



**CARRERA: GASTRONOMÍA**

**TEMA:**

**“Proyecto de factibilidad para la implementación de una panadería que se dedica a la producción y distribución de pan y postres en el sector de San Rafael, Valle de los Chillos”.**

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

**AUTOR:**

**Henry David Sarmiento Noboa**

**TUTOR:**

**Chef. Carlos Chávez Acosta**

D.M. Quito, 06 de enero del 2022

## DEDICATORIA

A mi madre Ana Noboa quien con su amor, paciencia y esfuerzo me ha permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está siempre conmigo.

A mis hermanos Paul y Elizabeth por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento gracias. A toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

Finalmente quiero dedicar este trabajo a todos mis amigos y compañeros de trabajo, por apoyarme cuando más lo necesito, por extenderme su mano en momentos difíciles y por el amor brindado cada día.

## 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 todo mi grupo de trabajo en Casa Res por abrirme las puertas y facilitarme el tiempo y permitirme realizar el presente trabajo sin complicación alguna.

De igual manera mis agradecimientos al INSTITUTO TECNOLÓGICO INTERNACIONAL, a todo el campus de gastronomía, a mis profesores quienes con sus valiosos conocimientos hicieron que pueda crecer día a día como profesional, gracias a cada uno de ustedes por su paciencia, dedicación, apoyo incondicional y amistad.

Finalmente quiero expresar mi más grande y sincero agradecimiento al Chef. Carlos Chávez Acosta, principal colaborador durante todo este proceso, quien con su dirección, conocimiento, enseñanza y colaboración permitió el desarrollo de este trabajo.

## **AUTORIA**

Yo, Henry David Sarmiento Noboa, autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Henry David Sarmiento Noboa

D.M. Quito, 06 de enero del 2022

**Chef. Carlos Chávez**  
**Director 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 Superior Internacional ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

Chef. Carlos Chávez

D.M. Quito, 06 de enero del 2022

## **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 Chef. Carlos Chávez y por sus propios derechos en calidad de director del trabajo fin de carrera; y la Sr. Henry David Sarmiento Noboa por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

**SEGUNDA: UNO.** - El Sr. Henry David Sarmiento Noboa. Realizó el trabajo fin de carrera titulado: “Proyecto de factibilidad para la implementación de una panadería que se dedica a la producción y distribución de pan y postres en el sector de San Rafael, Valle de los Chillos”, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Gastronomía en el Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, bajo la dirección del Chef Carlos Chávez.

**DOS.** - Es política del Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

**TERCERA:** Los comparecientes, Chef Carlos Chávez en calidad de director del trabajo fin de carrera y la Sr. Henry David Sarmiento Noboa, 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: “Proyecto de factibilidad para la implementación de una panadería que se dedica a la producción y distribución de pan y postres en el sector de San Rafael, Valle de los Chillos”, 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.

Chef Carlos Chávez

David Sarmiento

D.M. Quito, 06 de enero del 2022

## ÍNDICE

DEDICATORIA .....	II
AGRADECIMIENTO .....	III
AUTORIA.....	IV
CERTIFICACIÓN .....	V
1. INTRODUCCIÓN .....	1
1.1. Resumen Ejecutivo .....	1
2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL .....	2
2.1. Creación de la empresa .....	2
2.2. Descripción de la empresa .....	2
2.2.2. Características .....	2
2.2.3. Actividad.....	2
2.3. Tamaño de la empresa .....	3
2.4. Necesidades que satisfacer .....	3
2.5. Filosofía empresarial.....	5
2.5.1. Misión.....	5
2.5.2. Visión.....	5
2.5.3. Objetivos .....	5
2.5.4. Metas.....	6
2.5.5. Estrategias .....	6
2.5.6. Políticas.....	6
2.5.7. FODA.....	7
2.6. Desarrollo organizacional .....	8
2.6.1. Tipo de estructura .....	8

2.6.2.	Formalización.....	9
2.6.3.	Centralización – Descentralización .....	9
2.6.4.	Integración.....	9
2.7.	Organigrama .....	9
2.8.	Funciones del personal.....	10
3.	PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING .....	15
3.1	Objetivo de mercadotecnia .....	15
3.2	Investigación de mercado .....	15
3.2.1	Modalidad .....	15
3.3	Plan de muestreo .....	15
3.5.2	Macro entorno.....	29
3.6	Producto y servicio .....	30
3.6.1	Producto esencial .....	30
3.6.2	Producto real.....	30
3.6.3	Características.....	30
3.6.4	Calidad.....	30
3.6.5	Estilo.....	31
3.7	Marca.....	31
3.7.1	Producto aumentado.....	31
3.8	Plan de introducción al mercado .....	31
3.8.1	Distintivos y Uniformes .....	31
3.8.2	Materiales de identificación.....	35
3.8.3	Canal de distribución y puntos de ventas .....	38
3.8.4	Riesgo y oportunidades de negocio. ....	39



3.9 Fijación de precios.....	40
3.9.1 Fijación de precios por receta estándar .....	40
3.9.2. Implementación del negocio .....	47
3.10. Estudio arquitectónico .....	52
4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL .....	53
5. PROCESO DEL IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL .....	59
5.2. Objetivo de área.....	59
5.3. Impacto ambiental .....	59
5.4. Impacto social.....	60
6. ANÁLISIS FINANCIERO .....	62
6.2. Introducción.....	62
6.3. Inversiones .....	62
6.3. Activos diferidos.....	62
6.4. Capital de trabajo .....	63
6.5. Sueldos .....	64
6.6. Depreciación activos fijos .....	65
6.7. Amortizaciones.....	66
6.9. Tabla de amortización.....	67
6.10. Punto de Equilibrio .....	67
6.11. Costo de ventas .....	69
6.12. Flujo de caja.....	70
6.13. Calculo del TIR y el VAN .....	70
6.13.1. VAN (Valor Actual Neto).....	71
6.13.2. TIR (Tasa Interna de Retorno) .....	71

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	72
7.1. Conclusiones .....	72
7.2 Recomendaciones .....	73
8. BIBLIOGRAFIA.....	74
9. ANEXOS.....	77

#### Índice de tablas

TABLA 1 Méritos a considerar gerente general .....	10
TABLA 2 Méritos a considerar panadero .....	11
TABLA 3 Méritos a considerar pastelero .....	12
TABLA 4 Méritos a considerar bodeguero.....	13
TABLA 5 Méritos a considerar cajero .....	14
TABLA 6 Edad .....	16
TABLA 7 promedio de ingresos mensuales .....	17
TABLA 8 ¿Qué tipo de pan le gusta consumir?.....	18
TABLA 9 ¿Usted estaría interesado en comprar en una panadería nueva en el sector de san Rafael?.....	19
TABLA 10 ¿Le gustan los panes de canela?.....	20
TABLA 11 ¿Cuántas veces a la semana compra pan? .....	21
TABLA 12 Aproximadamente ¿Cuál es el monto que invierte cuando va a una panadería?.....	22
TABLA 13 ¿A qué hora del día consume habitualmente productos de panadería? ....	23
TABLA 14 ¿Qué consideras importante cuando vas a una panadería?.....	24

TABLA 15 ¿Qué aspecto es el más importante cuando compras un producto? .....	25
TABLA 16 Proveedores .....	27
TABLA 17 Publicidad .....	38
TABLA 18 Receta estándar de costos .....	39
TABLA 19 Receta estándar de costos .....	40
TABLA 20 Receta estándar de costos .....	41
TABLA 21 Receta estándar de producción .....	42
TABLA 22 Receta estándar de producción.....	43
TABLA 23 Receta estándar de producción .....	44
TABLA 24 Arriendo del local .....	45
TABLA 25 Equipos industriales .....	45
TABLA 26 Equipos de computación .....	45
TABLA 27 Muebles y enseres .....	46
TABLA 28 Implementos y equipos de seguridad industrial .....	47
TABLA 29 Suministros de oficina .....	47
TABLA 30 Servicios Básicos .....	48
TABLA 31 Materiales de limpieza .....	48
TABLA 32 Inversiones .....	58
TABLA 33 Activos diferidos .....	59
TABLA 34 Capital de trabajo .....	59
TABLA 35 Sueldos .....	60
TABLA 36 Decimos .....	60
TABLA 37 Sueldos totales .....	60
TABLA 38 Depreciación de activos fijos .....	61

TABLA 39 Amortización .....	61
TABLA 40 Estructura del capital .....	62
TABLA 41 Tabla de amortización .....	63
TABLA 42 Datos del punto de equilibrio .....	63
TABLA 43 Margen de contribución .....	63
TABLA 44 Punto de equilibrio .....	63
TABLA 45 Ventas / Costos .....	64
TABLA 46 Flujo de ventas .....	64
TABLA 47 Flujo de caja .....	65
TABLA 48 VAN / TIR .....	66
Índice de ilustraciones	
Ilustración 1 Pirámide de Maslow .....	3
Ilustración 2 San Rafael – Valle de los Chillos .....	5
Ilustración 3 organigrama .....	9
Ilustración 4 Gráfico circular .....	16
Ilustración 5 Gráfico circular .....	17
Ilustración 6 Gráfico circular .....	18
Ilustración 7 Gráfico circular .....	19
Ilustración 8 Gráfico circular .....	20
Ilustración 9 Gráfico circular .....	21
Ilustración 10 Gráfico circular .....	22
Ilustración 11 Gráfico circular .....	23
Ilustración 12 Gráfico circular .....	24
Ilustración 13 Gráfico circular .....	25

Ilustración 14 Diseño de uniformes chef gerente general .....	31
Ilustración 15 operario de bodega y bodeguero .....	32
Ilustración 16 cajero.....	33
Ilustración 17 Imagotipo, Bolipan .....	34
Ilustración 18 Isotipo, El Bolipan .....	35
Ilustración 19 Logotipo, Bolipan.....	35
Ilustración 20 isotipo, Bolipan .....	36
Ilustración 21 Tarjetas de presentación, Bolipan .....	37
Ilustración 22 Estructura interna del establecimiento .....	49

**“Proyecto de factibilidad para la implementación de una panadería que se dedica a la producción y distribución de pan y postres en el sector de San Rafael, valle de los chillos”**

Henry David Sarmiento Noboa

Chef, Carlos Chávez

D.M. Quito 06 de enero, 2022

**RESUMEN**

El presente trabajo de plan de negocios con el tema “Proyecto de factibilidad para la implementación de una panadería que se dedica a la producción y distribución de pan y postres en el sector de San Rafael, Valle de los Chillos” Tiene como objetivo ofrecer al público interesado, pan de la mejor calidad en el sector ya mencionado, y así poder establecerse como una de las mejores panaderías.

En el estudio de mercado se dará a conocer al público, la importancia de consumir un producto casero, y que no necesita adquirir productos elaborados de manera industrial para encontrar buenos sabores y calidad en el pan.

Uno de los aspectos con más importancia que determinará la viabilidad de la microempresa es la aceptación del producto por parte de los clientes, ya que al realizar varios análisis se determinó que las características que se ofrece son llamativos para el consumidor.

El proyecto va dirigido específicamente al sector del Valle de los Chillos a personas económicamente activas del país, dándole la oportunidad a la microempresa de posicionarse en este segmento del mercado panadero.

## **1. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Resumen Ejecutivo**

Ecuador es un país que cuenta con una gran variedad de culturas y diferentes gustos, uno de ellos es el pan, el ecuatoriano siempre es consumidor de dicho producto el cual no debe faltar el diario vivir.

Para el mundo de la gastronomía, es importante que los ecuatorianos se animen a consumir cada vez más productos elaborados en Ecuador, ya que eso le da un valor agregado a la microempresa, y le genera una gran oportunidad de posicionarse en las diferentes tiendas de panes alrededor del país. Al utilizar y comprar productos ecuatorianos se estaría generando nuevas oportunidades del desarrollo económico dentro del país.

El presente trabajo de proyecto tiene la finalidad de desarrollar y analizar un estudio de mercado, el cual permitirá determinar la viabilidad del proyecto basándose en los gustos del consumidor.

También se realizará análisis financieros, que ayudará a que la microempresa salga a flote y genere una buena rentabilidad en ventas, y contará con los trámites a realizar para que el producto pueda distribuirse de manera legal.

## **2. ORGANIZACION EMPRESARIAL**

### **2.1. Creación de la empresa**

BoliPan es una microempresa creada para la elaboración y distribución de pasteles y panes en el sector del Valle de los Chillos, que tiene como finalidad darse a conocer por su sabor y preparación con los mejores productos del sector.

### **2.2. Descripción de la empresa**

#### **2.2.1. Importancia**

Actualmente la mayoría de población que existe en el sector de San Rafael, tiende a consumir varios productos de la industria de la panificación, por eso es importante realizar productos que garanticen la calidad, tanto en tipos de ingredientes como elaboración y preservación de productos.

