



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

**PROYECTO RE -INGENIERÍA DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA
Y OPERATIVA DE LA PANADERÍA Y PASTELERÍA “SEBAS”
UBICADA EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI, PARROQUIA SANGOLQUÍ,
BARRIO INCHALILLO.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERÍA EN GASTRONOMÍA**

VIVIANA CAROLINA QUIROZ DÍAZ

TUTOR: ING. PABLO ANALUISA

QUITO – ECUADOR

2019

DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD

Yo, VIVIANA CAROLINA QUIROZ DÍAZ, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional, y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, sin restricción de ningún género o especial.

Firma

Yo, PABLO DAVID ANALUISA PICHUCHO, certifico que conozco al autor del presente trabajo, siendo responsable exclusivo tanto en su originalidad, autenticidad, como en su contenido.

Firma



Dedicatoria

Dedico esta tesis a Dios por bendecir y guiar cada paso en mi vida.

A mis padres Sandra y Enrique por todo el esfuerzo que han hecho para convertirme en la profesional y persona que soy ahora, por ayudarme a culminar esta etapa de mi vida, pero sobre todo por el cariño y amor que me han brindado.

A mis Abuelos Mercedes y Eusebio, quienes siempre me han apoyado, a mi tía Cleo por ser mi consejera y siempre estar pendiente de mí.

A mis hermanos Lesly, Marlon y no menos importante mi sobrino Matías por ser siempre mis más grandes críticos y siempre mis ganas de salir adelante.

A una persona especial a Jorge, mi novio quien siempre está ahí para darme ánimos y fuerzas para seguir adelante.



Agradecimiento

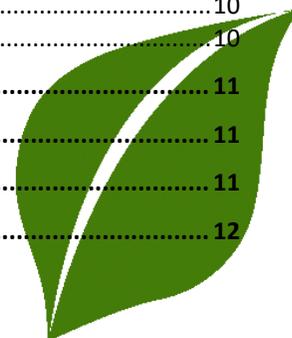
Quiero agradecer a mis padres por ser la base fundamental de mi hogar y por todo el esfuerzo que han realizado para hoy cumplir un escalón de mi vida, de igual manera a mi familia por ser un apoyo incondicional.

Agradezco a todos mis maestros quienes impartieron su conocimiento a lo largo de este camino, grandes profesionales y amigos, que la Universidad Internacional del Ecuador me ha dejado.



CONTENIDO

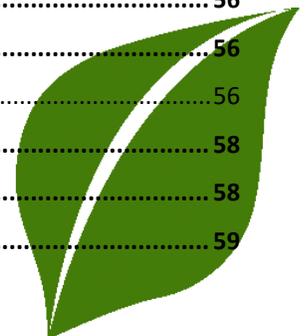
DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO	III
CONTENIDO	IV
RESUMEN	XII
ABSTRACT	XIII
ANTECEDENTES.....	1
ENTREVISTA DE LA PROPIETARIA.....	2
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
INTRODUCCIÓN	3
JUSTIFICACIÓN	4
OBJETIVOS	5
OBJETIVO GENERAL.....	5
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	5
MARCO DE REFERENCIA	6
MARCO CONCEPTUAL.....	6
TIR.	6
ESTRUCTURA DE ORGANIZACIÓN.	6
MARKETING MIX.	6
EMPIRISMO.....	7
REINGENIERÍA.....	7
ANÁLISIS DE EQUILIBRIO.	7
COSTOS VARIABLE.....	7
COSTOS FIJOS.....	7
HIPÓTESIS	8
METODOLOGÍA	8
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	8
TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	9
A) BIBLIOGRÁFICA:.....	9
B) CAMPO:.....	9
TÉCNICAS	9
A) OBSERVACIÓN:	10
B) ENCUESTAS:	10
C) ENTREVISTAS:	10
CAPÍTULO 1.....	11
GENERALIDADES	11
1.1. MARCO HISTÓRICO.....	11
1.2. MACRO LOCALIZACIÓN	12



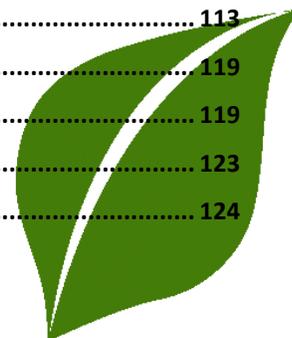
HISTORIA DE RUMIÑAHUI	12
UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE RUMIÑAHUI	13
PRODUCTOS LOCALES, PROPIOS O ENDÉMICOS.....	16
1.3. MICRO LOCALIZACIÓN	16
HISTORIA DE SANGOLQUÍ.....	16
UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE SANGOLQUÍ.....	18
CLIMA	18
GASTRONOMÍA DE SANGOLQUÍ	18
TRUCHA ASADA	20
1.4. DEMOGRAFÍA	21
1.5. ACTIVIDADES ANTRÓPICAS	22
1.6. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA DEL NEGOCIO	23
PARROQUIA DE INCHALILLO	23
HISTORIA DE INCHALILLO	24
LÍMITES.....	24
1.7. SITUACIÓN DEL NEGOCIO.....	24
1.8. ANÁLISIS PESTEL	25
FACTOR POLÍTICO.....	25
FACTOR ECONÓMICO	26
FACTOR SOCIO CULTURAL.....	27
FACTOR TECNOLÓGICO.....	27
FACTOR ECOLÓGICO	27
FACTOR LEGAL.....	27
CAPÍTULO 2.....	29
2.1. INVESTIGACIÓN DEL MERCADO	29
LA EMPRESA EN EL MERCADO	29
2.2. MERCADO META	29
TAMAÑO DE MUESTRA	30
2.3. MODELO DE ENCUESTA	31
2.4. TABULACIÓN DE LA ENCUESTA	32
EDAD	32
SEXO	33
1. ¿QUÉ FACTORES CONSIDERA USTED IMPORTANTE CUANDO VA A UNA PANADERÍA? ENUMÉRELOS SIENDO 1 EL MÁS IMPORTANTE Y 5 MENOS IMPORTANTE.	34
2. ¿CUÁL ES EL ASPECTO MÁS IMPORTANTE CUANDO COMPRA PRODUCTOS DE PANADERÍA Y PASTELERÍA? ENUMÉRELOS SIENDO 1 EL MÁS IMPORTANTE Y 5 MENOS IMPORTANTE	35
3. ¿QUÉ LE GUSTA BEBER CUANDO CONSUME PAN?	36
4. ¿CUÁL ES SU TIPO FAVORITO DE PAN?	37
5. APROXIMADAMENTE, ¿CUÁL ES EL MONTO QUE INVIERTE CUANDO VA A UNA PANADERÍA?	38



6.	¿CUÁNTAS VECES A LA SEMANA COMPRA PAN?	39
7.	¿COMPARTE USTED CON SU FAMILIA, MOMENTOS EN UNA PANADERÍA QUE ADEMÁS OFREZCA CAFETERÍA Y HELADERÍA? ...	40
CAPÍTULO 3.....		42
3.1. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.....		42
MISIÓN	42	
VISIÓN	42	
VALORES	42	
POLÍTICAS DE LA EMPRESA	42	
3.2. OBJETIVO GENERAL DE LA PANADERÍA Y PASTELERÍA SEBAS		43
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA PANADERÍA Y PASTELERÍA SEBAS.....	43	
3.3. NOMBRE COMERCIAL DEL PROYECTO		43
IMAGOTIPOS ANTIGUO Y NUEVO.....	44	
DEFINICIÓN DE LOS COLORES DE IMAGOTIPO NUEVO	44	
EL ROSA.	44	
EL NEGRO.	44	
SLOGAN	44	
3.4. ANÁLISIS FODA.....		45
FODA DE PANADERÍA Y PASTELERÍA “SEBAS”	45	
3.5. MARKETING		46
MARKETING MIX (PRODUCTO, PRECIO, PLAZA, PROMOCIÓN).....	46	
PRODUCTO	46	
PRECIO.....	46	
PLAZA	46	
PROMOCIÓN	46	
DISTRIBUCIÓN	47	
3.6. CARTERA DE PRODUCTOS A OFERTAR.....		48
MENÚ		48
3.7. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....		49
RECURSOS HUMANOS.....	49	
3.8. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....		50
ORGANIGRAMA	50	
ORGANIGRAMA ANTIGUO.....	50	
ORGANIGRAMA NUEVO.....	51	
3.9. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES.....		52
CAPÍTULO 4.....		56
4.1. PLANIFICACIÓN OPERATIVA DE LA PANADERÍA Y PASTELERÍA SEBAS.....		56
DIAGRAMA DE FLUJO	56	
4.2. PROCESOS DE OPERACIONES		58
PROCEDIMIENTO DE PANADERÍA		58
4.3. PROCEDIMIENTO DE PASTELERÍA		59



4.4. DISEÑO OPERATIVO (LAYOUT)	60
DISTRIBUCIÓN DE LAS ÁREAS	60
COMPRA Y RECEPCIÓN DE INSUMOS (7,12M2)	62
ÁREA DE LAVADO DE UTENSILIOS Y MENAJE (10,50M2)	62
BODEGA Y LOOKER (7,12M2)	62
ALMACENAJE DE UTENSILIOS Y VAJILLA (10,50)	62
ÁREA DE PRODUCCIÓN DE PASTELERÍA Y PANADERÍA (13,10M2)	62
EXHIBICIÓN DEL PRODUCTO (16M2)	62
SERVICIO AL CLIENTE (16M2)	62
HORNO (3,87M2)	62
AMASADORA (1,33M2)	62
4.5. INFRAESTRUCTURA	63
DISEÑO DE IMAGEN CORPORATIVO	63
INSTALACIONES	63
ARTÍCULO 3. DE LAS CONSIDERACIONES MÍNIMAS BÁSICAS	63
ARTÍCULO 5. DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN	64
ARTÍCULO 6. CONDICIONES ESPECÍFICAS DE LAS ÁREAS, ESTRUCTURAS INTERNAS Y ACCESORIOS.	64
II. PISOS, PAREDES, TECHOS Y DRENAJES:	65
III. VENTANAS, PUERTAS Y OTRAS ABERTURAS:	65
IV. INSTALACIONES ELÉCTRICAS Y REDES DE AGUA	66
V. ILUMINACIÓN:	67
VI. CONTROL DE TEMPERATURA Y HUMEDAD AMBIENTAL	67
VII. INSTALACIONES SANITARIAS:	67
4.6. EQUIPAMIENTO Y MENAJE	68
4.7. RECETAS	69
RECETA ESTÁNDAR	69
CAPÍTULO 5	92
5.1. PLANIFICACIÓN FINANCIERA	92
ANTECEDENTES	92
INVERSIÓN	97
EQUIPOS QUE SUFRIERON DEPRECIACIÓN	98
5.2. PUNTO DE EQUILIBRIO	99
.....	101
.....	102
.....	103
.....	106
.....	113
5.3. BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL	119
5.3. FLUJO DE CAJA	119
5.4. VAN	123
5.5. TIR	124



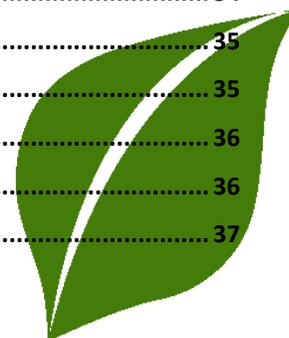
MODELO CANVAS	125
CONCLUSIONES	127
RECOMENDACIONES	128
BIBLIOGRAFÍA	135

Tablas

TABLA NRO. 1	15
DESCRIPCIÓN DEL CANTÓN RUMIÑAHUI	15
.....	15
TABLA NRO. 2	17
DESCRIPCIÓN DE PARROQUIA DE SANGOLQUÍ	17
TABLA N.º 3	21
PROYECCIÓN POBLACIÓN COMPLETA	21
TABLA N.º 4	21
PROYECCIÓN POBLACIONAL RURAL AL AÑO 2020 Y 2024	21
TABLA N.º5	29
MERCADO META	29
TABLA Nº 6	48
MENÚ	48
TABLA N.º 7	56
SIMBOLOGÍA DE DIAGRAMA DE FLUJOS	56

Cuadros

CUADRO Nº 1	32
DATOS DE EDADES	32
CUADRO Nº 2	33
DATOS DE GENERO	33
CUADRO Nº 3	34
PREGUNTA Nº 1	34
CUADRO Nº 4	35
PREGUNTA Nº 2	35
CUADRO Nº 5	36
PREGUNTA 3	36
CUADRO Nº 6	37



PREGUNTA Nº 4	37
CUADRO Nº 7	38
PREGUNTA Nº 5	38
CUADRO Nº 8	39
PREGUNTA Nº 6	39
CUADRO Nº 9	40
PREGUNTA Nº 7	40
CUADROS N.º 10	68
BIENES DE CAPITAL.....	68
CUADRO N.º11	92
CUADRO N.º12	93
CUADRO N.º13	94
CUADRO N.º14	95
CUADRO N.º15	96
CUADRO Nº16.....	119
BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL.....	119

Gráficos

GRÁFICO Nº 1.....	23
UBICACIÓN DE PANADERÍA Y PASTELERÍA “SEBAS”	23
GRÁFICO Nº 2.....	30
CÁLCULO DE MUESTRA.....	30
GRÁFICO Nº 3.....	32
EDADES.....	32
GRÁFICO Nº4	33
SEXO	33
GRÁFICO Nº 5.....	34
¿QUÉ FACTORES CONSIDERA USTED IMPORTANTES CUANDO VA A UNA PANADERÍA? ENUMÉRELOS SIENDO 1 EL MÁS IMPORTANTE Y 5 EL MENOS IMPORTANTE.....	34
GRÁFICO Nº 6.....	35
¿CUÁL ES EL ASPECTO MÁS IMPORTANTE CUANDO COMPRA PRODUCTOS DE PANADERÍA Y PASTELERÍA? ENUMÉRELOS SIENDO 1 EL MÁS IMPORTANTE Y 5 EL MENOS IMPORTANTE.	35
GRÁFICO Nº 7.....	36
¿QUÉ LE GUSTA BEBER CUANDO CONSUME PAN?	36
GRÁFICO N.º 8.....	37



¿CUÁL ES SU TIPO FAVORITO DE PAN?	37
GRÁFICO N° 9.....	38
APROXIMADAMENTE, ¿CUÁL ES EL MONTO QUE INVIERTE CUANDO VA A UNA PANADERÍA?	38
GRÁFICO N° 10.....	39
¿CUÁNTAS VECES A LA SEMANA COMPRA PAN?	39
GRÁFICO N° 11.....	40
¿COMPARTE USTED CON SU FAMILIA, MOMENTOS EN UNA PANADERÍA QUE ADEMÁS OFREZCA CAFETERÍA Y HELADERÍA?	40
GRÁFICO N.°12.....	99
GRÁFICO N°13.....	100
GRÁFICO N°14.....	101
GRÁFICO N.°15.....	102
GRÁFICO N.°16.....	103
GRÁFICO N.°17.....	104
GRÁFICO N.° 18.....	105
GRÁFICO N.°19.....	106
GRAFICO N.°20.....	107
GRÁFICO N.° 21.....	108
GRÁFICO N.°22.....	109
GRÁFICO N.°23.....	110
GRÁFICO N.°24.....	111
GRÁFICO N.°25.....	112
GRÁFICO N.°26.....	113
GRÁFICO N.°27.....	114
GRÁFICO N.°28.....	115
GRÁFICO N.°29.....	116
GRÁFICO N.°30.....	117
GRÁFICO N.°31.....	118

Fotos

FOTO N°1.....	13
DECRETO DE CANTONIZACIÓN.....	13
FOTO N.º 2.....	14
MAPA DEL CANTÓN RUMIÑAHUI	14

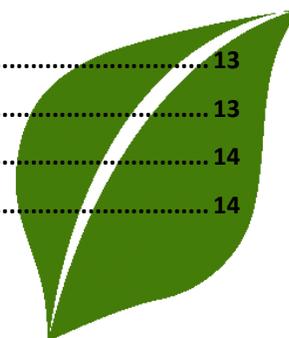


FOTO Nº 3	19
HORNADO	19
FOTO Nº 4	19
CUY	19
FOTO Nº5	20
TRUCHA ASADA	20

Anexos

ANEXO Nº 1	129
CERTIFICADO DE NORMATIVAS PARTICULARES (USO DEL SUELO)	129
ANEXO Nº 2	130
SOLICITUD DE PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	130
ANEXO Nº3	131
SOLICITUD DE PATENTE	131
ANEXO Nº4	132
LISTA DE PRECIOS UTILIZADOS PARA RECETAS	132
ANEXO Nº5	133
LISTA DE PRECIOS UTILIZADOS PARA RECETAS	133
ANEXO Nº6	134
LISTA DE PRECIOS UTILIZADOS PARA RECETAS	134



Resumen

La presente tesis realiza el análisis previo a la reapertura de la panadería y pastelería sebas. El proyecto incluye la planeación estratégica y operativa completas, así como también el análisis de mercado y de sus preferencias.

El análisis financiero de la panadería incluye importantes elementos que permiten definir una guía, de manejo en este ámbito, una vez concluidos los factores que contemplan este proyecto, se formula una visión global del mismo mediante el análisis Canvas. Esta herramienta permite observar objetivamente y de un solo vistazo la totalidad del plan de reapertura de la panadería y pastelería “Sebas”.

Los cálculos se basan en la concepción global de reingeniería como una revisión fundamental de procesos, modificando el propósito del trabajo y estableciendo nuevas estrategias corporativas.

Las conclusiones dejan en claro los elementos relevantes a tomarse en cuenta al momento mismo de transformar esta iniciativa en un negocio que abra sus puertas un relativo éxito.



Abstract

This thesis performed the analysis prior to the reopening of “Sebas” bakery and pastry. The project includes the strategic and operational planning, as well as the market analysis and its preferences.

The financial analysis of the bakery includes important elements that allow us to define a guide, handling in this field, once concluded the factors that are involved in this project, and a global vision of this plan is given through the tool “Canvas”. This tool allows to observe objectively and at the first glance, the whole project to reopen “Sebas” bakery and pastry.

The calculations are based on the overall concept of reengineering as a fundamental review of processes, modifying the purpose of work and establishing new corporate strategies.

The conclusions clear up the relevant elements to be taken into account at the moment to transform this initiative into some tangible business which can open its doors with very probable success.



Antecedentes

La panadería inicio en un lugar arrendado, como un negocio familiar en el barrio Albornoz, cantón Rumiñahui, provincia de Pichincha. Esta panadería se encontraba operando el 28 de mayo del 2014. Para las labores iniciales, se contrató un empleado que no fue causa de cierre, pero el empleado no cumplía con las labores e incluso empezó a no asistir al establecimiento, este era quien se encargaba de la producción del pan, pero la venta no cubría costos. si no apenas un 50% de los mismos.

Debido a la competencia en este lugar y la baja clientela, hubo la necesidad de una reubicación en el barrio Inchalillo, cantón Rumiñahui.

En el 2016, dos años más tarde de su apertura, la panadería Sebas se muda a Inchalillo en razón de que el contrato de arrendamiento pierde vigencia. En ese lugar, las ventas bajan notablemente, por este motivo, se realizó la entrega en escuelas y tiendas y así se incrementaron las ventas. La producción de la semana era de un quintal (110 libras) que era un total de 1.210 panes, las clases de panes que se ofertaba a los clientes variaban entre gusanos, pan redondo, y rosas.

En consecuencia, el negocio funciona 1 año más, pero las ventas no mejoran y se cierra. Sin embargo, se estima que este proyecto con la debida reingeniería e innovación puede ser rentable. Se propone realizar un estudio financiero para justificar la inversión.



Entrevista de la Propietaria

¿Qué le hizo empezar el negocio de la panadería y pastelería “Sebas”?

La situación económica que estaba pasando mi hogar, y porque veía que la panadería era un negocio estable, además para tener una fuente de ingresos fija.

¿Cuál fue el mayor problema que tuvo que enfrentar al abrir el negocio?

Los arriendos eran demasiados costosos y no tener un estudio de mercado establecido. Muchas veces por descuido quemaba el pan y me tocaba hacer de nuevo madrugadas enteras

¿Por qué cerro el local?

Por la competencia que había en el sector y a los lugares que entregaba el pan fueron otras personas a ofrecer más barato y no había ganancia ya que con las justas salía para pagar el arriendo donde estábamos ubicados, y por la calidad ya que por el despido del panadero por incumplido comencé a realizar el pan, también porque no tenía una receta fija, sino que lo hacía artesanalmente.

Obs. Sandra Diaz Tipan

Sangolquí, Barrio Inés Gangotena y 22 de enero

1709866188

Ex gerente de la panadería y pastelería “sebas”



Planteamiento del problema

Introducción.

Las empresas familiares no siempre son exitosas y, a menudo, fracasan. Sin embargo, si los parientes mantienen relaciones de socios y empleados de una sociedad familiar, establecen reglas claras, una política interna y normas transparentes y precisas, hay la posibilidad de identificar y reforzar aquellos factores que le otorgan competitividad, evitando distraerse en conflictos que nacen de la mezcla entre emociones y dinero, y que son propias de las Pymes familiares (Romero, 2006).

La clave del éxito radica también en la innovación. La atmósfera de apertura y el desarrollo de la iniciativa empresarial individual son los ejes del crecimiento (Ward, 2006).

La planificación estratégica es el resultado de la mejora sustancial en la gestión de la empresa. Su elaboración debe estar en manos de los miembros de la familia que van a estar directamente involucrados en la administración de la organización. Asimismo, tal planificación exige que también se contemple el área financiera y se estipulen normas de control para su correcto manejo (Esparza, García, & Duréndez, 2010).

La contribución de las empresas familiares a la economía de un país es indiscutible, y funcionan como un motor interno de producción. Casi el 90% de las empresas y negocios en el mundo son de propiedad de un grupo parental. Su rasgo común es ofrecer alta calidad, conocimiento profundo del sector en el que se desenvuelven, la perspectiva de inversión a largo plazo y bajos costes laborales (Echaiz, 2010).



Justificación

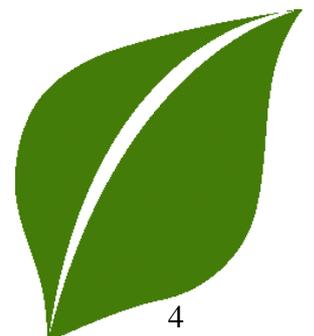
La panadería y pastelería “Sebas” gestionó su negocio con el propósito de ofrecer un buen servicio y calidad en el producto, se producía pan gusano, redondo y rosas. Los propietarios lo dirigieron de una manera experimental, ya que no tenían conocimientos operativos o proyecciones que el establecimiento debía tener.

La falta de habilidades administrativas derivó en el cierre del establecimiento y en su posterior inactividad. Los problemas derivaron de la gestión del negocio ya que rebasaban el conocimiento que se tenía sobre el manejo de la organización. Esta empresa ha permanecido cerrada por 3 años.

Este proyecto propone la reapertura de la panadería, pero aborda un nuevo enfoque de manejo y funcionamiento bajo esquemas dinámicos que confluyen en una mezcla de técnicas operativas y de dirección basada en el discernimiento documental teórico y su aplicación práctica. El área financiera tiene especial atención en el desarrollo de esta tesis.

El valor de esta radica en su aprovechamiento, pues sirve de puntal para comenzar con un emprendimiento familiar que se había dejado relegado por varios años tras el primer intento fallido por hacerlo rentable.

Diseñar este documento ha implicado el uso de varias herramientas propias de la carrera de Gastronomía, pero con la asistencia de elementos administrativos y operativos que ha permitido orientar la reapertura del negocio con probabilidad de éxito al integrar el conocimiento con la experiencia que dejó el revés que condujo al cese de actividades en el pasado.



Objetivos

Objetivo general

Establecer el proyecto de reingeniería de gestión administrativa y operativa de la panadería y pastelería "Sebas, cantón Rumiñahui, parroquia Sangolquí, barrio Inchalillo.

Objetivos específicos

- Analizar el macro y micro entornos de la Panadería y Pastelería "Sebas".
- Investigar el mercado que determina el nuevo marco administrativo-operativo del establecimiento.
- Establecer la política institucional y la planificación estratégica de la empresa.
- Establecer la planificación operativa del negocio.
- Diseñar el plan financiero del proyecto.



Marco de referencia

Marco conceptual

Tir.

Este concepto tiene una utilidad particular cuando queremos conocer la rentabilidad que nos genera

un proyecto de inversión que requiere una serie de desembolsos a lo largo del tiempo y que, también en distintos momentos, permite obtener una serie de ingresos (Carrasco & Domínguez, 2011).

Estructura de organización.

Las organizaciones sociales son consecuencias de la necesidad que las personas tienen de relacionarse y juntarse con otras personas con la finalidad de poder

realizar sus objetivos. Dentro de la organización social las personas ocupan ciertos papeles. Papel es el nombre dado a un conjunto de conductas solicitadas a una persona.

Papel es la expectativa de desempeño por parte del grupo social y la consecuente internalización de los valores y normas que el grupo explicita o implícitamente prescribe para el individuo (Chiavenato, 2004).

Marketing mix.

El objetivo de los empresarios en las operaciones de marketing es encontrar una oferta de productos y servicios que incremente el nivel de satisfacción del comprador y genere utilidades para la empresa. Esta oferta está conformada, desde el punto de vista mercadotécnico, por un conjunto de variables controlables por la empresa, denominadas comúnmente mezcla de mercadotecnia o, en su expresión en inglés, marketing mix, a saber: producto, distribución, comunicación y precio. En este mix se incorpora el servicio como quinto elemento, por considerar que el paquete de valor ofrecido está compuesto por beneficios donde el servicio es un componente de valor agregado que puede constituir una ventaja competitiva, toda vez que los clientes actúan estimulados por la búsqueda de valor (Peñaloza, 2005).



Empirismo.

Es una teoría filosófica que enfatiza el papel de la experiencia, ligada a la percepción sensorial, en la formación del conocimiento (Hume, 2001).

Reingeniería.

Es la revisión fundamental y el rediseño radical de procesos para alcanzar mejoras espectaculares en medidas críticas y contemporáneas de rendimiento, tales como costos, calidad, servicio y rapidez (Hammer & Champy, 1994).

Análisis de Equilibrio.

En razón de que su cálculo y determinación entrega valiosa información sobre la estructura de costos e ingresos del negocio y cómo debemos administrar esta estructura, a favor de la buena marcha del negocio (Salazar, 2010).

Costos Variable.

Es el que depende el volumen de la producción; por ejemplo: la depreciación, gastos financieros(interés), alquileres, gastos administrativos (Salazar, 2010).

Costos Fijos.

Es el que cambia de acuerdo con el número de unidades producidas (Salazar, 2010).



Hipótesis

Con la reingeniería de la panadería y pastelería “Sebas”, lograr ganancias y permitir que el establecimiento se mantenga en el tiempo, lograr una acogida y crecimiento progresivo.

Metodología

Metodología de la investigación

Para la recopilación y análisis del proyecto se va a utilizar una metodología cuantitativa y cualitativa.

- a) **Método Cuantitativo:** El método cuantitativo también conocido como investigación cuantitativa, empírico analítico, racionalista o positivista es aquel que se basa en los números para investigar, analizar, y comprobar información y datos; este intenta especificar y delimitar la asociación o correlación, además de la fuerza de las variables, la generalización y objetivación de cada uno de los resultados obtenidos para deducir una población; y para esto se necesita una recaudación o acopio metódico u ordenado, y analizar toda la información numérica que se tiene (General M/ Venemedia Comunicaciones C.A., 2011).
- b) **Método Cualitativo:** Es la unidad de análisis o conjunto de personas, contextos, eventos o sucesos sobre la cual se recolectan los datos sin que necesariamente sea representativo (Behar Rivero, 2008).

La aplicación de estos métodos servirá para recopilar la información y datos necesarios para comenzar con el análisis de una manera ordenada y así poder representarlos gráficamente.



Tipos de Investigación

- a) **Bibliográfica:** El principal beneficio que el investigador obtiene mediante una indagación bibliográfica es que puede incluir una amplia gama de fenómenos, ya que no sólo tiene que basarse en los hechos a los cuales él tiene acceso de un modo directo, sino que puede extenderse para abarcar una experiencia inmensamente mayor. Esta ventaja se hace particularmente valiosa cuando el problema requiere de datos dispersos en el espacio, que sería imposible obtener de otra manera (Sabino, 1992).
- b) **Campo:** Se aplica los instrumentos de obtención de datos (Observación, entrevista, cuestionario, etc.) a la población, fenómeno o proceso objeto de estudio.

Cuando ya se ha recabado la información, entonces se inicia el procesamiento de datos, en este proceso se tabulan y presentan en forma conjunta la información obtenida. Este proceso se puede realizar de forma manual o en forma electrónica (Samaniego).

Técnicas

Estas técnicas conducen a la verificación del problema planteado. Cada tipo de investigación determinará las técnicas a utilizar y cada técnica establece sus herramientas, instrumentos o medios que serán empleados. Todo lo que va a realizar el investigador tiene su apoyo en la técnica de la observación. Aunque utilice métodos diferentes, su marco metodológico de recogida de datos se centra en la técnica de la observación y el éxito o fracaso de la investigación dependerá de cual empleó (Behar Rivero, 2008).

Para la selección de información tomaremos dos parámetros que será la observación del establecimiento, y mediante encuestas a personas que habitan en el barrio Inchalillo.



- a) **Observación:** Se la realizara mediante un trabajo de campo el cual servirá para obtener información y datos del negocio, así también de esta manera podemos evidenciar la infraestructura y cambios que se deban realizar del ya mencionado establecimiento (Sabino, 1992).

El trabajo que se realice será reflejado mediante fotos.

- b) **Encuestas:** Se trata por tanto de requerir información a un grupo socialmente significativo de personas acerca de los problemas en estudio para luego, mediante un análisis de tipo cuantitativo, sacar las conclusiones que se correspondan con los datos recogidos (Sabino, 1992).
- c) **Entrevistas:** consiste en una interacción entre dos personas, una de las cuales el investigador formula determinadas preguntas relativas al tema en investigación, mientras la otra el investigado proporciona verbalmente o por escrito la información que le es solicitada (Sabino, 1992).

La aplicación de estas técnicas nos servirá para determinar el mercado meta, así como la potencial aceptación del producto y del establecimiento.



Capítulo 1

En este capítulo se describe los macros y micro entornos del proyecto. Que nos ayudara a definir el mercado y desarrollo de la empresa.

Este permite la contemplación teórica de los marcos en los que se desenvuelve la actividad económica del sector y nos ubica en realidad de un mercado potencial que, de cabida a nuevas ideas del negocio, que en este caso es una reingeniería definida como panadería y pastelería, y que adicione servicios de cafetería y heladería.

Generalidades

1.1. Marco Histórico

Antiguamente, el asentamiento Inga tuvo presencia en el Valle de los Chillos. Aparentemente, existen vestigios humanos que datan de hace 11.000 años aproximadamente. Esta gente sobrevivía a base de caza y recolección de los frutos que daba la tierra. Poco antes de la llegada de los Incas, en 1460, los Quito Cara emigraron hacia el Valle de los Chillos provenientes desde Quito. Con su presencia, la agricultura se convirtió en una actividad económica importante, para luego volverse eje central de la zona, lo que le valió el apodo de Granero de Quito (Gobierno Municipal de Rumiñahui, 2018).



