendrá en los servicios que brindamos a nuestros clientes.

Modalidad.

Una encuesta es un tipo de herramienta de recopilación de información que consiste en un conjunto de preguntas reguladas y preparadas dirigidas a una muestra de personas socialmente representativas para expresar sus opiniones sobre temas o temas que les afectan o encontrar una visión (Gutiérrez, 2015).

Plan de Muestreo

El universo poblacional es el conjunto de personas y cosas que deseas conocer en tu encuesta determinado por la población económicamente activa del sur de Quito en el sector de Quitumbe, la cual consta de 165.185 personas.

La fórmula actual se utiliza para determinar la muestra, que es el conjunto de unidades:

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

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)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{(165.185)(1,96)^2(0,50)(0,50)}{(0,05)^2(165.185 - 1) + (1,96)^2(0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{158,643.67}{413.92}$$

$$n = 384$$

Análisis de las encuestas

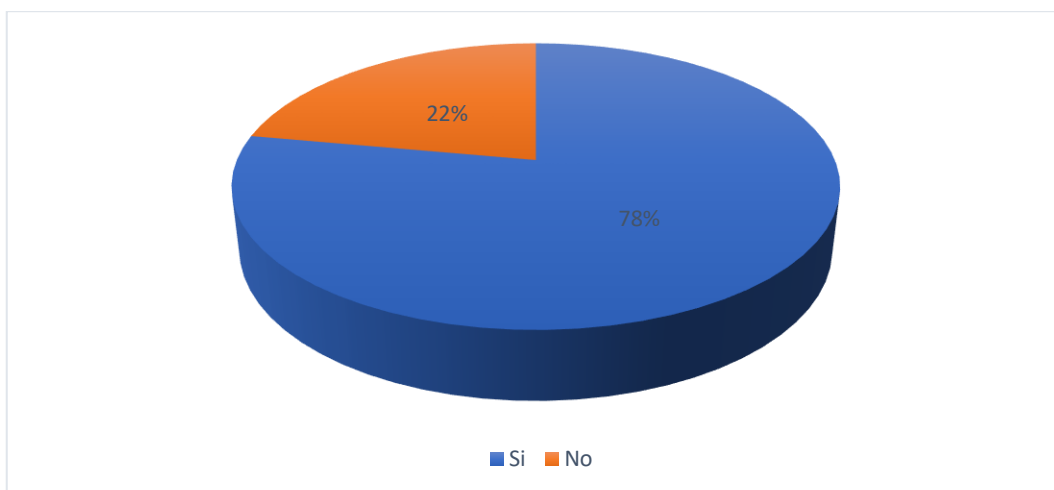
1. ¿Consume Pan?

Tabla 3. Consume Pan

Respuesta	Numero encuestados	Frecuencia Relativa
Si	299	78%
No	85	22%
Total	384	100%

Fuente: Encuestas aplicadas
Elaborado por: Magaly Calle

Gráfico 1. Consume Pan



Fuente: Encuestas aplicadas
Elaborado por: Magaly Calle

Análisis e interpretación

Una encuesta realizada a una muestra de 384 personas encontró que el 78% comía pan y el 22% no. Este porcentaje será un derivado de otros panes.

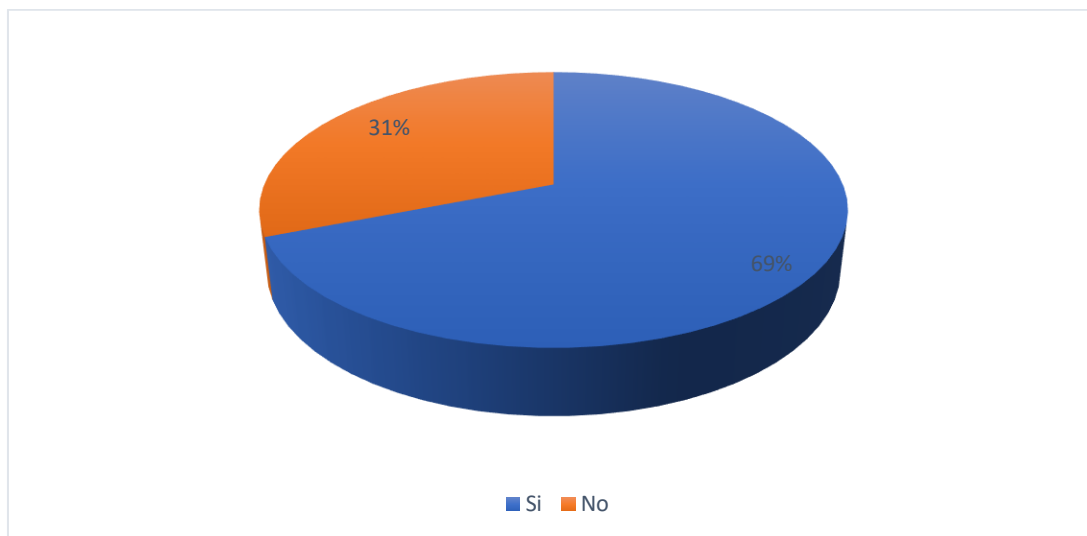
2. ¿Usted consumirían un pan que no contenga grasa?

Tabla 4. Pan sin grasa

Respuesta	Numero de encuestados	Frecuencia Relativa
Si	264	69%
No	120	31%
Total	384	100%

Fuente: Encuestas aplicadas
Elaborado por: Magaly Calle

Gráfico 2. Pan sin grasa



Fuente: Encuestas aplicadas
Elaborado por: Magaly Calle

Análisis e interpretación

La información recopilada a través de una encuesta a 384 personas encontró que el 69% estaba dispuesto a comer pan sin grasa, mientras que el 31% no lo haría.

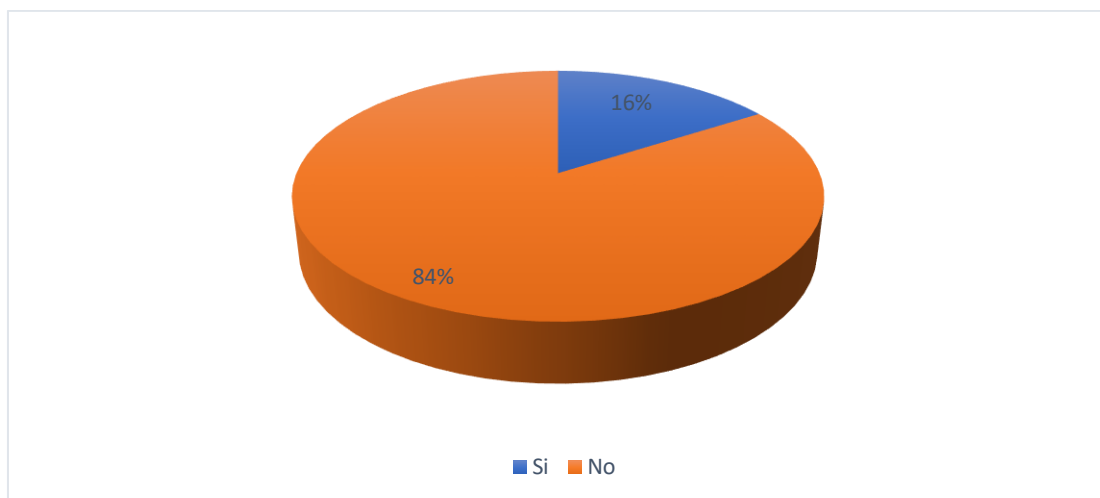
3. ¿Conoce los beneficios nutricionales que poseen el pan?

Tabla 5. Conoce los beneficios nutricionales

Respuesta	Numero de encuestados	Frecuencia Relativa
Si	60	16%
No	324	84%
Total	384	100%

Fuente: Encuestas aplicadas
Elaborado por: Magaly Calle

Gráfico 3. Conoce los beneficios nutricionales



Fuente: Encuestas aplicadas
Elaborado por: Magaly Calle

Análisis e interpretación

La información recopilada en la encuesta encontró que el 84 % desconocía los beneficios del pan, mientras que el 16% sí. Esta información nos dice que una gran parte de la población desconoce el valor nutricional del pan. Por ello, existe la necesidad de concienciar sobre los beneficios del pan y su aporte a la salud.