Según la revista líderes, la panificación es una industria que se encuentra en crecimiento constante por la gran demanda diaria principalmente del consumo de pan. El representante de la Federación Nacional de Panificadores, Pedro Miranda comenta que tiene registros de 6.500 panaderías y pastelerías a nivel nacional, el cual genera ventas anuales de alrededor 300 millones al año. (Revista líderes, 2019)

#### **2.2.2. Características**

La microempresa BoliPan tiene como propósito ofrecer al consumidor productos del sector de la panificación dulces y salados, con la mejor calidad del mercado y realizando productos frescos diariamente. Tiene la final de distribuirse alrededor del sector del Valle de los Chillos y se dará a conocer mediante publicidad.

#### **2.2.3. Actividad**

BoliPan se dedica la producción de distribución de productos de la panificación saldos y dulces alrededor del sector del Valle de los Chillos.



### 2.3. Tamaño de la empresa

BoliPan es una microempresa que contará con cuatro áreas:

- Gerencia y administración.
- Bodega.
- Producción.
- Ventas.

La microempresa contará con los siguientes trabajadores:

- Gerente general.
- Bodeguero.
- Panadero.
- Pastelero.
- Cajero.

### 2.4. Necesidades que satisfacer



Ilustración 1. Pirámide de Maslow

Lopez, B. (2019). Pirámide de Maslow. [Gráfico]. Recuperado de:

<https://blog.cognifit.com/es/piramide-de-maslow/>

**a. Necesidad fisiológica**

La microempresa cubre directamente esta necesidad, ya que produce y distribuye alimentos de consumo diario.

**b. Necesidad de seguridad**

La microempresa ofrece un producto de calidad y no dañino para los consumidores así estará cubriendo la necesidad de seguridad.

**c. Necesidad social – afiliación**

La microempresa cubre esta necesidad al realizar un buen servicio al cliente, y así generar confianza entre el consumidor y el vendedor de este establecimiento.

**d. Necesidad de reconocimiento**

Día a día la empresa trabajará para cubrir esta necesidad hasta el punto en el que logre un buen reconocimiento entre sus consumidores.

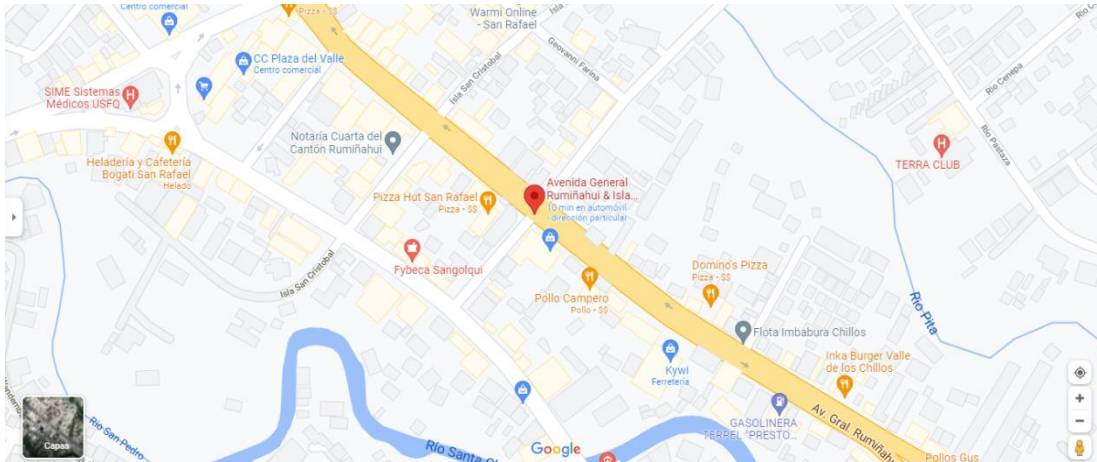
**e. Necesidad de autorrealización**

La necesidad de autorrealización se cubrirá cuando la empresa logre el propósito y metas que se plantea.

**2.2. Localización de la empresa**

La localización para la producción y realización de pan y pasteles contará con un local en el sector Valle de los Chillos específicamente en el cantón San Rafael, en este local se realizará todos los procesos necesarios para la elaboración del producto. Debido a que la empresa está comenzando se busca un local pequeño por su económico precio de arriendo en mensualidad, en el futuro la microempresa desea ubicarse en un espacio más adecuado y amplio.

### Ilustración 1. San Rafael – Valle de los chillos



Google Maps. (2020). San Rafael – Valle de los Chillos. [Mapa satelital].

<https://www.google.com.ec>.

## 2.5. Filosofía empresarial

### 2.5.1. Misión

Somos una empresa dedicada a la elaboración cuidadosa de productos de panadería y pastelería, y estamos comprometidos a brindar a nuestros clientes productos deliciosos y de alta calidad, y un servicio cordial y oportuno.

### 2.5.2. Visión

Esperamos que nuestros clientes no solo obtengan el mejor pan en nuestra empresa, sino que también obtengan el mejor trato, para que podamos realizar un futuro en el que la sociedad se vea influenciada positivamente por la presencia de nuestra panadería en el mercado.

### 2.5.3. Objetivos

- Desarrollar continuamente nuevos productos.

- Adquirir equipos para facilitar el proceso y aumentar la producción diaria.
- Capacitar al personal mediante conferencias, semanarios entre otros.
- Ser reconocidos por una excelente calidad y abrir una sucursal en los siguientes 5 años.

#### **2.5.4. Metas**

- Apertura de nuevas sucursales.
- Máquinas y equipos innovadores para ofrecer mejores productos.
- Realizar tareas de formación para empleados.
- Realizar estudios de mercado para poder asignar el precio más adecuado para incrementar las ventas.

#### **2.5.5. Estrategias**

- Cumplimiento de metas previamente establecidas.
- Realizar estudios de mercado para verificar la aceptación pública.
- Ofrecer productos de calidad a precios razonables.
- Publicitar el producto para atraer la atención de los consumidores locales.

#### **2.5.6. Políticas**

Los trabajadores:

- Cumplir el horario de trabajo establecido por la empresa.
- No llegar en estado etílico ni consumir bebidas alcohólicas dentro de la zona laboral.
- Vestirse con el uniforme asignado por la empresa.
- Demostrar buena presencia y buen aseo siempre.
- Ofrecer siempre un buen servicio al cliente.
- Tomar capacitaciones que le ayuden a los trabajadores a ser un buen empleado

La empresa:

- Ofrecer productos de calidad.
- Cumplirá las expectativas de cada cliente.
- Capacitar al personal para un mejor desempeño laboral.
- Controlar cada aspecto en la empresa como: bodega producción, empaque, ventas, servicio al cliente.
- Cumplir metas y objetivos propuestos.
- Mejorar siempre cada producto a ofrecer.

### **2.5.7. FODA**

El análisis incluye evaluar las fortalezas y debilidades de la panadería relacionadas con el entorno interno (recursos humanos, técnicos, financieros, técnicos, etc.), y las amenazas de oportunidad relacionadas con el entorno externo (microambiente: proveedores, competidores, canal de distribución), La importancia de este análisis es poder determinar objetivamente en qué áreas la empresa tiene ventajas sobre sus competidores y en qué áreas necesita mejorar para seguir siendo competitiva.

#### **FORTALEZAS**

- Materias primas de alta calidad utilizadas para la elaboración de productos.
- El área local es especialmente adecuada para esta área.
- Un entorno que cumpla con todas las normativas de bioseguridad.
- Los productos preparados higiénicamente garantizan su calidad.
- Entregue su propia movilidad a su puerta.
- La entrega a domicilio o los paquetes están a tiempo.

#### **OPORTUNIDADES**

- Comunicarse con los clientes a través de WhatsApp.
- Desarrollar una plataforma de marketing para publicidad.
- Mercado en crecimiento: la expansión será una gran ventaja en comparación con otros competidores.

## **DEBILIDADES**

- El costo de las materias primas en las ciudades es relativamente alto.
- Falta de personal de apoyo para preparar el pan.
- Se necesitan un horno industrial y una batidora para preparar la masa.

## **AMENASAS**

- Hay otras panaderías similares en el mercado.
- Afectados por la epidemia, el costo de las materias primas ha aumentado.
- Posibilidad de aislamiento estricto.
- Existe el riesgo de propagar COVID-19 al vender o transportar productos.

### **2.6. Desarrollo organizacional**

#### **2.6.1. Tipo de estructura**

La microempresa BoliPan contará con tres áreas administrativas:

- Gerencial.
- Operativo.
- Comercial.

#### **Nivel Gerencial**

- Gerente general.

#### **Nivel Operativo**

- Panadero.
- Pastelero.
- Bodeguero.

#### **Nivel Comercial**

- Cajero.

### 2.6.2. Formalización

La microempresa se encargará del reclutamiento, selección y entrevista a las personas adecuadas para trabajar en la empresa a los cuales se les contratará bajo un documento que validen sus derechos en el trabajo.

### 2.6.3. Centralización – Descentralización

La centralización se enfocará específicamente en el nivel gerencial, ya que en este nivel estará la toma de decisiones sobre la empresa para obtener una mejor organización tanto a la hora de realizar los productos hasta la venta final de estos.

La descentralización se enfocará en el nivel operativo y nivel comercial, ya que se encargará del servicio al cliente y en la calidad del producto final que se entregue a los consumidores.

### 2.6.4. Integración

La integración dependerá del proceso que se tome a la hora de elaborar el producto desde la recepción de la materia prima hasta la venta del producto final en el local establecido.

## 2.7. Organigrama



## 2.8. Funciones del personal

### PUESTO DE CHEF GERENTE GENERAL

Detalles generales del puesto.

- **Empresa:** BoliPan.
- **Unidad administrativa:** Área ejecutiva.
- **Misión del puesto:** El gerente general se encargará de realizar todo tipo de trabajo en el área administrativa, por ejemplo: contrato con proveedores, control de calidad, realizar costos mensuales y anuales de inversiones, ingresos, etc. Básicamente se encargará de administrar la empresa.
- **Denominación del puesto:** Gerente General.
- **Rol del puesto:** Administra la empresa, contratos, inversiones, costos, ganancias.
- **Remuneración:** \$ 500.

### Méritos aspectos a considerar

**Tabla 1.** Méritos aspectos a considerar, gerente general.

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Gastronomía o superior. Al menos un idioma fluido aparte del nativo.	Mínima 1 año en el cargo de Gerente- General.	Desarrollo en Habilidades Gerenciales. Liderazgo Efectivo Administración de proyectos. Funcionamiento interno de la empresa.	Comunicación. Liderazgo. Respeto. Responsabilidad. Empatía.

Sarmiento, D. (2020). Méritos aspectos a considerar, Gerente general. [Tabla].



## PUESTO DE PANADERO

Detalles generales del puesto

- **Empresa:** BoliPan.
- **Unidad administrativa:** Área de producción.

**Misión del puesto:** Las principales funciones de un panadero incluyen preparar, hornear y hacer rebanadas de pan y otros productos horneados; Amasado, preparación y cocción de rebanadas de pan (u otras especialidades como bollería o bollería). Mantenimiento, limpieza y de útiles de trabajo, limpieza de máquinas de horneado (balanzas, batidoras, etc.).

- **Denominación del puesto:** Panadero.
- **Rol del puesto:** Dirigir, controlar, y verificar que el proceso del producto sea adecuado.
- **Remuneración:** \$ 425.

### Méritos aspectos a considerar

**Tabla 2.** Méritos aspectos a considerar, Panadero.

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
<b>Bachiller,</b> Tecnólogo en Gastronomía o superior.	Mínima un año en el cargo de panadero.	Supervisión de los procesos de producción. Control de calidad Buscar nuevas ideas y estrategias. Conocimientos en panadería y pastelería.	liderazgo y negociación Interés. Puntualidad. Resolución de problemas. Comunicación. Empatía.

## PUESTO DE PASTELERO

Datos generales del puesto.

- **Empresa:** BoliPan.
- **Unidad administrativa:** Área de producción.

**Misión del puesto:** Mantener y verificar la limpieza, desinfección y funcionamiento del equipo. Maquinaria, utensilios y componentes para pastelería y áreas de trabajo. El pastelero deberá estar capacitado para mantener y controlar el área de trabajo en condiciones higiénicas adecuadas para el trabajo. Uso correcto de máquinas, electrodomésticos y elementos en su área de trabajo.

Sarmiento, D. (2020). Méritos aspectos a considerar, Panadero. [Tabla].

- **Denominación del puesto:** Pastelero.
- **Rol del puesto:** Mantener el orden en la cocina y realizar pasteles.
- **Remuneración:** \$ 425.

### Méritos aspectos a considerar

**Tabla 2.** Méritos aspectos a considerar. Pastelero.

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
<b>Bachiller, Tecnólogo en Gastronomía o superior.</b>	Al menos 8 meses a un año comprobables de experiencia.	Supervisión de los procesos de producción. Control de calidad. Buscar nuevas ideas y estrategias Conocimientos en panadería y pastelería.	Responsabilidad. Puntualidad. Comunicación.

Sarmiento, D. (2020). Méritos aspectos a considerar, Pastelero. [Tabla].

## PUESTO DE BODEGUERO

Datos generales del puesto.

- **Empresa:** BoliPan.
- **Unidad administrativa:** Área de producción.
- **Misión del puesto:** Se encarga del inventario inicial y final.
- **Denominación del puesto:** Bodeguero.
- **Rol del puesto:** Despachador del producto final.
- **Remuneración:** \$ 400.