1.2. Macro Localización

Historia de Rumiñahui

Sangolquí fue creado a fines del siglo XIX por lo que especulo la ley de división territorial en el cantón de Quito, como resultado Sangolquí fue nombrada como parroquia. La lucha inmensa de hombres y mujeres con diferentes ideales hizo que por medio del decreto ejecutivo N°. 168 otorgado por el Gral. Alberto Enríquez Gallo, Jefe Supremo de la República del Ecuador, la parroquia fue sublimemente elevada a la categoría de cantón, con el nombre de Rumiñahui en homenaje al indígena defensor de la invasión española el 31 de mayo de 1938, actualmente en el Ecuador la parroquia de Sangolquí está considerada como cabecera cantonal. Rumiñahui es apreciada como la parte más atractiva del valle de los Chillos, hoy por hoy conforma la ruta escénica con más riqueza singular en flora y fauna que está situada en la Avenida de los Volcanes.

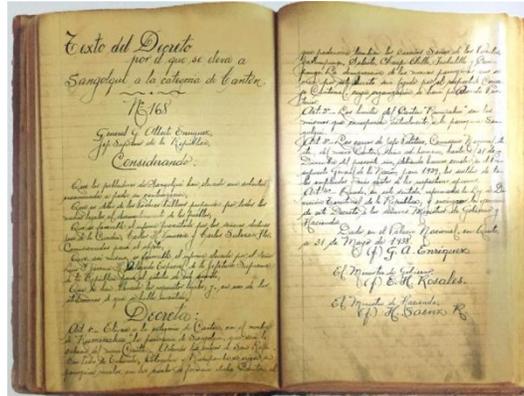
Consta de la principal parroquia urbana nombrada Sangolquí y dos rurales conformadas por Cotogchoa y Rumipamba.

El cantón Rumiñahui es uno de los cantones más pequeños del Ecuador consta de una parroquia Urbana que es Sangolquí y dos Rurales que son: Cotogchoa y Rumipamba (Gobierno Municipal de Rumiñahui, 2018).



Foto N°1

Decreto de Cantonización



Fuente: (Gobierno Municipal de Rumiñahui, 2018)

Autor: Dirección de Comunicación Social

Representada por: Lic. Clavijo Mayra

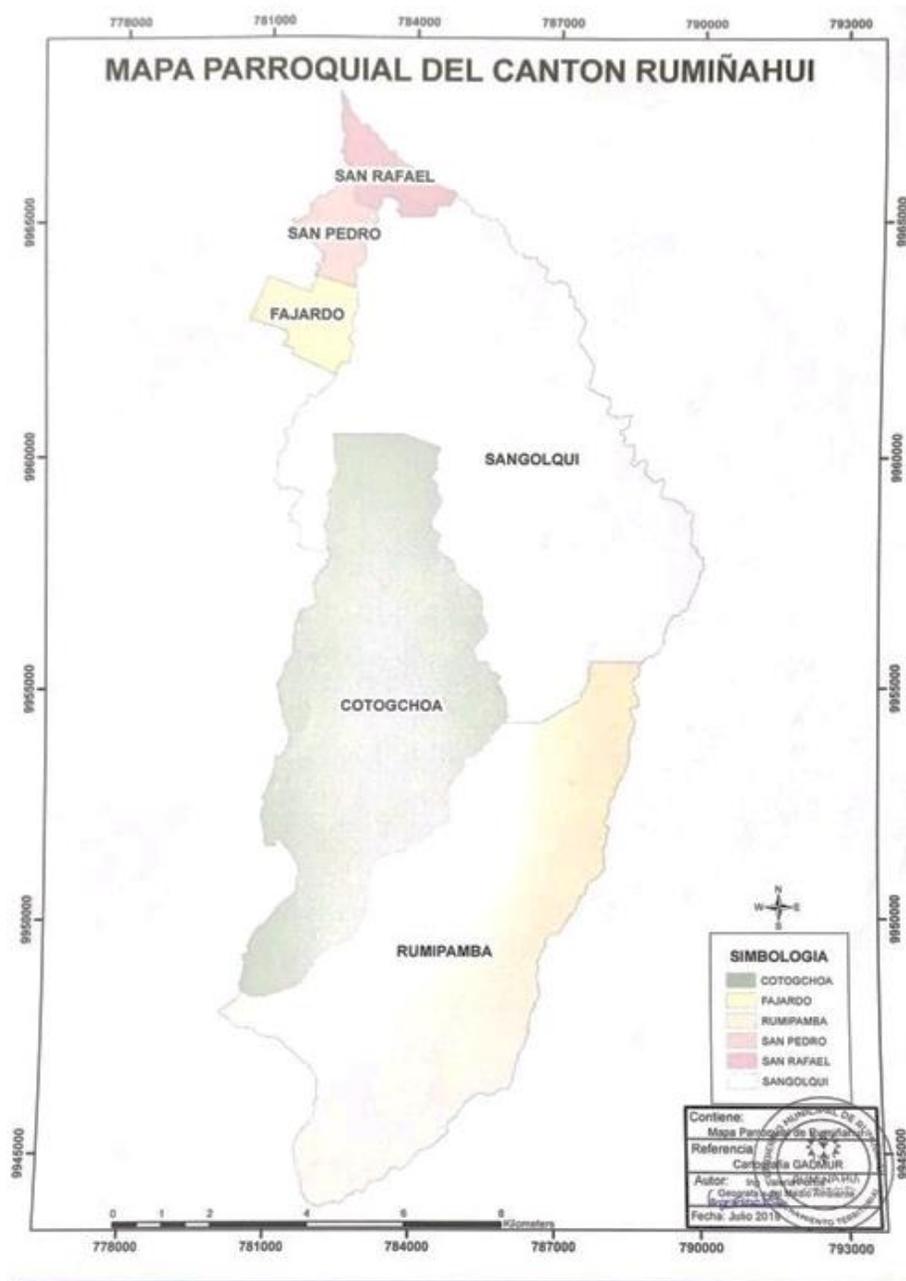
Ubicación Geográfica de Rumiñahui

El valle de los chillos se encuentra en la provincia de Pichincha, cantón Rumiñahui, ubicado a 20 minutos de la ciudad Capital. Este lugar se encuentra rodeado por volcanes, nevados y paramos lo que hace de este sitio la mejor opción para visitar (Municipio de Rumiñahui, 2018).



Foto N.º 2

Mapa del Cantón Rumiñahui



Fuente: (Rumiñahui G. A., 2019)

Autor: Ponce, Valeria

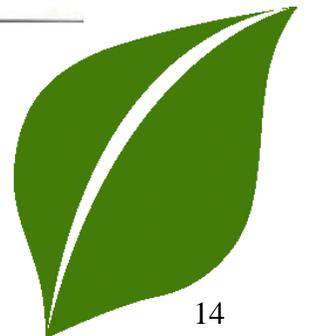


Tabla Nro. 1
Descripción del Cantón Rumiñahui

LÍMITES	<p>Norte: Distrito Metropolitano de Quito, Urbanización la Armenia, Conocoto, El Tingo.</p> <p>Sur: Distrito Metropolitano de Quito, Monte Pasochoa y Cantón Mejía</p> <p>Este: Distrito Metropolitano de Quito (Amaguaña y Píntag)</p> <p>Oeste: Distrito Metropolitano de Quito, Rio San Pedro de Cuendina (Amaguaña y Conocoto)</p> <p>Nor Este: San Pedro del Tingo.</p>
UBICACIÓN	Sur de la Provincia de Pichincha, en el Valle de los Chillos.
SUPERFICIE	139 km ²
ALTITUD	2.550 metros sobre el nivel del mar
POBLACIÓN	85.852 habitantes
PROVINCIA	Pichincha
MONEDA	Dólares Americanos
IDIOMA	Español
FUNDACIÓN	31 DE MAYO DE 1983
PARROQUIAS URBANAS	Sangolquí, San Pedro de Taboada, San Rafael
PARROQUIAS RURALES	Cotogchoa, Rumipamba
CLIMA	10 - 29 ° Centígrados

Elaborado por: Carolina Quiroz D.

Fuente: (Gobierno Municipal de Rumiñahui, 2018).



Productos locales, propios o endémicos.

En el Cantón Rumiñahui la principal fuente de ingresos de la agricultura viene dada por: maíz, trigo, cebada, quinua, ocas, melloco, papas, arveja, frejol y limón (Pichincha Gobierno Provincial, 2017).

1.3. Micro Localización

La panadería y pastelería "Sebas" está ubicada en el Cantón Rumiñahui, en la provincia de Pichincha en la parroquia de Sangolquí, barrio Inchalillo.

Historia de Sangolquí

En la antigüedad Sangolquí era considerado como un puerto de intercambio, comercializando productos provenientes de las diferentes regiones del país (Costa, Sierra, Amazonia), con el maíz siendo su principal fuente de alimentación y su importancia debido a su vínculo con ritos ancestrales, de esta manera los ancestros, empezaron, con la agricultura sembrando guabos, zapallo y maíz, por esta razón la palabra chillo significa guabo y uchillo zapallo y guabo. De la misma forma chillo es una variedad de maíz muy comercializada en la zona (Gobierno Municipal de Rumiñahui, 2018).



Tabla Nro. 2
Descripción de Parroquia de Sangolquí

SUPERFICIE	55 km2
ALTITUD	2.500 metros sobre el nivel del mar
POBLACIÓN	75.080 habitantes
PROVINCIA	Pichincha
MONEDA	Dólares Americanos
IDIOMA	Español
CLIMA	16° Centígrados

Elaborado por: Carolina Quiroz

Fuente: (Municipio de Rumiñahui, 2018)



Ubicación Geográfica de Sangolquí

Su ubicación geográfica se encuentra a una altitud promedio de 2500 metros sobre el nivel del mar (msnm), en el Valle de los Chillos, formando parte de la hoya de Guayllabamba.

Clima

El cantón Rumiñahui tiene tres tipos de clima: Ecuatorial frío húmedo, Ecuatorial Mesotérmico Húmedo y Paramo.

El clima corresponde a la zona subtropical de las tierras altas, el cual oscila entre 16 a 23° centígrados durante el día y en las noches baja hasta los 8° C, siendo los meses más calurosos de Julio y Agosto (Rumiñahui G. A., 2019).

Gastronomía de Sangolquí

La gastronomía de Sangolquí ha sabido complacer los paladares de turistas desde tiempos antiguos, su variedad gastronómica viene desde la sierra hasta la costa tomando en cuenta platos como: seco de gallina, yaguarlocro, fritada, caldo de 31, tortillas con caucara, librillo, ville, menudo con mote, chicha de jora. Pero la principal atracción gastronómica de Sangolquí es el Hornado expendido en la Av. General Enríquez y en el mercado cerrado El Turismo. Este platillo posee la carne de cerdo con trozos de cuero crocante, papa, mote, y aguacate todo esto bañado en una salsa de agrío (Gobierno Municipal de Rumiñahui, 2018).



Foto N° 3

Hornado



Fuente: (Gobierno Municipal de Rumiñahui, 2018)

Autor: Dirección de Comunicación Social

Representada por: Lic. Clavijo Mayra

Cabe mencionar que este plato lo han degustado personajes ilustres nacionales y extranjeros que han visitado nuestro cantón, destacando la calidad de producto que se vende al público.

Selva Alegre es un sector ubicado a 5 minutos de Sangolquí donde se puede degustar los famosos cuyes asados, sirviéndose con papa cocinada, salsa de maní, lechuga, tomate y aguacate. Cabe mencionar que el cuy era una ofrenda para los Dioses de la Naturaleza, años más tarde fue domesticado para el consumo humano (Gobierno Municipal de Rumiñahui, 2018).

Foto N° 4

Cuy



Fuente: (Gobierno Municipal de Rumiñahui, 2018)

Autor: Dirección de Comunicación Social

Representada por: Lic. Clavijo Mayra



Otro plato emblemático que tiene Sangolquí es:

Trucha Asada

Este plato típico representa a la parroquia rural Rumipamba y este a su vez es el alimento principal del Sendero de la Trucha.

Foto N°5

Trucha asada



Fuente: (Gobierno Municipal de Rumiñahui, 2018)

Autor: Dirección de Comunicación Social

Representada por: Lic. Clavijo Mayra



1.4. Demografía

Según el último Censo de Población y Vivienda INEC 2010, la población total del cantón Rumiñahui asciende a 85.852 habitantes, de los cuales 75.080 se encuentran asentados en el área urbana, mientras que 10.772 habitante corresponden al sector rural. Cabe mencionar que dentro del sector urbano se encuentran las parroquias: San Rafael, Sangolquí, y San Pedro de Taboada. La parroquia Sangolquí mantiene población urbana y rural.

Las proyecciones poblacionales son muy importantes para planificar las diferentes actividades del desarrollo, sea a nivel de gobierno o a nivel privado. En este sentido es muy importante estimar la población en años futuros con la finalidad de identificar los requerimientos de los ser humanos para su normal desenvolviendo, así como para dosificar las relaciones actuales entre el ser humano y la disponibilidad de recursos naturales. Estrictamente en el sentido de la planificación territorial realizar proyecciones de la población permite planificar las demandas futuras y necesidades de las sociedades que requieren de servicios: educativos, de salud, infraestructura vial, seguridad social, comercio etc. (Rumiñahui G. A., 2019).

Tabla N.º 3
Proyección población completa

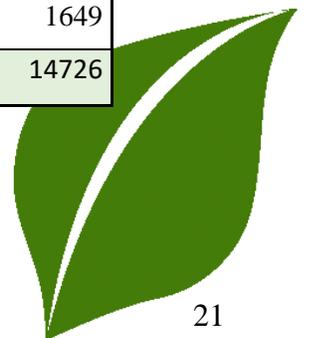
Sector	2010	2014	2020	2024
Urbano	75080	87237	102355	128166
Rural	10772	11706	13078	14726
Total	85852	98943	115433	142892

Fuente: (Rumiñahui G. A., 2019)

Tabla N.º 4
Proyección poblacional rural al año 2020 y 2024

Parroquia	1990	2001	2010	2020	2024
Sangolquí	8011	5768	6060	6367	6544
Cotogchoa	2389	2843	3937	5452	6533
Rumipamba	429	477	775	1259	1649
Total	10829	9088	10772	13078	14726

Fuente: (Rumiñahui G. A., 2019)



1.5. Actividades Antrópicas

El cantón Rumiñahui se caracteriza por su actividad turística y comercial.

La actividad turística se basa en:

- Monumentos: Como el del monumento al tiempo, monumento a la resistencia, monumento al Maíz, monumento al Colibrí, monumento a la Sed, monumento Aya Huma, el Rondador.
- Museos: Casa Museo Kingman ´´Posada de la Soledad´´, Mausoleo Juan de Salinas.
- Cascadas: como el Pita, Kimsa, Padre Urco, Velo de Novia, Rumibosque, Manto de la Virgen,
- Volcanes: como, por ejemplo, Cerro Ilaló, Corazón, Sincholagua, Rumiñahui, Pasochoa, Iliniza, Antisana.
- Iglesias: tales como, Iglesia Matriz San Juan Bautista, capilla de San Francisco, conventillo, iglesia Señor de los Puentes.

La actividad comercial se basa en la feria que se lleva a cabo los días jueves y domingos y que se realiza en la plaza Cesar Chiriboga y calle Venezuela (Municipio de Rumiñahui, 2018).

La cultura e identidad que tiene en cantón Rumiñahui está basada en las celebraciones, desfiles, música y gastronomía, por lo que hacen a este cantón valioso en tradiciones. Los principales desfiles son:

- | | |
|------------------------------|------------------------------|
| • Carnaval del Sol. | Fecha: 10 al 13 de marzo |
| • Fiestas de Cantonización. | Fecha: 31 de mayo |
| • Fiestas del Maíz y Turismo | Fecha: 1 al 30 de septiembre |
| • Paseo del Chagra | Fecha: 1 al 30 de septiembre |
| • Concurso de años viejos | Fecha: 31 de diciembre |

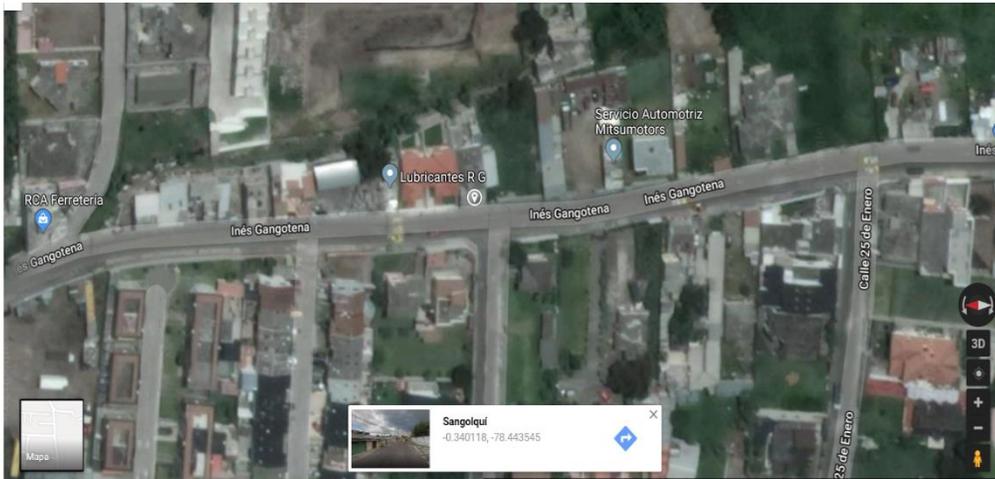


1.6. Localización Geográfica del Negocio

La panadería y pastelería “Sebas”, está ubicado en el barrio Inchalillo, calle Inés Gangotena y 22 de enero.

Gráfico N° 1

Ubicación de Panadería y Pastelería “SEBAS”



Fuente: <https://www.google.com/maps/@-0.3402064,-78.4436134,239a,35y,90h/data=!3m1!1e3>

Parroquia de Inchalillo

Inchalillo está ubicado en el sur oeste de la ciudad de Sangolquí cuenta con un área de 130 hectáreas y una población 3.100 habitantes (Guadalupe, 2017).



Historia de Inchalillo

Inchalillo se encuentra dentro de 95 hectáreas que conforman la ciudad de Sangolquí, en este sector se encuentra la parada de la cooperativa de transporte Condorvall, siendo esta considerada un transporte Inter cantonal debido a que este lleva los ciudadanos de Sangolquí hacia Quito, ayudando a diferentes estudiantes de universidades como: Escuela Politécnica del Ejercito (ESPE), Escuela Politécnica Nacional (EPN), Pontifica Universidad Católica del Ecuador, hasta culminar su recorrido en la Universidad Central del Ecuador (Guadalupe, 2017).

Límites

Inchalillo se encuentra delimitado por el sur: Calle D; por el este: rio San Nicolás; al norte por la Autopista General Rumiñahui; al este por la calle Inés Gangotena y al Oeste por la Avenida General Enríquez.

1.7. Situación del Negocio

La panadería inicio en un lugar arrendado, como un negocio familiar en el barrio Albornoz, cantón Rumiñahui, provincia de Pichincha. Debido a la competencia en este lugar y baja clientela se tuvo que reubicar en el barrio Inchalillo, cantón Rumiñahui, esta panadería se encontraba operando el 28 de mayo del 2014.

Se trabajó con un empleado quien fue recomendado por un familiar que tiene una panadería, esta persona se encargaba de la producción del pan, su salario era de \$200 dólares, su horario de entrada era a las 23h00 hasta las 05h00, no se manejaba un perfil establecido y solo se contrató por experiencia en el área de panificación. Por la irresponsabilidad del trabajador se lo despide, por este motivo los propietarios del establecimiento empiezan a realizar la producción para el negocio.

En el 2016, debido a la terminación del contrato del local donde se arrendaba se cambia de lugar a Inchalillo donde debido a la baja producción y clientela se buscó estrategias para vender el pan, estas fueron:

Realizar entregas a escuelas y tiendas.



La producción de la semana era de un quintal (110 libras) que era un total de 1.210 panes, variados como: gusanos, pan redondo, y rosas, el precio en el que se entregaba a los establecimientos era de \$0,11 centavos. El local funciona 1 año más, por falta de un buen manejo de la panadería, ésta se cierra hasta la actualidad.

El propósito es diseñar la reingeniería administrativa y operativa del establecimiento, aplicando así conocimientos gerenciales, con la finalidad de presentar una nueva propuesta a los clientes.

Por otra parte, se propone crear estrategias para el negocio, que están detallados en el capítulo 3 pagina 44 de esta tesis, así como también se plantea crear un análisis de resultados, ya que, con éste, sabremos características que el establecimiento debe reforzar.

Tipo de Empresa: Es una empresa familiar, y su razón social es Panadería y Pastelería Sebas

Tipo de Servicio que Presta: El establecimiento brinda servicio de panificación, pastelería, cafetería y heladería.

Representante Legal: Sr. Enrique Quiroz y Sra. Sandra Díaz.

Representante Administrativo: Srta. Carolina Quiroz.

1.8. Análisis PESTEL

Factor Político

La premonición que emerge sobre el futuro del sistema político ecuatoriano, es algo así como una reproducción en cámara lenta de la política peruana, donde los aparatos electorales se crean y se al calor de cada elección, sin estabilidad ni presencia regional discernible, infinitamente fragmentados y vueltos a unir para desagregarse nuevamente en la elección siguiente.



El trasfondo de ese panorama, sin partido hegemónico ni orientación política estable, radica en el fracaso de alternativa correísta a la fragmentación provocada por el neoliberalismo. Durante una década entera, el correísmo ensayo centrar esa alternativa en la reconfiguración del Estado, la ampliación de su presencia y la consolidación de su actitud vigilante y disciplinaria sobre una sociedad con diagnóstico de inmadura. La apuesta estuvo lejos de recrear y fortalecer el tejido social, alertar las iniciativas de la sociedad civil, pensar en serio la transformación del modelo económico, cuando el boom de las commodities se apagó, resurgieron todos los demonios escondidos y las viejas estructuras del poder social. Siguió siendo dependiente de los precios petroleros, y de los ingresos provenientes de la vitalidad del mismo modelo económico agroexportador (Ospina Peralta, 2019).

Factor Económico

En el Ecuador hay algunos factores a tomarse en cuenta. Los más importantes son:

- Niveles de empleo adecuado, subempleo y desempleo: A marzo del 2019, el nivel de empleo adecuado alcanza el 37,9 %, lo cual significa que más del 60% de ecuatorianos no está ejerciendo la profesión para la que se preparó. La tasa del subempleo es del 18,7%, aunque el subempleo es un factor difícil de medir, por lo que es un índice que probablemente cambiaría si se pudiera calcular de manera efectiva. El desempleo es del 4,6% (INEC, 2019).
- Reducción de ingresos familiares: A junio del 2018 la pobreza extrema se catalogó con un margen de ingresos de \$47,74 mensuales por persona. A nivel nacional el índice de pobreza se representa en el 24,5%, la extrema pobreza en el 9.0%, mientras que a nivel urbano la incidencia de pobreza es del 15,9% y la extrema pobreza del 4,7%. Igualmente, en el área rural la pobreza es del 43,0% y la pobreza extrema del 18,1% (INEC, 2010).



Factor Socio Cultural

Dentro del Cantón Rumiñahui, se aprecia cierto gusto por las panaderías que a su vez permita a sus clientes disfrutar del producto en el mismo establecimiento acompañado de familia, amigos, etc. Aunque todavía es una propuesta cuyo impacto es indefinido porque aún no existe un establecimiento de esta naturaleza en Sangolquí. Más aún, porque este planteamiento incluye la incorporación de una cafetería, y posiblemente, una heladería (Municipio de Rumiñahui, 2018).

Factor Tecnológico

La panadería se dará a conocer por medio de la creación de Pagina Web, Instagram, Redes Sociales (Rumiñahui G. A., 2019).

Factor Ecológico

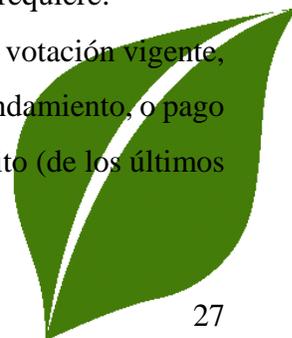
A pesar de que es casi imposible para una panadería, los desechos deben manejarse de cierta forma para que los desperdicios generados, puedan ser útiles de distintas formas. La separación por materiales es la iniciativa que debería tomar el Cantón (Rumiñahui G. A., 2019).

Factor Legal

La panadería se ubica dentro del Cantón Rumiñahui.

Para que la panadería y pastelería Sebas abra sus puertas, se necesita cumplir con los siguientes requerimientos los mismos que son realizados en el municipio del cantón Rumiñahui:

- Obtener el permiso del Uso del Suelo. Los trámites inician con la obtención del certificado de vigencia de normas particulares, mismo que debe ser sellado en una ventanilla e ingresado en otra en la Municipalidad de Rumiñahui. El plazo de atención y trámite es de 5 días laborables.
- Adquirir el RISE (Régimen Impositivo Simplificado), para lo cual se requiere:
- Presentar el original y copia de la cedula de ciudadanía, certificado de votación vigente, entregar el original de planilla de agua, luz, teléfono o contrato de arrendamiento, o pago del impuesto predial, o estado de cuenta bancaria, o de tarjeta de crédito (de los últimos 3 meses).



- Conseguir la Patente Municipal se necesita los siguientes requisitos:
- Copia de Cedula de Identidad, Papeleta de Votación, RUC o RISE, Certificado Solicitud de la Patente, Certificado de normas Particulares Aprobado.
- Sacar el permiso de funcionamiento para lo que se necesita:
- Copia de cedula de Identidad, copia del RUC o RISE, copia de informe del uso del suelo, copia del pago de patente de año en curso, copia del permiso de funcionamiento del cuerpo, formulario de permiso de funcionamiento. El plazo para el trámite es de 12 días laborables (Rumiñahui G. A., 2014).

El clima de Sangolquí, así como los lugares turísticos y tradiciones de este sitio son de gran atracción para habitantes del sector y turistas. Su crecimiento económico, pese a la poca dinamización de la economía, crece positivamente. Sangolquí y los barrios que son parte de él se avizoran como una potencia económica.



Capítulo 2

El presente capítulo se basa en el análisis de marketing, siendo esta una investigación basada netamente en el uso de encuestas, en el que incluirá el proceso de desarrollo del problema con su respectiva definición, la búsqueda de información y a su vez la interpretación de datos.

2.1. Investigación del Mercado

La Empresa en el Mercado

La Panadería y Pastelería “Sebas”, fue creada en el año 2014 como emprendimiento familiar con el objetivo de brindar a las personas un pan fresco y de calidad.

Está ubicado en Sangolquí en el Barrio Inchalillo en el Cantón Rumiñahui.

El establecimiento se caracteriza por ofrecer a sus clientes un buen servicio y atención.

Adicionalmente se implementará la Cafetería y se analizará también el instalar una heladería al negocio, para así aumentar clientela y generar crecimiento del establecimiento.

2.2. Mercado Meta

El mercado meta del negocio será dirigido mediante los siguientes parámetros:

Tabla N.º5

Mercado Meta

Ubicación		
Sangolquí / Inchalillo		
Demografía		
Edad	12 a 66	
Genero	Hombres	Mujeres

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Carolina Quiroz D.



Tamaño de Muestra

Ciudad: Sangolquí

Parroquia: Inchalillo

Cantón: Rumiñahui

Superficie: 2.255.3 km²

Población: 85.852 Habitantes

Gráfico N° 2
Cálculo de Muestra



Calculadora de Muestras

Margen de error:

 Nivel de confianza:

 Tamaño de Poblacion:

Margen: 10%
Nivel de confianza: 99%
Poblacion: 85852

Tamaño de muestra: 165

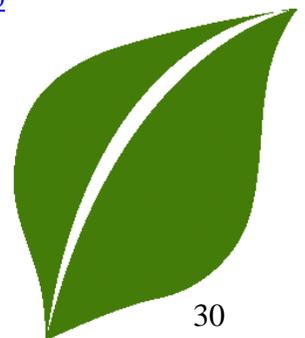
Ecuacion Estadística para Proporciones poblacionales

n= Tamaño de la muestra
 Z= Nivel de confianza deseado
 p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)
 q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)
 e= Nivel de error dispuesto a cometer
 N= Tamaño de la población

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

Fuente: http://www.corporacionaem.com/tools/calc_muestras.php

Elaborado por: Carolina Quiroz D



2.3. Modelo de Encuesta

ENCUESTA

1. ¿Qué factores considera usted importantes cuando va a una panadería? Enumérelos siendo 1 el más importante y 5 el menos importante.

	Cercanía
	Seguridad
	Variedad en productos
	La existencia de una cafetería y heladería
	Postres y pasteles

2. ¿Cuál es el aspecto más importante cuando compra productos de panadería y pastelería? Enumérelos siendo 1 el más importante y 5 el menos importante.

	Calidad
	Precio
	Sabor
	Servicio
	Productos novedosos

3. ¿Qué le gusta beber cuando consume pan?

- | | |
|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Leche | <input type="checkbox"/> Batido |
| <input type="checkbox"/> Chocolate | <input type="checkbox"/> Té |
| <input type="checkbox"/> Caffé, capuchino, moccachino | <input type="checkbox"/> Otros: _____ |
| <input type="checkbox"/> Jugo | |

4. ¿Cuál es su tipo favorito de pan?

- Pan dulce
 Pan de agua
 Pan de sal

5. Aproximadamente, ¿cuál es el monto que invierte cuando va a una panadería?

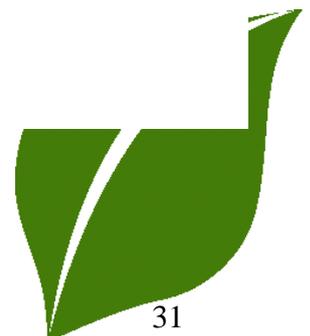
- Menos de \$3
 Entre \$3 y \$5
 Entre \$5 y \$7
 Entre \$7 y \$10
 Más de \$10

6. ¿Cuántas veces a la semana compra pan?

- Todos los días
 4 a 5 veces a la semana
 2 a 3 veces a la semana
 1 vez a la semana

7. ¿Comparte usted con su familia, momentos en una panadería que además ofrezca cafetería y heladería?

- Muy a menudo
 A veces
 Rara vez
 Nunca



2.4. Tabulación de la Encuesta

Asunto de la Investigación: Averiguar la aceptación del cliente.

Tamaño de Población: 85.852 Habitantes.

Tamaño de Muestra: 165 Encuestas.

Tiempo en realizar la encuesta: Del 13 al 31 de mayo del 2019.