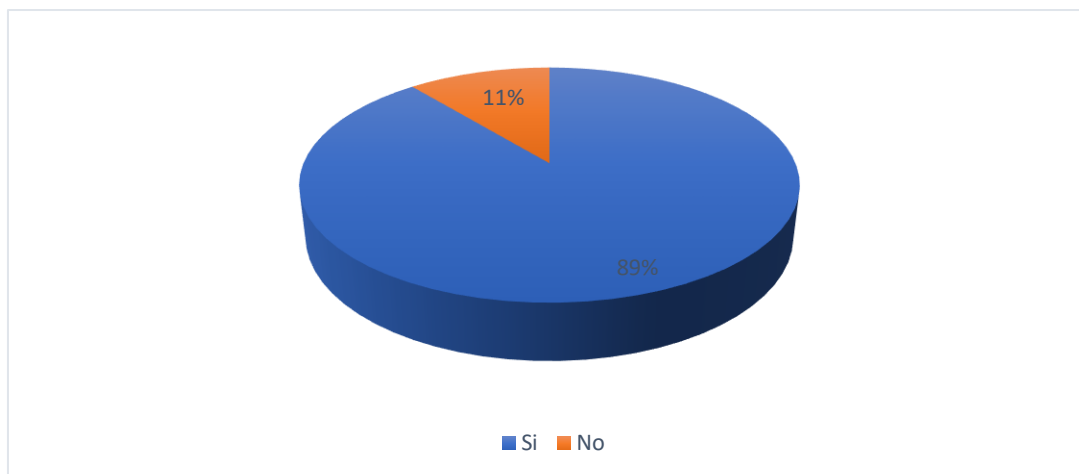
4. ¿Estaría dispuesto a consumir un pan elaborado con aceite de oliva?

Tabla 6. Consumo de pan con aceite de oliva

Respuesta	Numero de encuestados	Frecuencia Relativa
Si	340	89%
No	44	11%
Total	384	100%

Fuente: Encuestas aplicadas
Elaborado por: Magaly Calle

Gráfico 4. Consumo de pan con aceite de oliva



Fuente: Encuestas aplicadas
Elaborado por: Magaly Calle

Análisis e interpretación

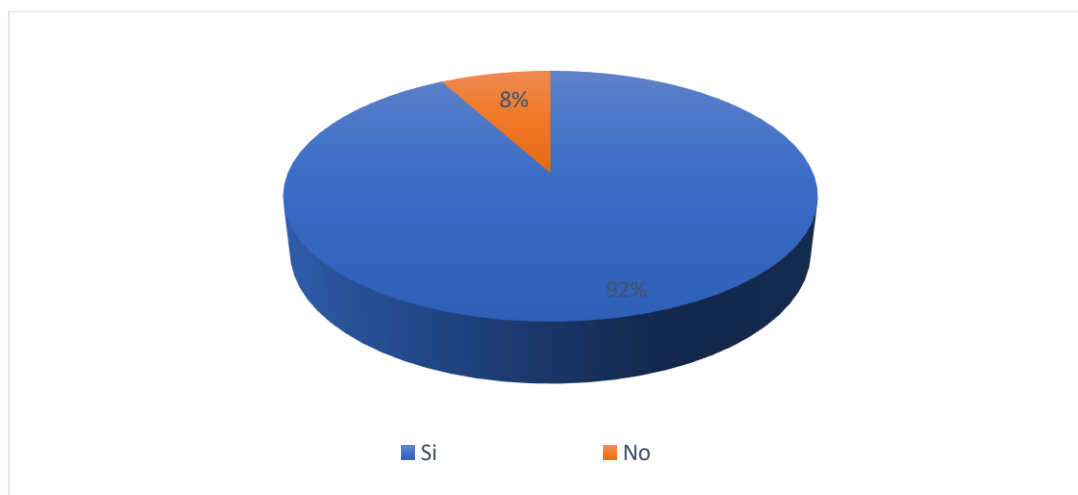
De los 384 encuestados, el 89 % pensó que estaría bien comer pan con aceite de oliva, pero el 11 % lo consideró inaceptable porque ya no se considera pan. Sin embargo, una alta proporción de personas está dispuesta a consumirlo para disfrutar de un pan saludable que no afecte negativamente a su salud.

V. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un pan elaborado con aceite de oliva?

Tabla 7. Alcance del bolsillo

Respuesta	Numero de encuestados	Frecuencia Relativa
1.00	352	92%
2.00	32	8%
Total	384	100%

Fuente: Encuestas aplicadas
Elaborado por: Magaly Calle

Gráfico 5. Alcance del bolsillo

Fuente: Encuestas aplicadas
Elaborado por: Magaly Calle

Análisis e interpretación

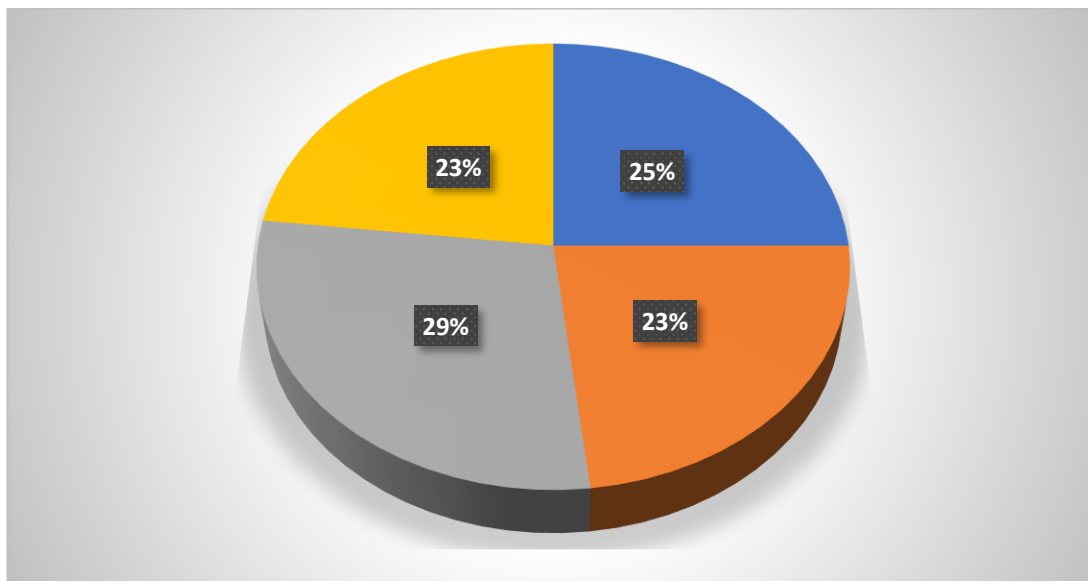
En la cuarta encuesta realizada, el 92% de los encuestados cree que debería tener pan con aceite de oliva en el bolsillo, mientras que el 8% cree que no.

V. ¿Dónde le gustaría que se venda pan con aceite de oliva?

Tabla 8. Lugar de venta

Respuesta	Numero de encuestados	Frecuencia Relativa
Supermercado	196	51%
Tienda naturista	95	25%
Restaurante vegetariano	69	18%
Otros	24	6%
Total	384	100%

Fuente: Encuestas aplicadas
Elaborado por: Magaly Calle

Gráfico 6. Lugar de venta

Fuente: Encuestas aplicadas
Elaborado por: Magaly Calle

Análisis e interpretación

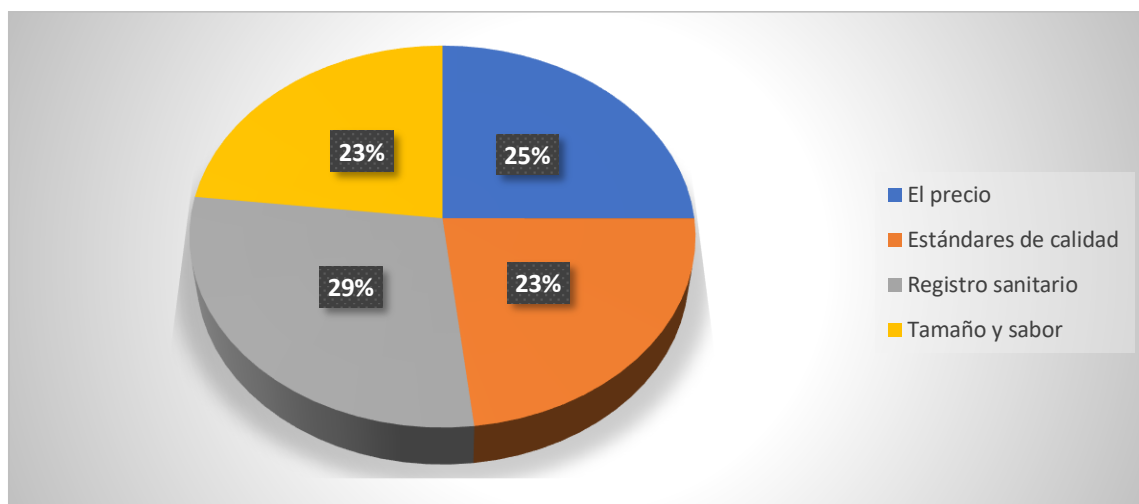
En una encuesta a 384 personas, el 51 % esperaba encontrar pan en los supermercados, el 25 % esperaba encontrarlo en tiendas naturistas, el 18 % en restaurantes vegetarianos y el 6 % esperaba encontrarlo en otros lugares.