### Méritos aspectos a considerar

**Tabla 3.** Méritos aspectos a considerar, Bodeguero

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Bachiller, Tecnólogo profesional en operación de almacenes y bodega.	Al menos 8 meses a un año comprobables de experiencia.	Planificar actividades de bodega. Administrar, supervisar y controlar. Mantener el orden. Cumplir con las normas en el puesto.	Capacidad resolutive. Conocimiento computacional. Responsabilidad.

Sarmiento, D. (2020). Méritos aspectos a considerar, Bodeguero. [Tabla].

## PUESTO DE CAJERO

Detalles generales del puesto.

- **Empresa:** BoliPan.
- **Unidad administrativa:** Área de comercialización.

**Misión del puesto:** El cajero debe recibir, entregar y conservar efectivo y otros documentos de valor para poder cobrar los ingresos de la empresa. Manejo de caja, atención al cliente.

- **Denominación del puesto:** Cajero.
- **Rol del puesto:** Manejo de Caja.
- **Remuneración:** \$ 425.

### Méritos aspectos a considerar

**Tabla 4.** Méritos a considerar. Cajero

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Administración y dirección de empresas.	Al menos un año comprobable de experiencia.	Marketing y ventas. Negociación Estrategias comerciales.	Innovación tecnológica Comunicación. Operaciones de caja en la venta. Atención al cliente o las técnicas de venta.

Sarmiento, D. (2021). Méritos aspectos a considerar, Cajero. [Tabla].

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

#### 3.1 Objetivo de mercadotecnia

Bolipan tiene como objetivo determinar la viabilidad y aceptación del producto dentro del mercado.

#### 3.2 Investigación de mercado

##### 3.2.1 Modalidad

La modalidad que se utilizará en este caso será mediante una encuesta en Google Forms, que contará con 10 preguntas simples y fáciles de responder, así se podrá determinar la viabilidad de este producto por salir al mercado, y se conocerá más acerca de los gustos de las personas dispuestas a comprar este producto.

#### 3.3 Plan de muestreo

Según el reporte trimestral de mercado laboral del 2019 el rango de edad mayormente activa económicamente es entre 25 a 34 años con el 25,7% y 45 a 64 años con el 30.7% (INEC, 2019).

Esto quiere decir que el grupo de personas que estarán dispuestos a adquirir el producto están entre 25 a 34 años de edad, Consecuente a la información acorde el INEN la población económicamente activa es de 516.82 con la cual se calculará la muestra.

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

$$\frac{516.82 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2 * (700 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$n = 184$  Encuestas a realizar

- Encuesta dirigida al sector San Rafael del Valle de los Chillos (anexo 1)

**Tabla 5. Edad**

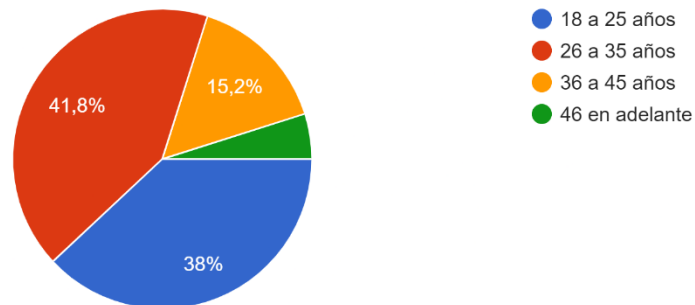
<b>Edad</b>		
<b>RESPUESTA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
18 a 25 años	70	38%
26 a 35 años	77	41.8%
36 a 45 años	28	15.2%
46 en adelante	9	4.9%
<b>TOTAL</b>	<b>184</b>	<b>100%</b>

Sarmiento, D. (2021) Edad. [Tabla].

Datos generales:

EDAD

184 respuestas



Sarmiento, D. (2021). Edad, gráfico circular. [Gráfico].

Análisis:

De los datos obtenidos en las 184 encuestas aplicadas se puede observar que el porcentaje más alto está en el rango de edad de 26 a 35 años con el 41.8% y de 18 a 25 años con el 38%, mientras que los porcentajes más bajos se encuentran entre 36 a 45 años con 15.2% y 46 en adelante con 4.9%.

**Tabla 6.** Promedio de ingresos mensuales

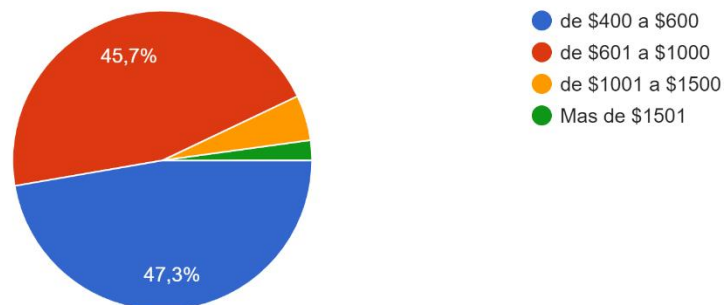
Promedio de ingresos mensuales		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
De \$400 a \$600	87	47.3%
De \$601 a \$1000	84	45.7%
De \$10001 a \$1501.00	9	4.9%
Más de \$1501.00	4	2.2%
TOTAL	184	100%

Sarmiento, D. Promedio de ingresos mensuales. [Tabla].

**Ilustración 3.** Promedio de ingresos mensuales, gráfico circular

Promedio de ingresos mensuales

184 respuestas



Sarmiento, D. (2021). Pregunta 2, gráfico circular. [Gráfico].

Análisis:

El porcentaje más alto es el 47.3% con ingresos mensuales entre \$400 a \$600 y el 45.7% con \$601 a \$1000, el porcentaje más bajo está entre el 4.9% de ingresos mensuales con \$10001 a \$1500.y el 2.2% con más de \$1501.

**Tabla 7.** ¿Qué tipo de pan le gusta consumir?

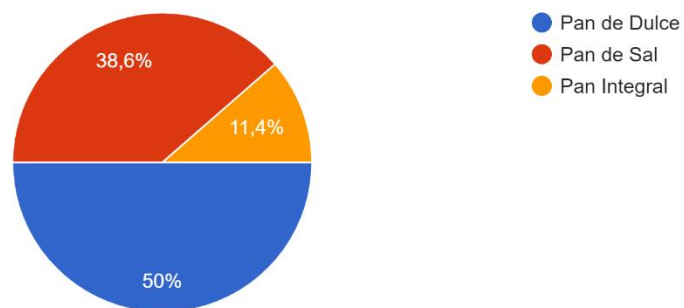
¿Qué tipo de pan le gusta consumir?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Pan de dulce	92	50 %
Pan de sal	71	38.6%
Pan Integral	21	11.4%
TOTAL	184	100%

Sarmiento, D. ¿Qué tipo de pan le gusta consumir? [Tabla].

**Ilustración 4.** Pregunta 3, gráfico circular

¿Qué tipo de pan le gusta consumir?

184 respuestas



Sarmiento, D. (2021). Pregunta 3, gráfico circular. [Gráfico].

Análisis:

Según los resultados de la tercera pregunta de la encuesta, el porcentaje que más número de votos tuvo es pan de dulce con el 50%, seguido por el pan de sal con el 38.6% y por último los resultados más bajos son el pan de sal con 11.4%

Es decir que el 50% de la población encuestada prefiere consumir pan de dulce a otros tipos de pan.



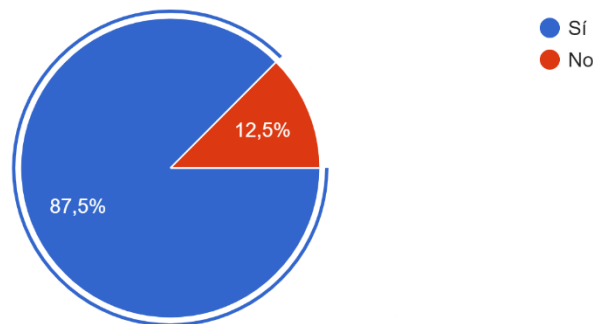
**Tabla 8.** ¿Usted estaría interesado en comprar en una panadería nueva en el sector de San Rafael ?

¿Usted estaría interesado en comprar en una panadería nueva en el sector de San Rafael ?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	161	87.5%
No	23	12.5%
TOTAL	184	100%

Sarmiento, D. ¿Usted estaría interesado en comprar en una panadería nueva en el sector de san Rafael ? [Tabla].

**Ilustración 5. Pregunta 4, gráfico circular**

¿Usted estaría interesado en comprar en una panadería nueva en el sector de san Rafael ?  
184 respuestas



Sarmiento, D. (2021). Pregunta 4, gráfico circular. [Gráfico].

Análisis:

La pregunta número cuatro de la encuesta, arrojó que el 87.5% de los consumidores les interesa comprar en una panadería en el sector de San Rafael, en el Valle de los Chillos.

Mientras que el 12.5% no está interesado en consumir pan en el sector de San Rafael en el Valle de los Chillos.

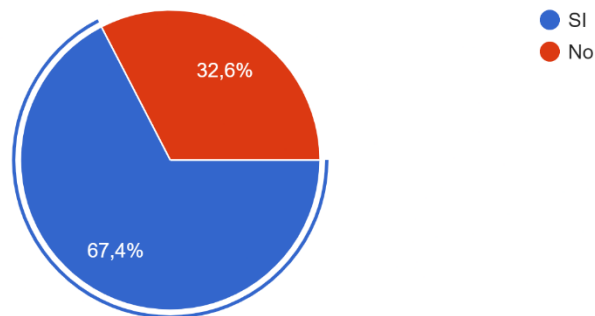
**Tabla 9. ¿Le gustan los Panes de canela?**

¿Le gustan los Panes de canela?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	124	67.4%
No	60	32.6%
TOTAL	184	100%

Sarmiento, D. ¿Le gustan los Panes de canela? [Tabla].

**Ilustración 6.** Pregunta 5, grafico circular.

¿Le gustan los Panes de canela?  
184 respuestas



Sarmiento, D. (2021). Pregunta 5, gráfico circular. [Gráfico].

**Análisis:**

El 67.4% de los encuestados respondieron positivamente a la pregunta número 5, esto quiere decir que el público encuestado está dispuesto a comprar pan de canela en el local.

Mientras que el 32.6% respondió que no les gustan los el pan de canela y por lo tanto no lo comprarían.

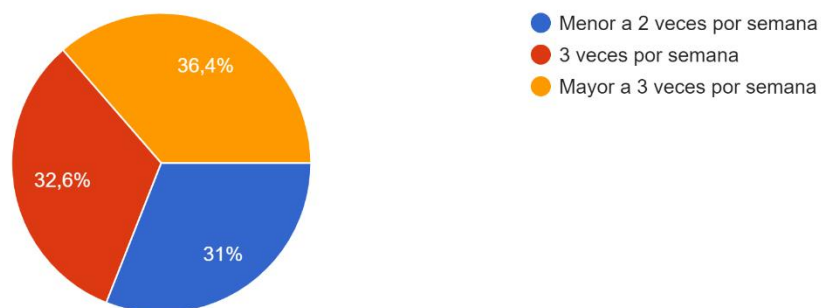
**Tabla 10.** ¿Cuántas veces a la semana compran pan?

<b>¿Cuántas veces a la semana compran pan?</b>		
Respuesta	Cantidad	%
Menor a 2 veces por semana	57	31%
3 veces por semana	60	32.6%
Mayor a 3 veces por semana	67	36.4%
Total	184	100%

Sarmiento, D. (2021). ¿Cuántas veces a la semana compran pan? [Tabla].

**Ilustración 7.** Pregunta 6, gráfico circular

¿Cuántas veces a la semana compran pan?  
184 respuestas



Sarmiento, D. (2021). Pregunta 6, gráfico circular. [Gráfico].

Análisis:

El 36.4% de los encuestados busca comprar pan mayor a 3 veces por semana por encima del 32.6% que prefiere comprar pan 3 veces por semana, y el 31% por el contrario solo busca comprar pan menor a 2 veces por semana.

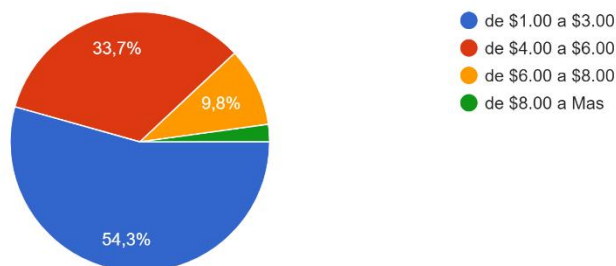
**Tabla 12.** Aproximadamente ¿Cuál es el monto que invierte cuando va a una panadería?

<b>Aproximadamente ¿Cuál es el monto que invierte cuando va a una panadería?</b>		
Respuesta	Cantidad	%
de \$1.00 a \$3.00	100	54.3%
de \$4.00 a \$6.00	62	33.7%
de \$6.00 a \$8.00	18	9.8%
de \$8.00 a Mas	4	2.2%
Total	184	100%

Sarmiento, D. (2021). Aproximadamente ¿Cuál es el monto que invierte cuando va a una panadería? [Tabla].