Edad

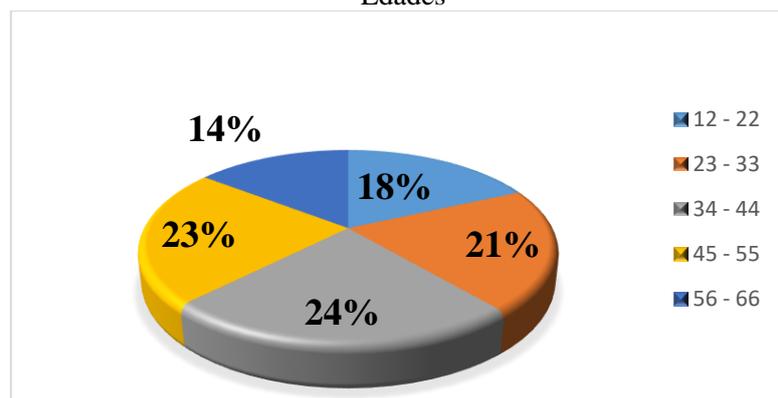
Cuadro N° 1

Datos de Edades

Edades	Encuestas	Porcentaje
12 - 22	30	18%
23 - 33	34	21%
34 - 44	39	24%
45 - 55	38	23%
56 - 66	24	14%
Total	165	100%

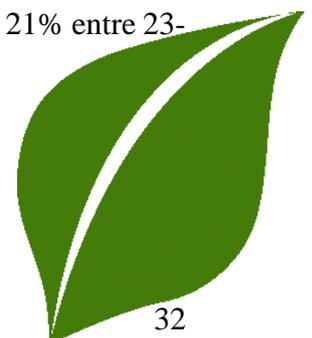
Gráfico N° 3

Edades



Interpretación:

El 24% de los encuestados tienen una edad de 34-44 años, el 23% es 45-55, el 21% entre 23-44, un 18% 12-22, y un 14% de 56-66.



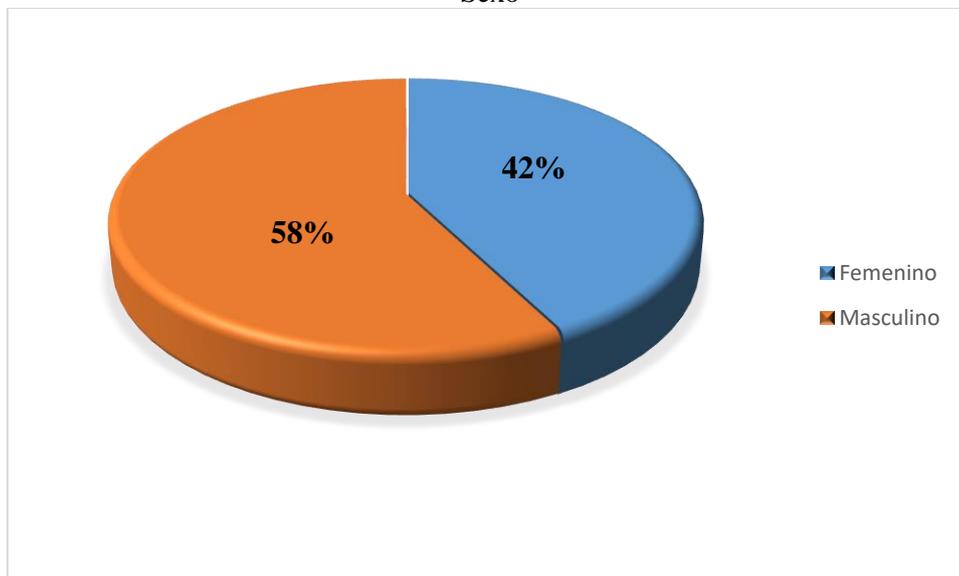
Sexo

Cuadro N° 2

Datos de Genero

Sexo	Encuestados	Porcentaje
Femenino	70	42%
Masculino	95	58%
Total	165	100%

Gráfico N°4
Sexo



Interpretación:

De las 150 personas que fueron encuestadas el 58% es de género masculino y el 42% de género femenino.



**1. ¿Qué factores considera usted importante cuando va a una panadería?
Enumérelos siendo 1 el más importante y 5 menos importante.**

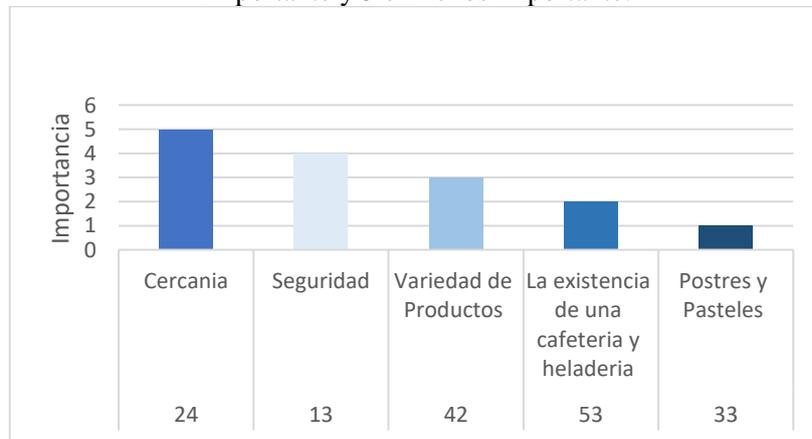
Cuadro N° 3

Pregunta N° 1

Encuestados	Datos	Importancia
24	Cercanía	5
13	Seguridad	4
42	Variedad de Productos	3
53	La existencia de una cafetería y heladería	2
33	Postres y Pasteles	1

Gráfico N° 5

¿Qué factores considera usted importantes cuando va a una panadería? Enumérelos siendo 1 el más importante y 5 el menos importante.



Interpretación:

De las 150 personas encuestadas se observa que 53 personas optaron por que el establecimiento cuente con una cafetería y heladería para así poder compartir un momento agradable en el local, los 43 habitantes encuentran importante la variedad de producto. 33 encuestados consideran que el negocio debe haber postres y pasteles, mientras que 24 individuos optan por la cercanía, y tan solo un total 13 de ellos piensan que la seguridad no es denominante para adquirir productos de panificación.



2. ¿Cuál es el aspecto más importante cuando compra productos de panadería y pastelería? Enumérelos siendo 1 el más importante y 5 menos importante

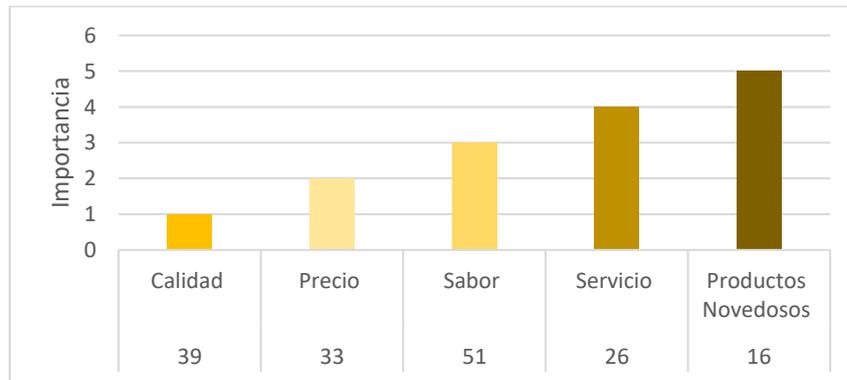
Cuadro N° 4

Pregunta N° 2

Encuestados	Datos	Importancia
39	Calidad	1
33	Precio	2
51	Sabor	3
26	Servicio	4
16	Productos Novedosos	5

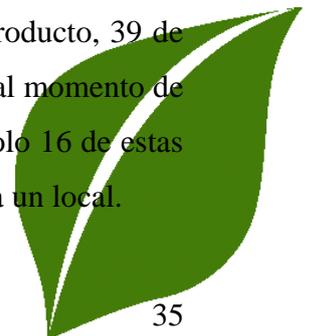
Gráfico N° 6

¿Cuál es el aspecto más importante cuando compra productos de panadería y pastelería? Enumérelos siendo 1 el más importante y 5 el menos importante.



Interpretación:

51 personas encuestadas piensan que un factor importante es el sabor del producto, 39 de ellos piensan que la calidad debe sobresalir, 33 habitantes optan por el precio al momento de comprar, 26 individuos creen que el servicio es un factor a destacar, y tan solo 16 de estas personas consideran que los productos novedosos no es muy importante para un local.



3. ¿Qué le gusta beber cuando consume pan?

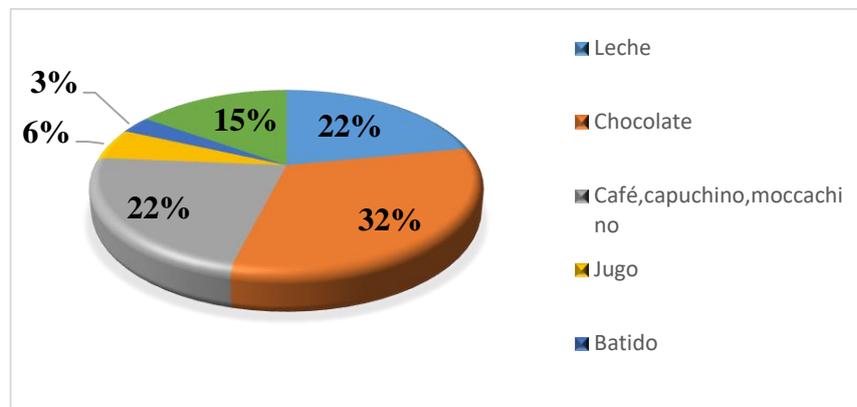
Cuadro N° 5

Pregunta 3

Bebidas	Encuestados	Porcentaje
Leche	36	22%
Chocolate	53	32%
Café, capuchino, mocachino	37	22%
Jugo	9	6%
Batido	5	3%
Té	25	15%
Total	165	100%

Gráfico N° 7

¿Qué le gusta beber cuando consume pan?



Interpretación:

Con un total de 150 encuestados un 32% acompañan el pan con chocolate, un 22% con leche, café, capuccino, mocachino, el 15% prefieren acompañar con té, un 6% y 3% opta por tomar su con batido y jugo su pan.



4. ¿Cuál es su tipo favorito de pan?

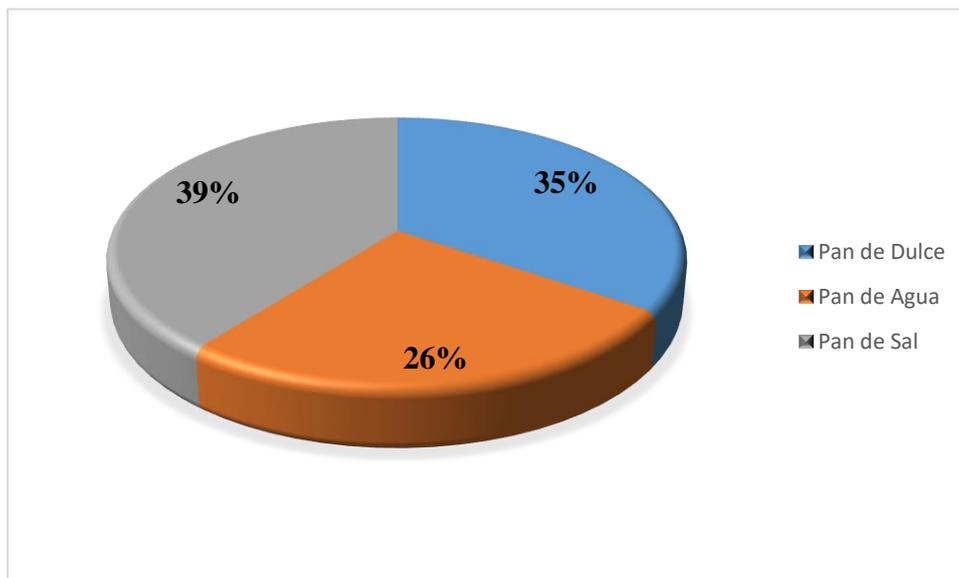
Cuadro N° 6

Pregunta N° 4

Panes	Encuestados	Porcentaje
Pan de Dulce	57	35%
Pan de Agua	43	26%
Pan de Sal	65	39%
Total	165	100%

Gráfico N.º 8

¿Cuál es su tipo favorito de pan?



Interpretación:

La grafica refleja que un 39% prefiere el pan de sal, el 35% elige pan de dulce y un 26% opta por consumir pan de agua.



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

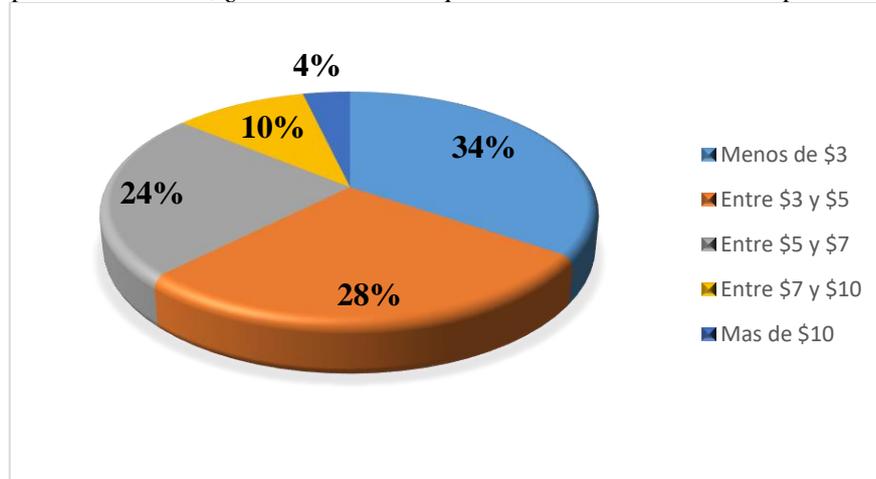
Cuadro N° 7

Pregunta N° 5

Monto	Encuestados	Porcentaje
Menos de \$3	57	34%
Entre \$3 y \$5	46	28%
Entre \$5 y \$7	39	24%
Entre \$7 y \$10	17	10%
Más de \$10	6	4%
Total	165	100%

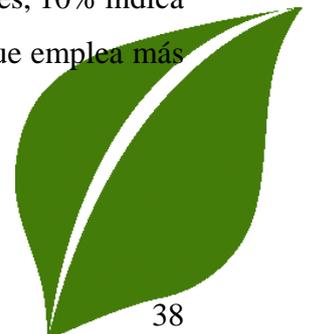
Gráfico N° 9

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



Interpretación:

De las personas encuestadas un 34% invierten menos de \$3 dólares al momento de consumir pan, el 28% entre \$3 y \$5 dólares, el 24% manifiesta que pagan \$5 a \$7 dólares, 10% indica que emplea de \$7 a \$10 dólares en una panadería, y tan solo un 4% señala que emplea más de \$10 dólares al momento de adquirir pan.



6. ¿Cuántas veces a la semana compra pan?

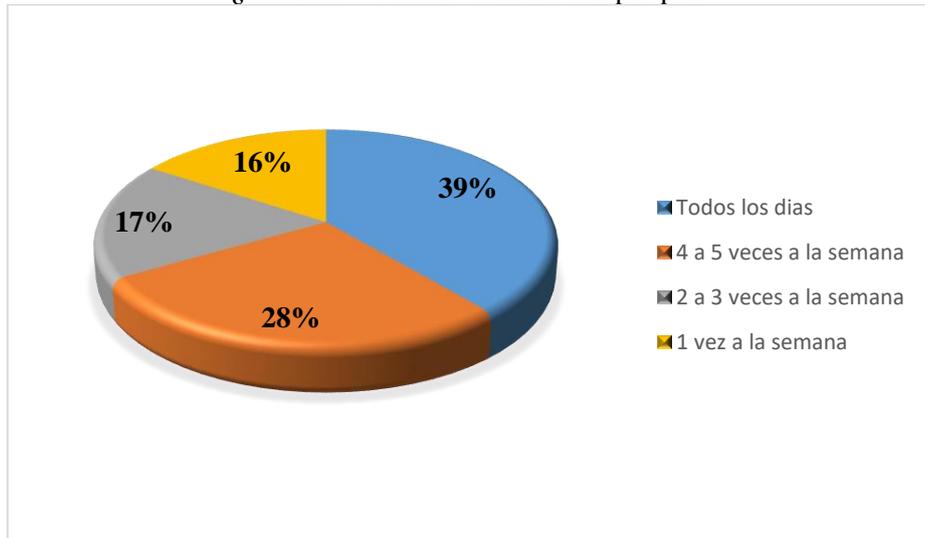
Cuadro N° 8

Pregunta N° 6

Compra Pan	Encuestados	Porcentaje
Todos los días	64	39%
4 a 5 veces a la semana	46	28%
2 a 3 veces a la semana	29	17%
1 vez a la semana	26	16%
Total	165	100%

Gráfico N° 10

¿Cuántas veces a la semana compra pan?



Interpretación:

El 39% de los encuestados manifiestan que compran pan todos los días, el 28% refleja que adquieren productos de panificación de 4 a 5 veces a la semana, por otra parte, el 17% y 16% invierte en la compra de pan de 1 a 3 veces por semana.



7. ¿Comparte usted con su familia, momentos en una panadería que además ofrezca cafetería y heladería?

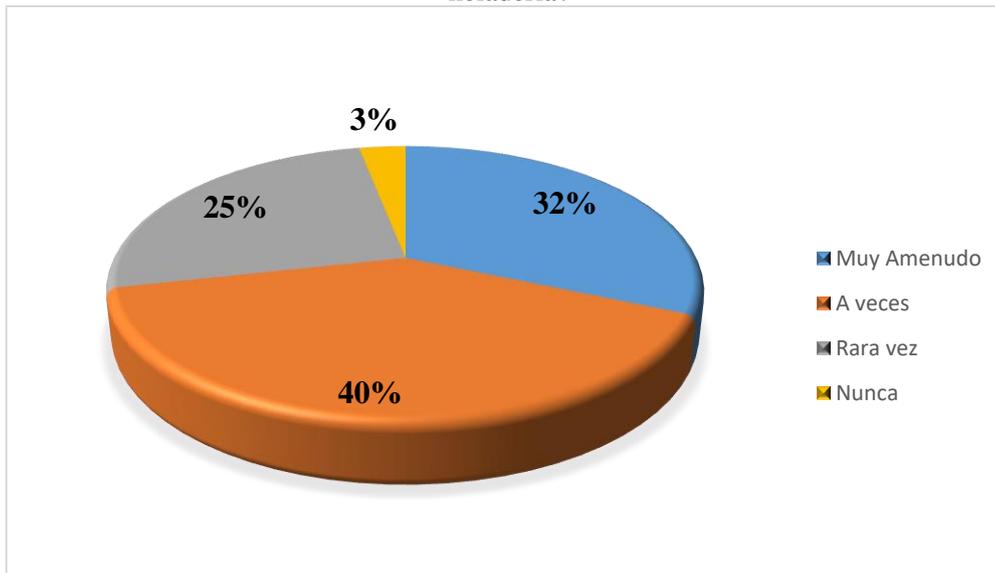
Cuadro N° 9

Pregunta N° 7

Datos	Encuestados	Porcentaje
Muy a menudo	52	32%
A veces	66	40%
Rara vez	42	25%
Nunca	5	3%
Total	165	100%

Gráfico N° 11

¿Comparte usted con su familia, momentos en una panadería que además ofrezca cafetería y heladería?



Interpretación:

De los encuestados el 40% comparte a veces con su familia en algún establecimiento que además ofrezca cafetería y heladería, el 32% muy a menudo, un 25% acude rara vez a un lugar con esos servicios, y el 3% nunca visita con sus parientes una panadería que también le permita compartir con su familia.



Los resultados que muestra la investigación de mercado son favorables para el establecimiento de la Panadería y Pastelería "Sebas". El valor propuesto agregado correspondiente a la fusión de este servicio con una cafetería y heladería ha sido recibido con muestras claras de conformidad.



Capítulo 3

Una vez determinado el problema es necesario presentar el siguiente capítulo donde se plantea estratégicamente los objetivos a lograr, ordenar y definir las prioridades determinando los medios para así asegurar su aplicación.

3.1. Planificación Estratégica

Misión

Elaborar productos de panificación y pastelería, con adición de servicios de cafetería comprometidos siempre con la calidad y el servicio brindado a nuestros clientes.

Visión

Convertirse en un establecimiento reconocido y de referencia en la producción y elaboración de productos de panificación, con énfasis en el consumo de alimentos saludables, en el sector de Inchalillo para el año 2024.

Valores

- **Amabilidad:** Aplicar con los clientes y compañeros, ya que de esta manera seremos tratados.
- **Honestidad:** Es importante contar con este valor, ya que así los clientes se sientan seguros y a gusto en el establecimiento.
- **Creatividad:** implica añadir nuevas ideas a la empresa, este valor corporativo puede servir ya que incrementaría los clientes.
- **Trabajo en Equipo:** Compromete a los empleadores a convivir en armonía y organización para así alcanzar los objetos establecidos.

Políticas de la Empresa

- Llevar el uniforme del establecimiento correctamente.
- Si el empleado no cumple con la asistencia al establecimiento, será puesto un memo y se sancionará según lo estipula el reglamento del Ministerio de Trabajo.



- Trabajar con personas capacitadas en el ámbito gastronómico.
- Ser un establecimiento que no utilice plástico para expender sus alimentos.
- Mantener pedidos bajo esquemas de mercado electrónico ya que de esta manera se receptorán órdenes por redes sociales, página web.
- Aceptar practicantes de diferentes instituciones que crucen sexto semestre de Gastronomía.
- Al final de cada mes se realizará una reunión de trabajo para realizar un recuento del trabajo realizado: propuestas de mejora, presentación de problemas en la realización del trabajo, búsqueda de soluciones.

3.2. Objetivo general de la panadería y pastelería Sebas

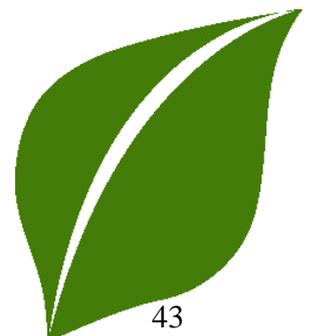
Convertirse en una panadería y pastelería reconocida en su área geográfica, con rasgos predominantes de calidad y servicio; y en continua observancia de las necesidades de nuestros clientes.

Objetivos Específicos de la panadería y pastelería Sebas

- Llegar a ser un lugar conocido en Inchalillo y reconocido por sus productos.
- Incrementar ventas a razón de un 10% trimestral.
- Irse posicionando como un lugar familiar donde se encuentren artículos para grandes y chicos.
- Ofrecer un excelente servicio al cliente.
- Contar con un espacio físico agradable y placentero.
- Elaborar productos llenos de sabor.

3.3. Nombre comercial del Proyecto

Panadería y Pastelería Sebas



Imagotipos Antiguo y Nuevo

El nuevo imagotipo fue diseñado con el objetivo de armonizar con los colores de la decoración propuestos para la remodelación. El objetivo es mostrar una imagen que se pueda grabar en la mente de los clientes.



Elaborado por: Carolina Quiroz D.

Definición de los colores de Imagotipo Nuevo

El rosa.

Hay sentimientos y conceptos que solo pueden describirse mediante el color rosa, y todos los sentimientos asociados al rosa son positivos; el rosa es, sin ningún género de duda, el color del que nadie puede decir nada malo. Rosa es también la sensibilidad y la sentimentalidad. El rosa, mezcla de un color cálido y uno frío. Simboliza las cualidades nobles del compromiso.

El rosa es dulce, es el color de los confites. Es el color del deleite. El gusto que se espera del rosa es dulce y suave.

El negro.

El negro es la elegancia sin riesgo. El negro es el color que subraya los valores dominantes. En muchos aspectos, el negro es un color apreciado tanto por las personas jóvenes como por las mayores (Heller, 2008).

Slogan

“La calidad nos distingue”



3.4. Análisis FODA

FODA De Panadería Y Pastelería “SEBAS”

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Precio accesible del producto • Calidad del producto • Variedades en el producto • Servicio eficiente • Experiencia en el mercado • Contar con proveedores puntuales 	<ul style="list-style-type: none"> • Innovación del producto • Administración orientada a la expansión • Materia prima con costo adecuado • Consumo de productos nacionales
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Tamaño de la empresa • Deudas que podemos adquirir • Fracaso de los productos 	<ul style="list-style-type: none"> • No tener acogida de la cafetería • Competencia en la calle principales del Barrio • Delincuencia que está creciendo en el cantón.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Carolina Quiroz D.

Mediante el análisis FODA se encontró que existe un punto positivo en el ingreso al mercado ya que posee más fortalezas que debilidades sin embargo se toma muy en cuenta amenazas sociales como: competencia en las calles principales del barrio, delincuencia que esta creciendo en el cantón, y no tener acogida de la cafetería.

El segmento para el que la panadería y pastelería “Sebas” está dirigido es para crear una confianza entre empresa y consumidor.



3.5. Marketing

Marketing Mix (Producto, Precio, Plaza, Promoción)

Producto

La Panadería y pastelería “Sebas” diseña sus productos pensando en una nueva manera saludable de alimentarse, tanto en niños como en adultos. Estos productos están elaborados con materia prima de calidad. Se planea:

- Tener variedad de producto
- Hacer promociones en fechas especiales como: San Valentín, Día de la Madre, Cumpleaños, etc.
- Realizar diseños personalizados a pedido, tanto de panadería como de pastelería.

Precio

Los productos serán alcanzables para todas las personas, estos precios se basan en la receta estándar de cada producto.

El pago de la mercancía será en efectivo en un inicio.

Plaza

El cliente que desee adquirir nuestros productos lo puede hacer visitando nuestras instalaciones y mediante nuestra página de internet.

Promoción

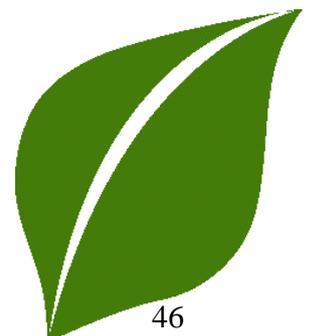
En la reapertura del negocio tendremos precios con descuentos de 5% en compras mayores a 20 dólares

A los que adquieran nuestro producto por más de 1 semana seguida la siguiente compra será gratis

El medio principal de comunicación será:

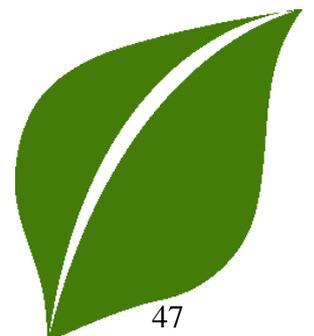
Sitios de Internet, Facebook, Instagram

También se difundirá por medio de papeles volantes.



Distribución

- Servicio a Domicilio, La distribución se hará mediante auto propio y el recargo se cobrará al momento de la entrega en el domicilio.
- En las instalaciones propias.
- El establecimiento se tendrá mejoras y se añadirá una cafetería y una heladería artesanal para un mejor servicio, ya que, en Sangolquí, no hay un establecimiento que brinde este servicio.



3.6. Cartera de productos a Ofertar

Menú

Tabla N° 6
Menú

MENÚ PANADERIA Y PASTELERIA SEBAS	
Productos	Precio De Venta
Aplanchados	0,50
Chesse cake de oreo	9,54
Cupcakes	1,00
Donuts	0,30
Galletas de naranja	0,10
Guaguas de pan	0,51
Melvas	0,45
Mousse de maracuyá	6,40
Orejitas/ palmeras	0,30
Pan baguette	1,20
Pan croissant	0,15
Pan danés	0,30
Pan de chocolate	0,31
Pan de coco	0,48
Pan de dulce	0,15
Pan de leche	0,20
Pan reventado	0,16
Suspiros	0,10
Torta de chocolate	5,00
Torta tres leches	1,48

Elaborado por: Carolina Quiroz D.



3.7. Estructura Organizacional

Recursos Humanos

El establecimiento constara con 4 personas, al inicio de sus funciones, si el negocio necesitara más empleados se los contratará si este fuera el caso, cargos detallados en lo siguiente:

- a) 1 gerente
- b) 1 panadero
- c) 1 pastelero
- d) 1 persona para atención al cliente

El salario de las personas que trabajen en el establecimiento será del salario básico de acuerdo como establece el ministerio de trabajo.

El personal obtendrá los beneficios sociales de acuerdo a lo establecido en la ley, los mismos que serán:

- a) Afiliación al seguro social, a partir de los 3 meses de trabajo
- b) Pago de horas extras, si es necesario
- c) Vacaciones Anuales

Adicionalmente la panadería constará con beneficios adicionales como:

- Uniformes
- Alimentación
- Agasajo Navideño

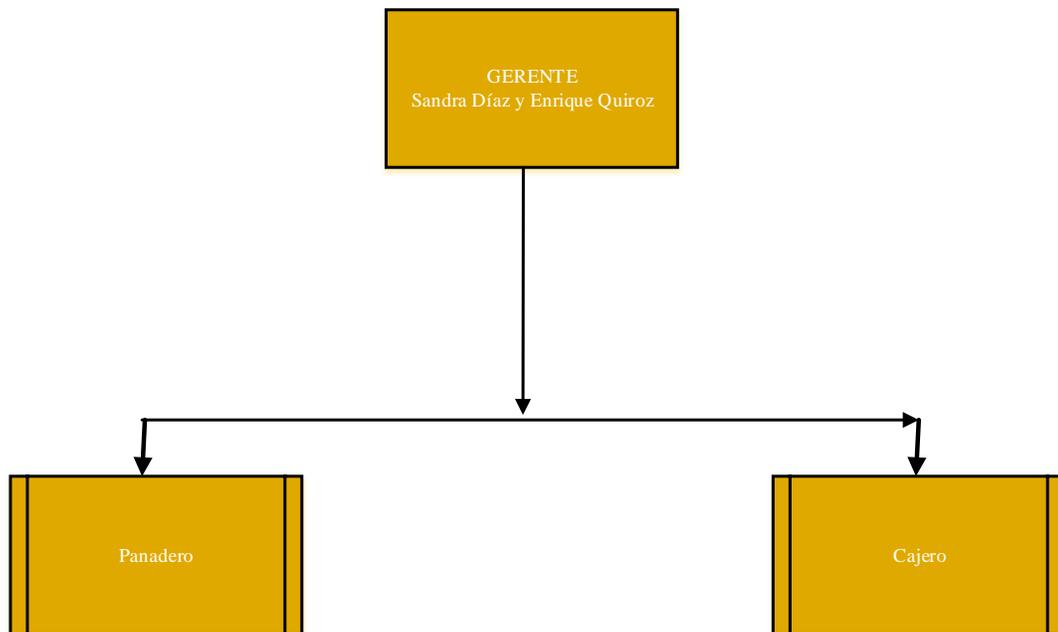


3.8. Organigrama Estructural

Organigrama

Son sistemas de organización que se representa en forma intuitiva y con objetividad. Los organigramas señalan la vinculación que existe entre sí de los departamentos a lo largo de las líneas de autoridad principales. El organigrama sirve para dividir funciones, responsabilidades, jerarquías, canales de comunicación (Carrillo, 2009).