7. ¿Qué características considera usted que debería poseer un pan elaborada con aceite de oliva para que pueda competir con otras marcas internacionales?

Tabla 9. Características competitivas

Respuesta	Numero de encuestados	Frecuencia Relativa
El precio	96	25%
Estándares de calidad	89	23%
Registro sanitario	110	29%
Tamaño y sabor	89	23%
Total	384	100%

Fuente: Encuestas aplicadas
Elaborado por: Magaly Calle

Gráfico 7. Características competitivas

Fuente: Encuestas aplicadas
Elaborado por: Magaly Calle

Análisis e interpretación

De una encuesta realizada a 384 personas, el 29% de la población considera que los registros sanitarios son una característica importante para competir con las marcas internacionales, el 25% ve el precio como una característica esencial y el 23% dice que no se cumple con la calidad. Ser. Estándares que pueden competir con otras marcas internacionales, y 23% tamaño y sabor.

Análisis General.

Lo primero a tener en cuenta es que el grupo objetivo al que se dirige la empresa es a toda la población, sin distinguir género o edad. La mayoría de los encuestados consumen pan y sus derivados en gran medida a diario; son pocas las personas que no consumen estos productos, ya sea por disgusto o por algún impedimento. Esto es importante, porque si quieres satisfacer las necesidades de tus clientes directos, también atraes clientes indirectos.

Por otro lado, las redes sociales ahora dominan el mundo de la publicidad, teniendo tanto niños, adolescentes y adultos una alta competencia en el manejo de las

redes sociales, a pesar de que estas personas dedican la mayor parte de su tiempo, cabe recalcar que el análisis del estudio concluyó lo siguiente: Gasta tiempo y dinero revisando las redes sociales en tu teléfono, al mismo tiempo son expuesto a un sin número de anuncios promocionales de diferentes tipos. Para una panificadora es importante llegar a los comensales por todos los medios posibles para incrementar su disposición y establecer un posicionamiento en las tendencias tecnológicas.

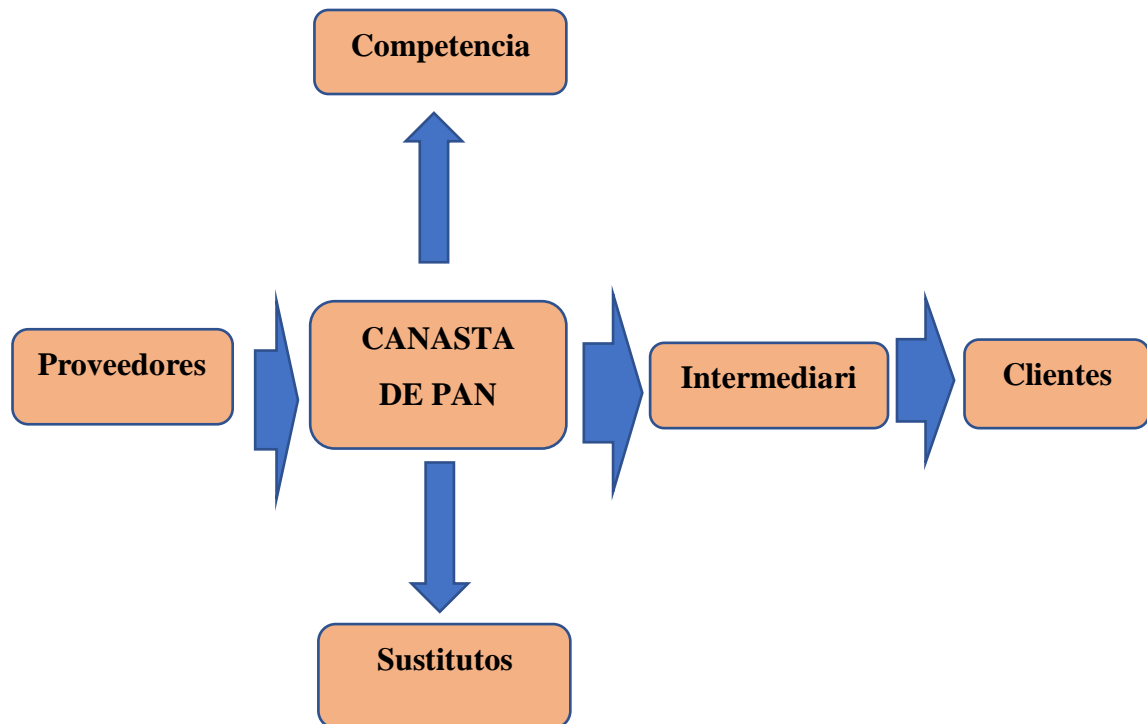
El buen servicio, su rapidez, la calidad de los productos y la cantidad son fundamentales para que los clientes se sientan a gusto garantizando felicidad y lealtad a este.

El análisis de datos refleja la importancia de accesibilidad, posicionamiento y aseguramiento de la calidad del producto para inclinarse por el bien de la organización. También se refleja el ambiente de competitividad exigente en el mercado; al ser un bien con alta oferta y demanda, es natural la aparición de nuevas o el fortalecimiento de la competencia. Por lo tanto, al que tener en cuenta las opiniones de los comensales, para establecer criterios estratégicos de planificación y desarrollo comercial y organizacional.

Entorno Empresarial

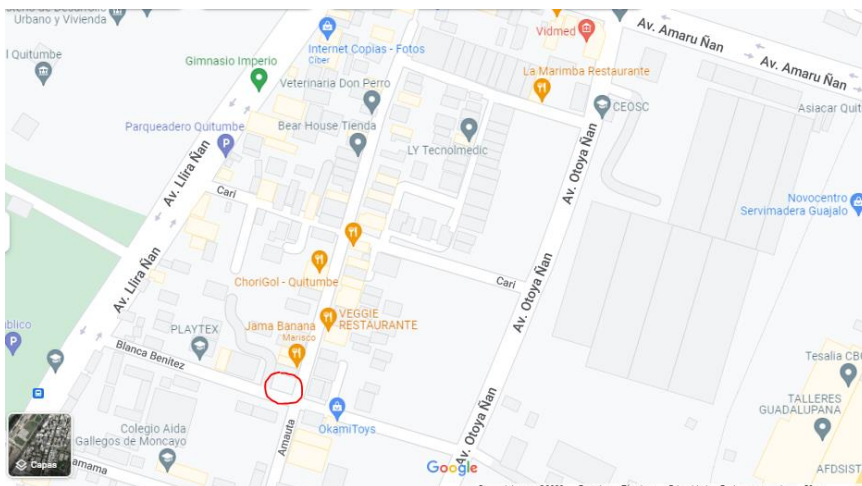
La panadería entiende su microentorno como todo aquello que le rodea y que puede controlarse de forma eficaz.

Ilustración 6. Esquema microentorno



Nota. Esquema microentorno CANASTA DE PAN. Coro, L. (2023)

Ilustración 7. Ubicación en el mapa.



Nota. Ubicación de la empresa (Google Maps, 2023)

Competencia Directa

Luego de recorrer la zona donde se ubica la CANASTA DE PAN, no se encontraron instalaciones para constituir la competencia.

Competencia Indirecta

Se supone que existen instalaciones de competencia indirecta en el sector alrededor de toda la manzana donde se coloca la CANASTA DE PAN.

En las calles principales Natalia Yarin y Diagonal y Avenida Junín hay supermercados que pueden considerarse competidores indirectos.

En las rotondas Avenida Natalia Jarrín y Avenida Bolívar diagonal existen instalaciones que pueden ser consideradas competidoras indirectas.

Paseo Comercial El Redondel con una gran gama de productos alimenticios, entre los cuales se encuentra el pan y sus derivados.

Proveedores

Tabla de proveedores		
Materia prima		
Proveedor	Finalidad y beneficios	Producto
	Productos de calidad Varios años de experiencia en el mercado Entrega al establecimiento	Leche Harina Azúcar Polvo de hornear
	Productos de calidad Varios años de experiencia en el mercado Entrega al establecimiento.	Semillas Dulces Fundas Huevos

La calidad del producto es fundamental para los empleados de la panadería, por lo que la empresa trabaja con proveedores de confianza y reconocidos.

Tabla 10

Proveedores

Nota. Proveedores. Coro, L. (2023)

CANASTA DE PAN vende sus productos directamente sin necesidad de intermediarios para realizar el negocio.