**Ilustración 8.** Pregunta 7, gráfico circular

Aproximadamente ¿Cuál es el monto que invierte cuando va a una panadería?  
184 respuestas



Sarmiento, D (2021). Pregunta 7, gráfico circular. [Gráfico].

**Análisis:**

El porcentaje más alto en las encuestas realizadas arroja que el 54.3% está dispuesto a gastar de \$1.00 a \$3.00 en la panadería, el 33.7% con un valor de \$4.00 a \$6.00, seguido por el 9.8% que gastaría de \$6.00 a \$8.00 y por último el 2.2 % gastaría más de \$8.00.

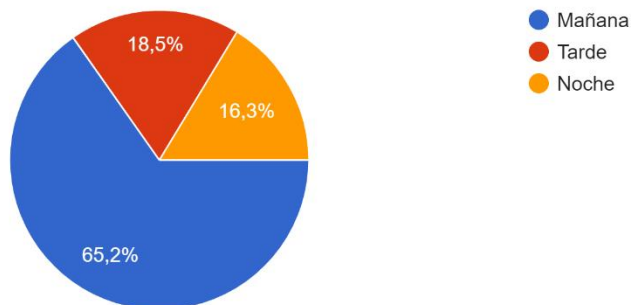
**Tabla 12.** A qué hora del día consume habitualmente productos de panadería?

<b>¿A qué hora del día consume habitualmente productos de panadería?</b>		
Respuesta	Cantidad	%
Mañana	120	65.2%
Tarde	34	18.5%
Noche	30	16.3%
Total	184	100%

Sarmiento, D. (2021). A qué hora del día consume habitualmente productos de panadería? [Tabla].

**Ilustración 9. Pregunta 8, gráfico circular**

A qué hora del día consume habitualmente productos de panadería?  
184 respuestas



Sarmiento, D. (2021). Pregunta 8, gráfico circular. [Gráfico].

#### Análisis:

El 65.2% de las encuestas aplicadas de la pregunta número ocho, esto quiere decir que la población encuestada compra pan durante la mañana, el 18.5% de los encuestados compra pan durante la tarde y por último el 16.3% de los encuestados lo hace por la noche.

Tabla 14. ¿Qué consideras importante cuando vas a una panadería?

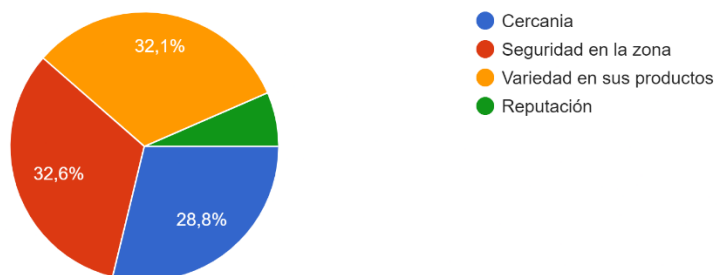
¿Qué consideras importante cuando vas a una panadería?		
Respuesta	Cantidad	%
Cercanía	53	28.8%
Seguridad en la zona	60	32.6%
Variedad de productos	59	32.1%
Reputación	12	6.5%
Total	184	100%

Sarmiento, D. (2021). ¿Qué consideras importante cuando vas a una panadería? [Tabla].

#### Ilustración 10. Pregunta 9, gráfico circular

¿Qué consideras importante cuando vas a una panadería?

184 respuestas



Sarmiento, D (2021). Pregunta 9, gráfico circular. [Gráfico].

#### Análisis:

La opción con más votos en esta pregunta señala que la población encuestada busca variedad de productos con el 33.1%, en segundo lugar, con el 32.6% busca seguridad en la zona, en el tercer lugar con el 28.8% busca cercanía y por último lugar los encuestado con el 6.5% busca la reputación del local.

**Tabla 14.** ¿Qué aspecto es el más importante cuando compras un producto?

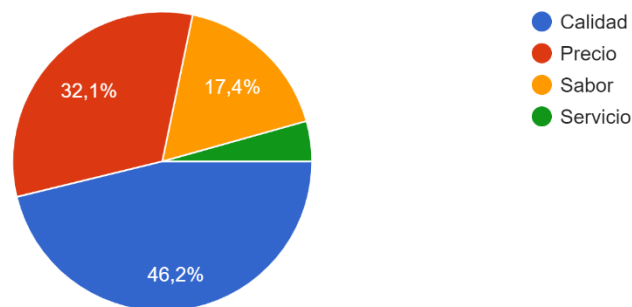
¿Qué aspecto es el más importante cuando compras un producto?		
Respuesta	Cantidad	%
Calidad	85	46.2%
Precio	59	32.1%
Sabor	32	17.4%
Servicio	8	4.3%
Total	184	100%

Sarmiento, D. (2021) ¿Qué aspecto es el más importante cuando compras un producto? [Tabla].

**Ilustración 11. Pregunta 10, gráfico circular**

¿Qué aspecto es el más importante cuando compras un producto?

184 respuestas



Sarmiento, D. (2021). Pregunta 10, gráfico circular. [Gráfico].

Análisis:

El 45.5% de los encuestados busca la calidad del producto, el 31.6% de los encuestados busca comodidad de precio, el 18.7% de los encuestados busca un buen sabor n el producto y por último el 4.3% de los encuestados busca un buen servicio en la panadería

### 3.4. Análisis General

Con base en los resultados de 184 encuestas, se puede determinar que el proyecto es factible en varios aspectos, tales como: tipos de pan proporcionados, tipos de ingredientes, precios y costos. Sin embargo, hay que tener en cuenta varios aspectos que ayudarán al buen posicionamiento de la empresa, como son: tipo de publicidad, población económicamente activa, frecuencia de consumo, etc. Esto ayudará a que el producto sea más atractivo para el público y más popular en el mercado, para que pueda crecer día a día.

### 3.5. Entorno empresarial

#### 3.5.1. Micro entorno

- Competencia directa.

Los competidores de la industria del pan se diferencian por el canal de distribución, como lo son: supermercados tal como Mega maxi, Supermaxi, Santa maría; panificadores industriales como lo es Bimbo.; cadenas de panadería como son panadería Ambato, panadería la Unión y panaderías de barrio las cuales se ubican en zonas residenciales.

- *Competencia indirecta*

Se reconoce como una competencia indirecta del pan a las pastelerías o reposterías, ya que son de la misma rama de producción y se los encuentra de manera fácil y accesible en cualquier parte.

- *Sustitutos*

Se reconocen como sustitutos del pan a los cereales y galletas (de agua, soda, arroz), los cuales son comercializados en varios de los canales que se adquieren productos del pan.



- *Proveedores*

Dentro de las materias primas que se utilizan para la fabricación del pan, la harina constituye el 40% del costo directo, colocándolo como el insumo más importante, seguida de la levadura, materias grasas y mejoradores de masa. Los proveedores de maquinaria ofrecen una gama de equipos para la fabricación y automatización de la producción como lo son mezcladoras, sobadoras, cámaras de fermentación y hornos entre otros.

**Tabla 16. Proveedores**

Tabla de proveedores		
Materia prima		
Proveedor	Fiabilidad y beneficios	Producto
Megamaxi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos frescos</li> <li>• Precios accesibles</li> <li>• Gran variedad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harina</li> <li>• Levadura</li> <li>• Sal</li> </ul>
Santa María	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Varios años de experiencia y confiabilidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Azúcar</li> <li>• Implementos de limpieza: jabón líquido, papel higiénico, gel antibacterial, lava vajillas, esponja</li> <li>• Papel film, papel aluminio, papel de cocina.</li> </ul>
Electrodomésticos “Mabe”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia en electrodomésticos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Refrigeradora</li> </ul>

Electrodomésticos “Continental”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos confiables</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Congelador</li> </ul>
Electrodomésticos “Oster”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Electrodomésticos duraderos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Licuadora de vidrio</li> </ul>
Impoexito	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precios razonables</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tazón de acero</li> <li>• Pala, escoba.</li> <li>• Colador</li> <li>• Cucharones de metal</li> </ul>
Intel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Garantía de productos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Computadoras</li> </ul>
Mercado Libre	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variedad en productos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mesa para computadoras</li> <li>• Mesa de metal para cocina</li> <li>• Mesa de oficina</li> <li>• Silla de oficina</li> <li>• Embudo de plástico</li> <li>• Basureros</li> <li>• Implementos de oficina: esfero, resaltadores, carpetas, resma de papel bond, grapadora, perforadora, etc.</li> <li>• Set de cuchillos</li> <li>• Tabla de picar</li> </ul>

Epson	• Buenos equipos	• Impresoras
-------	------------------	--------------

- *Intermediarios*

Bolipan realizará la compra directa con los proveedores sin necesidad de intermediarios.

- *Clientes*

El pan se encuentra dentro de la canasta básica del ecuatoriano, siendo un producto de consumo regular para personas de todas las edades y nivel socioeconómico, quienes se diferencian por el tipo y calidad de producto que consumen.

### 3.5.2 Macro entorno

- *Factores económicos*

Debido a la emergencia sanitaria el país pasa actualmente por una crisis económica en la cual varios emprendimientos han cerrado sus puertas, sin embargo, la microempresa El Bolipan realiza sus productos con un precio razonable para el mercado.

- *Factores socioculturales*

Cambios en los estilos de vida, con productos saludables, favoreciendo consumo de productos al aire libre, búsqueda de nuevas experiencias y premiunización.

- *Factores tecnológicos*

La microempresa contará con varios equipos tecnológicos como ejemplo: computadoras, impresoras, electrodomésticos. Que le ayudará a realizar un trabajo óptimo día a día.

- *Factor demográfico*

En el sector San Rafael – Valle de los Chillos, la mayoría de personas prefiere visitar los centros comerciales y locales aledaños al sector por su variedad en locales que ofrecen diferentes tipos de productos. El pan es el líder de los 20 productos más consumidos por los ecuatorianos, según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Las clases más populares son las que lo consumen en mayor cantidad y más dinero destinan de sus ingresos para este producto. (El Comercio, 2021)

### **3.6 Producto y servicio**

Bolipan es una microempresa dedicada a la elaboración de pan que busca establecer un local en el sector del Valle de los Chillos San Rafael, tratando de darse publicidad con base en la importancia de consumir productos elaborados con ingredientes de la mejor calidad del país,

#### **3.6.1 Producto esencial**

La microempresa Bolipan desea darse a conocer entre el público, y que se adquiera este producto por su forma de elaboración y por los ingredientes utilizados en la elaboración de sus panes.

#### **3.6.2 Producto real**

La microempresa Bolipan ofrecerá una presentación cómoda y básica donde el producto será entregado en una presentación con una bolsa de papel con el logotipo de la microempresa.

#### **3.6.3 Características**

Bolipan es un producto elaborado con los mejores productos del mercado, ya que de esta manera podrá ofrecer al consumidor un producto de gran sabor, volumen y calidad. Para realizar el pan se necesita tener siempre en cuenta las buenas prácticas de manufactura que asegurarán la limpieza de la materia prima.

#### **3.6.4 Calidad**

Los procesos de sanidad estarán muy presentes a la hora de elaborar el pan y así de esta manera asegurar una excelente calidad al consumidor. De igual manera Bolipan es una micro empresa que respetara los protocolos de bioseguridad necesarios

para que el consumidor sepa que en el local se respetan todas las BPM y así asegurar su confianza hacia el producto.

### **3.6.5 Estilo**

El estilo del producto es artesanal, quiere decir que es hecho a mano sin la intervención de algún proceso industrial, sus ingredientes también son en su mayoría naturales, llevando a cabo métodos tradicionales con la ayuda de pocos implementos para su elaboración.

### **3.7 Marca**

Bolipan es el nombre de la marca el cual representa la empresa, quiere dar a entender que en su proceso de realización se utiliza el bolillo característica herramienta para la realización de pan, de igual manera el nombre de la marca puede dar a entender la forma característica del pan en forma de bola,

#### **3.7.1 Producto aumentado**

Además de realizar las ventas en el local, la empresa desea realizar entregas a domicilio y diferentes promociones para así obtener más ventas.

### **3.8 Plan de introducción al mercado**

#### **3.8.1 Distintivos y Uniformes**

- *Área de Cocina*

Los trabajadores del emprendimiento utilizarán los respectivos uniformes proporcionados por la empresa, su uso deberá ser obligatorio en el horario laboral.

- *Chef gerente general, pastelero, panadero.*
- La chaqueta es de cocina con los colores negro con dorado, con el respectivo logotipo de la marca.
- El pantalón es de cocina y de color negro con dos bolsillos laterales.
- Los zapatos deberán ser antideslizantes color negro.

**Ilustración 14.** Diseño uniforme chef gerente general.



Sarmiento, D (2021). Gerente general, panadero, pastelero. [Ilustración].

- *Operario de bodega y Bodeguero*
  - El uniforme en este caso contará con una camisa o blusa blanca.
  - El pantalón será de cocina color negro con dos bolsillos laterales.
  - Mandil color negro con el logotipo.
  - Zapatos antideslizantes.