Organigrama Antiguo



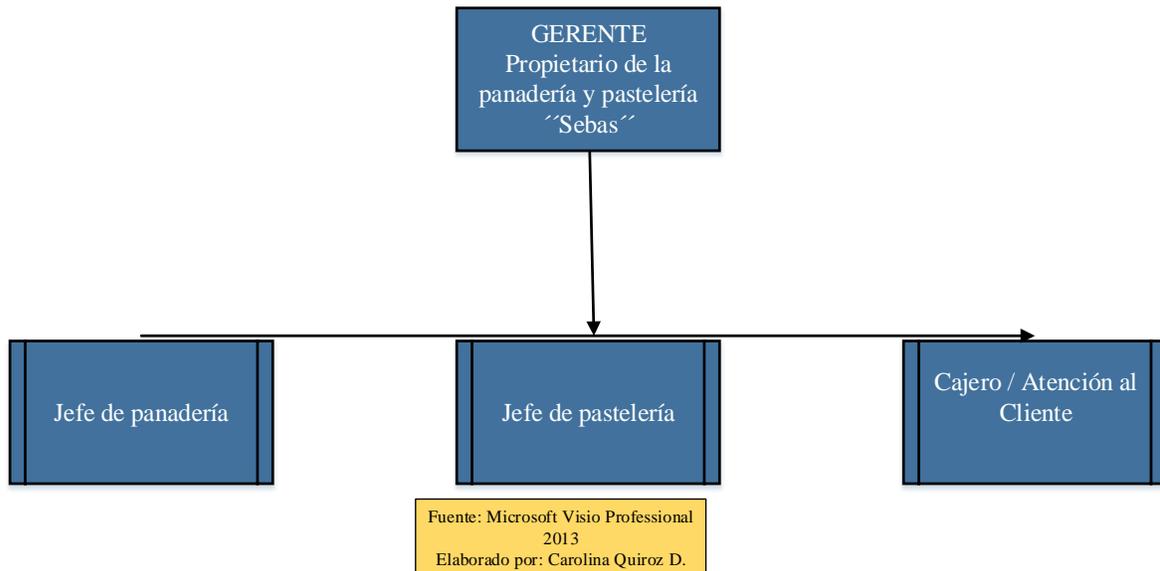
Fuente: Microsoft Visio Professional 2013

Elaborado por: Carolina Quiroz D.



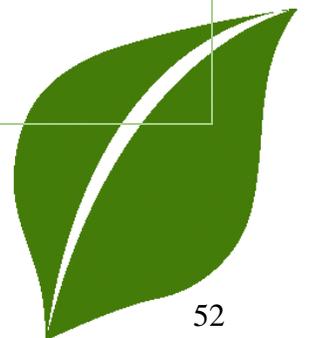
Para las actividades de la panadería se utilizará el siguiente organigrama:

Organigrama Nuevo



3.9. Descripción De Funciones

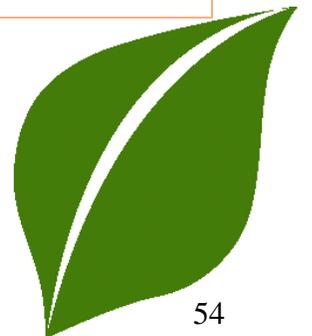
Código	G - 01
Código del cargo	GP-001
Nombre del cargo	Gerente
Perfil	Administrador de empresas Propietario del establecimiento
Salario	394 dólares más beneficios de ley
Requisitos Laborales	Experiencia mínimo 1 año
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Delegar funciones a los jefes a cargo de cada área ✓ Soluciones problemas del establecimiento y hablar con los clientes. ✓ Supervisar que todo el equipo funcione óptimamente. ✓ Controlar inventario del establecimiento. ✓ El gerente se encargará de recibir los insumos de los proveedores y guardarlos en la bodega.



Código	JP- 001.
Código del cargo	JP- 002
Nombre del cargo	Jefe de Panadería
Perfil	Ingeniero en gastronomía Cursos actualizados de Panadería
Salario	394 dólares más beneficios de ley
Jefe Inmediato	Gerente o Propietario del Establecimiento
Requisitos Laborales	Experiencia mínima de 1 año
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Trabajar con el uniforme apropiado ✓ Supervisar que los productos estén frescos ✓ Revisar hoja de insumos ✓ Revisar pedidos de proveedores ✓ Ser cuidadoso con la manipulación de los alimentos ✓ Saber los menús y recetas para elaboración de los productos. ✓ Elaborar y crear nuevos productos de panadería ✓ Asegurarse que los productos estén listos al momento de abrir el establecimiento ✓ Dejar el área de trabajo limpio diariamente.



Código	JPYR - 001
Código del cargo	JPYR-003
Nombre del cargo	Jefe de Pastelería
Perfil	Ingeniero en gastronomía Cursos de Actualización sobre pastelería
Salario	394 dólares más beneficios de ley
Jefe Inmediato	Gerente o Propietario del Establecimiento
Requisitos Laborales	Experiencia mínimo 1 año
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Trabajar con el uniforme apropiado ✓ Supervisar que los productos estén aptos para el consumo. ✓ Revisar hoja de inventarios / stock ✓ Revisar pedidos de proveedores ✓ Elabora los modelos de los postres ✓ Aceptar sugerencias u opiniones ✓ Dejar limpio el área de trabajo diariamente.



Código	AC-001
Código del cargo	AC-006
Nombre del cargo	Atención al Cliente / Cajero
Perfil	Administrador de empresas Cursos sobre manejo de clientes
Salario	394 dólares más beneficios de ley
Requisitos Laborales	Experiencia mínimo 1 año
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tener conocimiento sobre el menú del establecimiento ✓ Estar pendiente de las solicitudes de los clientes. ✓ Ser atenta y cordial con los clientes. ✓ Recibir sugerencias de los comensales.

Se establecen las políticas institucionales y planificación estratégica con miras al cumplimiento de la misión y visión institucionales.



Capítulo 4

Este capítulo establece la planificación operativa, el diseño del establecimiento y recetas ya que de esta manera tendrá un orden definido.

4.1. Planificación Operativa de la Panadería y Pastelería Sebas

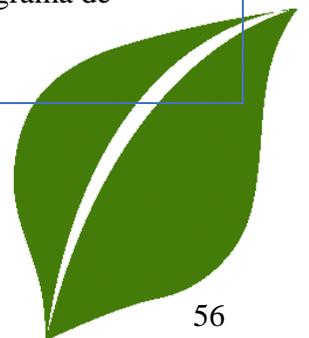
La panadería y pastelería Sebas implementara un manual de procedimientos y diagramas, el cual ayudara al mejor desarrollo del establecimiento.

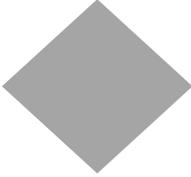
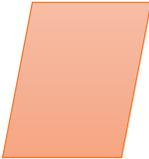
Diagrama de Flujo

Es la representación gráfica o secuencias de un procedimiento a ejecutarse, esto quiere decir que es la gráfica simbólica de un procedimiento administrativo (Manene, 2011).

Tabla N.º 7
Simbología de diagrama de flujos

Símbolo	Nombre del Símbolo y Definición
	Flecha: este símbolo muestra la dirección y conexión que tiene con otros símbolos, y la dirección de flujo
	Terminación: Es el que indica el comienzo o el final de un flujo en el diagrama de procesos.



	<p>Proceso: Indica funciones, actividades de un determinado proceso.</p>
	<p>Decisión: Demuestra que debe tomar una decisión y que el flujo del proceso seguirá ciertas direcciones.</p>
	<p>Documento: Es la información que las personas pueden leer.</p>
	<p>Datos: Representa a cualquier tipo de dato en el diagrama de flujos.</p>
	<p>Subrutina o Proceso Pre definido: Es un proceso que ya esté definido previamente</p>

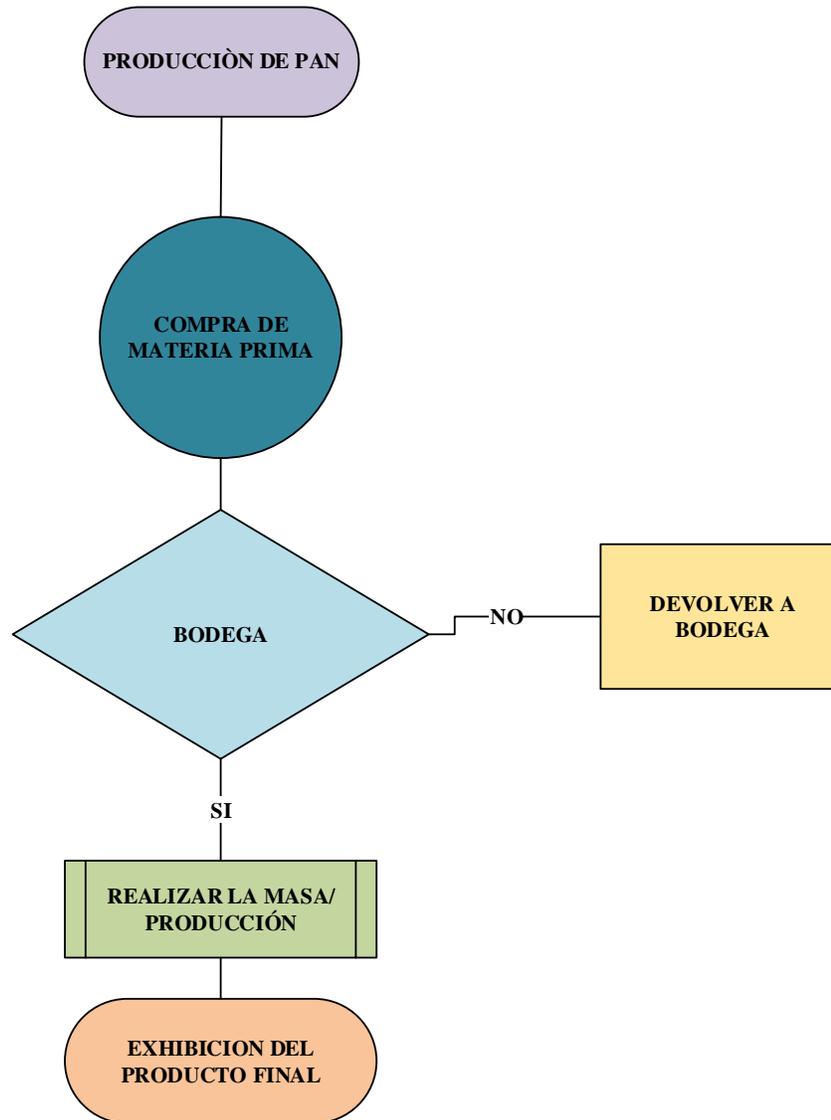
Elaborado por: Carolina Quiroz D.

Fuente: <https://www.heflo.com/es/blog/modelado-de-procesos/significado-simbolos-diagrama-flujo/>

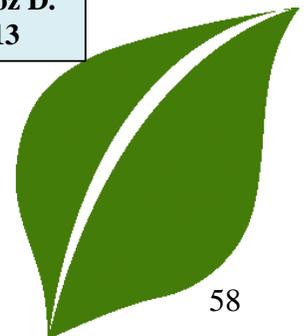


4.2. Procesos de Operaciones

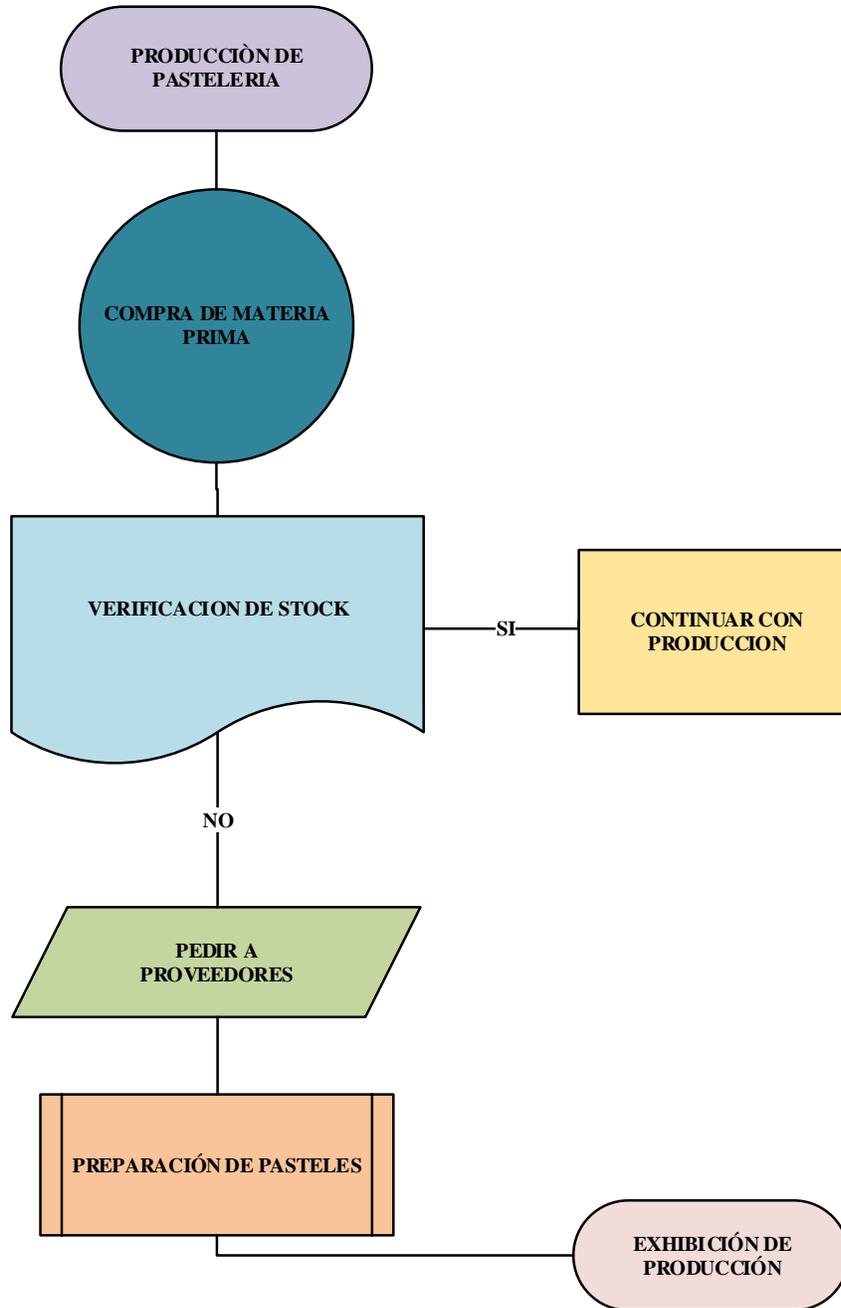
Procedimiento de Panadería



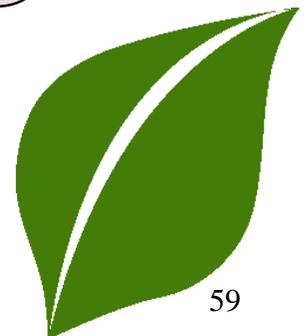
Elaborado por: Viviana Carolina Quiroz D.
Fuente: Microsoft Profesional Visio 2013



4.3. Procedimiento de Pastelería



Elaborado por: Viviana Carolina Quiroz D.
Fuente: Microsoft Profesional Visio 2013



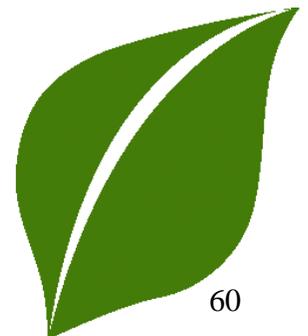
4.4. Diseño Operativo (Layout)

El establecimiento estará diseñado con áreas básicas para: recepción, producción, almacenamiento, servicio al cliente.

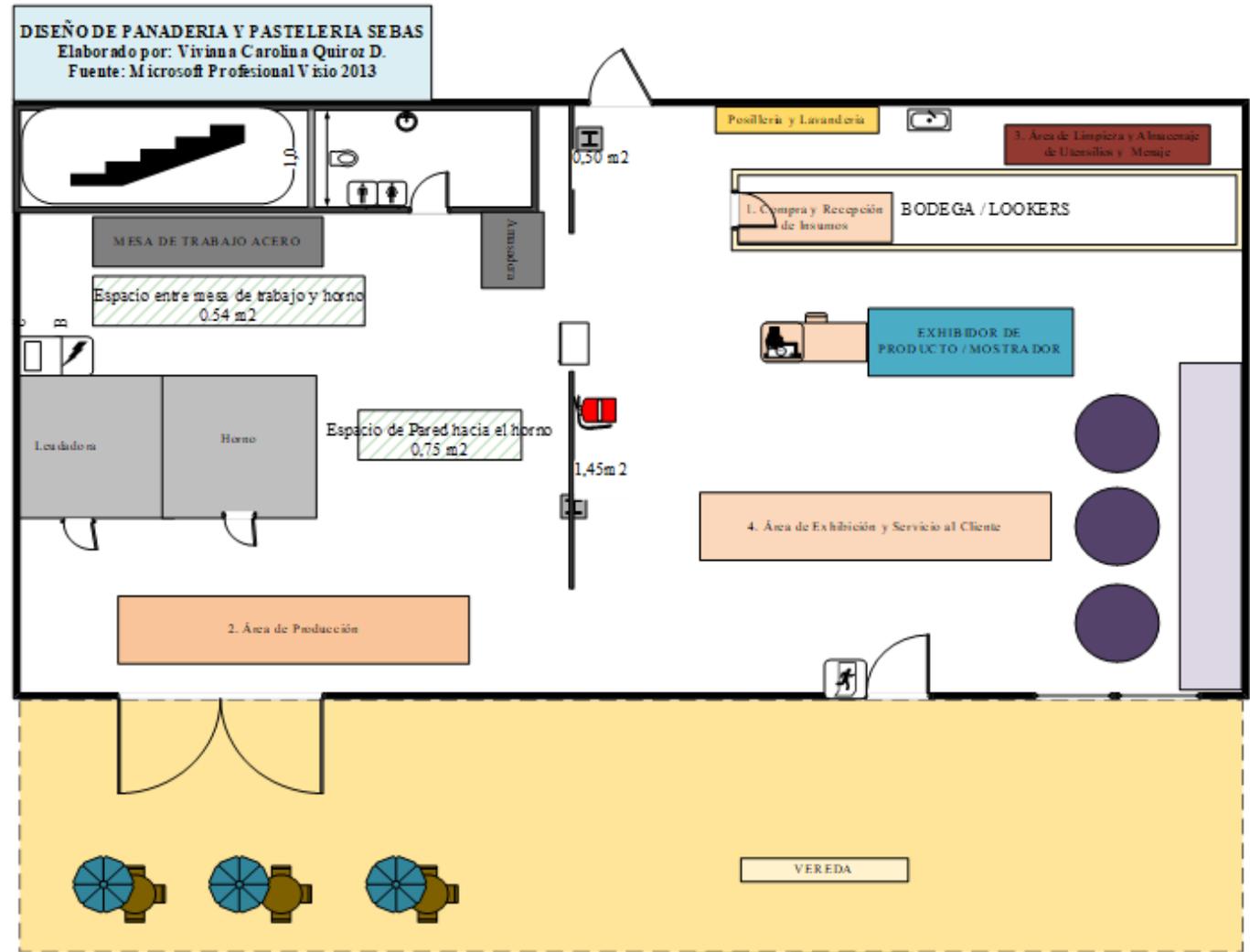
El área contara de 100m² distribuidos en las áreas que el establecimiento necesita.

Distribución De Las Áreas

- 1. Compra y Recepción de Insumos**
- 2. Área de Lavado de Utensilios y Menaje**
- 3. Bodega y Lookers del Personal**
- 4. Almacenaje de Utensilios y Vajilla**
- 5. Zona de Pastelería y Panadería**
- 6. Área de Producción**
- 7. Exhibición del producto**
- 8. Servicio al Cliente**



1. Compra y recepción de insumos
2. Área de lavado de utensilios y menaje
3. Bodega y lookers del personal
4. Almacenaje de utensilios y vajilla
5. Área de producción de la panadería y pastelería
6. Exhibición del producto
7. Servicio al cliente



Compra y Recepción de Insumos (7,12m²)

Este departamento se encargará de la realización de pedidos y compras a proveedores. Una vez el pedido sea receptado el encargado de esta área debe almacenar de manera correcta y repartir la mercadería según su utilización (Artacho Navarro, 2019).

Área de lavado de utensilios y menaje (10,50m²)

Es el sitio establecido para la limpieza de utensilios y menaje tanto del área de producción como el del servicio de la cafetería (Artacho Navarro, 2019).

Bodega y Looker (7,12m²)

Almacenaje de Utensilios y Vajilla (10,50)

Área que será destinada para colocar la vajilla y utensilios que no se utilizarán, y serán guardados de manera segura.

Área de Producción de Pastelería y Panadería (13,10m²)

En este espacio se elaborarán los productos de pastelería y panificación, en esta zona trabajaran específicamente las personas encargadas como son el Jefe de Panadería, ayudante de panadería y el Jefe de Pastelería y su ayudante (Artacho Navarro, 2019).

Exhibición del producto (16m²)

En este lugar mostraremos los productos ya finalizados y para el consumo los clientes.

Servicio al cliente (16m²)

Horno (3,87m²)

Amasadora (1,33m²)



4.5. Infraestructura

Diseño de Imagen Corporativo

Se planean cambios en el establecimiento, esto incluye, la fachada, los colores, el imagotipo y el slogan.

Los colores para la fachada son rosa pastel, y negro

Los colores para el interior son verde pastel y blanco.

Instalaciones

Artículo 3. De las Consideraciones Mínimas Básicas

Los establecimientos que brinden y manipulen alimentos deben ser diseñados y construidos de acuerdo a las operaciones y riesgos implicados a la actividad y alimento, de esta forma los establecimientos deben cumplir los siguientes requisitos (ARCSA, 2015).

- a) El riesgo debe ser mínimo.
- b) El establecimiento debe cumplir con la distribución de áreas las mismas que permita un mantenimiento, limpieza y desinfección correcta.
- c) Los materiales que sean de contacto con los alimentos no deben ser tóxicos y estén diseñados para una fácil limpieza y desinfección.
- d) Debe facilitar el control de plagas e impida el acceso y refugio de las mismas.



Artículo 5. Diseño y Construcción

La edificación debe ser construida y diseñada de tal manera que cumplan con los requisitos establecidos (ARCSA, 2015).

- Ofrezca protección contra polvo, materias extrañas, insectos, roedores, aves, y otros elementos del ambiente exterior y que mantenga las condiciones sanitarias apropiadas.
- La construcción sea sólida y disponga de espacio suficiente para las instalación, operación y mantenimiento de los equipos, así como para el movimiento del personal y el traslado de materiales o alimentos.
- Brinde facilidad de higiene para el personal.
- Las áreas internas de producción se deben dividir en zonas según el nivel de higiene que requieran y dependiendo de la contaminación de los alimentos.

Artículo 6. Condiciones Específicas De Las Áreas, Estructuras Internas Y Accesorios.

Estas deben cumplir los siguientes requisitos de distribución, diseño y construcción:

I. Distribución de Áreas:

- Las diferentes áreas o ambientes deben ser distribuidos y señalizados siguiendo de preferencia el principio de flujo hacia adelante, esto es, desde la recepción de las materias primas hasta el despacho del alimento terminado, de tal manera que se evite confusiones y contaminaciones (ARCSA, 2015).
- Los ambientes de las áreas críticas, deben permitir un apropiado mantenimiento, limpieza, desinfección, des infestación, minimizar las contaminaciones cruzadas por corrientes de aire, traslado de materiales, alimentos o circulación de personal (ARCSA, 2015).
- En caso de utilizarse elementos inflamables, estos estarán ubicados de preferencia en un área alejada de la planta, la cual será de construcción adecuada y ventilada. Debe mantenerse limpia, en buen estado y de uso exclusivo para estos alimentos (ARCSA, 2015).



II. Pisos, Paredes, Techos y Drenajes:

- Los pisos, paredes y techos tienen que estar contruidos de tal manera que puedan limpiarse adecuadamente, mantenerse limpios y en buenas condiciones. Los pisos deberán tener una pendiente suficiente para permitir el desalojo adecuado y completo de los efluentes cuando sea necesario de acuerdo al proceso (ARCSA, 2015).
- Los drenajes del piso deben tener la protección adecuada y estar diseñados de forma tal que se permita su limpieza. Donde sea requerido, deben tener instalados el sello hidráulico, trampas de grasa y sólidos, con fácil acceso para la limpieza (ARCSA, 2015).
- En las uniones entre las paredes y los pisos de las áreas críticas, se debe prevenir la acumulación de polvo o residuos, pueden ser cóncavas para facilitar su limpieza y se debe mantener un programa de mantenimiento y limpieza (ARCSA, 2015)
- En las áreas donde las paredes no terminan unidas totalmente al techo, se debe prevenir la acumulación de polvo o residuos, pueden mantener en ángulo para evitar el depósito de polvo, y se debe establecer un programa de mantenimiento y limpieza (ARCSA, 2015).
- Los techos, falsos techos y demás instalaciones suspendidas deben estar diseñadas y contruidas de manera que se evite la acumulación de suciedad o residuos, la condensación, goteras, la formación de mohos, el desprendimiento superficial y además se debe mantener un programa de limpieza y mantenimiento (ARCSA, 2015).

III. Ventanas, Puertas y Otras Aberturas:

- En áreas donde exista una alta generación de polvo, las ventanas y otras aberturas en las paredes, deben estar contruidas de modo que se reduzcan al mínimo la acumulación de polvo o cualquier suciedad y que además facilite su limpieza y desinfección. Las repisas internas de las ventanas no deberán ser utilizadas como estantes (ARCSA, 2015).
- En las áreas donde el alimento esté expuesto, las ventanas deben ser preferiblemente de material no astillable; si tienen vidrio, debe adosarse una película protectora que evite la proyección de partículas en caso de rotura (ARCSA, 2015).



- En áreas de mucha generación de polvo, las estructuras de las ventanas no deben tener cuerpos huecos y, en caso de tenerlos, permanecerán sellados y serán de fácil remoción, limpieza e inspección. De preferencia los marcos no deben ser de madera (ARCSA, 2015).
- En caso de comunicación al exterior, deben tener sistemas de protección a prueba de insectos, roedores, aves y otros animales (ARCSA, 2015).
- Las áreas de producción de mayor riesgo y críticas, en las cuales los alimentos se encuentren expuestos no deben tener puertas de acceso directo desde el exterior; cuando el acceso sea necesario; en lo posible se deberá colocar un sistema de cierre automático, y además se utilizarán sistemas de barrera de protección a prueba de insectos, roedores, aves, otros animales o agentes externos contaminantes (ARCSA, 2015).

IV. Instalaciones Eléctricas y Redes de Agua

- La red de instalaciones eléctricas, de preferencia debe ser abierta y los terminales adosados en paredes o techos. En las áreas críticas, debe existir un procedimiento escrito de inspección y limpieza (ARCSA, 2015).
- Se evitará la presencia de cables colgantes sobre las áreas donde represente un riesgo para la manipulación de alimentos.
- Las líneas de flujo (tuberías de agua potable, agua no potable, vapor, combustible, aire comprimido, aguas de desecho, otros) se identificarán con un color distinto para cada una de ellas, de acuerdo a las normas INEN correspondientes y se colocarán rótulos con los símbolos respectivos en sitios visibles (ARCSA, 2015).



V. Iluminación:

- Las áreas tendrán una adecuada iluminación, con luz natural siempre que fuera posible y cuando se necesite luz artificial, ésta será lo más semejante a la luz natural para que garantice que el trabajo se lleve a cabo eficientemente (ARCSA, 2015).
- Las fuentes de luz artificial que estén suspendidas por encima de las líneas de elaboración, envasado y almacenamiento de los alimentos y materias primas, deben ser de tipo de seguridad y deben estar protegidas para evitar la contaminación de los alimentos en caso de rotura (ARCSA, 2015).

VI. Control de Temperatura y Humedad Ambiental

Deben existir mecanismos para controlar la temperatura y humedad del ambiente, cuando ésta sea necesaria para asegurar la inocuidad del alimento (ARCSA, 2015).

VII. Instalaciones Sanitarias:

- Deben existir instalaciones o facilidades higiénicas que aseguren la higiene del personal para evitar la contaminación de los alimentos, estarán ubicados de tal manera que mantenga independencia de las otras áreas de la planta a excepción de baños con doble puertas y sistemas con aire de corriente positiva (ARCSA, 2015).

Éstas deben incluir:

- Instalaciones sanitarias tales como servicios higiénicos, duchas y vestuarios, en cantidad suficiente e independiente para mujeres y hombres.
- Los servicios higiénicos deben estar dotados de todas las facilidades necesarias, como dispensador de jabón, implementos desechables o equipos automáticos para el secado de las manos y recipientes preferiblemente cerrados para el depósito de material usado
- Las instalaciones sanitarias deben mantenerse permanentemente limpias, ventiladas y con una provisión suficiente de materiales;
- En las proximidades de los lavamanos deben colocarse avisos o advertencias al personal sobre la obligatoriedad de lavarse las manos después de usar los servicios sanitarios y antes de reiniciar las labores de producción (ARCSA, 2015).