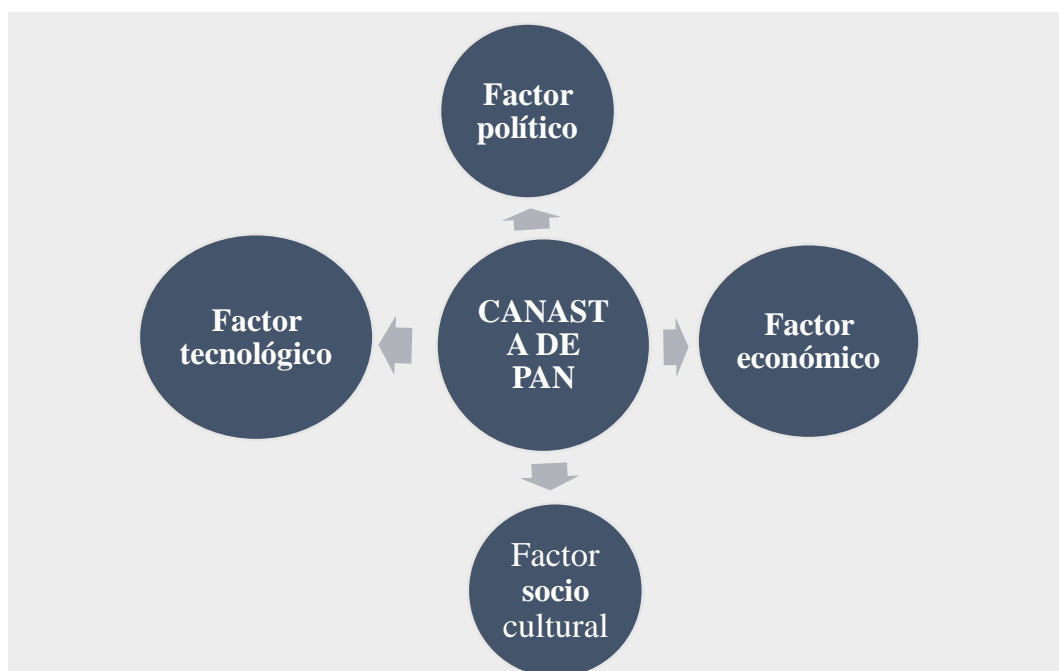
Clientes.

CANASTA DE PAN se dirige a todo público que consume sus productos a diario y están dispuestos a pagar por la calidad, no por la cantidad, para tener tal variedad de sabores y aromas personalizados. Es una empresa del grupo.

Macroentorno

Estos son factores externos fuera del control directo de la panadería, que afectan las operaciones comerciales normales.

Figura 1 Esquema macroentorno CANASTA DE PAN



Nota. Esquema CANASTA DE PAN. Coro, L. (2023)

Factor Político.

Entiendo que los establecimientos de comercio de pan y sus derivados en el Ecuador están regulados por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Supervisión Sanitaria, rigiéndose por la regulación de cada actividad comercial que se realice. Posibles factores políticos ayudan principalmente a identificar barreras comerciales que pueden dificultar llegar a los mercados objetivo y poner en peligro los modelos de negocio, con o sin aranceles.

En el 2023, dado el clima positivo en la Cámara de Comercio del Ecuador y la situación política del Ecuador, las ventas de todos los establecimientos, incluida la fábrica de pan, caerán por debajo del término del plan de emergencia sanitaria, se espera que aumente en un 37% para 2023 en Crear un entorno que genere mayores beneficios. Generación de rentabilidad de pan e ingresos netos de los empleadores.

Factor económico.

Ecuador, al igual que el resto del mundo, se enfrenta a externalidades globales como la pandemia del Covid-19, además de la guerra entre Rusia y Ucrania, lo que ha impactado la volatilidad en los mercados internacionales, la demanda de productos y los precios tiene todos los efectos. Sin duda un año difícil, con acontecimientos que nos siguen afectando.

En 2023, la revitalización de empresas con una amplia gama de actividades traerá un buen apoyo económico público al país, brindando un apoyo favorable a miles de trabajadores.

Además, una recuperación económica más fuerte requerirá una mayor intermediación de recursos del sistema financiero, desde la banca privada al sector productivo, facilitando el acceso a crédito productivo y tasas de interés asequibles.

Por tal motivo, CANASTA DE PAN se ve afectada por el desarrollo económico del país, por lo que los precios de sus productos y servicios están sujetos a la inflación anual del Ecuador y a las fluctuaciones de los precios de los materiales.

Factor Tecnológico.

La tecnología ha evolucionado de forma sorprendente en los últimos años y se ha convertido en una prioridad para las empresas manufactureras o productoras. El avance tecnológico es por tanto un hueco para el negocio, utilizando este factor como vehículo de promoción de la empresa y por tanto como producto de servicio, desarrollando el espacio de trabajo.

Producto Servicio.

CANASTA DE PAN es una tienda especializada que vende productos de alta, baja y media gama a precios accesibles. Se enfoca en brindar productos especiales que satisfagan las necesidades de sus clientes. Un servicio atento, también significa que la tienda cuenta con los mejores productos.

Producto Esencial

Para los clientes de hoy, los pasteleros y panaderos se esfuerzan por cumplir con las expectativas creadas; no solo para satisfacer los sentidos y los gustos, sino también para evocar y activar sentimientos, emociones y recuerdos.

Por ello, cuentan con la mejor gama de productos y aportan calidez a sus clientes a la hora de presentar sus productos. Puedes observar los productos, pero también tienes

la oportunidad de reconocerlos a través de muestras gratuitas para poder tomar mejores decisiones sobre ellos.

Producto real

CANASTA DE PAN ofrece una amplia gama diversificada de pan y sus derivados, para todo gusto y público, desde los gustosos de probar hasta aquellos exigentes en el bienestar orgánico.

Características.

Servicio de venta y exposición, cuenta con el tedioso trabajo de innovación, responsabilidad y compromiso de los empleados, para entregar de forma dinámica los productos a los clientes en el local.

Presentaciones y exhibiciones de catálogo y un excelente servicio, brindando a los clientes esa sensación y confianza a la hora de adquirir los productos que necesitan para satisfacer sus necesidades mientras visitan el local.

Calidad.

CANASTA DE PAN ofrece productos aptos para todo tipo de personas, aprobados por nutriólogos y médicos.

Cuando se trata de la calidad de los productos a los que están expuestos nuestros clientes, contamos con un sistema de gestión de calidad certificado ISO 9001 para garantizar que nuestros productos se fabriquen de acuerdo con los más altos estándares de calidad en toda la cadena de producción y distribución. Esta certificación asegura la aplicación de buenas prácticas de manufactura en nuestros procesos productivos y de servicio al cliente.

ESTILO.

CANASTA DE PAN tiene un estilo tradicional y trata de combinar tendencias y romance gastronómico. Se ha creado un estilo propio de la empresa, ofreciendo a los clientes réplicas de distintos tipos de pan, estilizados con amor y respeto, combinados con los mejores estilos que la empresa desea presentar al público.

Marca.

CANASTA DE PAN es un nombre llamativo y tradicional, que hace referencia a dos palabras. CANASTA hace referencia a la tradición y las memorias de compartir en familia. Pan por otra parte especifica el producto y sus derivados, además de la facilidad de obtención.

Aporta armonía y variedad al sabor de sus fragancias, personalizando a cada cliente con sus fragancias y esencias, y creando un ambiente acogedor a la hora de presentar sus productos para que se sienta en confianza recordando un ambiente acogedor y memorable.

Producto aumentado.

Se distingue de sus competidores por la increíble variedad de fragancias, esencias y sabores, además de un concepto dinámico que permite a los clientes percibir toda la gama de fragancias y esencias actualmente en exhibición para los clientes con este estilo.

Además de nuestros productos, tenemos variedades de insumos básicos para el hogar, como: huevos, leche y sus derivados, pasteles, etc.

Plan de introducción al mercado.

Distintivos y Uniformes

Área Administrativa.

El administrador usará el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos del mismo, dichos uniformes contarán de:

- **Administrador o Gerente.**

Figura 2: <i>Diseño del uniforme del administrador</i>	
	<ul style="list-style-type: none"> • Blusa de mangas largas de color rojo
	<ul style="list-style-type: none"> • Pantalón negro
	<ul style="list-style-type: none"> • Cinturón color blanco
	<ul style="list-style-type: none"> • Zapatos negros
<i>Nota.</i> Uniforme del administrador (pinteres, 2023)	

Área de Caja y Recepción

El asistente de caja y recepción usará el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos del mismo, dichos uniformes contarán de:

- **Asistente de Caja y Recepción**

Figura 3 *Diseño del uniforme de asistente de caja y recepción*

	<ul style="list-style-type: none"> • Blusa de mangas largas de color rojo
	<ul style="list-style-type: none"> • Pañuelo de color rojo
	<ul style="list-style-type: none"> • Vestido semi largo de color negro
	<ul style="list-style-type: none"> • Zapatos de tacones negros
<p><i>Nota.</i> Uniforme del asistente de caja y recepción. (Pinterest,2023)</p>	

Materiales de identificación.