**Ilustración 15.** Operario de bodega y bodeguero.



Sarmiento. D. (2021). Operario de bodega, Bodeguero. [Ilustración].

- *Cajer@*
  - El uniforme contará con una chaqueta con los colores de la empresa y con el logotipo de la empresa.
  - Pantalón formal color negro.
  - Zapatos de cuero formales.

**Ilustración 16.** Cajer@.



Sarmiento, D. (2021). Cajer@. [Ilustración].



### 3.8.2 Materiales de identificación

#### *Imagotipo*

**Ilustración17.** Imagatipo, Bolipan



Sarmiento, D. (2021). Bolipan. [Ilustración].

Elementos a destacar:

- Tiene el logotipo con el nombre Bolipan.
- Tiene como imagen un croissant el cual es una pieza de panadería de origen austriaco, cuya versión hojaldrada se desarrolló en Francia.
- Tiene en la parte superior hojas de trigo un elemento esencial en la panadería.

*Isologo*

**Ilustración 18.** Isotipo, El Bolipan



Sarmiento, D. (2021). Bolipan. [Ilustración].

Elementos a destacar:

- El logotipo combinado con el isotipo es lo que se diferencia entre otras marcas competencia.

*Logotipo*

**Ilustración 19.** Logotipo, Bolipan.



Sarmiento, D. (2021). Bolipan. [Ilustración].

Elementos a destacar:

- El logotipo lleva el nombre llamativo y con referencia al bolillo y la forma característica del pan.
- Está escrito en un tipo de letra tradicional en color dorado.
- Su tamaño se ajusta dependiendo su uso.

*Isotipo*

**Ilustración 20.** Isotipo, Bolipan.



Sarmiento, D. (2021). Bolipan. [Ilustración].

Elementos a destacar:

- Se puede identificar la marca por su distintiva imagen de un croissant y las hojas de trigo.

## Tarjetas de presentación

**Ilustración 21.** Tarjetas de presentación, Bolipan



Sarmiento, D. (2021). Tarjeta de presentación. [Ilustración].

### 3.8.3 Canal de distribución y puntos de ventas

El canal de distribución tendrá como principal objetivo entregar de manera directa el producto al consumidor.

#### *Promoción*

- Bolipan realizará promociones por fechas festivas como: Navidad, Año Nuevo, Día de las madres, San Valentín, Fiestas de Quito, etc.

- Contará con publicidad a través de Facebook, Twitter e Instagram.

#### *Contacto*

- Tendrá varias opciones de contacto puede ser vía: Facebook, Instagram, WhatsApp, correo electrónico y tarjetas de presentación.

#### *Negociación*

- Se puede hacer mediante negociaciones personales o en videoconferencias.

#### *Financiamiento*

**Tabla 17.** Publicidad.

#### **PUBLICIDAD**

<b>Tarjetas de presentación</b>	100 unidades	\$8.00
<b>Publicidad Facebook</b>	3 veces por semana	\$15.00
<b>Publicidad Twitter</b>	1 vez por semana	\$5.00
<b>Publicidad Instagram</b>	3 veces por semana	\$15.00
	Total	\$43.00
	Total, anual	\$516.00

Sarmiento, D. (2021). Proveedores. [Tabla].

#### **3.8.4 Riesgo y oportunidades de negocio.**

Al ser una nueva marca que lanza al mercado, es llamativo para el público probar algo nuevo en su localidad, gracias a esa publicidad se pueden generar ventas que ayuden a que la empresa siga funcionando y a futuro produzca más panes.

### 3.9 Fijación de precios

#### 3.9.1 Fijación de precios por receta estándar

La fijación de precios en receta estándar es importante porque ayudará a determinar bajo que costo se ofrecerá el producto, tomando en cuenta los aspectos del coste de: materia prima, mano de obra, IVA, etc.

Tabla 18. Receta estándar de costos




		MATRIZ DE COSTOS		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	Pan Baguette	<b>Codigo:</b>		
<b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>	30/11/2021	1		
DETALLE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL (\$)
Harina de trigo	g	1.00	375	0.38
agua	ml	0.00	250	0.00
sal	g	0.80	5	0.00
levadura en polvo	g	2.00	5	0.01
clara de huevo	u	3.25	1	0.00
			<b>Total Bruto</b>	<b>0.39</b>
			<b>10 % Imprevisto</b>	0.04
			<b>Costo Neto</b>	<b>0.43</b>
			<b>Gasto de fabr. 15%</b>	0.06
			<b>Factor Costo 33,33%</b>	0.14
			<b>M.O. 45%</b>	0.19
			<b>G. Adm. 12%</b>	0.05
			<b>45 % Utilidad</b>	0.19
			<b>Sub total</b>	<b>1.08</b>
			<b>12 % I.V.A.</b>	0.13
			<b>10 % Servicio</b>	0.00
			<b>Total</b>	<b>1.21</b>

Tabla 19. Receta estándar de costos

		MATRIZ DE COSTOS		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	Pan integral	<b>Codigo:</b>		
<b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>	30/11/2021	2		
DETALLE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL (\$)
Harina Integral	g	0.50	100	0.05
agua	ml	0.00	50	0.00
sal	g	0.80	1	0.00
levadura	g	2.00	2	0.00
aceite de oliva	g	4.00	2	0.01
			<b>Total Bruto</b>	<b>0.06</b>
			<b>10 % Imprevisto</b>	0.01
			<b>Costo Neto</b>	<b>0.07</b>
<b>FOTO: del plato a presentar, elaborado por el estudiante. No es una imagen de internet sino de autoría del alumno.</b>			<b>Gasto de fabr. 15%</b>	0.01
			<b>Factor Costo 33,33%</b>	0.02
			<b>M.O. 45%</b>	0.03
			<b>G. Adm. 12%</b>	0.01
			<b>45 % Utilidad</b>	0.03
			<b>Sub total</b>	<b>0.17</b>
			<b>12 % I.V.A.</b>	0.02
			<b>10 % Servicio</b>	0.00
			<b>Total</b>	<b>0.19</b>

Sarmiento, D. (2021). Receta estándar. [Tabla].


Tabla 20. Receta estándar de costos

		MATRIZ DE COSTOS		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	Pan tradicional	<b>Codigo:</b>		
<b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>	30/11/2021	3		
DETALLE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL (\$)
Harina de trigo	g	1.00	40	0.04
agua	ml	0.00	25	0.00
sal	g	0.80	1	0.00
levadura fresca	g	1.00	1	0.00
aceite	ml	2.00	2	0.00
			<b>Total Bruto</b>	<b>0.05</b>
			<b>10 % Imprevisto</b>	0.00
			<b>Costo Neto</b>	<b>0.05</b>
			<b>Gasto de fabr. 15%</b>	0.01
			<b>Factor Costo 33,33%</b>	0.02
			<b>M.O. 45%</b>	0.02
			<b>G. Adm. 12%</b>	0.01
			<b>45 % Utilidad</b>	0.02
			<b>Sub total</b>	<b>0.13</b>
			<b>12 % I.V.A.</b>	0.02
			<b>10 % Servicio</b>	0.00
			<b>Total</b>	<b>0.14</b>

Sarmiento, D. (2021). Receta estándar. [Tabla].



**Tabla 21.** Receta estándar de producción

 Tecnológico Internacional		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN		
NOMBRE DE LA RECETA		Pan Baguette		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL	PUNTOS DE CONTROL
100	Gr	Harina de trigo	Espolvoreado	-
1	Gr	Sal	Verificar fecha de caducidad	-
50	Ml	Agua	Filtrada	-
1	U	Clara de huevo	Separada	-
5	Gr	Levadura en polvo	Verificar fecha de caducidad	-
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO		
		1. En un recipiente coloca la harina junto con la sal y la levadura seca. Agrega el agua tibia y remueve hasta que la masa se desprenda del recipiente.		
		2. Pasa el bollo a una superficie enharinada y amasa durante 15 minutos aproximadamente. Durante el amasado trata de <b>retorcer la masa y estirarla</b> para que sea mucho más elástica		
		3. Engrasa con aceite las paredes de un bol y coloca allí la masa. Tapa con papel film o con una bolsa y deja reposar en un sitio cálido durante 40 minutos. Una vez transcurrido ese período de tiempo, pasa la masa a la mesa enharinada y elimina el exceso de aire presionándola con la yema de tus dedos o los nudillos.		
		4. Ir agregando las frutas y por cada 4,5 libras de frutas colocar el azúcar, los aromatizantes, cerrar el barril y esperar un mes de añejamiento y fermentación de las frutas		
		5. Cubre la masa y deja levar durante 10 minutos.		


<p>6. Enrolla cada masa para formar 2 baguettes y colócalas sobre una bandeja cubierta con papel vegetal o papel mantequilla con el lado final del enrollado mirando hacia abajo. Bate la clara y pincela la superficie de las baguettes Tapa con un paño o una bolsa y deja fermentar en un sitio cálido durante 40 minutos. Haz 5 cortes en diagonal de 1/2cm de profundidad con un cuchillo afilado.</p>								
<p>7. Hornea las baguettes a 180° C durante 30-35 minutos y al retirar pinta nuevamente con clara y lleva al horno unos 15 minutos más. Finalmente retira y deja enfriar sobre un paño.</p>								
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
3	243	2.20	0.70	8.20	49.50		-	

**Tabla 22.** Receta estándar de producción

		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN		
NOMBRE DE LA RECETA		Pan integral		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL	PUNTOS DE CONTROL
100	Gr	Harina integral	Espolvoreado	-
1	Gr	Sal	Verificar fecha de caducidad	-
50	MI	Agua	Filtrada	-
2	MI	Aceite de oliva	-	-

2	Gr	Levadura	Verificar fecha de caducidad	-				
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO						
		<p><b>1.</b> Disuelve la levadura en un poco de agua tibia. Luego añade el aceite de oliva e incorpora la sal y el agua.</p> <p><b>2.</b> En un recipiente mezcla la harina de trigo integral y la sal, no se te ocurra disolver la sal en el recipiente donde estas disolviendo la levadura, pues esto provocará que la levadura muera</p> <p><b>3.</b> Incorporar el agua con levadura y aceite al recipiente donde colocaste la harina y la sal. Mezcla y amasa hasta obtener una masa homogénea que no tenga grumos.</p> <p><b>4.</b> Deja reposar la masa hasta que duplique su tamaño (aprox. 1 hora), de preferencia este reposo se hace en un lugar tibio, pues si es muy frio se demora más en leudar.</p> <p><b>5.</b> Ahora podrás notar que la masa es mucho más elástica (puedes estirar hasta que se transparente). Amasa nuevamente y forma pequeños bollos con ayuda de las manos, colócalos en un recipiente o lata para horno y leudar nuevamente hasta que dupliquen su tamaño (aprox. 1 hora).</p> <p><b>6.</b> Hornea a temperatura alta hasta se tornen doraditos (aprox. 30 min.).</p>						
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
5	246	3.30	4.20	9.70	46.10		527	6.90

**Tabla 23.** Receta estándar de producción

		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN		
NOMBRE DE LA RECETA		Pan tradicional		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL	PUNTOS DE CONTROL
500	Gr	Harina de trigo	Espolvoreado	-
3	Gr	Sal	Verificar fecha de caducidad	-
325	MI	Agua	Filtrada	-
3	MI	Aceite	-	-
7	Gr	Levadura fresca	Verificar fecha de caducidad	-
FOTOGRAFÍA	PROCEDIMIENTO			
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Primero hay que mezclar la harina tamizada con sal y levadura desmigada o en polvo. A continuación, le añades el aceite y 325 ml de agua templada. Debes removerlo todo con una cuchara de madera hasta integrarlo todo.</li> <li>2. Espolvorear la superficie en la que estés trabajando con harina y coloca la masa encima. Presiónala con la base de las manos, empújala ligeramente hacia delante y dóblala.</li> <li>3. seguir amasando de la misma forma durante aproximadamente unos 10 minutos, añadiendo a la masa más harina si se te pega a las manos o a la mesa. Hazlo hasta que resulte suave, brillante y elástica.</li> <li>4. Cuando la tengas lista, forma una bola y colócala en un bol espolvoreado con harina. Tápala con un paño de cocina limpio y déjala reposar a temperatura ambiente durante una hora, hasta que doble su volumen.</li> </ol>			

<p>5. Presiona la masa ligeramente con los dedos, vuelve a tapar el bowl y deja reposarla una hora más. Mientras, precalienta el horno a 240° con una cazuela enharinada dentro.</p>								
<p>6. Una vez pasado este tiempo, coloca la masa en la cazuela y hazle unos cortes en la superficie. Pon la tapa y deja que se hornee durante 15 minutos. A continuación, quita la tapa y cuece 35 o 40 minutos más a 200°. Cuando ya esté listo, solo te queda dejar que se enfríe el pan, si es sobre una rejilla mejor.</p>								
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
5	293	3.33	4.00	9.00	54.40	1	592	2.50

Sarmiento, D. (2021).receta estándar de producción. [Tabla].

### 3.9.2. Implementación del negocio

- Arriendo del local

**Tabla 24.** Arriendo del local

Sarmiento, D. (2021). Arriendo del local. [Tabla].