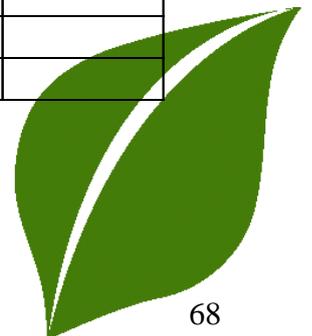


4.6. Equipamiento y Menaje

Cuadros N.º 10

Bienes de Capital

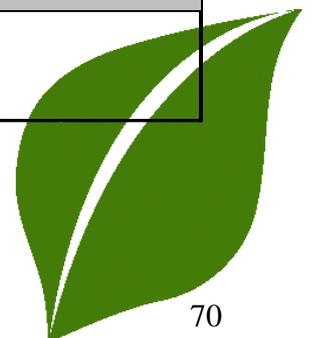
CUADRO N° 1			
BIENES DE CAPITAL			
CONCEPTO	MARCA	CANTIDAD	UNIDAD
Computadora	HP	1	
Estanterías		3	
Mesas		4	
Sillas		12	
Amasadora 20 Lb / 110 V	Ecua Hornos	1	
Balanza Digital 5 Lb		1	
Bandejas Acero Inoxidable		15	
Batidor de Mano		1	
Batidora		1	
Cafetera		1	
Horno 15 latas A Diésel	Ecua Hornos	1	
Coche para Latas	Ecua Hornos	2	
Licuadaora	Oster	1	
Maquina de Pop Cakes		1	
Mesa Acero Inoxidable		1	
Molde para Cupcakes		1	
Molde para Torta 12"		1	
Molde para Torta 14"		2	
Molde para Torta 9"		1	
Molde para Torta de Corazón 6"		1	
Molde para Torta de Libro para 50px		1	
Molde para Torta de Oso para 50 px		1	
Refrigeradora		1	
Rodillo de Madera		2	
Cucharas para Café	Tramontina	24	
Fundas de Papel		6	Paquetes
Fundas Jumbo		4	Docenas
Fundas Plásticas de Basura		3	Paquetes
Vajilla 16 Pzs (Taza y Plato de CAFÉ)	Melamie	3	
Cuchillo de Sierra para Pastelería	Tramontina	2	
Cuchillo Cebollero	Tramontina	2	





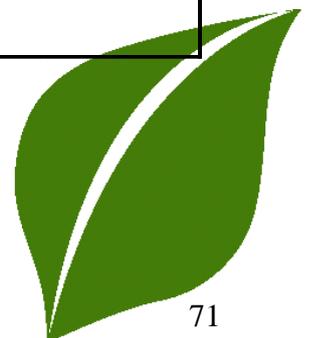
Panadería y Pastelería
"Sebas"
La calidad nos Distingue

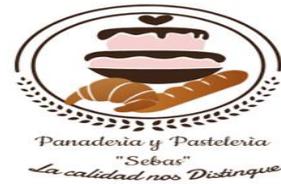
FICHA N°	SEMANA	NOMBRE			PORCIONES
1		PAN BAGUETTE			6
ARGUMENTACION TECNICA				FOTOGRAFIA	
FORMA ORIGINAL					
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	Precio Unitario	Precio Total	PROCESO DE PREPARACION 1.- Pesamos los ingredientes 2.- Mezclar la harina con la sal 3.- Derretir la Levadura en el agua y añadir a la mezcla, amasar por 5 minutos y agregar las claras continuar amasando hasta que este elástica la masa 4.- Pesar y Dividir la masa en porciones iguales 5.- Bolear y colocar en una grasa previamente engrasada, introducir a la maquina de leudo por 20 minutos. 6.- Sacar de la cámara de leudo y dar forma alargada, realizar cortes en el pan baguette. 7.- Llevar a la cámara de leudo por 20 minutos mas. 8.- Meter al horno a 180°C por 20 minutos
Harina	1,000	Kg	\$1,86	\$1,86	
Azucar	0,020	G	\$0,88	\$0,02	
Mantequilla	0,020	Kg	\$2,50	\$0,05	
Levadura	0,040	Kg	\$5,24	\$0,21	
Claras de Huevo	0,100	Kg	\$2,50	\$0,25	
Sal	0,020	G	\$0,48	\$0,01	
Agua	0,000	Lt	\$0,00	\$0,00	
Costo total de materia prima				\$2,40	
Margen de error			3%	\$0,07	
Costo total de producto				\$2,47	
Costo por pax			6	\$0,41	
Costo potencial				\$0,40	
Porcentaje de Ganancia			300%	\$1,20	
Precio de venta al público				\$1,20	
PUNTOS CRITICOS					
TECNICAS					



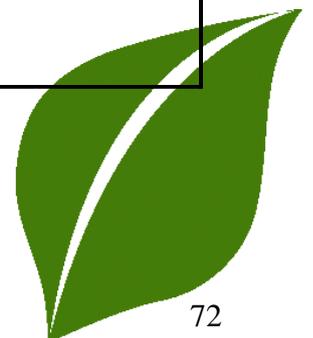


FICHA N°		SEMANA	NOMBRE		PORCIONES
2			PAN REVENTADO		23
ARGUMENTACION TECNICA				FOTOGRAFIA	
FORMA ORIGINAL					
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	Precio Unitario	Precio Total	PROCESO DE PREPARACION 1.- Pesamos los Ingredientes. 2.- Derretir la Levadura en el agua. 3.- Cremar la manteca con la sal, azúcar, huevos, y amasar por 5 minutos y agregar agua, amasar 15 minutos mas. 4.- Pesar y Dividir la masa en porciones iguales. 5.- Bolear y reposar durante por 20 minutos. 6.- Llevar a la cámara de leudo hasta que duplique su volumen, pintar con huevo. 7.- Llevar al horno a 180° C durante 20 minutos, hasta que este dorado
Harina de Trigo	1,000	Kg	\$1,58	\$1,58	
Manteca Vegetal	0,150	Kg	\$1,81	\$0,27	
Azúcar	0,060	Kg	\$0,88	\$0,05	
Huevos	0,150	Kg	\$2,50	\$0,38	
Levadura	0,050	Kg	\$5,24	\$0,26	
Sal	0,025	Kg	\$0,48	\$0,01	
Agua	0,000	Lt	\$0,00	\$0,00	
Costo total de materia prima				\$2,55	
Margen de error			3%	\$0,08	
Costo total de producto				\$2,63	
Costo por pax			23	\$0,11	
Costo potencial			100%	\$0,11	
Porcentaje de Ganancia			40%	\$0,04	
Precio de venta al público				\$0,16	
PUNTOS CRITICOS					
TECNICAS					





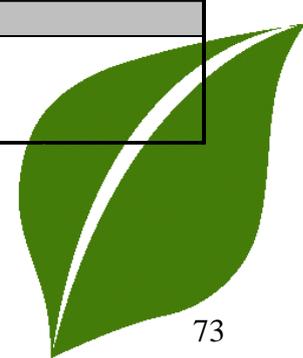
FICHA N°	SEMANA	NOMBRE			PORCIONES
4		PAN DE COCO			23
ARGUMENTACION TECNICA				FOTOGRAFIA	
FORMA ORIGINAL					
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	Precio Unitario	Precio Total	PROCESO DE PREPARACION
Harina de Trigo	0,900	Kg	\$1,58	\$1,42	1.- Pesamos los Ingredientes 2.- Mezclar la harina, mantequilla el azúcar. 3.- Derretir la Levadura en el agua y añadir a la mezcla, amasar por 5 minutos y agregar la sal y continuar amasando hasta que este elástica la masa 4.- Pesar y Dividir la masa en porciones iguales 5.- Bolear y reposar durante por 20 minutos. 6.- Llevar a la cámara de leudo en una lata previamente engrasada dejar que leude hasta que duplique su volumen, pintar con huevo. 7.- Llevar al horno a 180° C durante 20 minutos, hasta que este dorado 8.- Abrillantar con lady fruit caliente y cubrir con coco raallado
Leche de Coco	0,100	Lt	\$8,50	\$0,85	
Mantequilla	0,160	Kg	\$2,50	\$0,40	
Azúcar	0,220	Kg	\$0,88	\$0,19	
Huevos	0,150	Kg	\$2,50	\$0,38	
Levadura	0,040	Kg	\$5,24	\$0,21	
Ralladura de coco	0,100	Kg	\$9,42	\$0,94	
Sal	0,005	Kg	\$0,48	\$0,00	
Agua	0,000	Lt	\$0,00	\$0,00	
Costo total de materia prima				\$4,39	
Margen de error			3%	\$0,13	
Costo total de producto				\$4,52	
Costo por pax			23	\$0,20	
Costo potencial			100%	\$0,19	
Porcentaje de Ganancia			150%	\$0,29	
Precio de venta al público				\$0,48	
PUNTOS CRITICOS					
TECNICAS					



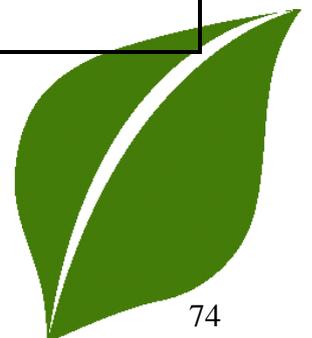


*Panadería y Pastelería
"Sebas"
La calidad nos Distingue*

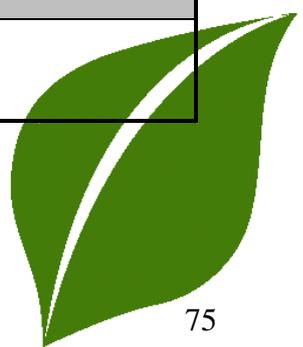
FICHA N°	SEMANA	NOMBRE			PORCIONES
3		PAN DE DULCE			24
ARGUMENTACION TECNICA				FOTOGRAFIA	
FORMA ORIGINAL					
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	Precio Unitario	Precio Total	PROCESO DE PREPARACION 1.- Pesamos los Ingredientes 2.- Mezclar la Harina con la sal 3.- Derretir la Levadura en el agua y añadir azúcar en la mezcla, amasar por 5 minutos y agregar los huevos y continuar amasando hasta que este elástica la masa 4.- Pesar y Dividir la masa en porciones iguales 5.- Bolear y reposar durante por 20 minutos. 6.- Llevar a la cámara de leudo hasta que duplique su volumen, pintar con huevo y espolvorear azúcar sobre cada bollo. 7.- Llevar al horno a 180° C durante 20 minutos, hasta que este dorado
Harina de Trigo	1,000	Kg	\$1,58	\$1,58	
Mantequilla	0,180	Kg	\$1,81	\$0,33	
Azúcar	0,200	Kg	\$0,88	\$0,18	
Huevos	0,100	Kg	\$2,50	\$0,25	
Levadura	0,040	Kg	\$5,24	\$0,21	
Sal	0,005	Kg	\$0,53	\$0,00	
Agua	0,000	Lt	\$0,00	\$0,00	
Costo total de materia prima				\$2,54	
Margen de error			3%	\$0,08	
Costo total de producto				\$2,62	
Costo por pax			24	\$0,11	
Costo potencial			100%	\$0,11	
Porcentaje de Ganancia			40%	\$0,04	
Precio de venta al público				\$0,15	
PUNTOS CRITICOS					
TECNICAS					



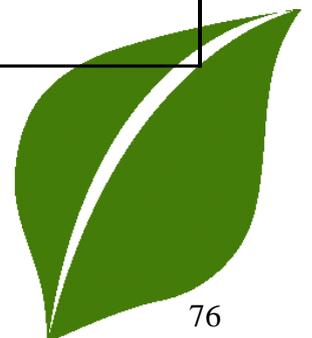
FICHA N°		SEMANA	NOMBRE		PORCIONES
5			PAN DE LECHE		22
ARGUMENTACION TECNICA					FOTOGRAFIA
					
FORMA ORIGINAL					
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	Precio Unitario	Precio Total	PROCESO DE PREPARACION 1.- Pesamos los Ingredientes. 2.- Derretir la Levadura en el agua. 3.- Cremar la mantequilla con la sal, azúcar, huevos, y amasar por 5 minutos y agregar leche, amasar 15 minutos mas. 4.- Pesar y Dividir la masa en porciones iguales. 5.- Bolear y reposar durante por 20 minutos. 6.- Llevar a la cámara de leudo hasta que duplique su volumen, pintar con huevo. 7.- Llevar al horno a 180° C durante 20 minutos, hasta que este dorado
Harina de Trigo	1,000	Kg	\$1,58	\$1,58	
Azúcar	0,400	Kg	\$0,88	\$0,35	
Huevos	0,300	Kg	\$2,50	\$0,75	
Mantequilla	0,250	Kg	\$1,81	\$0,45	
Levadura	0,040	Kg	\$5,24	\$0,21	
Leche	0,480	Lt	\$0,85	\$0,41	
Costo total de materia prima				\$3,75	
Margen de error			3%	\$0,11	
Costo total de producto				\$3,86	
Costo por pax			22	\$0,18	
Costo potencial			100%	\$0,17	
Porcentaje de Ganancia			20%	\$0,03	
Precio de venta al público				\$0,20	
PUNTOS CRITICOS					
TECNICAS					



FICHA N°		SEMANA	NOMBRE		PORCIONES
6			DONAS		23
ARGUMENTACION TECNICA				FOTOGRAFIA	
					
FORMA ORIGINAL					
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	Precio Unitario	Precio Total	PROCESO DE PREPARACION 1.- Mezclar harina con levadura y agua. 2.- Fermentar 20 min. 3.- Añadir los ingredientes hasta formar una masa homogénea 4.- Formar bola de masa y reposar, luego dar forma de donas. 5.- Freírles a 175° un minuto por cada lado. 6.- Decorar con chocolate y coco
Harina de Trigo	1,000	Kg	\$1,58	\$1,58	
Agua	0,000	Lt	\$0,00	\$0,00	
Azúcar	0,250	Kg	\$0,88	\$0,22	
Sal	0,005	Kg	\$0,48	\$0,00	
Mantequilla	0,150	Kg	\$1,81	\$0,27	
Levadura	0,040	Kg	\$5,24	\$0,21	
Huevos	0,100	Kg	\$2,50	\$0,25	
COBERTURA					
Chocolate Negro	0,040	Kg	\$6,86	\$0,27	
Coco Rallado	0,040	Kg	\$9,42	\$0,38	
Costo total de materia prima				\$3,18	
Margen de error			3%	\$0,10	
Costo total de producto				\$3,28	
Costo por pax			23	\$0,14	
Costo potencial			100%	\$0,14	
Porcentaje de Ganancia			115%	\$0,16	
Precio de venta al público				\$0,30	
PUNTOS CRITICOS					
1.- Tener cuidado con la fritura.					
TECNICAS					



FICHA N°		SEMANA	NOMBRE		PORCIONES
7			PAN CROISANT		29
ARGUMENTACION TECNICA				FOTOGRAFIA	
FORMA ORIGINAL					
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	Precio Unitario	Precio Total	PROCESO DE PREPARACION 1.- Mezclar la harina con la sal. 2.- Colocar la levadura junto con el azúcar y mezclar hasta tener una masa suave . 3.-Agregaar el agua la mezcla y disolver la levadura, junto con los huevos. 4.-Frasar con mucho cuidado para no desarrollar el gluten añadiendo poco a poco la grasa. 5.- Laminar y colocar grasa al centro para dar forma a las laminas. 6.-Cortar en forma triangular la masa para dar la forma al pan. 7.- Llevar al horno a 180° C durante 35 minutos, hasta que este dorado
Harina de Trigo	1,000	Kg	\$1,58	\$1,58	
Agua	0,510	Lt	\$0,00	\$0,00	
Azúcar	0,070	Kg	\$0,88	\$0,06	
Sal	0,020	Kg	\$0,48	\$0,01	
Manteca	0,150	Kg	\$1,81	\$0,27	
Levadura	0,040	Kg	\$5,24	\$0,21	
Huevos	0,100	Kg	\$2,50	\$0,25	
Mantequilla	0,450	Kg	\$2,50	\$1,13	
Costo total de materia prima				\$3,51	
Margen de error			3%	\$0,11	
Costo total de producto				\$3,61	
Costo por pax			29	\$0,12	
Costo potencial			100%	\$0,12	
Porcentaje de Ganancia			25%	\$0,03	
Precio de venta al público				\$0,15	
PUNTOS CRITICOS					
TECNICAS					



FICHA N°		SEMANA	NOMBRE		PORCIONES
9			PAN DE CHOCOLATE		25
ARGUMENTACION TECNICA				FOTOGRAFIA	
FORMA ORIGINAL					
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	Precio Unitario	Precio Total	PROCESO DE PREPARACION 1.- Mezclar la harina con la sal. 2.- Derretir la levadura y agregar también el azúcar. 3.- Juntar y amasar 5 minutos continuar amasando 20 minutos. 4.- Pesar y dividir la masa en porciones iguales. 5.- Bolear y llevar a la cámara de leudo durante 20 minutos en una lata previamente engrasada. 6.- Sacar, laminar y colocar el relleno, darle forma de rolo alargado y realizar corte de 5cm. 7.- Llevar a leudar por 20 minutos mas, Hornear a 180°C por 35 minutos.
Harina de Trigo	1,000	Kg	\$1,56	\$1,56	
Agua	0,400	Lt	\$0,00	\$0,00	
Azúcar	0,150	Kg	\$0,88	\$0,13	
Sal	0,008	Kg	\$0,48	\$0,00	
Mantequilla	0,180	Kg	\$1,81	\$0,33	
Levadura	0,045	Kg	\$5,24	\$0,24	
Huevos	0,100	Kg	\$2,50	\$0,25	
Relleno					
Cocoa	0,350	Kg	\$5,16	\$1,81	
Azúcar	0,500	Kg	\$0,88	\$0,44	
Leche	0,400	Kg	\$0,85	\$0,34	
Costo total de materia prima				\$5,09	
Margen de error			3%	\$0,15	
Costo total de producto				\$5,25	
Costo por pax			25	\$0,21	
Costo potencial			100%	\$0,20	
Porcentaje de Ganancia			50%	\$0,10	
Precio de venta al público				\$0,31	
PUNTOS CRITICOS					
TECNICAS					



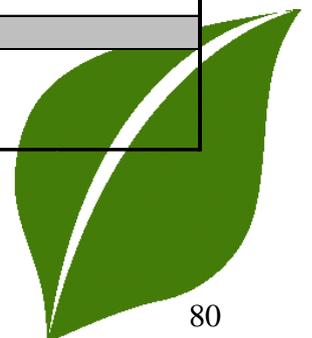


FICHA N°	SEMANA	NOMBRE			PORCIONES	
10		GUAGUAS DE PAN			22	
ARGUMENTACION TECNICA				FOTOGRAFIA		
FORMA ORIGINAL						
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	Precio Unitario	Precio Total	PROCESO DE PREPARACION 1.- Mezclar la harina con la sal. 2.- Derretir la levadura y agregar también el azúcar. 3.-Juntar y amasar 5 minutos continuar amasando 20 minutos. 4.-Pesar y dividir la masa en porciones iguales. 5.- Bolear y llevar a la cámara de leudo durante 20 minutos en una lata previamente engrasada. 6.-Sacar y colocar el relleno, darle forma alargada y de muñeca. 7.- Llevar a leudar por 20 minutos mas, Hornear a 180°C por 35 minutos.	
Harina de Trigo	1,000	Kg	\$1,58	\$1,58		
Agua	0,300	Lt	\$0,00	\$0,00		
Azúcar	0,120	Kg	\$0,88	\$0,11		
Sal	0,025	Kg	\$0,48	\$0,01		
Mantequilla	0,250	Kg	\$1,81	\$0,45		
Levadura	0,050	Kg	\$5,24	\$0,26		
Huevos	0,250	Kg	\$2,50	\$0,63		
RELLENO						
Mermelada de Guayab	0,500	Kg	\$4,75	\$2,38		
GLASÉ						
Clara de Huevo	0,500	Kg	\$2,50	\$1,25		
Azúcar Impalpable	0,500	Kg	\$2,23	\$1,12		
Colorantes	0,400	Kg	\$3,90	\$1,56		
Costo total de materia prima				\$9,34		
Margen de error			3%	\$0,28		
Costo total de producto				\$9,62		
Costo por pax			22	\$0,44		
Costo potencial			100%	\$0,42		
Porcentaje de Ganancia			20%	\$0,08		
Precio de venta al público				\$0,51		
PUNTOS CRITICOS						
TECNICAS						





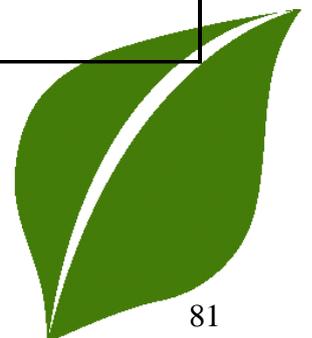
FICHA N°	SEMANA	NOMBRE			PORCIONES
11		MELVAS			15
ARGUMENTACION TECNICA				FOTOGRAFIA	
FORMA ORIGINAL					
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	Precio Unitario	Precio Total	PROCESO DE PREPARACION 1.- Cremas la mantequilla con el azúcar hasta que tome un color blanco, aromatizar con esencia de vainilla. 2.- Incorporar los huevos uno a uno. 3.- Agregar la harina previamente tamizada. 4.- Colocar la masa en una manga con una boquilla, Cubrir con papel enserado una lata previamente engrasada. 5.- Colocar sobre la lata la mezcla y manguear dando la figura deseada. 6.- Hornearlas a 180 grados, hasta que se doren.
Harina de Trigo	0,250	Kg	\$1,58	\$0,40	
Azúcar Impalpable	0,100	Kg	\$2,23	\$0,22	
Mantequilla	0,175	Kg	\$1,81	\$0,32	
Huevos	0,100	Kg	\$2,50	\$0,25	
Esencia de Vainilla	0,001	Lt	\$8,68	\$0,01	
RELLENO					
Mermelada de M...	0,100	Kg	\$4,94	\$0,49	
COBERTURA					
Chocolate Negro	0,250	Kg	\$6,86	\$1,72	
Costo total de materia prima				\$3,40	
Margen de error			3%	\$0,10	
Costo total de producto				\$3,50	
Costo por pax			15	\$0,23	
Costo potencial			100%	\$0,23	
Porcentaje de Ganancia			100%	\$0,23	
Precio de venta al público				\$0,45	
PUNTOS CRITICOS					
TECNICAS					



FICHA N°		SEMANA	NOMBRE			PORCIONES
12			GALLETAS DE NARANJA			20
ARGUMENTACION TECNICA					FOTOGRAFIA	
						
FORMA ORIGINAL						
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	Precio Unitario	Precio Total	PROCESO DE PREPARACION	
Harina de Trigo	0,250	Kg	\$1,58	\$0,40	1.- Cremar la mantequilla con el azúcar. 2.- Incorporar los huevos uno a uno y aromatizar con el jugo de naranja. 3.- Añadir poco a poco la harina alternando con el jugo de naranja. 4.- Mangear sobre una lata engrasada y enharinada 5.- Hornear a 180 grados por 20 minutos	
Jugo de Naranja	0,035	Lt	\$2,29	\$0,08		
Mantequilla	0,120	Kg	\$1,81	\$0,22		
Azúcar Impalpable	0,090	Kg	\$2,23	\$0,20		
Huevos	0,050	Kg	\$2,50	\$0,13		
Esencia de Naranja	0,010	Lt	\$8,24	\$0,08		
Costo total de materia prima				\$1,10		
Margen de error			3%	\$0,03		
Costo total de producto				\$1,13		
Costo por pax			20	\$0,06		
Costo potencial			100%	\$0,06		
Porcentaje de Ganancia			75%	\$0,04		
Precio de venta al público				\$0,10		
PUNTOS CRITICOS						
1.- Tener cuidado con la temperatura de homeado.						
TECNICAS						



Panadería y Pastelería
"Sebas"
La calidad nos Distingue



FICHA N°		SEMANA	NOMBRE		PORCIONES
13			PALMERAS/OREJAS		30
ARGUMENTACION TECNICA				FOTOGRAFIA	
FORMA ORIGINAL					
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	Precio Unitario	Precio Total	PROCESO DE PREPARACION 1.- Laminar la masa de espesor, colocar el azúcar uniformemente y aplastar con un rodillo. 2.- Enrollar la masa y cortar de 7cm de ancho 3.- Colocar la bandeja engrasada y enharinada y pintar con huevo. 4.- Hornear a 180 grados por 25 minutos. 5.- para el glasé, fundir el chocolate con mantequilla con cuidado hasta que quede libre de grumos.
Hojaldrina	1,000	Kg	\$3,00	\$3,00	
Harina	1,000	Kg	\$1,58	\$1,58	
Mantequilla	0,050	Kg	\$1,81	\$0,09	
Agua	0,600	Lt	\$0,00	\$0,00	
Azúcar	0,040	Kg	\$0,88	\$0,04	
Sal	0,025	Kg	\$0,48	\$0,01	
Relleno				\$0,00	
Azúcar	0,300	Kg	\$0,88	\$0,26	
Glasé de Chocolate				\$0,00	
Chocolate Negro	0,150	Kg	\$6,86	\$1,03	
Costo total de materia prima				\$6,01	
Margen de error			3%	\$0,18	
Costo total de producto				\$6,19	
Costo por pax			30	\$0,21	
Costo potencial			100%	\$0,20	
Porcentaje de Ganancia			50%	\$0,10	
Precio de venta al público				\$0,30	
PUNTOS CRITICOS					
1.- Tener cuidado con la temperatura de horneado.					
TECNICAS					



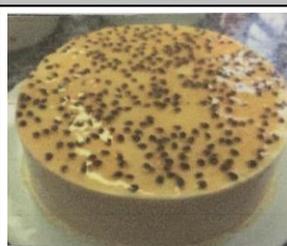
FICHA N°	SEMANA	NOMBRE			PORCIONES
15		TORTA DE CHOCOLATE			1
ARGUMENTACION TECNICA				FOTOGRAFIA	
					
FORMA ORIGINAL					
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	Precio Unitario	Precio Total	PROCESO DE PREPARACION 1.- Cremar la mantequilla con el azúcar en polvo, agregar los huevos uno a uno. 2.- Añadir la harina mezclada con el polvo de hornear y la cocoa amarga 3.- Dejar reposar la masa, colocar en un molde previamente engrasado y enharinado. 4.- hornear a 180 gr por 30 minutos
Harina	0,210	Kg	\$1,58	\$0,33	
Mantequilla	0,175	Kg	\$2,50	\$0,44	
Huevos	0,100	Kg	\$2,50	\$0,25	
Chocolate Negro	0,130	Kg	\$6,86	\$0,89	
Polvo de Hornear	0,010	Kg	\$4,09	\$0,04	
Azúcar en polvo	0,100	Kg	\$2,23	\$0,22	
Cocoa Amarga Polv	0,040	Kg	\$5,16	\$0,21	
Costo total de materia prima				\$2,38	
Margen de error			3%	\$0,07	
Costo total de producto				\$2,45	
Costo por pax			1	\$2,45	
Costo potencial			100%	\$2,38	
Porcentaje de Ganancia			110%	\$2,62	
Precio de venta al público				\$5,00	
PUNTOS CRITICOS					
TECNICAS					

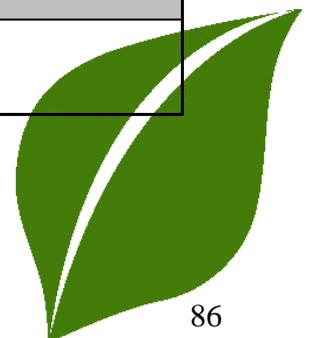




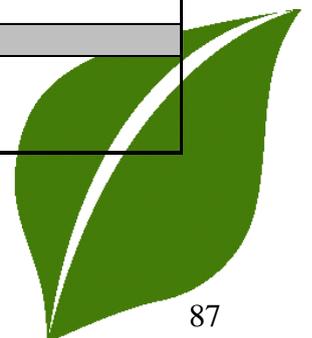
FICHA N°	SEMANA	NOMBRE			PORCIONES
16		SUSPIROS			15
ARGUMENTACION TECNICA				FOTOGRAFIA	
FORMA ORIGINAL					
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	Precio Unitario	Precio Total	PROCESO DE PREPARACION 1.- Calentar a baño maria las claras con el azúcar hasta disolver. 2.- Llevar a la batidora hasta lograr un merengue firme. 3.- Manguear con una boquilla rizada sobre un silpat
Claras de Huevo	0,250	Kg	\$2,50	\$0,63	
Azúcar	0,300	Kg	\$0,88	\$0,26	
Costo total de materia prima				\$0,89	
Margen de error			3%	\$0,03	
Costo total de producto				\$0,92	
Costo por pax			15	\$0,06	
Costo potencial			100%	\$0,06	
Porcentaje de Ganancia			70%	\$0,04	
Precio de venta al público				\$0,10	
PUNTOS CRITICOS					
TECNICAS					



FICHA N°	SEMANA	NOMBRE			PORCIONES
17		MOUSSE DE MARACUYA			2
ARGUMENTACION TECNICA				FOTOGRAFIA	
					
FORMA ORIGINAL					
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	Precio Unitario	Precio Total	PROCESO DE PREPARACION
BIZCOCHO					
Huevos	0,150	Kg	\$2,50	\$0,38	1.- Batir los huevos con azúcar a punto de letra. 2.- Colocar la harina en forma de lluvia, colocar en un molde y hornear a 200° C por 10 minutos, dejar enfriar. 3.- Para el mousse, Hidratar la gelatina y dejar reposar 5 minutos 4.- Regenerar y agregar a la pulpa de maracuyá. 5.- Realizar un merengue suizo con las claras y el azúcar, agregar poco a poco a la pulpa. 6.- Agregar la crema de leche semimontada y agregar en un molde colocando en una base de bizcocho hidratado una de mousse e ir alternando hasta finalizar con el mousse que lo cubre.
Azúcar	0,075	Kg	\$0,88	\$0,07	
Esencia de Almendra	0,005	Lt	\$7,40	\$0,04	
Harina	0,075	Kg	\$1,58	\$0,12	
PARA EL MOUSSE				\$0,00	
Pulpa de Maracuya	0,450	Lt	\$5,86	\$2,64	
Crema de Leche	0,435	Lt	\$3,51	\$1,53	
Claros de Huevo	0,120	Kg	\$2,50	\$0,30	
Azucar	0,170	Kg	\$0,88	\$0,15	
Gelatina Sin Sabor	0,030	Kg	\$15,36	\$0,46	
ALMIBAR				\$0,00	
Agua	0,000	Lt	\$0,00	\$0,00	
Azucar	0,100	Kg	\$0,88	\$0,09	
Pulpa de Maracuya	0,100	Kg	\$5,86	\$0,59	
DECORACIÓN				\$0,00	
Fruta Maracuya	0,050	Kg	\$1,00	\$0,05	
Lady Friut	0,050	Lt	\$6,76	\$0,34	
Costo total de materia prima				\$6,73	
Margen de error			3%	\$0,20	
Costo total de producto				\$6,93	
Costo por pax			2	\$3,47	
Costo potencial			100%	\$3,37	
Porcentaje de Ganancia			90%	\$3,03	
Precio de venta al público				\$6,40	
PUNTOS CRITICOS					
TECNICAS					



FICHA N°	SEMANA	NOMBRE			PORCIONES
18		CHESSE CAKE OREO			2
ARGUMENTACION TECNICA				FOTOGRAFIA	
					
FORMA ORIGINAL					
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	Precio Unitario	Precio Total	PROCESO DE PREPARACION
Base de Galleta					
Galleta Oreo	0,150	Paquetes	\$3,26	\$0,49	1.- Abrir la galleta por la mitad, retirar la crema, triturar la galleta y nuez, agregar mantequilla fundida. 2.- Cubrir un molde de tarta la masa llevar al horno 10 minutos a 180° C. Para el Relleno 3.- Batir el queso crema con el azúcar, agregar crema de las galletas y galletas trituradas. 4.- Batir la crema de leche a medio punto e incorporar, agregar la gelatina hidratada y regenerada. 5.- Colocar en el molde de tarta forrado con las galletas. Para Decorar Batir crema de leche con crema chantilly y azúcar hasta formar picos y manguear sobre la tarta desmoldada.
Mantequilla	0,100	Kg	\$1,81	\$0,18	
Nuez	0,080	Kg	\$13,38	\$1,07	
				\$0,00	
Relleno				\$0,00	
Queso Crema	0,400	Kg	\$4,34	\$1,74	
Azúcar Impalpable	0,190	Lt	\$3,51	\$0,67	
Crema de leche	0,380	Kg	\$3,15	\$1,20	
Gelatina sin Sabor	0,016	Kg	\$15,36	\$0,25	
DECORACIÓN				\$0,00	
Galletas Oreo	0,050	Paquete	\$3,26	\$0,16	
Chantilly	0,150	Kg	\$9,11	\$1,37	
Crema de leche	0,150	Lt	\$3,15	\$0,47	
Azúcar Impalpable	0,020	Kg	\$2,23	\$0,04	
				\$0,00	
Costo total de materia prima				\$7,63	
Margen de error			3%	\$0,23	
Costo total de producto				\$7,86	
Costo por pax			2	\$3,93	
Costo potencial			100%	\$3,82	
Porcentaje de Ganancia			150%	\$5,72	
Precio de venta al público				\$9,54	
PUNTOS CRITICOS					
TECNICAS					



FICHA N°	SEMANA	NOMBRE			PORCIONES
19		TORTA 3 LECHE			15
ARGUMENTACION TECNICA				FOTOGRAFIA	
FORMA ORIGINAL					
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	Precio Unitario	Precio Total	PROCESO DE PREPARACION
Biscuit					1.- Batir la yema con la mitad de 1 azúcar hasta blanquear, hacer un merengue y agregar a las yemas poco a poco. 2.- Agregar la harina tamizada y en forma envolvente. 3.- Colocar un molde y hornear a 180° C por 35 a 40 minutos. Para la salsa 3 leches 4.- Hervir la crema de leche y leche evaporada, una vez que hierva agregar la leche condensada y retirar del fuego. 5.- Bañar el bizcochuelo frio con la crema caliente. 6.- Batir la crema chantilly y manguear sobre la torta con la salsa. 7.- Decorar con virutas de chocolate.
Huevos	0,400	Kg	\$2,50	\$1,00	
Azúcar	0,075	Kg	\$0,88	\$0,07	
Harina	0,240	Kg	\$1,58	\$0,38	
Salsa 3 Leches				\$0,00	
Crema de Leche	0,075	Lt	\$3,15	\$0,24	
Leche condensada	1,000	Lt	\$4,36	\$4,36	
Leche evaporada	0,450	Lt	\$5,30	\$2,39	
Esencia de Vainilla	0,435	Lt	\$8,68	\$3,78	
DECORACIÓN				\$0,00	
Crema de Leche	0,150	Lt	\$3,15	\$0,47	
Chantilly	0,120	Kg	\$9,11	\$1,09	
Azúcar	0,050	Kg	\$0,88	\$0,04	
Chocolate Negro	0,010	Lt	\$6,86	\$0,07	
Costo total de materia prima				\$13,88	
Margen de error			3%	\$0,42	
Costo total de producto				\$14,30	
Costo por pax			15	\$0,95	
Costo potencial			100%	\$0,93	
Porcentaje de Ganancia			60%	\$0,56	
Precio de venta al público				\$1,48	
PUNTOS CRITICOS					
1.- Batir las yemas para que la grasa le de estabilidad.					
TECNICAS					

La planificación operativa propuesta permite aplicar los diferentes procesos en las áreas asignadas.