Imagotipo.

Figura 4: Imagotipo CANASTA DE PAN



Nota. Imagotipo CANASTA DE PAN. Coro, L. (2023)

Elementos a destacar:

- Canasta representa la tradición y convivencia
- Los panes representan el producto y su variedad.
- Los isotipos se expresan en su amor y pasión, destacando la canasta y el pan que forjan infinitas relaciones con la diversidad.
- En el reverso se puede distinguir que hay datos del propietario, contactos, redes sociales que maneja la empresa, dirección del establecimiento, por último, se puede observar elementos como el logo de la empresa.

Canales de distribución y puntos de ventas.

Los canales de distribución de pan y las ubicaciones físicas de venta son: el local y distribución a domicilio.

Promoción

Los principales canales de publicidad serán las redes sociales Facebook y WhatsApp.

El próximo canal publicitario serán los volantes repartidos a los usuarios que transiten por el sitio, y también se colocarán carteles llamativos en establecimientos comerciales para que aparezca publicidad.

Si la empresa ya ha ingresado al mercado, se decide realizar promoción a través de medios tradicionales, radio y televisión.

Contacto.

WhatsApp.

Facebook.

Negociación.

Directa a través del establecimiento.

Vía telefónica.

Financiamiento.

Tabla 11. Financiamiento Publicitaria de la empresa

Tarjetas de presentación	200 unidades	\$ 4.00
Publicidad Facebook	3 veces por mes	\$ 10.00
TOTAL		\$14.00
TOTAL, ANUAL		\$ 168.00

Nota. Financiamiento Publicidad. Coro, L. (2023)

Riesgo y Oportunidad del negocio.

El principal riesgo que actualmente enfrentan, así como otras tiendas y establecimientos comerciales de la región, es la tasa de desempleo a nivel nacional, la cual va en aumento año tras año, y la disminución del poder adquisitivo, provocando recesión económica. La obsolescencia del producto representa un riesgo para el negocio.

Otro riesgo que puede presentar es que existan más competidores, por la facilidad de establecerse en el mercado.

La mayor oportunidad de la empresa es el aumento de la oferta y demanda de productos de alimentación económicos y abundantes, por lo que establece su posición en el mercado.

Una de las mejores oportunidades para las empresas es utilizar la tecnología para profundizar en áreas técnicas y facilitar que las empresas realicen tareas cotidianas como:

Pagos vía web banking, visualización de catálogos virtuales entre otros.

Fijación de Precios

Fijación de precios por receta estándar.



Los precios de las recetas han sido calculados para una persona se toma en cuenta el precio en kilogramos, gramos y unidad. A este valor se le van a sumar porcentajes de diversos factores que intervienen en el momento de la producción, por ejemplo:

- ❖ Mano de obra
- ❖ Gastos de fabricación
- ❖ 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 de la empanada. A continuación, se presentan los costos del producto estrella que es la empanada de queso.

Empanada

Tabla 18. Empanada

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE:	Empanada	Código: 001		
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	02/03/2023	Panadero: Martin Calle		
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (KG)	CANTIDAD	TOTAL
Harina	Kg	0,02	1	0,02
Leche	Litros	0,02	1	0,02
Queso	kg	0,01	1	0,01
Azúcar	kg	0,01	1	0,01
Levadura	kg	0,02	1	0,02
FOTOGRAFÍA			Total, bruto	0,10
			10% imprevistos	0,01
			Total, neto	0,11
			Gasto de fab. 15%	0,02
			Factor costo 33,33%	0,04
			M.O. 45%	0,05
			G. Admin. 12%	0,01
			300% utilidad	0,33
			Subtotal	\$0,56
			12% IVA	\$0,06
			10% servicio	\$0,05
Total	\$0,67			

Elaborado por: Magaly Calle

Implementación del negocio

Arriendo del local.

Tabla 20. Arriendo del local

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$200.00	\$1200.00	\$2400.00

Elaborado por: Magaly Calle

Equipos industriales.

Tabla 21. Equipos industriales

EQUIPOS INDUSTRIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Horno	1	\$1500.00	\$1500.00
Mezcladora	1	\$90.00	\$90.00
Frigorífico	1	\$500.00	\$500.00
Mostrador	1	\$150.00	\$150.00
Balanza	1	\$100.00	\$100.00
Tanque de gas	1	\$52.00	\$52.00
Caja	1	\$50.00	\$50.00
TOTAL			\$2442.00

Elaborado por: Magaly Calle

Equipos de computación.

Tabla 22. Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Laptop HP Core I5	1	\$800.00	\$800.00
Impresora HP 415	1	\$200.00	\$200.00
		TOTAL	\$1000.00

Elaborado por: Magaly Calle

Muebles y enseres.

Tabla 12. Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Mesa de cocina	8	\$125.00	\$1000.00
Estantería metálica	2	\$55.00	\$110.00
Mesa de acero inoxidable	1	\$120.00	\$120.00
Silla	3	\$10.00	\$30.00
Recipientes	3	\$7.00	\$21.00
TOTAL			\$1.379.95

Elaborado por: Magaly Calle

Equipos industriales de seguridad.

Tabla 13. Equipos industriales de seguridad

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor (polvo seco) 10 Lb	2	\$21.00	\$42.00
Detector de gas GLP	1	\$17.99	\$17.99
Detector Humo	3	\$16.00	\$48.00
Rótulos de señalética	5	\$2.00	\$10.00
TOTAL			\$117.99

Elaborado por: Magaly Calle

*Suministros de oficina.***Tabla 14.** Suministros de oficina.

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Papel bond, 1 resma	1	\$5.00	\$5.00
Grapadora con set de grapas	1	\$1.99	\$1.99
Grapas (caja)	1	\$1.15	\$1.15
Perforadora	1	\$1.91	\$1.91
Libreta	3	\$0.76	\$2.28
Carpeta de cartón	10	\$0.18	\$1.80
Goma	1		
Esferos	2		
Lápiz			
Borrador			
Tijera	1	\$1.48	\$1.48
Corrector	1		
TOTAL			\$17.56
TOTAL, ANUAL			\$210.72

Elaborado por: Magaly Calle

*Servicios básicos.***Tabla 15.** Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Agua	\$40.00
Luz	\$60.00
Teléfono	\$10.00
Internet	\$50.00
TOTAL	\$195.00
TOTAL, ANUAL	\$2.340.00

Elaborado por: Magaly Calle

Materiales de limpieza.**Tabla 16.** Materiales de Limpieza

MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba de cerda pequeña	3	\$2.99	\$8.97
Trapeador	3	\$7.99	\$23.97
Cloro 1 Gal	1	\$2.79	\$2.79
Desinfectante 1 Gal	1	\$5.99	\$5.99
Esponja inoxidable	2	\$0.99	\$1.98
Esponja lavaplatos	5	\$0.37	\$1.85
Fundas basura industriales (10 unidades)	3	\$1.99	\$5.97
Lavavajillas 425g	3	\$1.29	\$3.87
Pala	1	\$1.99	\$1.99
Jabón líquido manos 525 ml	2	\$1.99	\$3.98
Papel higiénico 200 metros	5	\$2.59	\$12.59
Toalla de papel	4	\$3.99	\$15.96
Alcohol antibacterial 3785 ml	1	\$8.99	\$8.99
TOTAL			\$98.90
TOTAL, ANUAL			\$1.186.80

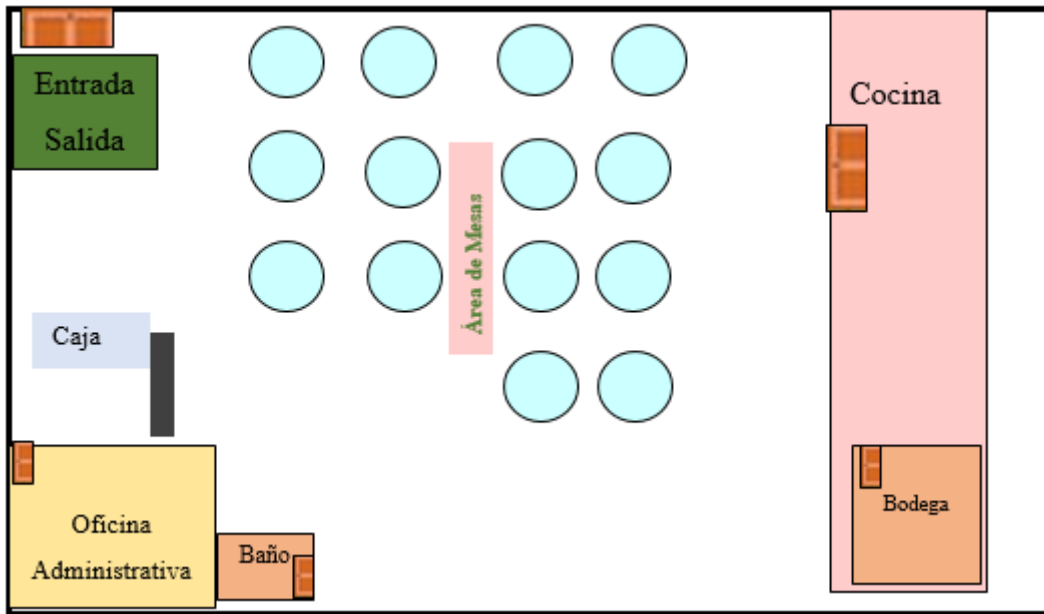
Elaborado por: Magaly Calle

Estudio arquitectónico

Al momento de diseñar se considera la capacidad instalada, el número de empleados de la empresa y la capacidad administrativa (25 personas). Se consideraron los requerimientos de espacio de cada área y se agregaron espacios específicos para la cocina y el sótano.