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
400\$	2400\$	4.800\$

- Equipos industriales

**Tabla 25.** Equipos industriales

<b>EQUIPOS INDUSTRIALES</b>			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Horno unox	1	\$1000	\$1000
Refrigerador Mabe Inox No Frost 400lt)	1	\$487.99	\$487.99
Congelador tapa de vidrio Continental (168 lt)	1	\$250	\$250
Licadora Oster (600w, Vaso de vidrio, 2 velocidades)	2	\$99	\$198
<b>TOTAL</b>			<b>\$1935.99</b>

Sarmiento, D. (2021). Equipos industriales. [Tabla].

- Equipos de computación

**Tabla 26.** Equipos de computación.

<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Computadora Intel Cora (15 8va Gen 1tb 4gb led)	2	\$475	\$950
Impresora Epson (L3150 Sist)	2	\$290	\$580
<b>TOTAL</b>			<b>\$1,530</b>

Sarmiento, D. (2021). Equipos de computación. [Tabla].

- **Muebles y enseres.**

**Tabla 27.** Muebles y enseres

<b>MUEBLES Y ENCERES</b>			
Descripción	Cantidad	V. unitario	V. total
Escritorio oficina en L	2	\$199.99	\$399.98
Silla oficina ejecutiva giratoria	2	\$58.99	\$117.98
Mesa de trabajo de acero inoxidable	1	\$459	\$459.00
Colador de metal (14 cm)	5	\$4.55	\$22.75
Tazón de metal (36cm)	5	\$6.27	\$31.35
Bowl de acero inoxidable	4	\$2.00	\$8.00
Líneas de acero inoxidable	5	\$5.00	\$25.00
Etiquetadora, rotulador Dyno Letratag (Lt - 100h +1)	1	\$43.00	\$43.00
Set de chuchillos (9 piezas)	1	\$19.99	\$19.99
Basurero de cocina (53 lt)	1	\$25.99	\$25.99
Tabla de picar (46x31 cm)	2	\$13.75	\$27.50
Cucharon de metal (10cm, 200cc)	4	\$6.99	\$27.96
		<b>Total</b>	<b>\$1,208.50</b>

Sarmiento, D. (2021). Muebles y enseres. [Tabla].

- Equipos industriales de seguridad

**Tabla 28.** Implementos y equipos de seguridad industrial.

<b>IMPLEMENTOS Y EQUIPOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL</b>			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor recargable (10 lbs)	2	\$17	\$34
Botiquín de primeros auxilios	3	\$2.88	\$8.64
Dispensador de gel antibacterial (400ml)	2	\$29.99	\$59.98
Rótulos de señalética	1	\$5.00	\$5.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$107.62</b>

Sarmiento, D. (2021). Equipos industriales de seguridad. [Tabla].

- Suministros de oficina

<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>			
Descripción	Cantidad	V. unitario	V. total
Tintas de impresora Moorim	2	\$4.00	\$8.00
Libretas ecológicas	5	\$1.25	\$6.25
Carpetas de cartón	5	\$1.00	\$5.00
Resaltadores Stabilo Boss	15	\$1.20	\$18.00
Grapadora	2	\$1.00	\$2.00
Perforadora	2	\$1.00	\$2.00
Caja esferos de colores (x 24u)	1	\$4.60	\$4.60
Caja de grapas	2	\$1.10	\$2.20
Resma de papel bond	10	\$2.35	\$23.50
Tijera	1	\$1.00	\$1.00
		Total	\$72.55
		Total anual	\$870.60



**Tabl 29.** Suministros de oficina.

- **Servicios Básicos**

**Tabla 30.** Servicios básicos

<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Pago Mensual</b>
Agua	\$45.00
Luz	\$40.00
Teléfono	\$30.00
Internet	\$35.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$150.00</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$1,800.00</b>

Sarmiento, D. (2020). Servicios básicos. [Tabla].

- **Materiales de limpieza**

**Tabla 31.** Materiales de limpieza

<b>MATERIALES DE LIMPIEZA</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. unitario</b>	<b>V. total</b>
Escobas cerdas largas	2	\$2.99	\$5.98
Pala metálica	2	\$4.98	\$9.96
Trapeador (360 con sistema de lavado)	2	\$10.75	\$21.50
Lava Platos (x5kg)	2	\$10.97	\$21.94
Esponja estrella mixta limpia vajillas	5	\$0.49	\$2.45
Lustre, paño, esponja (x3uni)	5	\$1.58	\$7.90
Jabón líquido Isabella (1lt)	2	\$2.28	\$4.56

Gel antiséptico (500ml)	5	\$3.88	\$19.40
Papel higiénico institucional	3	\$9.82	\$29.46
Papel para manos (150uni)	2	\$2.19	\$4.38
Basurero de oficina (10 litros)	2	\$12.00	\$24.00
Fundas de basura ecológicas	5	\$2.50	\$12.50
Fabulosos limpiadores multiuso (3 lt)	3	\$5.38	\$16.14
Papel para cocina Duramax	5	\$5.21	\$26.05
		Total	\$206.22
		Total, anual	\$2,474.64

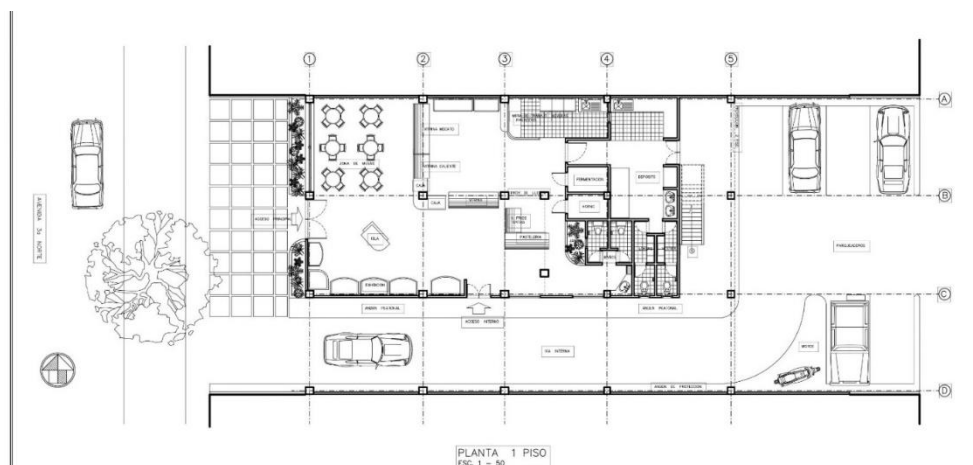
Sarmiento, D. (2021). Materiales de limpieza. [Tabla].

### 3.10. Estudio arquitectónico

La microempresa Bolipan, arrendará un espacio con las habitaciones suficientes para poder realizar la producción de panes.

- *Estructura interna del establecimiento*

Ilustración 22. Estructura interna del establecimiento



Sarmiento, D. (2020) Estructura interna del establecimiento. [Ilustración]

#### 4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

La microempresa Bolipan deberá contar con los siguientes permisos y documentos legales para la venta libre del producto.

Requisitos para constituir una microempresa.

- Emisión del Registro Único del Contribuyente.
- Solicitud de matrícula de comercio.
- Afiliación a la Cámara de Comercio.
- Inscripción en el Registro Único MYPIMES.
- Certificado de seguridad emitido por el cuerpo de bomberos.
- Obtención de patente municipal de comerciante.
- Permiso de Funcionamiento o Tasa de habilitación. (Flores, 2018)

Inscripción del Registro Único de Contribuyente (RUC)

Se necesita:

- Cédula de identidad.
- Certificado de votación.
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente.
- Escritura pública de constitución.
- Nombramiento del representante legal.
- Solicitud de inscripción y actualización general del Registro Único de Contribuyentes (RUC) sociedades, sector privado y público (Ciudadanos, Portal Unico De Tramites, 2021).

Matricula de comercio

Para inscribirse en la Matrícula de Comercio el comerciante elaborará una solicitud dirigida al juez de lo civil de su jurisdicción en la que hará constar los siguientes datos:

- Giro del negocio.
- Lugar donde va establecerse.
- El nombre o razón social del negocio.
- El modelo de la firma que usará en sus actos de comercio.
- El capital que destina a ese comercio.
- El juez autorizará la inscripción de la Matrícula de Comercio en el Registro Mercantil. (Derecho Ecuador, 2005).

#### Inscripción en el registro único PYMES

Se necesita:

- Registro Único de Contribuyentes - RUC activo o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE) activo.
- Dirección de correo electrónico actualizada en el SRI (Portal Unico De Tramites Ciudadanos, 2020).

Certificado de seguridad emitido por el cuerpo de bombero

Se necesita:

- Solicitud de inspección de local.
- Informe favorable de la inspección.
- Copia del RUC; y, Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados), (Si la actividad aplica).
- Presentar informe de compatibilidad de uso de suelo para los siguientes establecimientos: Centros de tolerancia, cantinas, bares, karaokes, discotecas, licorerías, distribuidoras de gas, bodegas de combustible, estaciones de servicios – gasolineras, asaderos, carpinterías, granjas agrícolas, fábricas en general, y otros establecimientos que se encuentren regulados en el PD y OT (Cuerpo de bomberos, 2020).

### Patente municipal de comerciante

Se necesita:

- Copia del RUC.
- Copias de los documentos de Constitución (Escritura, Estatutos, Acuerdo Ministerial).
- Copia del Nombramiento del Representante Legal.
- Copia de Cédula y Papeleta de Votación del Representante Legal.
- Formulario de inscripción en el RAET.
- Formulario del Acuerdo para uso de Medios Electrónicos (Municipio Del Distrito Metropolitano, 2020).

### Permiso de funcionamiento

Procedimiento de Obtención de Permiso de Funcionamiento:

- Ingresar al sistema informático de la ARCSA [permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec](https://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec), con su usuario y contraseña; en caso de no contar con el usuario, deberá registrarse aquí.
- Una vez registrado, usted podrá obtener el permiso de funcionamiento, en base a las siguientes instrucciones: IE-B.3.1.8-PF-01 Obtención Permiso de funcionamiento
- Llenar el formulario (adjuntar los requisitos de acuerdo a la actividad del establecimiento).
- Emitida la orden de pago, usted podrá imprimir y después de 24 horas de haberse generado la orden de pago proceder a cancelar su valor (Agencia Nacional De Regulación, Control Y Vigilancia Sanitaria, 2020).

### Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE)

La LUAE integra los siguientes permisos y/o autorizaciones administrativas:

- Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS).
- Permiso Sanitario.
- Permiso de Funcionamiento de Bomberos.
- Rotulación (Identificación de la actividad económica).
- Permiso Ambiental.
- Licencia Única Anual de Funcionamiento de las Actividades Turísticas.
- Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia General de Policía (Peñarreta, 2015).

Permiso de licencia ambiental

Se necesita:

- Información de la persona Natural o Jurídica.
- Certificado de intersección.
- Ingreso de Información de Licencia Ambiental.
- Pago por Servicios de Facilitación de Procesos de Participación Social.
- Proceso de Participación Social aprobado.
- Pronunciamiento favorable de Patrimonio Natural de la Secretaría de Ambiente.
- Pronunciamiento Favorable del Estudio de Impacto Ambiental aprobado.
- Número de Comprobantes de pago (certificados, facturas, transferencias).
- Pago por seguimiento y control ambiental.
- Original de la garantía o póliza de fiel cumplimiento por el 100 por ciento del plan de manejo ambiental.
- Protocolización del presupuesto estimado (para proyectos ex ante pago del uno por mil del costo del proyecto aplica solo para el sector privado).
- Formulario 101 para los proyectos ex post pago del 1 por mil del monto de la casilla 7999 aplica solo al sector privado o el resultado de estados individuales (Portal Unico De Tramites Ciudadanos, 2020).

Emisión del informe de compatibilidad y uso de suelo

Se necesita:

- Número de predio.
- Actividad a desarrollar en el predio (Portal Unico De Tramites Ciudadanos, 2020)

Certificado de conformidad con sello de calidad INEN

Se necesita:

- Solicitud de certificado de conformidad con sello de calidad INEN.
- Comprobante de depósito o transferencia realizada al INEN (Portal Unico De Tramites Ciudadanos, 2020).

Certificado de inspección de etiquetado

Se necesita:

- Solicitud de certificado de inspección.
- Comprobante de depósito o transferencia realizada al INEN.
- Etiqueta presentada al INEN (Portal Unico De Tramites Ciudadanos, 2020).

Certificado de la gestión de micro, pequeñas, medianas empresas y organizaciones de economía popular y solidaria

Se necesita:

- Solicitud de certificado de la gestión ingresada en línea.
- Comprobante de depósito o transferencia realizada al INEN (Portal Unico De Tramites Ciudadanos, 2020).

Certificado de buenas prácticas de manufactura

Se necesita:

- Solicitud de inspección.
- Fecha y hora para la inspección.

- Detalles específicos del producto.
- RUC, dirección y número del establecimiento.
- Nombre de la empresa.
- Nombre del inspector designado.
- Nombre del organismo seleccionado (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2016).