Convenio de pago

Entre los suscritos, **Viviana Carolina Quiroz Diaz** identificado con cédula de ciudadanía 1722074836, quien en adelante se denominará Deudor y **Sandra Diaz propietaria del establecimiento Panadería y Pastelería “Sebas”** quien en adelante se denominará Acreedor, se establece que, mediante este documento suscribimos un convenio de pago que se regirá por las siguientes cláusulas:

Primera. Deuda: el deudor reconoce deber al acreedor una obligación por el valor de **doce mil quinientos \$12500**, valor que será entregado para inversión inicial del dicho establecimiento.

Segunda. Acuerdo de pago: debido al incumplimiento del deudor en el pago de la obligación al acreedor, se pacta de mutuo acuerdo el siguiente plan de pagos:

- 1. se pagará a partir del año que el negocio este posicionado**
- 2. Se pagará mensualmente**
- 3. Las cuotas serán de 36 meses (3 años), el monto es de trescientos cuarenta y siete con veinte y dos centavos (\$347,22) dólares americanos.**

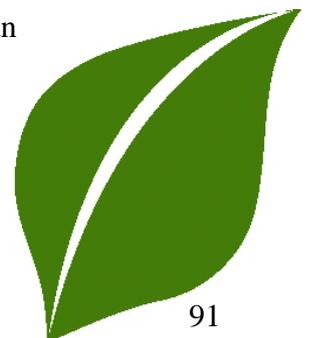
Tercera. Condición resolutoria: si el deudor incumple cualquiera de los plazos y montos fijados, el acreedor puede inmediatamente iniciar con las acciones de cobro judicial por los montos adeudados.

Se suscribe dos ejemplares a los **20** días del mes de **julio** del **2019**

Firmas.

Deudor
Srta. Carolina Quiroz
172207483-6

Acreedor
Obs. Sandra Diaz Tipan
170986618-8



Capítulo 5

En e capitulo 5 resaltamos la importancia de la planificación financiera de la empresa, de esta manera podemos evitar gastos innecesarios e identificar las necesidades correctamente, así previniendo problemas en el futuro.

5.1. Planificación Financiera

Antecedentes

La maquinaria y equipo son los mismos que se adquirieron hace 5 años atrás. Han sufrido depreciación según consta en el siguiente detalle:

Cuadro N.º 11

Depreciacion de Horno	
Años	Valores a Depreciar
1	6500-450
2	6050-450
3	5600-450
4	5150-450
5	4700-450
6	4250-450
7	3800-450
8	3350-450
9	2900-450
10	2459-450
2000	Valor Residual
6500-2000 =	4500 Valor a depreciar
4500/10 años =	450

Elaborado por: Carolina Quiroz D.



Cuadro N.º12

Depreciación de Batidora	
Años	Valores a Depreciar
1	600-20
2	580-20
3	560-20
4	540-20
5	520-20
6	500-20
7	480-20
8	460-20
9	440-20
10	420-20

400	valor residual
600-400 =	200 valor a depreciar
200/10 años =	20

Elaborado por: Carolina Quiroz D.



Cuadro N.º13

Depreciación de Computadora	
Años	Valores a Depreciar
1	600-20
2	580-20
3	560-20
4	540-20
5	520-20
6	500-20
7	480-20
8	460-20
9	440-20
10	420-20

400	valor residual
600-400 =	200 valor a depreciar
200/10 años =	20

Elaborado por: Carolina Quiroz D.



Cuadro N.º14

Depreciación de Vehículo	
Años	Valores a Depreciar
1	5000-200
2	4800-20
3	4600-20
4	4400-20
5	4200-20

4000 valor residual
 5000-4000 1000 valor a depreciar
 $1000 / 5 \text{ años} = 200$

Elaborado por: Carolina Quiroz D.



Cuadro N.º15

Depreciación de Refrigeradora	
Años	Valores a Depreciar
1	300-10
2	290-10
3	280-10
4	270-10
5	260-10
6	250-10
7	240-10
8	230-10
9	220-10
10	210-10

200	valor residual
300-200 =	100 valor a depreciar
100/10 años =	10

Elaborado por: Carolina Quiroz D.

Los valores con color Café son aquellos que se consideran a efectos de valores iniciales de inversión.



Inversión

Para reabrir este establecimiento es necesario contar con maquinaria, utensillos, equipos de oficina, etc. Adicionalmente, es indispensable realizar la remodelación completa del local donde funcionara este negocio.

La inversión requerida para la operación de la panadería y pastelería sebas será capital propio. No se contempla el uso de préstamos u otras formas de financiamiento que ofrece la banca.

BIENES DE CAPITAL					
CONCEPTO	MARCA	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora	HP	1		300,00	300,00
Estanterías		3		60,00	180,00
Mesas		4		10,00	40,00
Sillas		12		10,00	120,00
Amasadora 20 Lb / 110 V	Ecua Hornos	1		1500,00	1500,00
Balanza Digital 5 Lb		1		15,00	15,00
Bandejas Acero Inoxidable		15		20,00	300,00
Batidor de Mano		1		2,00	2,00
Batidora		1		600,00	600,00
Cafetera		1		20,00	20,00
Horno 15 latas A Diésel	Ecua Hornos	1		6500,00	6500,00
Coche para Latas	Ecua Hornos	2		80,00	160,00
Licudora	Oster	1		70,00	70,00
Maquina de Pop Cakes		1		25,00	25,00
Mesa Acero Inoxidable		1		200,00	200,00
Molde para Cupcakes		1		16,00	16,00
Molde para Torta 12"		1		10,00	10,00
Molde para Torta 14"		2		10,00	20,00
Molde para Torta 9"		1		10,00	10,00
Molde para Torta de Corazón 6"		1		12,00	12,00
Molde para Torta de Libro para 50px		1		10,00	10,00
Molde para Torta de Oso para 50 px		1		10,00	10,00
Refrigeradora		1		300,00	300,00
Rodillo de Madera		2		5,00	10,00
Cucharas para Café	Tramontina	24		7,00	168,00
Fundas de Papel		6	Paquetes	1,25	7,50
Fundas Jumbo		4	Docenas	1,50	6,00
Fundas Plásticas de Basura		3	Paquetes	1,50	4,50
Vajilla 16 Pzs (Taza y Plato de CAFÉ)	Melamie	3		20,00	60,00
Cuchillo de Sierra para Pastelería	Tramontina	2		12,00	24,00
Cuchillo Cebollero	Tramontina	2		18,00	36,00



Equipos que sufrieron depreciación

BIENES DE CAPITAL					
CONCEPTO	MARCA	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora	HP	1		200,00	200,00
Estanterías		3		60,00	180,00
Mesas		4		10,00	40,00
Sillas		12		10,00	120,00
Amasadora 20 Lb / 110 V	Ecu Hornos	1		1500,00	1500,00
Balanza Digital 5 Lb		1		15,00	15,00
Bandejas Acero Inoxidable		15		20,00	300,00
Batidor de Mano		1		2,00	2,00
Batidora		1		200,00	200,00
Cafetera		1		20,00	20,00
Horno 15 latas A Diésel	Ecu Hornos	1		4500,00	4500,00
Coche para Latas	Ecu Hornos	2		80,00	160,00
Licuada	Oster	1		70,00	70,00
Maquina de Pop Cakes		1		25,00	25,00
Mesa Acero Inoxidable		1		200,00	200,00
Molde para Cupcakes		1		16,00	16,00
Molde para Torta 12"		1		10,00	10,00
Molde para Torta 14"		2		10,00	20,00
Molde para Torta 9"		1		10,00	10,00
Molde para Torta de Corazón 6"		1		12,00	12,00
Molde para Torta de Libro para 50px		1		10,00	10,00
Molde para Torta de Oso para 50 px		1		10,00	10,00
Refrigeradora		1		100,00	100,00
Rodillo de Madera		2		5,00	10,00
Cucharas para Café	Tramontina	24		7,00	168,00
Fundas de Papel		6	Paquetes	1,25	7,50
Fundas Jumbo		4	Docenas	1,50	6,00
Fundas Plásticas de Basura		3	Paquetes	1,50	4,50
Vajilla 16 Pzs (Taza y Plato de CAFÉ)	Melamie	3		20,00	60,00
Cuchillo de Sierra para Pastelería	Tramontina	2		12,00	24,00
Cuchillo Cebollero	Tramontina	2		18,00	36,00
Vehículo		1		1000,00	1000,00



5.2. Punto de Equilibrio

$$PE = CF / P - CV$$

Donde:

PE = punto de equilibrio

CF = costos fijos

CV = costos variables

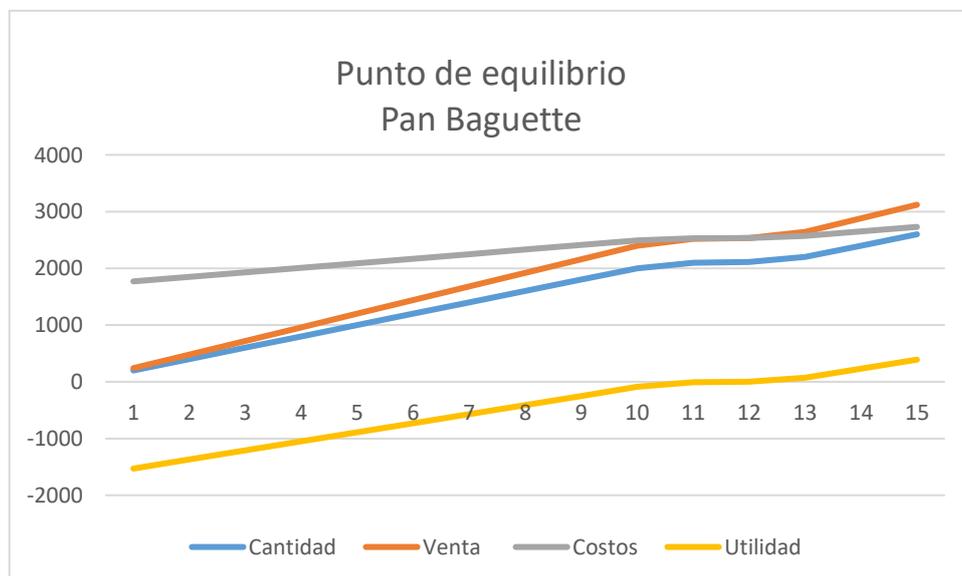
P = Precio de venta

Costo Fijo	
Sueldos	1576
Depreciación	57,9
Mantenimiento Equipos	25
Internet	21
Gasolina	10
	1689,9

Pan Baguette	
Costo variable unitario	0,4
Precio de Venta al Publico	1,2
Punto de equilibrio	2112,375

Cantidad	Venta	Costos	Utilidad
200	240	1769,9	-1529,9
400	480	1849,9	-1369,9
600	720	1929,9	-1209,9
800	960	2009,9	-1049,9
1000	1200	2089,9	-889,9
1200	1440	2169,9	-729,9
1400	1680	2249,9	-569,9
1600	1920	2329,9	-409,9
1800	2160	2409,9	-249,9
2000	2400	2489,9	-89,9
2100	2520	2529,9	-9,9
2112,375	2534,85	2534,85	0
2200	2640	2569,9	70,1
2400	2880	2649,9	230,1
2600	3120	2729,9	390,1

Gráfico N.º12

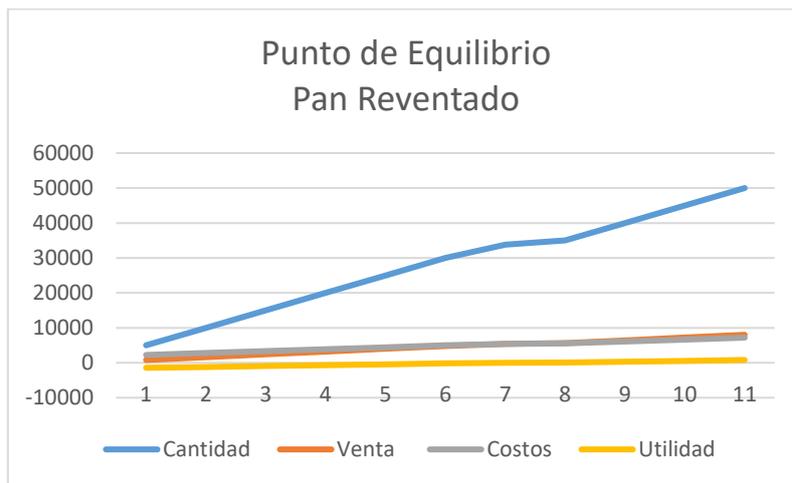


Costo Fijo	
Sueldos	1576
Depreciacion	57,9
Mantenimiento Equipos	25
Internet	21
Gasolina	10
	1689,9

Pan Reventado	
Costo variable unitario	0,11
Precio de Venta al Pub	0,16
Punto de equilibrio	33798

Cantidad	Venta	Costos	Utilidad
5000	800	2239,9	-1439,9
10000	1600	2789,9	-1189,9
15000	2400	3339,9	-939,9
20000	3200	3889,9	-689,9
25000	4000	4439,9	-439,9
30000	4800	4989,9	-189,9
33798	5407,68	5407,68	0
35000	5600	5539,9	60,1
40000	6400	6089,9	310,1
45000	7200	6639,9	560,1
50000	8000	7189,9	810,1

Gráfico N°13

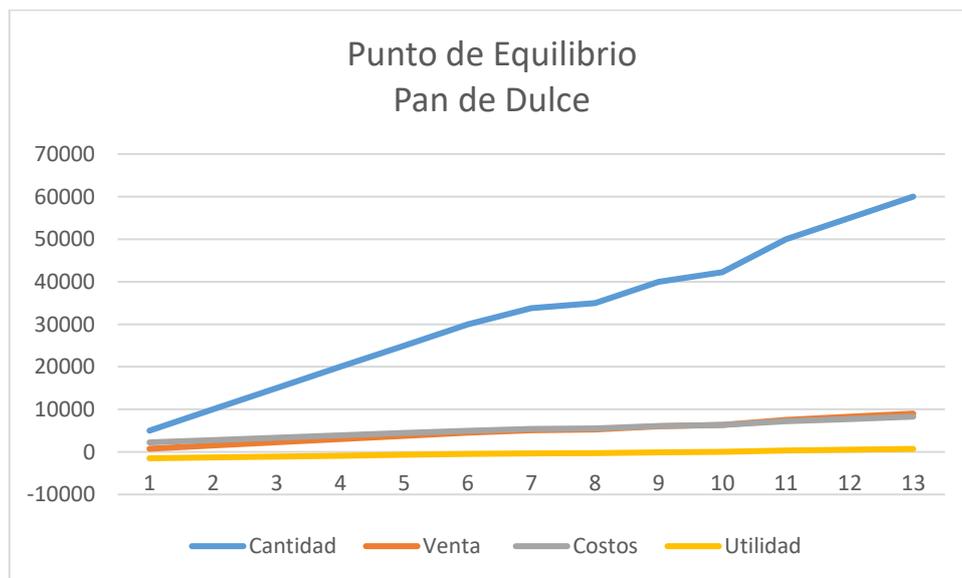


Costo Fijo	
Sueldos	1576
Depreciacion	57,9
Mantenimiento Equipos	25
Internet	21
Gasolina	10
	1689,9

Pan de Dulce	
Costo variable unitario	0,11
Precio de Venta al Publico	0,15
Punto de equilibrio	42247,5

Cantidad	Venta	Costos	Utilidad
5000	750	2239,9	-1489,9
10000	1500	2789,9	-1289,9
15000	2250	3339,9	-1089,9
20000	3000	3889,9	-889,9
25000	3750	4439,9	-689,9
30000	4500	4989,9	-489,9
33798	5069,7	5407,68	-337,98
35000	5250	5539,9	-289,9
40000	6000	6089,9	-89,9
42247,5	6337,125	6337,125	0
50000	7500	7189,9	310,1
55000	8250	7739,9	510,1
60000	9000	8289,9	710,1

Gráfico N°14

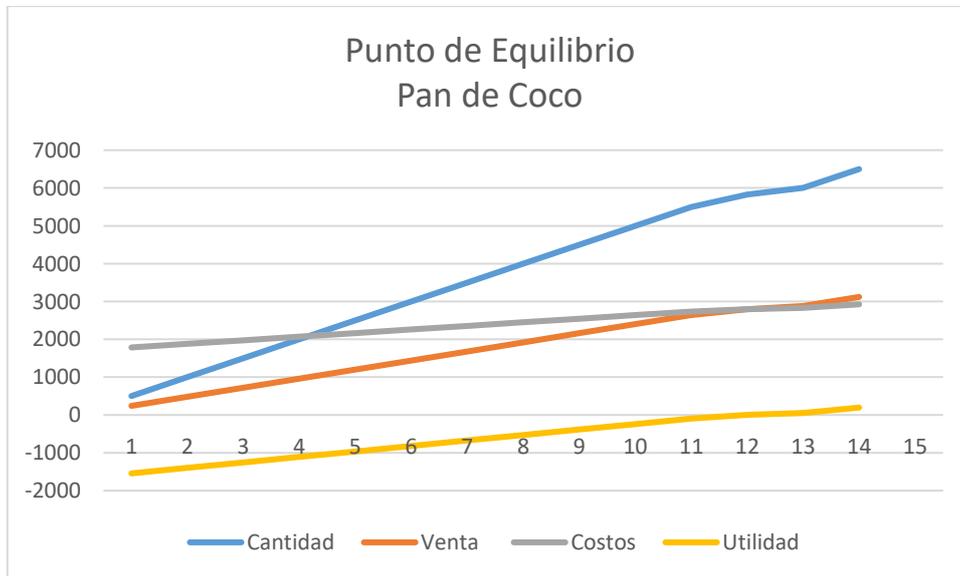


Costo Fijo	
Sueldos	1576
Depreciacion	57,9
Mantenimiento Equipos	25
Internet	21
Gasolina	10
	1689,9

Pan de Coco	
Costo variable unitario	0,19
Precio de Venta al Publico	0,48
Punto de equilibrio	5827,24

Cantidad	Venta	Costos	Utilidad
500	240	1784,9	-1544,9
1000	480	1879,9	-1399,9
1500	720	1974,9	-1254,9
2000	960	2069,9	-1109,9
2500	1200	2164,9	-964,9
3000	1440	2259,9	-819,9
3500	1680	2354,9	-674,9
4000	1920	2449,9	-529,9
4500	2160	2544,9	-384,9
5000	2400	2639,9	-239,9
5500	2640	2734,9	-94,9
5827,24	2797,0752	2797,0756	-0,0004
6000	2880	2829,9	50,1
6500	3120	2924,9	195,1

Gráfico N.º15

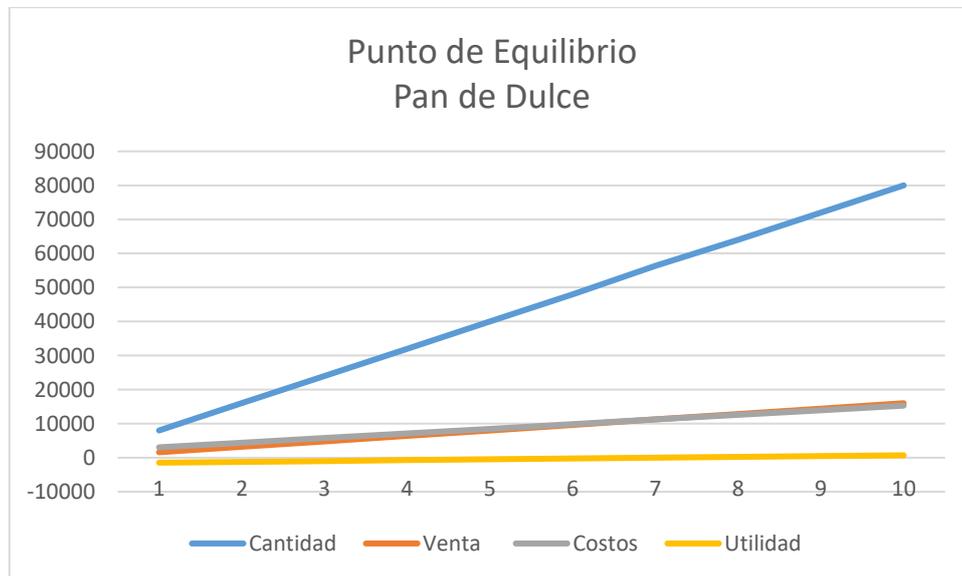


Costo Fijo	
Sueldos	1576
Depreciacion	57,9
Mantenimiento Equipos	25
Internet	21
Gasolina	10
	1689,9

Pan de Dulce	
Costo variable unitario	0,17
Precio de Venta al Publico	0,20
Punto de equilibrio	56330,00

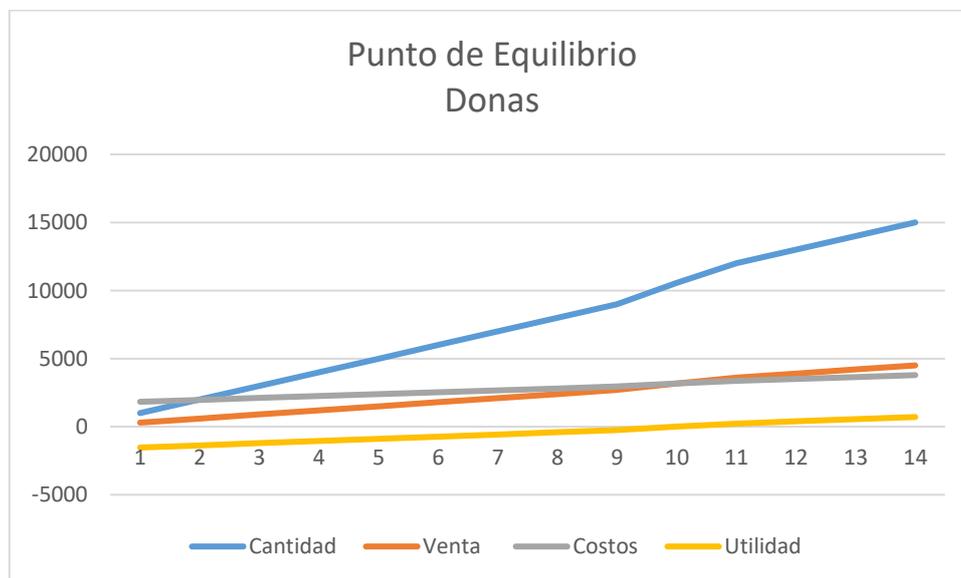
Cantidad	Venta	Costos	Utilidad
8000	1600	3049,9	-1449,9
16000	3200	4409,9	-1209,9
24000	4800	5769,9	-969,9
32000	6400	7129,9	-729,9
40000	8000	8489,9	-489,9
48000	9600	9849,9	-249,9
56330	11266	11266	0
64000	12800	12569,9	230,1
72000	14400	13929,9	470,1
80000	16000	15289,9	710,1

Gráfico N.º16



Costo Fijo		Cantidad	Venta	Costos	Utilidad
Sueldos	1576	1000	300	1829,9	-1529,9
Depreciacion	57,9	2000	600	1969,9	-1369,9
Mantenimiento Equipos	25	3000	900	2109,9	-1209,9
Internet	21	4000	1200	2249,9	-1049,9
Gasolina	10	5000	1500	2389,9	-889,9
	1689,9	6000	1800	2529,9	-729,9
		7000	2100	2669,9	-569,9
		8000	2400	2809,9	-409,9
Donas		9000	2700	2949,9	-249,9
Costo variable unitario	0,14	10561,88	3168,564	3168,5632	0,0008
Precio de Venta al Publico	0,30	12000	3600	3369,9	230,1
Punto de equilibrio	10561,88	13000	3900	3509,9	390,1
		14000	4200	3649,9	550,1
		15000	4500	3789,9	710,1

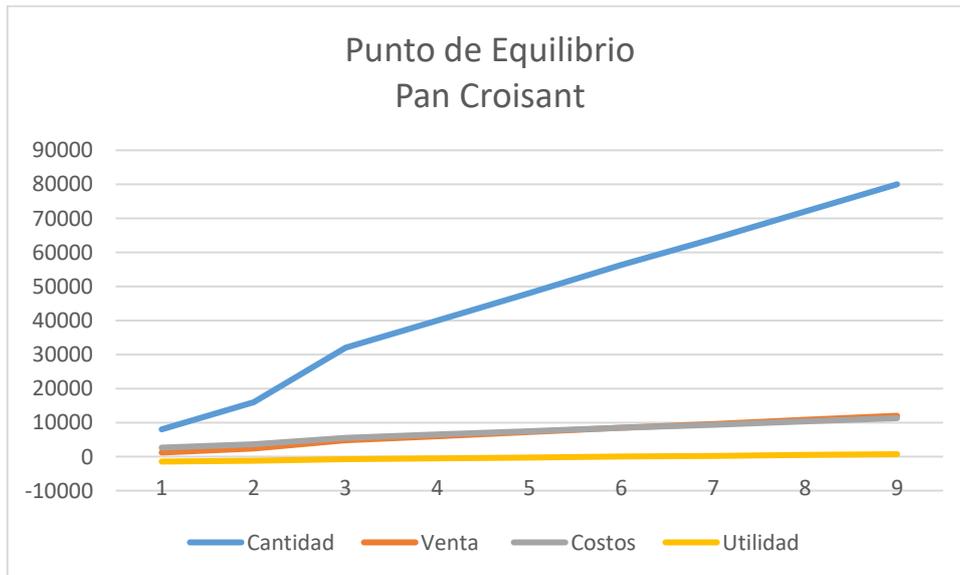
Gráfico N.º17



Costo Fijo		Cantidad	Venta	Costos	Utilidad
Sueldos	1576	8000	1200	2649,9	-1449,9
Depreciacion	57,9	16000	2400	3609,9	-1209,9
Mantenimiento Equipos	25	32000	4800	5529,9	-729,9
Internet	21	40000	6000	6489,9	-489,9
Gasolina	10	48000	7200	7449,9	-249,9
	1689,9	56330	8449,5	8449,5	0
		64000	9600	9369,9	230,1
		72000	10800	10329,9	470,1
		80000	12000	11289,9	710,1

Croissant	
Costo variable unitario	0,12
Precio de Venta al Publico	0,15
Punto de equilibrio	56330,00

Gráfico N.º 18

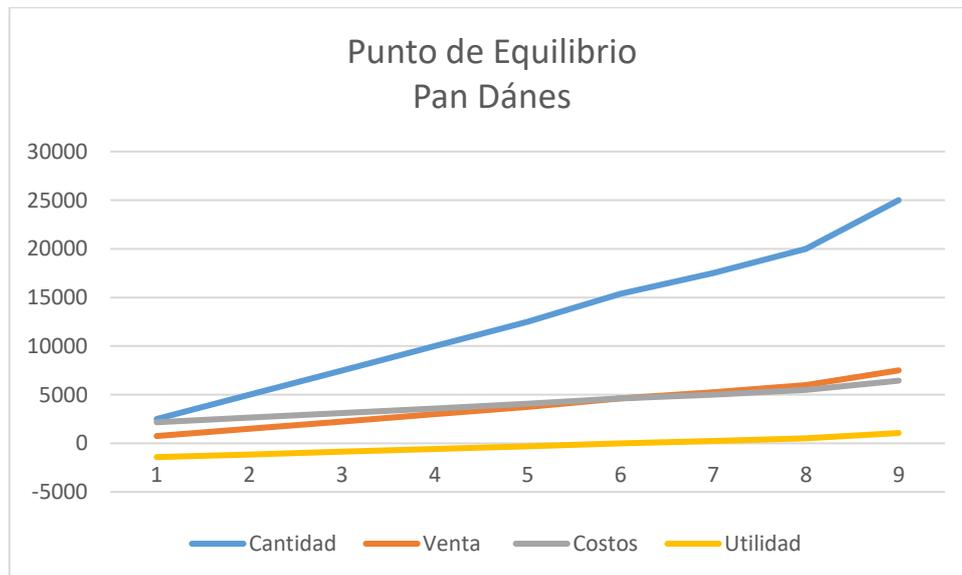


Costo Fijo	
Sueldos	1576
Depreciación	57,9
Mantenimiento Equipos	25
Internet	21
Gasolina	10
	1689,9

Pan Dánes	
Costo variable unitario	0,19
Precio de Venta al Público	0,30
Punto de equilibrio	15362,73

Cantidad	Venta	Costos	Utilidad
2500	750	2164,9	-1414,9
5000	1500	2639,9	-1139,9
7500	2250	3114,9	-864,9
10000	3000	3589,9	-589,9
12500	3750	4064,9	-314,9
15362,73	4608,819	4608,8187	0,0003
17500	5250	5014,9	235,1
20000	6000	5489,9	510,1
25000	7500	6439,9	1060,1