Estructura interna del establecimiento.

Ilustración 26. Estructura del establecimiento.



Elaborado por: Magaly Calle

PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

La empresa se convierte en una empresa legal, pero no se constituye como una persona jurídica (sociedad anónima), sino que se administra como una persona natural y se siguen los siguientes pasos:

Servicio de Rentas Internas / SRI

Para legalizar su negocio ante el SRI y obtener un Registro Único de Contribuyentes (RUC), debe comunicarse con el Servicio de Impuestos Internos para los siguientes requisitos:

- Constancia de Identidad (Aportar)
- Constancia de Votar (Aportar)
- Constancia de Registro de Establecimiento de Contribuyentes (Tarjeta Básica del Servicio de Verificación de Domicilio)
- Solicitud de Inscripción y Renovación General del Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Patente Municipal

Una patente municipal es un impuesto que se paga una vez al año. Cada municipio emite sus propios lineamientos para los cálculos y pagos municipales del Gran Quito. Debe obtener un número RAET (Registro de Actividades Económicas Tributarios), por lo que el número de registro se declara y paga. Documentos a presentar en cada balcón de servicio municipal si se reserva con antelación:

- Copia de RUC/RISE
- Copia de Cédula de Identidad y Acta de Votación (actualizada)
- Formulario de Registro RAET (disponible para descargar en pam.quito.gob.ec)

- Consentimiento para Uso de Medios Electrónicos Formulario de Servicio

LUAE (Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas)

Se trata de una licencia de funcionamiento otorgada por el GAD de Quito para el desarrollo de actividades económicas en instalaciones de Quito. El trámite también incluye la inspección y aprobación de bomberos, debiendo presentarse los siguientes documentos:

- Solicitud LUAE
- LUAE Reglamento Técnico de Edificación y Diseño Urbano • Pago de Licencia Municipal
- Cédula de Identidad
- Boleta
- Fotografías de Símbolos, Dimensiones y Descripciones de Materiales
- Permisos de Propietario
- Un trámite que requiere ingresar al enlace enviado por correo electrónico para declarar los datos técnicos de la operación en el portal del Departamento de Bomberos después de la entrada.

Permiso de funcionamiento ARCSA (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria – Ministerio de Salud Pública)

Se trata de un permiso de gestión y vigilancia sanitaria, y la forma de adquisición es la siguiente.:

- Obtenga su usuario y contraseña de la página ARCSA .
- Completar el formulario “Solicitud de Licencia de Negocio” y adjuntar los requisitos de acuerdo a las actividades realizadas para la emisión de la orden de pago.

- Ejecutar el pago después de que se emita la orden de pago, 2 horas después de que se cree la orden de pago.
- Pago confirmado y licencia comercial impresa.

IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social)

Se utiliza el Registro de Empleadores del Sistema de Historia Laboral, disponible gratuitamente en el IESS, para registrar a los trabajadores.

- Ingresar a la página web del IESS www.iesg.gob.ec.
- Seleccione la opción de registro de empleador.
- Ingrese el número de RUC o cédula de ciudadanía y seleccione el departamento al que pertenece (Privado, Público o Doméstico).
- Ingrese la información requerida marcada con un asterisco.
- Complete el registro de empleador, imprima la solicitud de contraseña y el acuerdo de usuario.
- Para obtener el código patronal, comuníquese con la agencia del IESS en el Centro de Atención Universal con la documentación requerida.

Ministerio del Trabajo

Los contratos de trabajo, las indemnizaciones por despido y los pagos de los salarios 13 y 14 se registran en el Ministerio del Trabajo. Para ello se requiere ser usuario del SUT (Sistema Único Laboral). Para hacer esto, simplemente regístrese como empleador en: Dirección del sitio web sut.trabajo.gob.ec.

SAYCE (Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos)

Un permiso otorgado a toda persona que utilice música en su negocio, para obtener este permiso se requiere un salario base anual del 18% al 45% dependiendo de la categoría.

PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

CANASTA DE PAN pretende tener un impacto positivo tanto ambiental como socialmente. Para ello, coopera con varios Objetivos y metas de Desarrollo Sostenible propuestos por agencias de Naciones Unidas. La organización del caso es en sí misma.:

Un plan maestro para un futuro sostenible para todos. Están interconectados e incluyen los desafíos globales que enfrentamos todos los días: pobreza, desigualdad, clima, degradación ambiental, prosperidad, paz y justicia. (Agencia de las Naciones Unidas, s.f.)

Ilustración 8. Objetivos de Desarrollo sostenible



Fuente: un.org

En el espíritu de los Objetivos Sociales de Desarrollo Sostenible, nos comprometemos a

1. Poner fin a la pobreza y 8. Lograr un trabajo decente y crecimiento económico.

Objetivo 6 cuestiones ambientales. Agua limpia y saneamiento y número 12. Producción y consumo responsable.

Objetivos Sociales

Fin de la pobreza

Tiene como objetivo social contribuir a la erradicación de la pobreza brindando empleo a los habitantes del sector. Es más probable que salga de esa posición y se beneficie a sí mismo, a su familia y a la sociedad en su conjunto.

Por otro lado, la operación de panaderías impulsará la economía del sector, ya que importantes proveedores de materias primas serán comerciantes en el mercado comunitario.

Finalmente, una parte de las ganancias anuales se dona a organizaciones benéficas.

Trabajo decente y crecimiento económico

Las panaderías brindan todos los beneficios legales para el trabajo remunerado, y si el negocio es exitoso, se hace un esfuerzo para transferir una parte de los beneficios a los empleados a través de bonos, incentivos y otros beneficios como despensa, seguros privados, etc. Los empleados también cuentan con todas las facilidades para realizar su trabajo en un ambiente libre de riesgos físicos, psicológicos y sociales. Apoyan el crecimiento personal y brindan facilidades a quienes desean continuar sus estudios y preparación. Los hombres y mujeres jóvenes son reclutados preferentemente y pueden conseguir sus primeros trabajos. Esto le da a la empresa un beneficio fiscal.

Objetivos Ambientales

Agua limpia y saneamiento

Reconociendo que el 40% de la población mundial actualmente sufre de escasez de agua, se busca la conservación y gestión del agua en todas sus operaciones. Se utilizan grifos

de cierre automático en los baños y se implementan grifos inteligentes para la preparación de alimentos, regulando la presión y distribución del agua para optimizar el uso del agua. También existen estrictos procesos para asegurar que el agua no se contamine con aceite, grasa u otros residuos que interfieran con el cuidado sanitario posterior.

Producción y consumo responsable

La producción y el consumo responsables también significa hacer más y mejor con menos. Por eso se trata de conseguir la materia prima sin envasar, siendo rigurosos y cuidadosos para evitar cualquier tipo de desperdicio. Reciclaje mediante la implementación de papeleras específicas para cada tipo de residuo.

El empaque de nuestros productos está hecho de materiales reciclables y biodegradables. Los desechos orgánicos para la producción de estiércol y alimento para animales también se venden a instituciones. También tenemos acuerdos con otras empresas para adquirir manteca, procesarla y darle un buen uso.

Una estrategia que combina las preocupaciones sociales y ambientales es donar los restos de comida cocinada a fundaciones y albergues.

PROCESO FINANCIERO

Introducción

Para la siguiente revisión, partimos de una serie de supuestos, mediante los cuales se calculan el capital disponible a la fecha y los costos a financiar, con base en el respaldo probado en proyecciones previas provenientes de estudios técnicos, administrativos y legales; así como la planificación de la producción y las proyecciones de ventas, teniendo en cuenta que dichos valores son estimaciones a partir de datos reales históricos con bases de datos de experiencia del administrador. Para el incremento anual de la tarifa se calcula el mismo porcentaje del IPC.