## 5. PROCESO DEL IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

### 5.2. Objetivo de área

Si bien se sabe que el impacto ambiental es una actividad humana que genera un efecto sobre el medio ambiente que supone una ruptura del equilibrio ambiental impactando frecuentemente en los siguientes aspectos:

- Contaminación en mares y ríos.
- Contaminación del aire.
- Contaminación acústica.
- Contaminación del suelo.
- Contaminación en ecosistemas. (MAPFRE, 2020)

Con ese fundamento planteado acerca del impacto ambiental la microempresa Bolipan tiene como fin realizar estrategias que permita reducir los problemas ambientales que se puedan ocasionar internamente en el establecimiento de la producción de panes, también tiene como objetivo animar a los consumidores a sumarse a esta causa para generar un impacto social sobre la importancia del cuidado del medio ambiente.

### 5.3. Impacto ambiental

Identificación de posibles impactos ambientales

- Uso excesivo de energía eléctrica: El uso en exceso de electrodomésticos o máquinas que funcionen con electricidad dentro de la empresa puede ocasionar el agotamiento de las energías no renovables.
- Contaminación de basura: En la empresa existe este tipo de contaminación ya sea por botellas plásticas, papeles, fundas, etc.
- Consumo de agua: El desperdicio innecesario del agua puede resultar peligroso porque actualmente el agua está en escasez.

Medidas para contrarrestar impactos encontrados

#### Energía eléctrica

- Control del tiempo de uso en electrodomésticos de la microempresa, para evitar un desperdicio en energía no renovable.

#### Consumo de agua

- Control mensual del uso del agua, mediante registros de pago de este recurso.

#### Contaminación de basura

- Clasificar la basura utilizando contenedores para diferentes residuos como: Materia orgánica, papel y cartón, envases ligeros, envases de vidrio.
- La empresa contará con la entrega de botes recicladores a los trabajadores para residuos biodegradables que se generen en horas laborales.
- Fomentar en el consumidor ideas para reciclar o reutilizar una botella de vidrio y de plástico, también las fundas ya sean de papel o de plástico, recreando estrategias sobre la importancia del reutilizar este tipo de residuos.
- Mantener limpia el área de trabajo.

### **5.4. Impacto social**

- Uso de recursos ecuatorianos: La microempresa desea generar un impacto positivo en los consumidores y lograr que cada vez consuman más productos ecuatorianos. Según el comercio en el año 2017 hubo ventas del 62% de productos extranjeros especialmente de productos exportados de los siguientes países: Colombia, México, Panamá, Chile, Perú, Estados Unidos, Corea del Sur, China. Lo que se quiere lograr es subir el consumo en producto ecuatoriano un 20%, por lo cual se aplicará la publicidad para fomentar este impacto en las personas. (El Comercio, 2017).
- Creación de empleos: Al crear la microempresa se generarán trabajos con personas especializadas en la elaboración de Pan, la empresa inicialmente generará 4 plazas de trabajo.

- Impacto en la economía de las comunidades agricultoras: Al consumir materia prima cultivada en Ecuador ayudaríamos a disminuir la pobreza y generaríamos más empleo en comunidades agricultoras del Ecuador.
- Impacto en la economía del país: al consumir artículos elaborados en Ecuador ayudaríamos al incremento del producto interno bruto del país.

## 6. ANALISIS FINANCIERO

### 6.2. Introducción

El proceso financiero a continuación ayudará a determinar la factibilidad y rentabilidad del proyecto en el área económica, en este capítulo se estudiará inversiones, ingresos, costos, amortizaciones, flujo de caja, entre otros.

### 6.3. Inversiones

La inversión es un capital de dinero destinado a gastos de activos fijos de la empresa, una inversión es un activo o elemento adquirido con el objetivo de generar ingresos o apreciación. (Gutiérrez, 2020)

#### 6.3.1 Activos fijos

En este caso el total activos fijos para Bolipan será de \$4782.11 en los cuales se utilizará para la compra de muebles y enseres, equipos de computación Implementos y equipos de seguridad industrial.

**Tabla 32.** Inversiones

<b>INVERSIONES</b>	
ACTIVOS FIJOS	
Implementos y equipos de seg. Ind	\$2,043.61
Equipos de Computación	\$1,530
Muebles - enseres	\$1,208.50
Total	\$4,782.11

Sarmiento. D. (2021). Inversiones

#### 6.3.2 Activos diferidos

Los activos diferidos corresponden a los gastos de constitución que tenga la empresa para la obtención de trámites y permisos para la venta libre del producto a ofrecer, el concepto de activo diferido se refiere a los gastos ya pagados pero que todavía no han sido usados (García, 2017).

En este caso tendrá un costo de \$455.96

**Tabla 33.** Activos diferidos

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
RUC	\$13
Permiso de funcionamiento	\$84.96
Permiso ambiental	\$300
Sello INEN	\$20
Inspección de etiquetado	\$18
Certificado de la gestión micro	\$20
<b>Total</b>	<b>\$455.96</b>

Sarmiento. D. (2021). Activos diferidos. [Tabla].

### 6.3.4 Capital de trabajo

El capital de trabajo contempla todos los gastos en material para iniciar un emprendimiento, los gastos que corresponden al negocio en un año son: Sueldos con \$29980.4, servicios básicos con \$1.800, material de oficina con \$870.6, material de limpieza \$2474.64, alquiler del local con \$4.800, publicidad con \$516, adquisición de materia prima con \$1.380, en gastos financieros con \$2390.52 y el total de inversión es \$44212.16.

**Tabla 34.** Capital de trabajo.

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
Sueldos	<b>28961.4</b>
Servicios Básicos	1,800
Suministros de oficina	870.6
Material limpieza	2,474.64
Alquiler local	4,800
Publicidad	516
Adquisición de materia prima	1,380
Gastos financieros	2390.52
<b>Total, capital de trabajo</b>	<b>43193.16</b>

Sarmiento. D. (2021). Capital de trabajo. [Tabla].

Activos fijos	\$43193.16
Activos diferidos	\$455.96
<b>Total, de inversión</b>	<b>\$43,649.12</b>

Sarmiento. D. (2021). Capital de trabajo. [Tabla].

#### 6.4.Sueldos

A continuación, se detalla todos los sueldos de los empleados de la microempresa.

**Tabla 35.** Sueldos

#### SUELDOS

<b>PERSONAL</b>	<b>SUELDOS</b>	<b>ANUAL</b>	<b>IESS EMP.</b>	<b>IESS EMPRESA</b>	<b>GASTO SUELDOS ANUAL</b>
Gerente general	650	7800	737.1	947.7	8010.6
panadero	425	5100	481.95	619.65	5237.7
pastelero	425	5100	481.95	619.65	5237.7
bodeguero	425	5100	481.95	619.65	5237.7
Cajero	425	5100	481.95	619.65	5237.7
	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>2350</b>	<b>28200</b>	<b>2664.9</b>	<b>3426.3</b>	<b>28961.4</b>

Sarmiento. D. (2021). Sueldos. [Tabla].

**Tabla 36.** Décimos

<b>PERSONAL</b>	<b>SUELDOS</b>	DECIMO 4º	DECIMO 3º	TOTAL, DECIMOS
Gerente general	650	425	650	1075
Panadero	425	425	425	850
Pastelero	425	425	425	850
Bodeguero	425	425	425	850
Cajero	425	425	425	850
	0	0	0	0
	0	0	0	0
	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>2350</b>	<b>2125</b>	<b>2350</b>	<b>4475</b>

Sarmiento. D. (2020). Décimos. [Tabla].

**Tabla 37.** Sueldos totales.

TOTAL SUELDOS	TOT. DECIMOS	TOT ANUAL
<b>28961.4</b>	<b>4475</b>	<b>33436.4</b>

Sarmiento. D. (2021). Sueldos totales. [Tabla].

- En total los sueldos anuales serán \$33436.4.

<b>TOTAL, INVERSION</b>	
ACTIVOS FIJOS	\$4,782.11
ACTIVOS DIFERIDOS	\$455.96
CAPITAL DE TRABAJO	44212.16
<b>TOTAL, INVERSION</b>	<b>49450.23</b>

### 6.5. Depreciación activos fijos

La depreciación es el costo total de la vida útil de los bienes después de un respectivo tiempo de uso (Gerencie, 2019).

**Tabla 38.** Depreciación activos fijos.

<b>DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS</b>			
		%	
		DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Equipos Ind.	\$1,935.99	10%	\$193.5
Equipos de Computación	\$1,530	33.33%	\$509.949
Muebles y Enseres	\$1,208.50	10%	\$120.85
			\$823.80

Sarmiento. D.. (2021). Depreciación activos fijos. [Tabla].

Implementos y equipos industriales tiene un 10% de depreciación, Equipos de computación con un 33.33%, Muebles y enseres con 10%, en la suma total del valor de depreciación es \$823.80.

### 6.6. Amortizaciones

En este caso la empresa tendrá una depreciación del 20% con un valor total de \$102.192, por gastos de constitución de \$510.96.

**Tabla 39.** Amortizaciones.

AMORTIZACIONES			
		PORCENTAJE AMORTIZACIÓN	
Gastos de Constitución	\$510.96	20%	\$102.192

Sarmiento. D0. (2021). Amortizaciones. [Tabla].

### 6.7. Estructura capital

La estructura del capital se desglosa en dos partes: Capital propio con \$32375.1 con una estructura del 57%, un costo del 13%, tasa de descuento del 7.3%, Capital financiero con \$17,075.13 con una estructura del 43%, un costo del 14% y tasa de descuento del 6.1%. El total de inversión es \$49450.23 con una estructura del 100% y un TMAR del 13,4%.

**Tabla 40.** Estructura del capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	\$32375.1	57%	13%	7.3%	
Capital Financiero	\$17,075.13	43%	14%	6.1%	
TOTAL, INVERSIÓN	49450.23	100%		13.4%	TMAR

Sarmiento. D.. (2021). Estructura de capital. [Tabla].



## 6.8. Tabla de amortización

**Tabla 41.** Tabla de amortización.

### TABLA DE AMORTIZACIÓN

MONTO	\$17,075
TASA	14%
PLAZO	5

PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERÉS	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	\$17075.13
1	\$4973.70	\$2,390.52	\$2,583.19	\$14,491.94
2	\$4973.70	\$2,028.87	\$2,944.83	\$11,547.11
3	\$4973.70	\$1,616.60	\$3,357.11	\$8,190.00
4	\$4973.70	\$1,146.60	\$3,827.10	\$4,362.90
5	\$4973.70	\$610.81	\$4,362.90	\$0.00
		\$7,793.39		

Sarmiento. D.. (2021). Tabla de amortización. [Tabla].

La tabla de amortización indicará los pagos que se debe realizar a través de 5 años, El monto es de \$17,75 con una tasa del 14%. Lo que conlleva a un pago de intereses de \$7793.39 y al final de los 5 años establecidos un saldo de \$0, en este caso el crédito se aplicará en el banco Pichincha.

## 6.9. Punto de Equilibrio

**Tabla 42.** Datos del punto de equilibrio

<b>Punto de equilibrio</b>	
Materia prima	\$150
Arriendo	\$400
Sueldos	\$2350
Servicios básicos	\$150
Total	\$3,050

Sarmiento. D. (2021). Datos del punto de equilibrio. [Tabla].

**Tabla 43.** Margen de contribución.

Receta estándar	
Precio	\$6.8
Costo	\$4.11
Ganancia	\$2.69

Sarmiento. D. (2021). Margen de contribución. [Tabla].

**Tabla 44.** Punto de equilibrio

PE= Costo fijo/ Margen de contribución			
PE	817.843866		
Diario	27.2614622		
Venta	27.2614622	\$6.8	185.377943
Costo	27.2614622	\$4.11	112.04461
Gasto			73.3333333
Punto de equilibrio			0

Sarmiento. D. (2021). Punto de equilibrio. [Tabla].

Tabla 45. Ventas/ Costos

Ventas proyectadas por mes			
\$2,000	\$13600	\$163200	ventas
\$2,000	\$8220	\$98640	costo

Sarmiento. D. (2021). Ventas/ Costos. [Tabla].

En el punto de equilibrio establece una venta 27.26= 28 unidades diarios para no llegar a la quiebra, sin embargo, en el cuadro de ventas/costo se deben generar ganancias monetarias de \$2.000 mensuales con ventas de 66 unidades diarias para obtener buena rentabilidad.