Gráfico N.º19

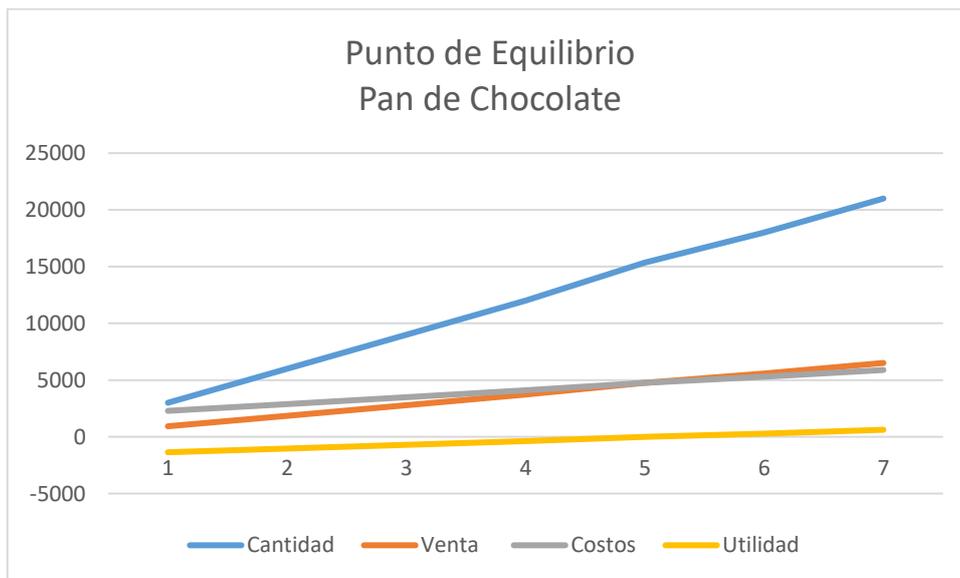


Costo Fijo	
Sueldos	1576
Depreciación	57,9
Mantenimiento Equipos	25
Internet	21
Gasolina	10
	1689,9

Cantidad	Venta	Costos	Utilidad
3000	930	2289,9	-1359,9
6000	1860	2889,9	-1029,9
9000	2790	3489,9	-699,9
12000	3720	4089,9	-369,9
15362,73	4762,4463	4762,446	0,00
18000	5580	5289,9	290,1
21000	6510	5889,9	620,1

Pan de Chocolate	
Costo variable unitario	0,2
Precio de Venta al público	0,31
Punto de equilibrio	15362,73

Grafico N.º20

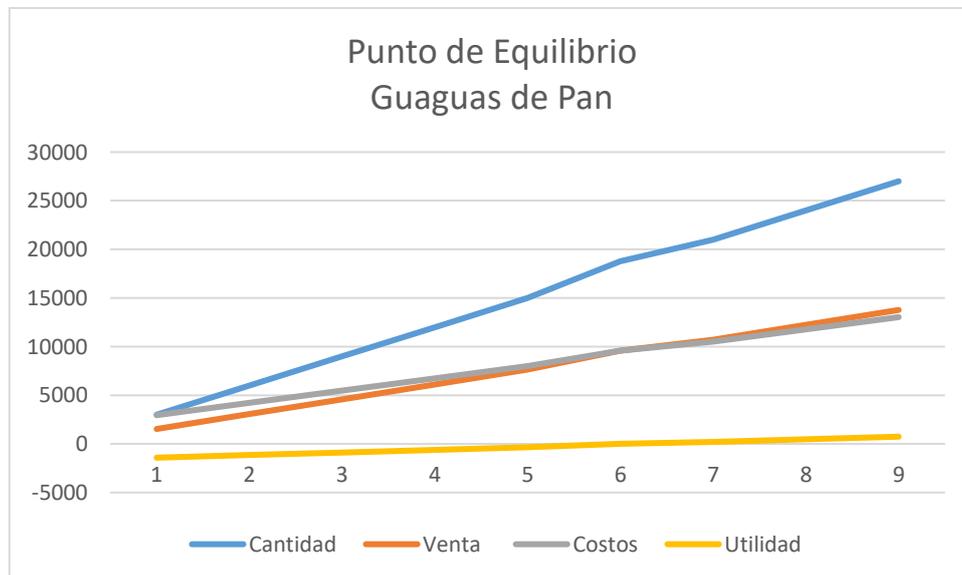


Costo Fijo	
Sueldos	1576
Depreciación	57,9
Mantenimiento Equipos	25
Internet	21
Gasolina	10
	1689,9

Guaguas de Pan	
Costo variable unitario	0,42
Precio de Venta al Público	0,51
Punto de equilibrio	18776,67

Cantidad	Venta	Costos	Utilidad
3000	1530	2949,9	-1419,9
6000	3060	4209,9	-1149,9
9000	4590	5469,9	-879,9
12000	6120	6729,9	-609,9
15000	7650	7989,9	-339,9
18776,67	9576,1017	9576,1014	0,0003
21000	10710	10509,9	200,1
24000	12240	11769,9	470,1
27000	13770	13029,9	740,1

Gráfico N.º 21

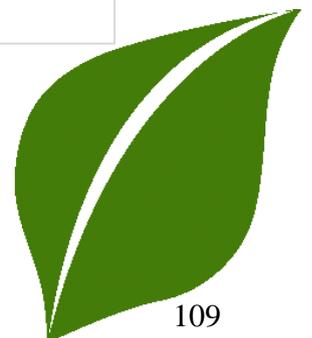
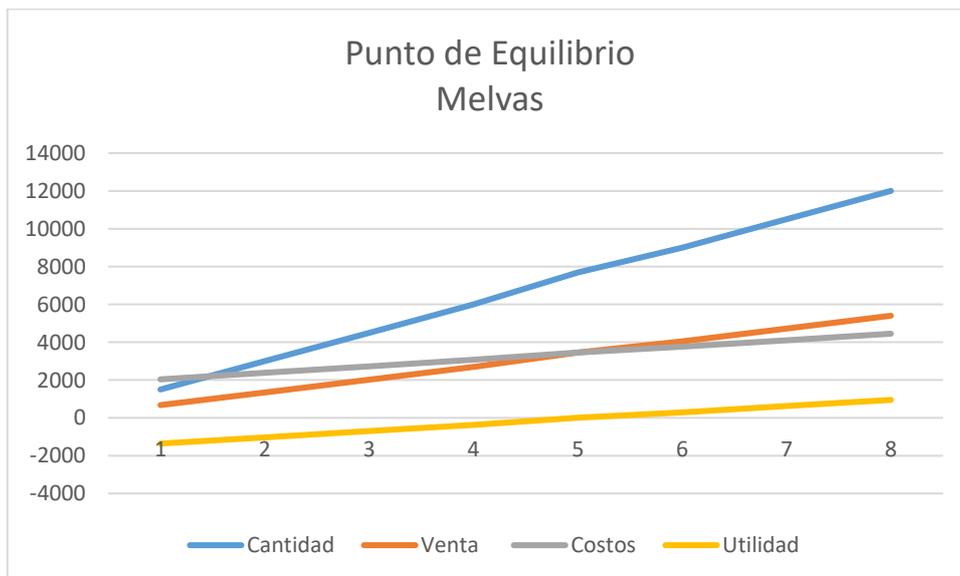


Costo Fijo	
Sueldos	1576
Depreciación	57,9
Mantenimiento Equipos	25
Internet	21
Gasolina	10
	1689,9

Cantidad	Venta	Costos	Utilidad
1500	675	2034,9	-1359,9
3000	1350	2379,9	-1029,9
4500	2025	2724,9	-699,9
6000	2700	3069,9	-369,9
7681,36	3456,612	3456,6128	-0,0008
9000	4050	3759,9	290,1
10500	4725	4104,9	620,1
12000	5400	4449,9	950,1

Melvas	
Costo variable unitario	0,23
Precio de Venta al Publico	0,45
Punto de equilibrio	7681,36

Gráfico N.º22

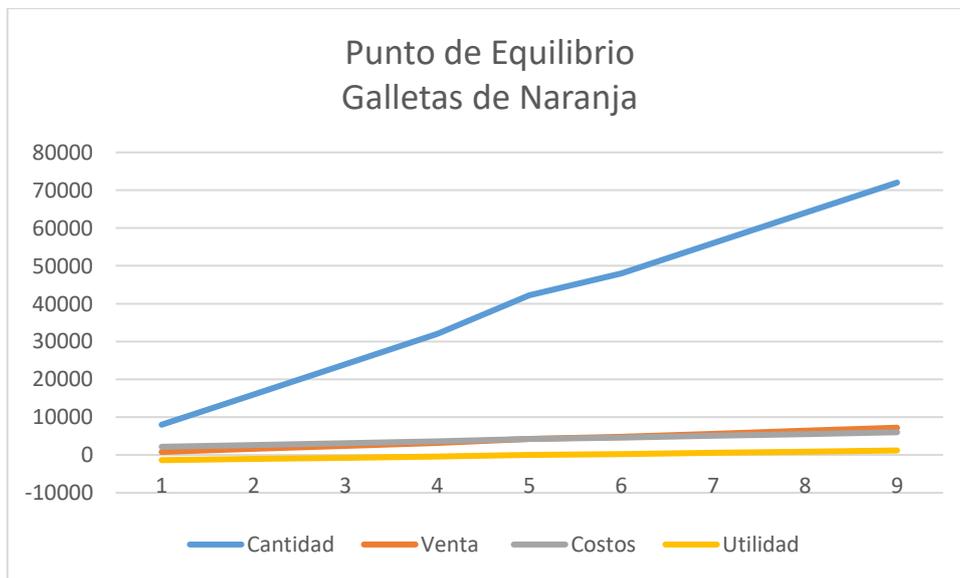


Costo Fijo	
Sueldos	1576
Depreciación	57,9
Mantenimiento Equipos	25
Internet	21
Gasolina	10
	1689,9

Galletas de Naranja	
Costo variable unitario	0,06
Precio de Venta al Público	0,10
Punto de equilibrio	42247,50

Cantidad	Venta	Costos	Utilidad
8000	800	2169,9	-1369,9
16000	1600	2649,9	-1049,9
24000	2400	3129,9	-729,9
32000	3200	3609,9	-409,9
42247,5	4224,75	4224,75	0
48000	4800	4569,9	230,1
56000	5600	5049,9	550,1
64000	6400	5529,9	870,1
72000	7200	6009,9	1190,1

Gráfico N.º23

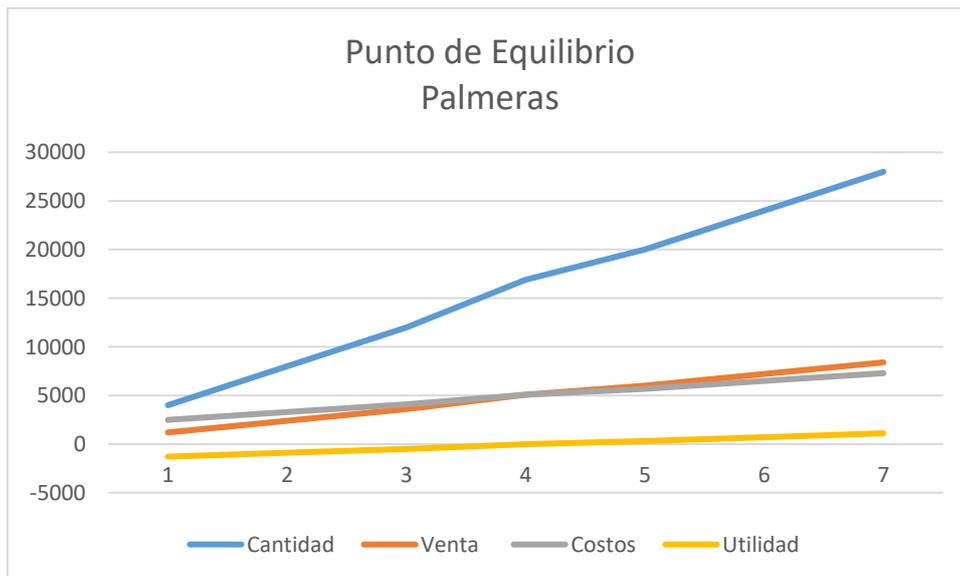


Costo Fijo	
Sueldos	1576
Depreciación	57,9
Mantenimiento Equipos	25
Internet	21
Gasolina	10
	1689,9

Palmeras	
Costo variable unitario	0,20
Precio de Venta al Público	0,30
Punto de equilibrio	16899,00

Cantidad	Venta	Costos	Utilidad
4000	1200	2489,9	-1289,9
8000	2400	3289,9	-889,9
12000	3600	4089,9	-489,9
16899	5069,7	5069,7	0
20000	6000	5689,9	310,1
24000	7200	6489,9	710,1
28000	8400	7289,9	1110,1

Gráfico N.º24

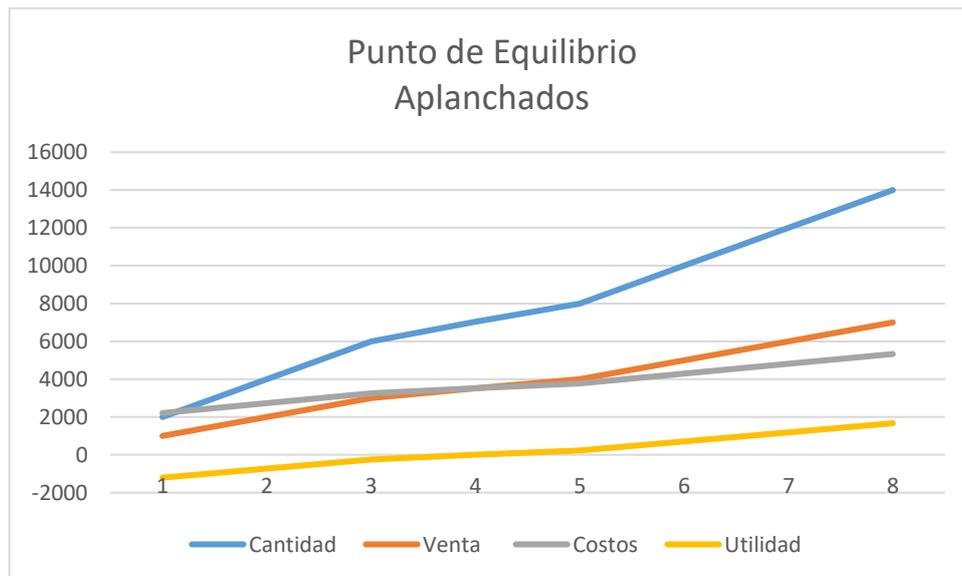


Costo Fijo	
Sueldos	1576
Depreciación	57,9
Mantenimiento Equipos	25
Internet	21
Gasolina	10
	1689,9

Aplanchados	
Costo variable unitario	0,26
Precio de Venta al Público	0,50
Punto de equilibrio	7041,25

Cantidad	Venta	Costos	Utilidad
2000	1000	2209,9	-1209,9
4000	2000	2729,9	-729,9
6000	3000	3249,9	-249,9
7041,25	3520,625	3520,625	0
8000	4000	3769,9	230,1
10000	5000	4289,9	710,1
12000	6000	4809,9	1190,1
14000	7000	5329,9	1670,1

Gráfico N.º25

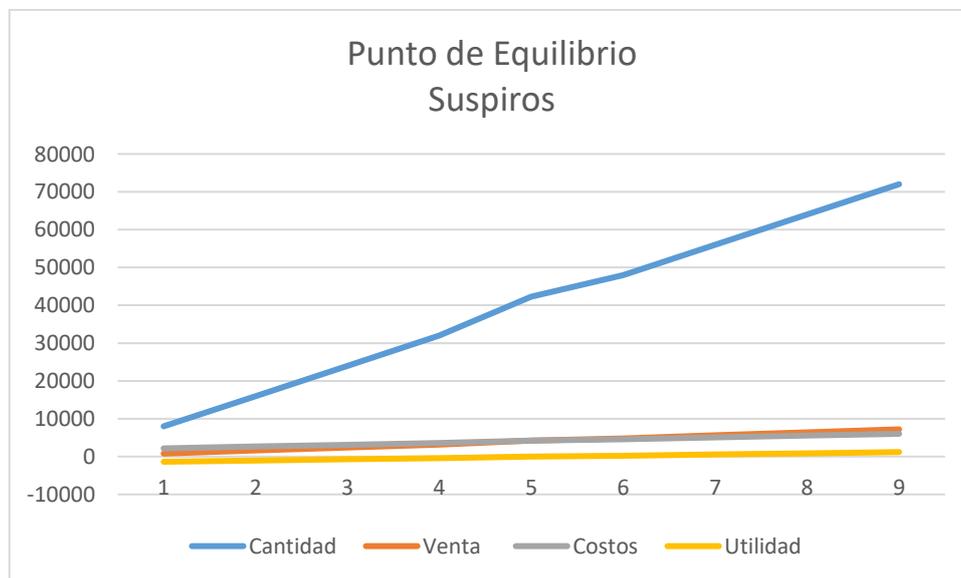


Costo Fijo	
Sueldos	1576
Depreciación	57,9
Mantenimiento Equipos	25
Internet	21
Gasolina	10
	1689,9

Suspiros	
Costo variable unitario	0,06
Precio de Venta al Público	0,10
Punto de equilibrio	42247,50

Cantidad	Venta	Costos	Utilidad
8000	800	2169,9	-1369,9
16000	1600	2649,9	-1049,9
24000	2400	3129,9	-729,9
32000	3200	3609,9	-409,9
42247,5	4224,75	4224,75	0
48000	4800	4569,9	230,1
56000	5600	5049,9	550,1
64000	6400	5529,9	870,1
72000	7200	6009,9	1190,1

Gráfico N.º26

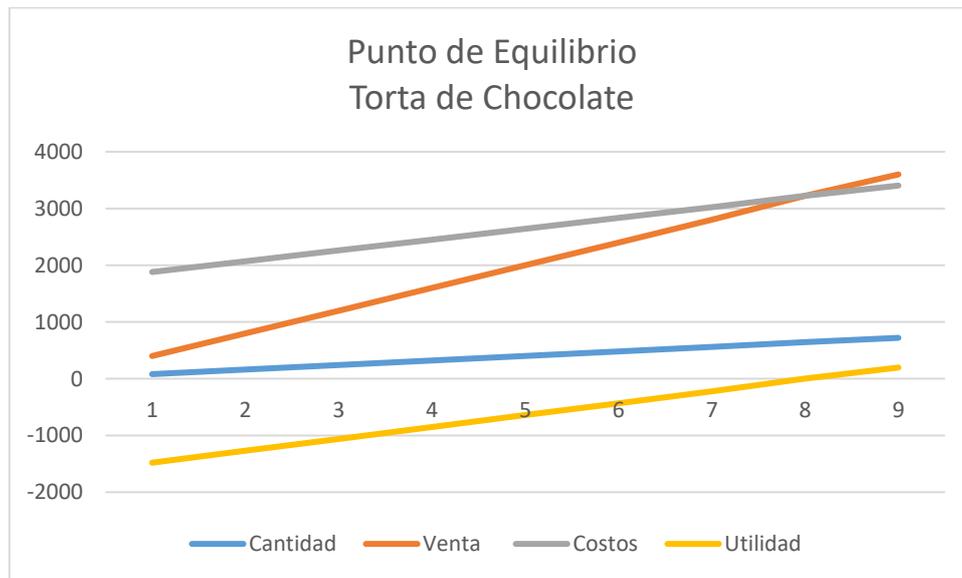


Costo Fijo	
Sueldos	1576
Depreciación	57,9
Mantenimiento Equipos	25
Internet	21
Gasolina	10
	1689,9

Torta de Chocolate	
Costo variable unitario	2,38
Precio de Venta al Público	5,00
Punto de equilibrio	645,00

Cantidad	Venta	Costos	Utilidad
80	400	1880,3	-1480,3
160	800	2070,7	-1270,7
240	1200	2261,1	-1061,1
320	1600	2451,5	-851,5
400	2000	2641,9	-641,9
480	2400	2832,3	-432,3
560	2800	3022,7	-222,7
645	3225	3225	0
720	3600	3403,5	196,5
800	4000	3593,9	406,1
880	4400	3784,3	615,7

Gráfico N.º27

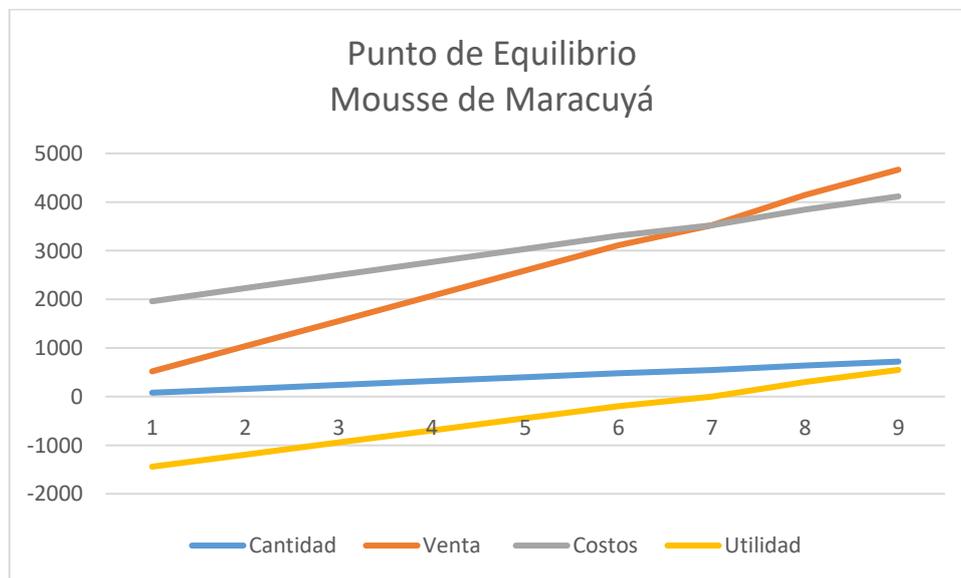


Costo Fijo	
Sueldos	1576
Depreciación	57,9
Mantenimiento Equipos	25
Internet	21
Gasolina	10
	1689,9

Mousse de Maracuyá	
Costo variable unitario	3,37
Precio de Venta al Público	6,48
Punto de equilibrio	543,38

Cantidad	Venta	Costos	Utilidad
80	518,4	1959,5	-1441,1
160	1036,8	2229,1	-1192,3
240	1555,2	2498,7	-943,5
320	2073,6	2768,3	-694,7
400	2592	3037,9	-445,9
480	3110,4	3307,5	-197,1
543,38	3521,1024	3521,0906	0,0118
640	4147,2	3846,7	300,5
720	4665,6	4116,3	549,3

Gráfico N.º28

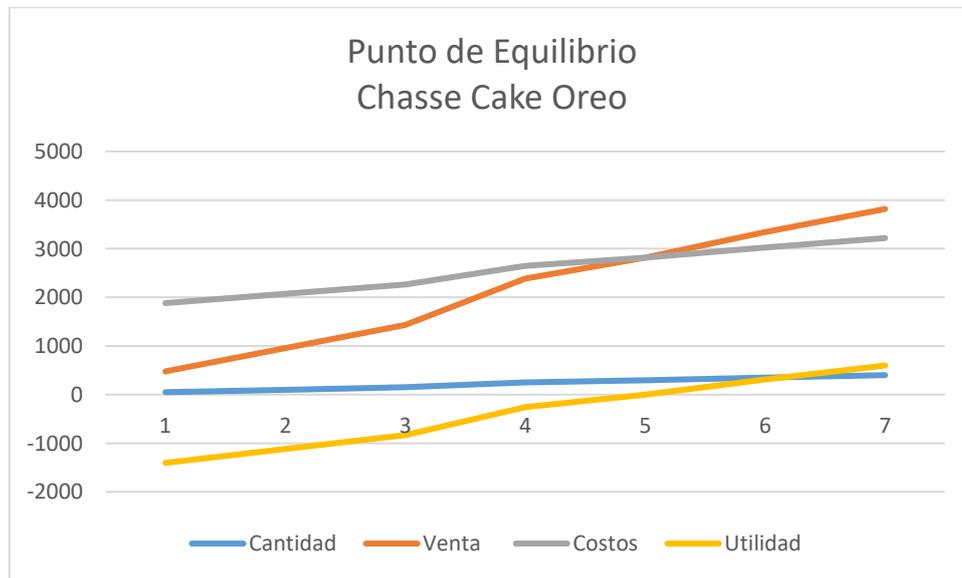


Costo Fijo	
Sueldos	1576
Depreciación	57,9
Mantenimiento Equipos	25
Internet	21
Gasolina	10
	1689,9

Cantidad	Venta	Costos	Utilidad
50	477	1880,9	-1403,9
100	954	2071,9	-1117,9
150	1431	2262,9	-831,9
250	2385	2644,9	-259,9
295,44	2818,4976	2818,4808	0,0168
350	3339	3026,9	312,1
400	3816	3217,9	598,1

Chasse Cake Oreo	
Costo variable unitario	3,82
Precio de Venta al Público	9,54
Punto de equilibrio	295,44

Gráfico N.º29

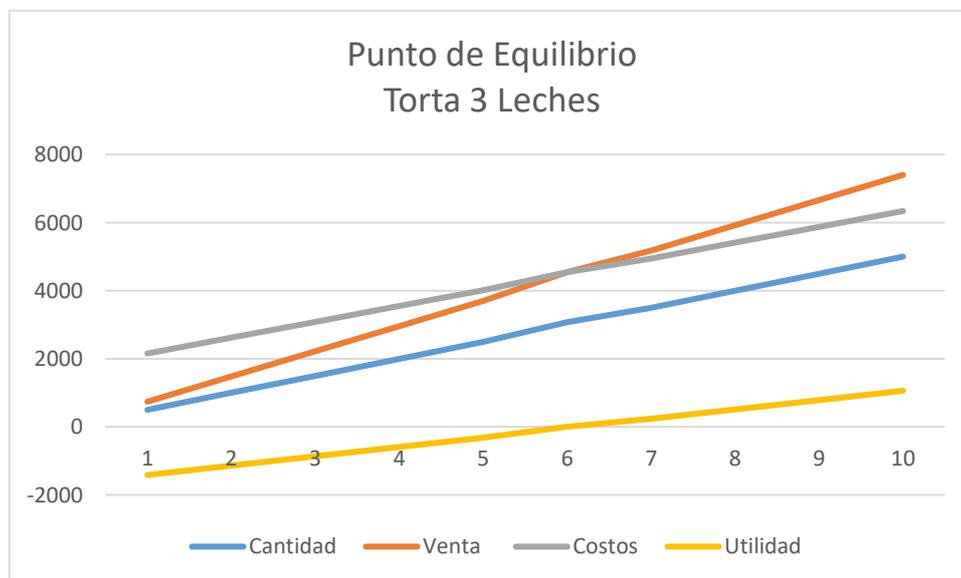


Costo Fijo	
Sueldos	1576
Depreciación	57,9
Mantenimiento Equipos	25
Internet	21
Gasolina	10
	1689,9

Torta 3 Leches	
Costo variable unitario	0,93
Precio de Venta al Público	1,48
Punto de equilibrio	3072,55

Cantidad	Venta	Costos	Utilidad
500	740	2154,9	-1414,9
1000	1480	2619,9	-1139,9
1500	2220	3084,9	-864,9
2000	2960	3549,9	-589,9
2500	3700	4014,9	-314,9
3072,55	4547,374	4547,3715	0,0025
3500	5180	4944,9	235,1
4000	5920	5409,9	510,1
4500	6660	5874,9	785,1
5000	7400	6339,9	1060,1

Gráfico N.º30

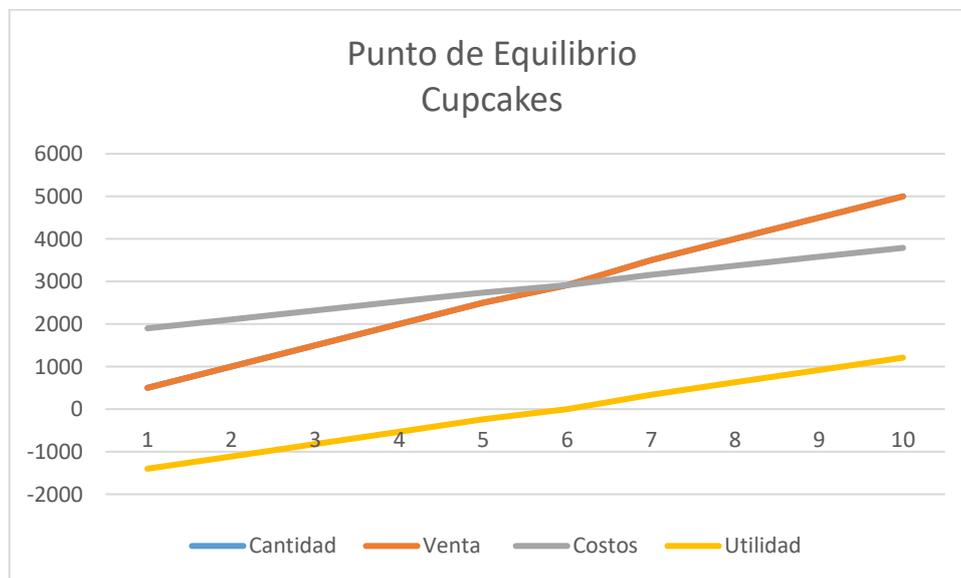


Costo Fijo	
Sueldos	1576
Depreciación	57,9
Mantenimiento Equipos	25
Internet	21
Gasolina	10
	1689,9

Cupcakes	
Costo variable unitario	0,42
Precio de Venta al Público	1,00
Punto de equilibrio	2913,62

Cantidad	Venta	Costos	Utilidad
500	500	1899,9	-1399,9
1000	1000	2109,9	-1109,9
1500	1500	2319,9	-819,9
2000	2000	2529,9	-529,9
2500	2500	2739,9	-239,9
2913,62	2913,62	2913,6204	-0,0004
3500	3500	3159,9	340,1
4000	4000	3369,9	630,1
4500	4500	3579,9	920,1
5000	5000	3789,9	1210,1

Gráfico N.º31



5.3. Balance de Situación Inicial

También conocido como balance general. Este es un documento financiero el cual muestra información de los activos, pasivos y patrimonio.

Cuadro N°16

Balance de Situación Inicial

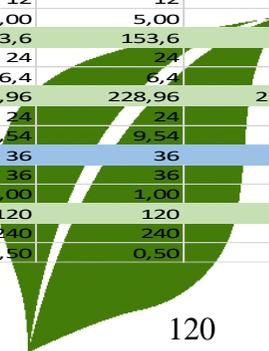
Balance de Situación Inicial			
ACTIVO		PASIVO	
Activo Corriente		Total, Pasivo Corriente	0
Caja / Bancos	1000	Total, Pasivo No Corriente	0
Inventario Materia Prima	500	TOTAL, PASIVO	0
Gastos de Constitución	50	PATRIMONIO	
Total, Activo Corriente	1550	Capital Social	18786
Activo No Corriente		TOTAL, PATRIMONIO	18786
Maquinaria	9680		
Útiles de Oficina	100		
Utensillos	316		
Muebles y Enceres	340		
Edificaciones	5000		
Vehículo	5000		
Equipo de Oficina	300		
Total, Activo No Corriente	19736		
TOTAL, ACTIVO	21286	TOTAL, PASIVO + PATRIMONIO	18786

5.3. Flujo de Caja

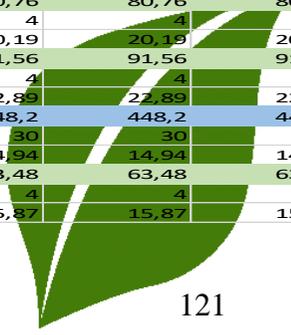
La constitución y proyección del flujo de caja es uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, porque se efectuarán sobre los resultados que en él se determinan (Salazar, 2010).