Inversión

La inversión inicial se la conoce como la cantidad de dinero o capital necesario que se debe emplear para conseguir el funcionamiento de un negocio, esto se lo logra a través de recursos financieros, materiales o servicios, en donde el total de inversión de canasta Pan es de 42281,46 dólares

Activos fijos

Los activos fijos son todos aquellos bienes o derechos que realmente estén siendo utilizados en el proceso productivo, o en el proceso generador de venta o servicios según se trate la empresa, que adquieren un cierto grado de pertenencia en el negocio, y que no se destinan para la venta. (Caribas A, 1977, p.37).

Tabla 17. Activos fijos

INVERSIONES	
ACTIVOS FIJOS	
Edificio	0
vehiculo	0
Equipos Ind./ seguridad	2559,99
Equipos de Computación	1000
Muebles - enseres	1379,95

Elaborado por: Magaly Calle

Capital de trabajo

Está representado por el capital adicional (diferente a la inversión) requerido por la empresa para iniciar operaciones. La producción inicial requiere fondos, que incluyen la compra de materias primas y el pago de mano de obra para la transformación, antes de recibir ingresos. También tenemos esa materia prima y un cierto porcentaje de efectivo para pagar los gastos del día a día de la empresa.

Para la realización de este proyecto se cuentan con un capital de \$ 37341,52 en efectivo, y el resto del dinero será financiado por una entidad bancaria. A continuación, la información relacionada:

Tabla 18. Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	3 meses	12 meses
Sueldos	5334	21336
Servicios Básicos	585	2340
material oficina	52,68	210,72
material limpieza	296,7	1186,8
tramites de operación	300	1200
alquiler local	600	2400
publicidad	42	168
adquisición productos	1250	5000
gastos financieros	875	3.500,00
TOTAL INVERSION	14275,32	42281,46

Sueldos

En la siguiente tabla se describe la remuneración que tiene cada colaborador que forma parte del establecimiento más las aportaciones correspondientes al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).

Tabla 18. Sueldos y aportaciones (IESS)

SUELDOS

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
jefe pastelero	550	6600	623,7	801,9	6778,2
pastelero	500	6000	567	729	6162
ayudante de panadería	450	5400	510,3	656,1	5545,8
TOTAL	1500	18000	1701	2187	18486

PERSONAL	SUELDOS	DECIMO 4º	DECIMO 3º	TOTAL DECIMOS
jefe pastelero	550	450	550	1000
pastelero	500	450	500	950
ayudante de panadería	450	450	450	900
TOTAL	1500	1350	1500	2850

TOTAL SUELDOS	TOT. DECIMOS	TOT ANUAL
18486	2850	21336

Elaborado por: Magaly Calle

Depreciación de activos fijos

La depreciación de activos fijos es el proceso por el cual se logra conocer el valor de vida útil de los activos según el tiempo transcurrido, lo que permite a la empresa tener conocimiento de la pérdida de valor económico de un activo. Así mismo, Aguirre (2021) establece que este proceso “es la cantidad depreciable de una partida de propiedades, planta y equipo que debe ser asignada sobre una base sistemática durante su vida útil”.

De la misma manera, Fernández (2018), menciona que.

La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable; inmueble 5%, instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual, Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual y quipos de cómputo 33% anual.

En los activos fijos de la panadería sujetos a la depreciación se tiene: equipos de seguridad con un 10%, equipos de computación con un 33% y los muebles y enseres con un 10%, todo esto calculado a un año.

Tabla 20. Depreciación

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			
		% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Equipos Ind.	2559,99	10%	255,999
Edificio	0	20%	0
Vehículos	0	5%	0
Equipos de Computación	1000	33,33%	333,3
Muebles y Enseres	1379,95	10%	137,995
			727,29

Elaborado por: Magaly Calle

Amortización del capital financiero

En esta sección, se indica el monto del recurso financiero y su amortización que por su cantidad se lo establece en un plazo de dos años. Cabe mencionar que el monto financiado será de 25000 dólares.

MONTO	25000
TASA	14%
PLAZO	5

PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	25000
1	7282,09	3.500,00	3.782,09	21.217,91
2	7282,09	2.970,51	4.311,58	16.906,33
3	7282,09	2.366,89	4.915,20	11.991,13
4	7282,09	1.678,76	5.603,33	6.387,80
5	7282,09	894,29	6.387,80	0,00

Elaborado por: Magaly Calle

Estructura de capital

La estructura de la inversión total del emprendimiento está representada de la siguiente forma: capital propio con un monto de 17281,46 dólares que representa un 41% del total de la inversión, el capital financiado con un monto de 25000 dólares que representa el 59% faltante de la inversión. La representación del costo del capital propio es del 13%, este valor está calculado por la tasa pasiva más el riesgo país que arroja una tasa de descuento del 5,3%, mientras que el costo del capital financiado es del 14% que arroja una tasa de descuento del 8,3%.

Tabla 21. Estructura del capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	17281,46	41%	13%	5,3%	
Capital Financiero	25000	59%	14%	8,3%	
TOTAL INVERSIÓN	42281,46	100%		13,6%	TMAR

Elaborado por: Magaly Calle

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es un término que sirve para definir el momento en que una empresa cubre sus costos fijos, es decir que los ingresos y gastos estarían al mismo nivel y por ende no hay ganancias ni pérdidas. En tal sentido, Balan (2021) señala que “conocer el punto de equilibrio es para áreas tales como las ventas, la producción, las operaciones y la recuperación de la inversión puede contribuir a establecer precios, manejar deuda y otras funciones del negocio”.

La siguiente tabla indica el monto fijo de capital de trabajo destinada para cada mes en donde están inmersos los gastos en arriendo y sueldos calculados mensualmente.

Tabla 22. Costos fijos**costos fijos**

arriendo	200
sueldos	1778
	1978

Elaborado por: Magaly Calle

Margen de contribución

En el margen de contribución se encuentran calculados los valores de los costos y precio de las empanadas.

costos de empanada

precio	0,56	
costo	0,1	
ganancia	0,46	MARGEN DE CONTRIBUCION

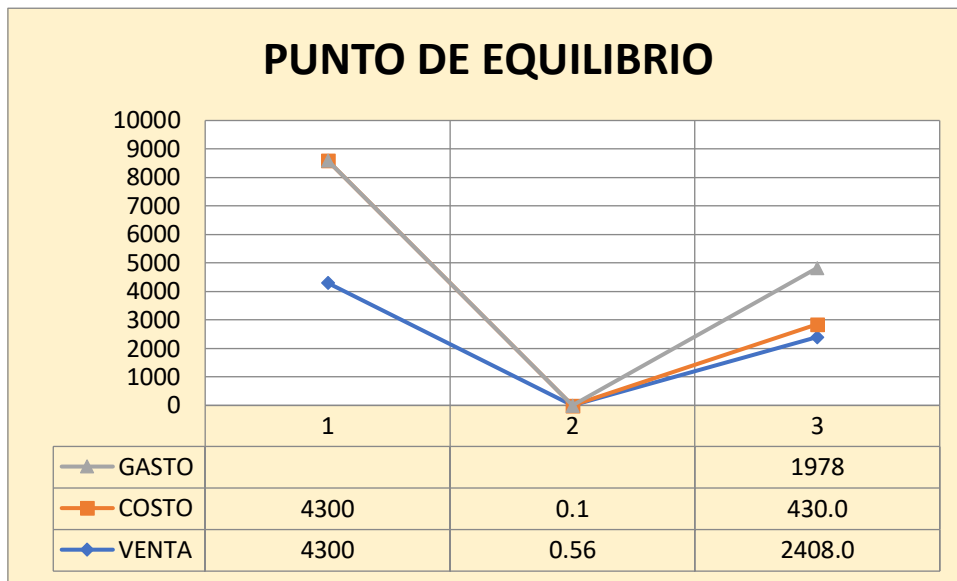
Tabla 23. Punto de equilibrio

$$PE = \text{COSTO FIJO} / \text{MARGEN DE CONTRIBUCION}$$

$$PE = 4300$$

4300 empanadas 143,3 diario

VENTA	4300	0,56	2408,0
COSTO	4300	0,1	430,0
GASTO			1978
PUNTO DE EQUILIBRIO			0



ventas proyectadas

10500	5880	70560	ventas
10500	1050	12600	costo

Costo de ventas

El costo de ventas para la panadería se considera con una proyección de un periodo a cinco años, donde se puede conocer las ventas proyectadas en cada uno de los años proyectados, además de la utilidad bruta, utilidad neta y otros factores más que intervienen para realizar el cálculo del flujo de ventas. El objetivo que se pretende lograr es tener un incremento de ventas en un 3,01% cada año