#### 6.10. Costo de ventas

**Tabla 46.** Flujo de ventas.

FLUJODE VENTAS						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		\$163200.00	\$168112.32	\$173172.50	\$178384.99	\$183754.38
COSTO DE VENTAS		\$98640.00	\$101609.06	\$104667.50	\$107817.99	\$111063.31
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		\$64560.00	\$66503.26	\$68505.00	\$70567.00	\$72691.07
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$29980.40	\$30882.81	\$31812.38	\$32769.94	\$33756.31
SERVICIOS BASICOS		\$1800.00	\$1854.18	\$1909.99	\$1967.48	\$2026.70
MATERIAL OFICINA Y LIMPIEZA		\$3345.24	\$3445.93	\$3549.65	\$3656.50	\$3766.56
ALQUILER		\$1800.00	\$1836.12	\$1873.33	\$1911.65	\$1951.14
PUBLICIDAD		\$516.00	\$531.53	\$547.53	\$564.01	\$580.99
DEPRECIACIONES		\$650.86	\$650.86	\$650.86	\$650.86	\$650.86
AMORTIZACIONES		\$102.19	\$102.19	\$102.19	\$102.19	\$102.19
UTILIDAD OPERATIVA		\$29365.31	\$30271.87	\$28659.07	\$29544.37	\$30456.32
GASTOS FINANCIEROS		\$2390.52	\$2028.87	\$1616.60	\$1146.60	\$610.81
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$26974.79	\$28243.00	\$27042.47	\$28397.77	\$29845.52
BASE IMPOSITIVA		\$9778.36	\$10238.09	\$9802.90	\$10294.19	\$10819.00
UTILIDAD NETA		\$17196.43	\$18004.91	\$17239.58	\$18103.58	\$19026.52

La tabla tiene establecido un periodo de tiempo de 5 años en el cual en el primer año tendrá una utilidad neta de \$17196.43 y para el año 5 la utilidad neta será de \$19026.52.

### 6.11. Flujo de caja

**Tabla 47.** Flujo de caja

FLUJO DE CAJA	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		\$29365.31	\$30271.87	\$28659.07	\$29544.37	\$30456.32
DEPRECIACION		\$650.86	\$650.86	\$650.86	\$650.86	\$650.86
AMORTIZACION		\$102.19	\$102.19	\$102.19	\$102.19	\$102.19
- BASE IMPOSITIVA		\$9778.36	\$10238.09	\$9802.90	\$10294.19	\$10819.00
- GASTOS FINANCIEROS		\$2390.52	\$2028.87	\$1616.60	\$1146.60	\$610.81
- PAGO CAPITAL		\$2,583.19	\$2,944.83	\$3,357.11	\$3,827.10	\$4,362.90
+ VALOR DE SALVAMENTO						\$0
+ CAPITAL DE TRABAJO						\$0
- REPOSICION DE ACTIVOS				\$0		
= FLUJO NETO DE CAJA	\$49450.23	\$15,366.29	\$15,813.13	\$14,635.52	\$15,029.53	\$15,416.67

Sarmiento. D. (2021). Flujo de caja. [Tabla].

Aquí se determinará las entradas y salidas netas del dinero de la microempresa en el periodo de 5 años, para el primer año tendrá un flujo neto de caja de \$15,366.29 y para el año 5 de \$15,416.67.

### 6.12. Calculo del TIR y el VAN

### 6.12.1. VAN (Valor Actual Neto)

El van es el resultado del flujo de caja el cual determinará la viabilidad del proyecto, si el van es mayor a 0 quiere decir que el proyecto es viable (Velayos, 2018)

Se interpreta que el van es bueno o tendrá buena viabilidad cuando es mayor a 0, en este caso el van da como resultado: \$14,424.98.

### 6.12.2. TIR (Tasa Interna de Retorno)

Es la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero, la tasa interna de retorno puede determinar la rentabilidad de inversión de la empresa, en este caso el TIR es de 27.10% teniendo una diferencia del TMAR de 13.41%, según estos resultados el proyecto tiene rentabilidad y gran utilidad.

**Tabla 48. VAN/ TIR.**

VAN	\$14,424.98
TIR	27.10%
TMAR	13.41%

Sarmiento. D. (2021). VAN/TIR. [Tabla].

## **7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **7.1. Conclusiones**

La creación de este proyecto tiene la finalidad de dar a conocer mediante estrategias y publicidad acerca de la importancia del consumir productos ecuatorianos, desde una fruta cosechada en las comunidades agricultoras del Ecuador hasta un producto elaborado artesanalmente en la microempresa que están por surgir, en este caso la microempresa Bolipan desea implementarse en el mercado del Valle de los Chillos ofreciendo sus panes elaborados de forma casera.

Según las encuestas aplicadas a la población económicamente activa del Valle de los Chillos, se determinó que el proyecto tendrá una buena acogida por parte del público, ya que gracias a los resultados se pudo identificar que el producto cumple con varias características que al consumidor le gusta o le llama la atención, una de las características está en el tipo de pan que se ofrece, ingredientes, precio, calidad, tomando estos datos se puede evidenciar una gran demanda de este tipo dando a entender que el proyecto puede tener una gran viabilidad dentro de este segmento de mercado.

La microempresa contará con materiales e implementos que le ayudarán a la creación y producción del vino artesanal a ofrecer, entre estos implementos estarán: electrodomésticos, muebles y encerados, materiales de limpieza, materiales de oficina, equipos de seguridad industrial. El equipo de trabajo también contará con uniformes adecuados dentro de las horas laborales para una mejor comodidad a la hora de trabajar.

Para su libre venta se realizará los papeles y trámites adecuados como: RUC, permiso de LUAE, certificado de buenas prácticas de manufactura, permiso de funcionamiento.

En lo económico se determinó que el proyecto tiene buena viabilidad si las ventas son de 28 unidades por día para no llegar a la quiebra, sin embargo, se deberá generar ganancias mensuales de \$2.000, de esta manera en un plazo de 5 años se podrá pagar los intereses del préstamo realizado al banco Pichincha, como parte final el VAN y TIR determinó que el proyecto es viable

## **7.2 Recomendaciones**

Mantener a los trabajadores capacitados con la información más actual acerca de la elaboración de pan artesanal, respetando siempre las normas de sanidad y los procesos adecuados a la hora de elaborar el producto.

Mantener la calidad del producto tomando en cuenta todos los aspectos al momento de almacenarlo y llevando un control diario de estos dentro de la bodega.

Expandir y aumentar recursos de la empresa y con el tiempo mudarse a un lugar con mejores condiciones.

## 8. BIBLIOGRAFIA

- Agencia Nacional De Regulación, Control Y Vigilancia Sanitaria. (2020). *Emisión de permisos de funcionamiento*. Quito. Recuperado de: <https://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/>
- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2016). *Obtención y registro sanitario de buenas prácticas de manufactura, alimentos procesados*. Quito. Recuperado de: [https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/04/IE-D.2.1-ALI-04\\_Obtencio%CC%81n\\_y\\_Registro\\_del\\_Certificado\\_BPM.pdf](https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/04/IE-D.2.1-ALI-04_Obtencio%CC%81n_y_Registro_del_Certificado_BPM.pdf)
- Ciudadanos, Portal Único De Trámites. (2021). *Inscripción del Registro Único de Contribuyente (RUC) para persona jurídica privada (civiles y comerciales)*. Quito. Recuperado de: <https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-juridica-privada-civiles-comerciales>
- Cuerpo de bomberos. (2020). *Requisitos para permiso de funcionamiento*. Portoviejo. Recuperado de: <https://www.bomberosportoviejo.gob.ec/requisitos-para-aprobacion-de-local/>
- Derecho Ecuador. (2005). *La matrícula de comercio*. Quito. Recuperado de: <https://www.derechoecuador.com/la-matricula-de-comercio>
- El Comercio. (2017, Julio 3). Autos, alimentos y medicina se compran en el país. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/actualidad/autos-alimentos-medicina-importaciones-economia.html>
- El Universo. (2020). *Centros comerciales de Quito estuvieron entre los más visitados en Junio*. Quito. Recuperado de: <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/07/08/nota/7899381/centros-comerciales-quito-estuvieron-mas-visitados-junio>
- Flores, J. (2018). *Microempresa*. Quito. Recuperado de: <https://www.derechoecuador.com/microempresa>
- García, I. (2017). *Definición de Activo diferido*. Recuperado de: <https://www.economiasimple.net/glosario/activo-diferido>
- Gerencie. (2019). *¿Qué es la depreciación?* Recuperado de: <https://www.gerencie.com/depreciacion.html>



- Gutiérrez, I. (2020). *¿Qué es una inversión?* Recuperado de: <http://www.muyfinanciero.com/conceptos/inversion/>
- INEC. (2019). *Reporte trimestral del mercado laboral*. Quito. Recuperado de: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/Empleo/imle201901.pdf>
- MAPFRE. (2020). *¿Qué es el impacto ambiental y como se mide?* Quito. Recuperado de: <https://www.mapfre.com/actualidad/sostenibilidad/impacto-ambiental/>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2019). *La base de la economía y la alimentación*. Quito. Recuperado de: <https://www.agricultura.gob.ec/agricultura-la-base-de-la-economia-y-la-alimentacion/>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (SF). *Gualaceo ofrece vino de capuli, mora y manzana*. Quito. Recuperado de: <https://www.agricultura.gob.ec/gualaceo-ofrece-vino-de-capuli-mora-y-manzana/>
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2020). *Agricultura, la base de la economía y la alimentación*. Quito. Recuperado de: <https://www.produccion.gob.ec/consumir-lo-nuestro-es-parte-fundamental-de-la-reactivacion-economica/>
- Municipio Del Distrito Metropolitano. (2020). *Patente*. Quito. Recuperado de: <https://www.quito.gob.ec/index.php/municipio/270-preguntas-frecuentes-patente>
- Nuño, A. (2019). Los efectos reales de beber vino tinto. *El confidencial*. Recuperado de: [https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2019-12-17/efectos-beber-vino-salud-bebida-743\\_2378699/](https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2019-12-17/efectos-beber-vino-salud-bebida-743_2378699/)
- Peñarreta, A. (2015). *¿Qué es la LUAE?* Quito. Recuperado de: <https://www.pbplaw.com/es/que-es-luae/>
- Portal Único De Trámites Ciudadanos. (2020). *Certificado de conformidad con Sello de Calidad INEN*. Quito. Recuperado de: <https://www.gob.ec/inen/tramites/certificado-conformidad-sello-calidad-inen>
- Portal Único De Trámites Ciudadanos. (2020). *Certificado de inspección de etiquetado*. Quito. Recuperado de: <https://www.gob.ec/inen/tramites/certificado-inspeccion-etiquetado>
- Portal Único De Trámites Ciudadanos. (2020). *Certificado de la gestión de micro, pequeñas, medianas empresas y organizaciones de economía popular y solidaria*. Quito. Recuperado de:

<https://www.gob.ec/inen/tramites/certificado-gestion-micro-pequenas-medianas-empresas-organizaciones-economia-popular-solidaria>

Portal Único De Trámites Ciudadanos. (2020). *Emisión de licencia ambiental para proyectos, obras o actividades considerados de mediano o alto impacto y riesgo ambiental siendo de carácter obligatorio*. Quito. Recuperado de: <https://gobecforms.gobiernoelectronico.gob.ec/mae/tramites/emision-licencia-ambiental-proyectos-obras-actividades-considerados-mediano-alto-impacto-riesgo-ambiental-caracter-obligatorio>

Portal Único De Trámites Ciudadanos. (2020). *Emisión de Registro Único de Mipymes*. Quito. Recuperado de: <https://www.gob.ec/mpceip/tramites/emision-registro-unico-mipymes>



Portal Único De Trámites Ciudadanos. (2020). *Emisión del informe de Compatibilidad de Uso de Suelo (ICUS) para actividades de Ciudad o Metropolitano (CM)*. Quito. Recuperado de: <https://www.gob.ec/gaddmq/tramites/emision-informe-compatibilidad-uso-suelo-icus-actividades-ciudad-metropolitano-cm>

Portal Único De Trámites Ciudadanos. (2020). *Tramites y servicios institucionales*. Quito. Recuperado de: <https://www.gob.ec/inen/tramites/actas-sellamiento-bebidas-alcoholicas>

Velayos, V. (2018). *Valor actual neto (VAN)*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>

## 9. ANEXOS

# BOLIPAN

 [davidsarmientooso97@gmail.com](#) (no compartidos)   
[Cambiar de cuenta](#)

### EDAD

18 a 25 años

26 a 35 años

36 a 45 años

46 en adelante

### Promedio de ingresos mensuales

de \$400 a \$600

de \$601 a \$1000

de \$1001 a \$1500

Mas de \$1501

¿Qué tipo de pan le gusta consumir?

- Pan de Dulce
- Pan de Sal
- Pan Integral

¿Usted estaría interesado en comprar en una panadería nueva en el sector de san Rafael ?

- Sí
- No

¿Le gustan los Panes de canela?

- Sí
- No

¿Cuántas veces a la semana compran pan?

- Menor a 2 veces por semana
- 3 veces por semana
- Mayor a 3 veces por semana

Aproximadamente ¿Cuál es el monto que invierte cuando va a una panadería?

- de \$1.00 a \$3.00
- de \$4.00 a \$6.00
- de \$6.00 a \$8.00
- de \$8.00 a Mas

A qué hora del día consume habitualmente productos de panadería?

- Mañana
- Tarde
- Noche

¿Qué consideras importante cuando vas a una panadería?

- Cercanía
- Seguridad en la zona
- Variedad en sus productos
- Reputación

¿Qué aspecto es el más importante cuando compras un producto?

- Calidad
- Precio
- Sabor
- Servicio

Anexo 1. David Sarmiento. (2021). Encuesta.