Tabla 23. Costo de ventas

costo de ventas						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		70560,00	72683,86	74871,64	77125,28	79446,75
COSTO DE VENTAS		12600,00	12979,26	13369,94	13772,37	14186,92
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		57960,00	59704,60	61501,70	63352,91	65259,83
GASTOS ADMINISTRATIVOS		21336,00	21978,21	22639,76	23321,21	24023,18
SERVICIOS BASICOS		2340,00	2410,43	2482,99	2557,73	2634,71
MATERIAL OFIC.		210,72	217,06	223,60	230,33	237,26
ALQUILER LIMPIEZA		1186,80	1222,52	1259,32	1297,23	1336,27
SERVICIO AUTO		1200,00	1236,12	1273,33	1311,65	1351,14
ALQUILER		2400,00	2472,24	2546,65	2623,31	2702,27
DEPRECIACIONES		727,29	727,29	727,29	727,29	727,29
AMORTIZACIONES		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD OPERATIVA		28559,19	29440,71	30348,77	31284,16	32247,70
GASTOS FINANCIEROS		3500,00	2970,51	2366,89	1678,76	894,29
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		25059,19	26470,20	27981,88	29605,40	31353,41
BASE IMPOSITIVA		6264,80	9595,45	10143,43	10731,96	11365,61
UTILIDAD NETA		18794,39	16874,75	17838,45	18873,44	19987,80

Elaborado por: Magaly Calle

Flujo de caja

En el flujo de caja para la panadería se considera los egresos e ingresos que tiene el negocio teniendo una proyección estimada a cinco años de actividad comercial

FLUJO DE CAJA

	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		28559,19	29440,71	30348,77	31284,16	32247,70
DEPRECIACION		727,29	727,29	727,29	727,29	727,29
AMORTIZACION		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
- BASE IMPOSITIVA		6264,80	9595,45	10143,43	10731,96	11365,61
- GASTOS FINANCIEROS		3500,00	2970,51	2366,89	1678,76	894,29
- PAGO CAPITAL		3.782,09	4.311,58	4.915,20	5.603,33	6.387,80
+ VALOR DE SALVAMENTO						0
+ CAPITAL DE TRABAJO						0
- REPOSICION DE ACTIVOS				0		
= FLUJO NETO DE CAJA	-42281,46	15.739,59	13.290,47	13.650,54	13.997,40	14.327,29

Cálculo del VAN y del TIR

VAN (Valor Actual Neto) o VPN

Es un método que calcula el valor presente de una determinada cantidad de flujos de efectivo futuros derivados de una inversión. También se le conoce como patrimonio neto de hoy (VAN), definido como la diferencia entre utilidades y gastos (incluyendo inversiones como gastos) a valores actuales, o la diferencia entre utilidad neta e inversión inicial. (Córdoba, 2011, p. 236).

Con esta medida financiera se puede establecer la viabilidad del establecimiento en base a una estimación de flujos de efectivo anuales, donde los resultados muestran que existe un valor presente neto para el plan con una producción de \$7998,33.

Interpretación VAN

Tabla 19. Valor actual neto interpretación.

VAN= VALOR ACTUAL NETO (INDICADOR DE RENTABILIDAD)
VAN= BENEFICIOS NETOS ACTUALIZADOS - INVERSION
VAN < 0 EL PROYECTO NO ES RENTABLE
VAN > 0 EL PROYECTO ES RENTABLE
VAN = 0 EL PROYECTO NO PRODUCIRA PERDIDAS NI GANACIAS.

Elaborado por: Magaly Calle

Formula del VAN

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

F_t = son los flujos de dinero en cada periodo de tiempo.

I_0 = inversión inicial.

n = numero de periodos de tiempo.

k = es el tipo de descuento o de interés exigido de la inversión.

Tir (Tasa Interna de Retorno)

La TIR se define operativamente como la tasa de descuento que lleva el NPV del plan a cero. La interacción entre el VAN y la tasa de descuento es una interacción inversa, derivada de la fórmula del VAN. Los aumentos de tarifas reducen los costos netos hoy. Esto es especialmente cierto para proyectos "bien formados", es decir, proyectos que inicialmente tienen uno o más períodos de flujo negativo, seguidos de una ganancia neta durante el resto del período. (Córdoba, 2011, p. 242).

Interpretación del TIR

Tabla 20. Interpretación del TIR

TIR= TASA INTERNA DE RETORNO
TIR = VAN = 0
TIR < TD PROYECTO NO ES RENTABLE
TIR > TD PROYECTO ES RENTABLE
TIR = TD EL PROYECTO NO PRODUCE PERDIDAS NI GANACIAS

Elaborado por: Magaly Calle

Formula del TIR

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n}$$

$$= 0$$

F_t = flujos de caja.

I_0 = inversión inicial.

n = numero de periodos de tiempo.

TIR = tasa interna de retorno.

El cálculo de la tasa interno de retorno (TIR) del establecimiento demuestra que existe una rentabilidad del proyecto con un porcentaje del 24,63% con una separación del 11,04% de la tasa mínima de rendimiento (TMAR) que se encuentra en el 13,59%.

Tabla 21. Cálculo del VAN Y TIR

VAN	7.998,33
TIR	24,63%
TMAR	13,59%

Elaborado por: Magaly Calle

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Se concluye que la implementación de una panadería permitirá potenciar el desarrollo de nuevas oportunidades dentro del mercado además de aportar a la sociedad un producto que contribuya para el consumo de los clientes en un futuro.

Por otro lado, gracias al estudio previo que se ha realizado en este proyecto se ha logrado identificar una segmentación del mercado al cual va dirigido el producto, ya que se ha enfocado de manera principal a personas que consumen el producto a diario.

Además, de que se ha identificado un mercado objetivo enfocándose en varios sectores de la ciudad de Quito que principalmente a las personas que tienen la facilidad de acceso a la compra del producto, ya que se aplicó un instrumento de recolección de datos la cual mediante un análisis se pudo identificar la oferta como la demanda.

Finalmente, se pudo determinar la comercialización que tendrá el producto ya que se realizará a través de diferentes canales de distribución para que se puedan conservar un menor costo y mantener un precio establecido hacia el consumidor final.

Recomendaciones

Se recomienda que al crear una nueva empresa debe cubrir las necesidades de las personas ofertando productos de calidad y que no sean perjudiciales para el consumo de los clientes.

Por otro lado, se puede recomendar que se debe realizar de manera continua estudios acerca de la situación financiera y segmentación del mercado con el fin de poder comprobar si existe un mercado potencial y satisfecho, para poder de esta manera implementar nuevos productos que ayuden a cubrir la demanda de las personas que no consuman este producto.

Además, se deben implementar estrategias de comercialización aplicando el Marketing Mix o las Cuatro P's del marketing con sus respectivos planes de acción para aplicar técnicas promocionales que permitan incrementar los niveles de venta dentro de la panadería.



Finalmente, se debe realizar una evaluación de manera continua a través de la situación actual de la panadería con el objetivo de determinar cualquier tipo de riesgo que se mantenga mediante la contribución de conocimientos reales que pueden tener la empresa y que se pueda conocer una rentabilidad adecuada para la misma.

Bibliografía

- Carrasco, A. C. (2014). *Administración Estratégica como recurso para el direccionamiento estrategico en las PYMES*. México: Grupo Editorial Patria.
- Chávez, O. C. (2018). *Gestión de calidad y productividad*. Sangolquí: Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.
- Cyr, D., & Gray, D. (2004). *Marketing en la pequeña y mediana empresa*. Norma.
- El Universo. (27 de Julio de 2020). 82 % de ecuatorianos emprenden por falta de empleo y otros por marcar una diferencia.
- Tejo, D. (2016). *Pirámide de Maslow*. Recuperado el 15 de julio de 2021, de <http://davidtejo.com/2016/06/la-nueva-piramide-de-maslow-el-cambio-en-las-necesidades-basicas-en-el-siglo-xxi-y-su-influencia-en-el-lifestyle-actual/>

ANEXOS

Ficha técnica de producción de empanadas (esta ficha se utiliza para los diferentes panes que se produce).

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE:	Empanada		Código: 001	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	02/03/2023		Panadero: Martin Calle	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (KG)	CANTIDAD	TOTAL
Harina	Kg	0,02	1	0,02
Leche	Litros	0,02	1	0,02
Queso	kg	0,01	1	0,01
Azúcar	kg	0,01	1	0,01
Levadura	kg	0,02	1	0,02
FOTOGRAFÍA			Total, bruto	0,10
			10% imprevistos	0,01
			Total, neto	0,11
			Gasto de fab. 15%	0,02
			Factor costo 33,33%	0,04
			M.O. 45%	0,05
			G. Admin. 12%	0,01
			45% utilidad	0,05
			Subtotal	\$0,28
			12% IVA	\$0,03
			10% servicio	\$0,03
Total	\$0,34			

Esquema del establecimiento