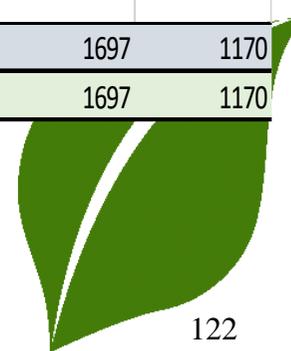
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingresos de caja	2244	2244	2244	4489	4489	4489	6733	6733	6733	6733	6901	6733
Ventas	2184	2184	2184	4369	4369	4369	6553	6553	6553	6553	6721	6553
Pan Baguette	792	792	792	1584	1584	1584	2376	2376	2376	2376	2376	2376
Cantidad	660	660	660	1320	1320	1320	1980	1980	1980	1980	1980	1980
Precio	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2
Suspiros	45	45	45	90	90	90	135	135	135	135	135	135
Cantidad	450	450	450	900	900	900	1350	1350	1350	1350	1350	1350
Precio	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
3 Leches	88,8	88,8	88,8	177,6	177,6	177,6	266,4	266,4	266,4	266,4	266,4	266,4
Cantidad	60	60	60	120	120	120	180	180	180	180	180	180
Precio	1,48	1,48	1,48	1,48	1,48	1,48	1,48	1,48	1,48	1,48	1,48	1,48
Pan Reventado	110,4	110,4	110,4	220,8	220,8	220,8	331,2	331,2	331,2	331,2	331,2	331,2
Cantidad	690	690	690	1380	1380	1380	2070	2070	2070	2070	2070	2070
Precio	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16
Pan de Dulce	108	108	108	216	216	216	324	324	324	324	324	324
Cantidad	720	720	720	1440	1440	1440	2160	2160	2160	2160	2160	2160
Precio	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15
Pan de Coco	44,16	44,16	44,16	88,32	88,32	88,32	132,48	132,48	132,48	132,48	132,48	132,48
Cantidad	92	92	92	184	184	184	276	276	276	276	276	276
Precio	0,48	0,48	0,48	0,48	0,48	0,48	0,48	0,48	0,48	0,48	0,48	0,48
Pan de Leche	132	132	132	264	264	264	396	396	396	396	396	396
Cantidad	660	660	660	1320	1320	1320	1980	1980	1980	1980	1980	1980
Precio	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20
Donuts	207	207	207	414	414	414	621	621	621	621	621	621
Cantidad	690	690	690	1380	1380	1380	2070	2070	2070	2070	2070	2070
Precio	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30
Pan Croisant	130,5	130,5	130,5	261	261	261	391,5	391,5	391,5	391,5	391,5	391,5
Cantidad	870	870	870	1740	1740	1740	2610	2610	2610	2610	2610	2610
Precio	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15
Pan Danes	225	225	225	450	450	450	675	675	675	675	675	675
Cantidad	750	750	750	1500	1500	1500	2250	2250	2250	2250	2250	2250
Precio	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30
Guagua de Pan											168,3	
Cantidad												330
Precio												0,51
Pan de Chocolate	31	31	31	62	62	62	93	93	93	93	93	93
Cantidad	100	100	100	200	200	200	300	300	300	300	300	300
Precio	0,31	0,31	0,31	0,31	0,31	0,31	0,31	0,31	0,31	0,31	0,31	0,31
Melvas	27	27	27	54	54	54	81	81	81	81	81	81
Cantidad	60	60	60	120	120	120	180	180	180	180	180	180
Precio	0,45	0,45	0,45	0,45	0,45	0,45	0,45	0,45	0,45	0,45	0,45	0,45
Palmeras	36	36	36	72	72	72	108	108	108	108	108	108
Cantidad	120	120	120	240	240	240	360	360	360	360	360	360
Precio	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30
Galletas de Naranja	8	8	8	16	16	16	24	24	24	24	24	24
Cantidad	80	80	80	160	160	160	240	240	240	240	240	240
Precio	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10
Torta de Chocolate	20	20	20	40	40	40	60	60	60	60	60	60
Cantidad	4	4	4	8	8	8	12	12	12	12	12	12
Precio	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Mousse de Maracuya	51,2	51,2	51,2	102,4	102,4	102,4	153,6	153,6	153,6	153,6	153,6	153,6
Cantidad	8	8	8	16	16	16	24	24	24	24	24	24
Precio	6,4	6,4	6,4	6,4	6,4	6,4	6,4	6,4	6,4	6,4	6,4	6,4
Chesse Cake Oreo	76,32	76,32	76,32	152,64	152,64	152,64	228,96	228,96	228,96	228,96	228,96	228,96
Cantidad	8	8	8	16	16	16	24	24	24	24	24	24
Precio	9,54	9,54	9,54	9,54	9,54	9,54	9,54	9,54	9,54	9,54	9,54	9,54
Cupcakes	12	12	12	24	24	24	36	36	36	36	36	36
Cantidad	12	12	12	24	24	24	36	36	36	36	36	36
Precio	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Aplanchados	40	40	40	80	80	80	120	120	120	120	120	120
Cantidad	80	80	80	160	160	160	240	240	240	240	240	240
Precio	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50



	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Compras materia prima	1001	1001	1001	1998	2109	2331	2995	3162	3495	4160	3468	3827
Compras	997	997	997	1994	2105	2327	2991	3158	3491	4156	3464	3823
Pan Baguette	72	72	72	144	144	144	216	216	216	216	216	216
Cantidad	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Precio	2,4	2,4	2,4	4,8	4,8	4,8	7,2	7,2	7,2	7,2	7,2	7,2
Suspiros	26,7	26,7	26,7	53,4	53,4	53,4	80,1	80,1	80,1	80,1	80,1	80,1
Cantidad	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Precio	0,89	0,89	0,89	1,78	1,78	1,78	2,67	2,67	2,67	2,67	2,67	2,67
3 Leches	55,48	55,48	55,48	110,96	221,92	443,84	166,44	332,88	665,76	1331,52	499,32	998,64
Cantidad	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Precio	13,87	13,87	13,87	27,74	55,48	110,96	41,61	83,22	166,44	332,88	124,83	249,66
Pan Reventado	79,5	79,5	79,5	159	159	159	238,5	238,5	238,5	238,5	238,5	238,5
Cantidad	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Precio	2,65	2,65	2,65	5,3	5,3	5,3	7,95	7,95	7,95	7,95	7,95	7,95
Pan de Dulce	76,2	76,2	76,2	152,4	152,4	152,4	228,6	228,6	228,6	228,6	228,6	228,6
Cantidad	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Precio	2,54	2,54	2,54	5,08	5,08	5,08	7,62	7,62	7,62	7,62	7,62	7,62
Pan de Coco	17,56	17,56	17,56	35,12	35,12	35,12	52,68	52,68	52,68	52,68	52,68	52,68
Cantidad	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Precio	4,39	4,39	4,39	8,78	8,78	8,78	13,17	13,17	13,17	13,17	13,17	13,17
Pan de Leche	112,5	112,5	112,5	225	225	225	337,5	337,5	337,5	337,5	337,5	337,5
Cantidad	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Precio	3,75	3,75	3,75	7,50	7,50	7,50	11,25	11,25	11,25	11,25	11,25	11,25
Donuts	12,72	12,72	12,72	25,44	25,44	25,44	38,16	38,16	38,16	38,16	38,16	38,16
Cantidad	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Precio	3,18	3,18	3,18	6,36	6,36	6,36	9,54	9,54	9,54	9,54	9,54	9,54
Pan Croisant	105,3	105,3	105,3	210,6	210,6	210,6	315,9	315,9	315,9	315,9	315,9	315,9
Cantidad	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Precio	3,51	3,51	3,51	7,02	7,02	7,02	10,53	10,53	10,53	10,53	10,53	10,53
Pan Danes	139,2	139,2	139,2	278,4	278,4	278,4	417,6	417,6	417,6	417,6	417,6	417,6
Cantidad	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Precio	4,64	4,64	4,64	9,28	9,28	9,28	13,92	13,92	13,92	13,92	13,92	13,92
Guagua de Pan											140,1	
Cantidad												15
Precio												9,34
Pan de Chocolate	20,36	20,36	20,36	40,72	40,72	40,72	61,08	61,08	61,08	61,08	61,08	61,08
Cantidad	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Precio	5,09	5,09	5,09	10,18	10,18	10,18	15,27	15,27	15,27	15,27	15,27	15,27
Melvas	13,6	13,6	13,6	27,2	27,2	27,2	40,8	40,8	40,8	40,8	40,8	40,8
Cantidad	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Precio	3,4	3,4	3,4	6,8	6,8	6,8	10,2	10,2	10,2	10,2	10,2	10,2
Palmeras	24,04	24,04	24,04	48,08	48,08	48,08	72,12	72,12	72,12	72,12	72,12	72,12
Cantidad	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Precio	6,01	6,01	6,01	12,02	12,02	12,02	18,03	18,03	18,03	18,03	18,03	18,03
Galletas de Naranja	4,4	4,4	4,4	8,8	8,8	8,8	13,2	13,2	13,2	13,2	13,2	13,2
Cantidad	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Precio	1,10	1,10	1,10	2,20	2,20	2,20	3,30	3,30	3,30	3,30	3,30	3,30
Torta de Chocolate	9,52	9,52	9,52	19,04	19,04	19,04	28,56	28,56	28,56	28,56	28,56	28,56
Cantidad	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Precio	2,38	2,38	2,38	4,76	4,76	4,76	7,14	7,14	7,14	7,14	7,14	7,14
Mousse de Maracuya	26,92	26,92	26,92	53,84	53,84	53,84	80,76	80,76	80,76	80,76	80,76	80,76
Cantidad	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Precio	6,73	6,73	6,73	13,46	13,46	13,46	20,19	20,19	20,19	20,19	20,19	20,19
Chesse Cake Oreo	30,52	30,52	30,52	61,04	61,04	61,04	91,56	91,56	91,56	91,56	91,56	91,56
Cantidad	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Precio	7,63	7,63	7,63	15,26	15,26	15,26	22,89	22,89	22,89	22,89	22,89	22,89
Cupcakes	149,4	149,4	149,4	298,8	298,8	298,8	448,2	448,2	448,2	448,2	448,2	448,2
Cantidad	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Precio	4,98	4,98	4,98	9,96	9,96	9,96	14,94	14,94	14,94	14,94	14,94	14,94
Aplanchados	21,16	21,16	21,16	42,32	42,32	42,32	63,48	63,48	63,48	63,48	63,48	63,48
Cantidad	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Precio	5,29	5,29	5,29	10,58	10,58	10,58	15,87	15,87	15,87	15,87	15,87	15,87



	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingresos de caja	14684	2244	2244	4489	4489	4489	6733	6733	6733	6733	6901	6733
Ventas	2184	2184	2184	4369	4369	4369	6553	6553	6553	6553	6721	6553
Inversión inicial	12500											
Egresos de caja	3845	2695,08	2695,08	3709,16	3820,12	4042,04	4731,24	4897,68	5230,56	5896,32	5204,22	5563,44
Compras	997	997	997	1994	2105	2327	2991	3158	3491	4156	3464	3823
Marketing	350											
Costos fijos	2498	1698	1698	1715	1715	1715	1740	1740	1740	1740	1740	1740
Remodelacion del Local	500											
Luz	53	53	53	70	70	70	95	95	95	95	95	95
Internet	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
Teléfono	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18
Agua	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Sueldo	1576	1576	1576	1576	1576	1576	1576	1576	1576	1576	1576	1576
Mantenimiento de Equipos	300											
Flujo del mes	10839	-451	-451	780	669	447	2002	1835	1503	837	1697	1170
Flujo acumulado	10839	-451	-451	780	669	447	2002	1835	1503	837	1697	1170



5.4. VAN

Formula de VAN

$$VAN (I; f_1; fr) - IO$$

Valores que significan:

F: Flujo de efectivo neto

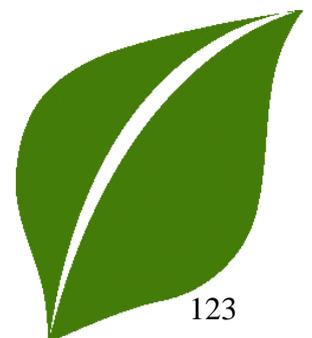
N: Cantidad de años

I: Tasa de Interés

IO: Inversión Inicial

VAN	4314,82
------------	----------------

Tasa de interés	5%
-----------------	----



5.5. TIR

Formula del TIR

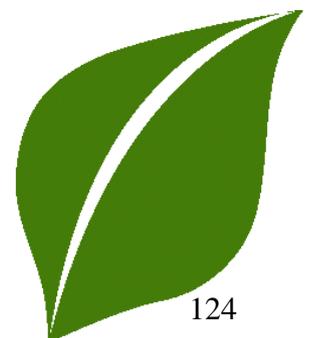
$$TIR = (IO; F2)$$

F2, va a ser último periodo

IO: Inversión Inicial

Si el TIR es mayor la inversión del proyecto es viable, ya que la tasa interna de retorno es mayor a la inversión inicial. (Freitas, 2018)

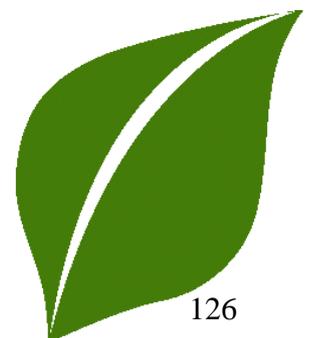
TIR	14%
-----	-----



Modelo Canvas

<p>Socios claves</p> <p>Proveedores locales de materia prima</p>	<p>Actividades clave</p> <p>Elaboración de pan y productos de pastelería</p> <p>Servicio de cafetería y heladería.</p> <p>Servicio de entrega a domicilio para zonas aledañas.</p>	<p>Propuesta de Valor</p> <p>Dotación de productos de panadería y pastelería, de cafetería y heladería en un ambiente agradable, pionero en su área geográfica.</p> <p>Personal dispuesto a responder rápidamente a las necesidades de los clientes.</p>	<p>Relación con los clientes</p> <p>Atención amable y personalizada</p> <p>Atención a domicilio</p> <p>Dotación de un ambiente sin competencia en su zona de influencia.</p>	<p>Segmento de clientes</p> <p>Hombres y mujeres a partir de los 12 años de edad en adelante, que habiten en las zonas aledañas a la ubicación geográfica de la panadería y pastelería Sebas.</p>
<p>Estructura de costo</p> <p>Costos fijos: pago de internet, sueldos</p> <p>Costos variables: compra de materia prima, pago de servicios básicos, reposición de vajilla de cafetería y heladería.</p>	<p>Recursos</p> <p>Capital propio</p> <p>Local propio</p> <p>Recurso humano capacitado</p> <p>Actualización permanente de conocimientos y técnicas</p>		<p>Canales</p> <p>Atención directa en el local</p> <p>Página Web</p> <p>Redes Sociales</p>	
			<p>Fuente de ingreso</p> <p>Dinero en efectivo</p>	

El análisis financiero deja observar que los productos a ofrecerse generan rentabilidad aun considerando un muy prudente nivel de ventas. El Valor Actual Neto es de 4267,20 y el 14%.



Conclusiones

- El clima de Sangolquí, así como los lugares turísticos y tradiciones de este sitio son de gran atracción para habitantes del sector y turistas. Su crecimiento económico, pese a la poca dinamización de la economía, crece positivamente. Sangolquí y los barrios que son parte de él se avizoran como una potencia económica.
- Los resultados que muestra la investigación de mercado son favorables para el establecimiento de la Panadería y Pastelería "Sebas". El valor propuesto agregado correspondiente a la fusión de este servicio con una cafetería y heladería ha sido recibido con muestras claras de conformidad.
- Se establecen las políticas institucionales y planificación estratégica con miras al cumplimiento de la misión y visión institucionales.
- La planificación operativa propuesta permite aplicar los diferentes procesos en las áreas asignadas.
- El análisis financiero deja observar que los productos a ofrecerse generan rentabilidad aun considerando un muy prudente nivel de ventas. El Valor Actual Neto es de 4267,20 y el 14%.



Recomendaciones

- Usar las preferencias de los comensales para armar el catálogo de productos ofertados cuidando la calidad de cada producción.
- Armonizar el ambiente de la panadería y pastelería con miras a lograr un espacio pleno que vaya en conjunción con las manifiestas aspiraciones de los clientes.
- Preparar cuidadosamente la planeación mensual, trimestral, semestral y anual, manteniendo en la mira los objetivos a conseguirse.
- Aplicar los diagramas de procesos con propuestas de mejora continua.
- Mantener un riguroso control de costos priorizando el uso de los recursos con el menor desperdicio posible.



Anexos

Anexo N° 1

Certificado de Normativas Particulares (Uso del Suelo)

 <p>GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN RUMIÑAHUI DIRECCIÓN DE GESTIÓN TERRITORIAL CERTIFICADO DE NORMAS PARTICULARES (CNP)</p>	<p>Especie Valorada USD 1.00</p>
	<p>N°. 0010761</p>

Señor _____ Sangolquí, _____ de _____ del 20 19

Señor
Director de Gestión Territorial
GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN RUMIÑAHUI
Presente.-

Datos del solicitante:

NOMBRES Y APELLIDOS O RAZÓN SOCIAL	CÉDULA DE CIUDADANÍA O RUC
<u>Viviana Carolina Quiroz Diaz</u>	<u>172207483-6</u>
TELÉFONOS	CORREO
Fijo: <u>0212337-217</u> Celular: <u>0960619090</u>	<u>caro-quiroz@icloud.com</u>

Requiero se digne conferirme el informe CNP del predio:

No. CLAVE CATASTRAL	UBICACIÓN EN EL SECTOR DE
<u>020102524000</u>	<u>Sangolquí, Barrio Inchupillo</u>

Calle Ineo Gangotena y 22 de Enero
entre _____ manzana _____ lote No. 9
el mismo que tiene una superficie de _____ m² Has.

OBJETO DE SOLICITUD

Vender <input type="checkbox"/>	Edificar <input type="checkbox"/>	Afectación <input type="checkbox"/>	Conjunto habit. <input type="checkbox"/>	Cerramiento <input type="checkbox"/>
Comprar <input type="checkbox"/>	Subdividir <input type="checkbox"/>	Urbanizar <input type="checkbox"/>	Proyecto industrial <input type="checkbox"/>	Patente <input type="checkbox"/>
Trabajos varios <input checked="" type="checkbox"/>	LUF <input type="checkbox"/>	Otros <input type="checkbox"/>		

Descripción: _____

CROQUIS DE UBICACIÓN
En el croquis deben constar las manzanas, ubicando calles, parques o edificios importantes que sirvan de referencia. El croquis puede ser realizado a mano alzada, no es necesario una escala.



FIRMA DEL SOLICITANTE _____



Anexo N° 2

Solicitud de Permiso de Funcionamiento

<p>GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN RUMINAHUI DIRECCIÓN FINANCIERA</p> <p>SOLICITUD DE PERMISO DE FUNCIONAMIENTO</p>	<p>ESPECIE VALORADA USD 6.60</p> <p>N° 002852</p>
--	--

INFORMACIÓN

Sangolquí, ____ de ____ del 201__

Señor
Director de Planificación
GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN RUMINAHUI
Presente.-

De conformidad con las disposiciones del Art. 6 de la Ordenanza Municipal para otorgamientos del Permiso de Funcionamiento para establecimientos y locales comerciales que operen dentro de la Jurisdicción del Cantón Rumiñahui, publicado en el Registro Oficial No. 372 del 27 Enero del 2011.

Solicito el Permiso con la siguiente información:

Nombre o Razón Social	<input style="width: 95%;" type="text"/>
Tipo de Actividad Económica	<input style="width: 95%;" type="text"/>
Dirección	<input style="width: 95%;" type="text"/>
Teléfono:	<input style="width: 95%;" type="text"/>
Clave Catastral	<input style="width: 95%;" type="text"/>
R.U.C.	<input style="width: 95%;" type="text"/>
Fecha Inicio de la Actividad	AÑO <input style="width: 20px;" type="text"/> MES <input style="width: 20px;" type="text"/> DÍA <input style="width: 20px;" type="text"/>
Propietario o Representante	<input style="width: 95%;" type="text"/>
Domicilio del Representante	<input style="width: 95%;" type="text"/>
Teléfono:	<input style="width: 95%;" type="text"/>
Cédula de Identidad	<input style="width: 95%;" type="text"/>
Está obligado a llevar contabilidad	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>

1) Esta información es real y verdadera, sin embargo faculto a la Ilustre Municipalidad para que pueda verificar mi declaración y actuar conforme a la Ley.

2) De conformidad al Art. 96 del Código Tributario, me comprometo a notificar y brindar la información necesaria sobre los cambios referentes a la presente información, así como el cierre del local.

FIRMA DEL SOLICITANTE

C.I. _____

Formulario 01 - 2011

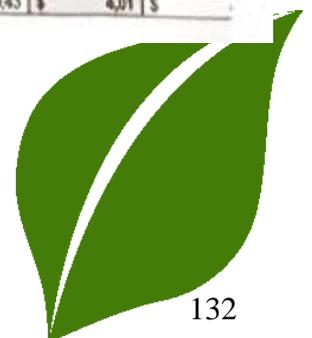
Anexo N°3
Solicitud de Patente

	GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN RUMIHAHUI DIRECCIÓN FINANCIERA SOLICITUD DE PATENTES	ESPECIE VALORADA USD 1.00 Nº 002935
REQUISITOS PARA EL PAGO DEL IMPUESTO DE LA PATENTE		
Sangolquí, ____ de ____ del 201		
Señor Director Financiero GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN RUMIHAHUI Presente.-		
De conformidad con las disposiciones del Art. 548 del COOTAD y Ordenanza Municipal, publicado en el R.O. No. 361 del 12-01-2011 que regulan el IMPUESTO DE PATENTES MUNICIPALES, presento información para inscribir mi actividad económica en el registro de Contribuyentes del Impuesto de Patentes, para lo cual presento la siguiente declaración:		
Nombre o Razón Social	<input style="width: 100%;" type="text"/>	
Tipo de Actividad Económica	<input style="width: 60%;" type="text"/>	Patrimonio <input style="width: 20%;" type="text"/>
Dirección	<input style="width: 100%;" type="text"/>	
Teléfono:	<input style="width: 100%;" type="text"/>	
Clave Catastral	<input style="width: 100%;" type="text"/>	
R.U.C.	<input style="width: 100%;" type="text"/>	
Fecha Inicio de la Actividad	Año <input style="width: 20%;" type="text"/>	Mes <input style="width: 20%;" type="text"/> Día <input style="width: 20%;" type="text"/>
Propietario o Representante	<input style="width: 100%;" type="text"/>	
Domicilio del Representante	<input style="width: 100%;" type="text"/>	
Teléfono:	<input style="width: 100%;" type="text"/>	
Cédula de Identidad	<input style="width: 100%;" type="text"/>	
Está obligado a llevar Contabilidad	SI <input style="width: 20%;" type="checkbox"/>	NO <input style="width: 20%;" type="checkbox"/>
DECLARACIÓN 1) Esta información es real y verdadera, sin embargo faculto a la Ilustre Municipalidad para que pueda verificar mi declaración y actuar conforme a la Ley.		
COMPROMETIMIENTO 2) De conformidad al Art. 96 del Código Tributario, me comprometo a notificar y brindar la información necesaria sobre los cambios referentes a la presente información, así como el cierre del local.		
_____ FIRMA DEL SOLICITANTE C.I. _____		

Anexo N°4

Lista de precios utilizados para recetas

LISTA DE PRECIOS MUNDO DEL PAN						
ACTUALIZACIÓN FEBRERO 2019						
CODIGO	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	CONTENIDO	PRECIO MUNDO DEL PAN	12% IVA	PRECIO INCLUIDO IVA	PVP INCLUYE IVA
ADA0000	Duraznos Mielés en Almibar	3 Kg	\$ 9,90	\$ 1,19	\$ 11,09	\$ 13,00
ADA0200	Duraznos Mielés en Almibar	600 g	\$ 2,53	\$ 0,30	\$ 2,83	\$ 3,25
MEJORADORES						
PSK00100	S-900	1 Kg	\$ 7,90	\$ 0,95	\$ 8,85	\$ 10,04
PSK02500	S-900	25 Kg	\$ 115,05	\$ 13,81	\$ 128,85	\$ 146,79
PTP00100	Toupan	1 Kg	\$ 7,28	\$ 0,87	\$ 8,15	\$ 9,24
PMP00100	Pluma Plus	1 Kg	\$ 4,69	\$ 0,56	\$ 5,25	\$ 5,96
PMK00300	MozzCake	2,5 Kg	\$ 15,82	\$ 1,90	\$ 17,72	\$ 20,69
PMK01500	MozzCake	15 Kg	\$ 90,35	\$ 10,64	\$ 101,19	\$ 118,17
CHOCOLATES						
PCC00206	Carat Cobertura Chocolate	2 Kg	\$ 12,47	\$ 1,50	\$ 13,97	\$ 16,32
PCC00506	Carat Cobertura Chocolate	5 Kg	\$ 28,72	\$ 3,45	\$ 32,16	\$ 37,56
PCB00101	Carat Bana Leche	1 Kg	\$ 6,13	\$ 0,74	\$ 6,86	\$ 8,01
PCB00201	Carat Bana Leche	2,5 Kg	\$ 14,65	\$ 1,76	\$ 16,41	\$ 19,16
PCB00100	Carat Bana Leche semi amargo	1 Kg	\$ 6,13	\$ 0,74	\$ 6,86	\$ 8,01
PCB00200	Carat Bana Leche semi amargo	2,5 Kg	\$ 14,65	\$ 1,76	\$ 16,41	\$ 19,16
PDC00429	Carat Decorcrem	4 Kg	\$ 25,30	\$ 3,04	\$ 28,33	\$ 33,09
PDC00129	Carat Decorcrem	1 Kg	\$ 6,79	\$ 0,82	\$ 7,61	\$ 8,88
PCD02600	Carat Decorcrem Blanco	5 Kg	\$ 37,21	\$ 4,47	\$ 41,68	\$ 48,67
PCC50000	Carat Chips	600 g	\$ 4,55	\$ 0,56	\$ 5,10	\$ 5,95
PCW00100	Carat Bana blanca	1 Kg	\$ 7,55	\$ 0,91	\$ 8,46	\$ 9,88
COBERTURAS y RELLENOS						
PCV00200	Cremyvit 4x4	2 Kg	\$ 16,38	\$ 1,97	\$ 18,34	\$ 20,80
PCV00100	Cremyvit 4x4	1 Kg	\$ 8,13	\$ 0,98	\$ 9,11	\$ 10,65
PCV37500	Cremyvit 4x4	375 Gr	\$ 3,37	\$ 0,40	\$ 3,78	\$ 4,41
PHB00500	Harmony Brito	5 Kg	\$ 22,91	\$ 2,75	\$ 25,66	\$ 29,10
PHC00250	Harmony Cold	2,5 Kg	\$ 10,69	\$ 1,28	\$ 11,97	\$ 14,00
PHC00100	Harmony Cold	1 Kg	\$ 4,63	\$ 0,56	\$ 5,18	\$ 6,00
PGL00210	Glasse Fresca	2,5 Kg	\$ 9,41	\$ 1,13	\$ 10,54	\$ 11,95
PGL00206	Glasse Melocotón	2,5 Kg	\$ 9,41	\$ 1,13	\$ 10,54	\$ 11,95
PGL00221	Glasse Pifa	2,5 Kg	\$ 9,14	\$ 1,10	\$ 10,24	\$ 11,61
PGL00212	Glasse Klat	2,5 Kg	\$ 9,14	\$ 1,10	\$ 10,24	\$ 11,61
PGS00112	Glasse Klat	1 Kg	\$ 3,62	\$ 0,46	\$ 4,28	\$ 5,00
PGF00210	Gel con pulpa Fresa - Frutill Fresa	2,5 Kg	\$ 10,47	\$ 1,26	\$ 11,73	\$ 14,08
PGF00110	Gel con pulpa Fresa - Frutill Fresa	1 Kg	\$ 4,99	\$ 0,60	\$ 5,59	\$ 6,51
PGF00208	Gel con pulpa Melocotón - Frutill Melocotón	2,5 Kg	\$ 10,47	\$ 1,26	\$ 11,73	\$ 14,08
PGF00108	Gel con pulpa Melocotón - Frutill Melocotón	1 Kg	\$ 4,99	\$ 0,60	\$ 5,59	\$ 6,51
PLF00500	Lady Fruit Misor	5 Kg	\$ 30,19	\$ 3,62	\$ 33,81	\$ 38,3
CREMAS VEGETALES						
PPC00100	Chantypak	1 Litro	\$ 4,13	\$ 0,50	\$ 4,63	\$ 5,4
PSI00100	Sik-Pack	1 Litro	\$ 4,32	\$ 0,52	\$ 4,84	\$ 5,6
PAM00100	Ambiano	1 Litro	\$ 4,44	\$ 0,53	\$ 4,97	\$ 5,8
PPC50001	Crema Chantylly Polvo	500g	\$ 3,96	\$ 0,48	\$ 4,44	\$ 5,1
PTL00100	Dufourio Tres Leches	1 Litro	\$ 3,72	\$ 0,45	\$ 4,17	\$ 4,8
PREMEZCLAS PASTELERIA						
PSC00500	Satin Cream Cake	5 Kg	\$ 25,23	\$ 3,03	\$ 28,26	\$ 33,1
PTB00500	Tegral Biscuit	5 Kg	\$ 16,07	\$ 1,93	\$ 18,00	\$ 21,1
PTB00506	Tegral Biscuit Chocolate	5 Kg	\$ 16,77	\$ 2,01	\$ 18,78	\$ 21,9
PTP00506	Tegral Ponque Chocolate	5 Kg	\$ 17,47	\$ 2,10	\$ 19,57	\$ 22,8
PTB01500	Tegral Biscuit Industrial	25 Kg	\$ 67,28	\$ 8,07	\$ 75,35	\$ 88,1
PSC02500	Tegral Satin Cream Cake	25 Kg	\$ 98,00	\$ 11,52	\$ 109,52	\$ 125,1
PTB02506	Tegral Biscuit Chocolate	25 Kg	\$ 69,86	\$ 8,38	\$ 78,25	\$ 91,1
PTP02506	Tegral Ponque Chocolate	25 Kg	\$ 76,66	\$ 9,22	\$ 85,88	\$ 100,1
PTP02524	Tegral Ponque Vanilla	25 Kg	\$ 72,01	\$ 8,64	\$ 80,65	\$ 94,1
SC00100	Tegral Satin Cream Cake	1 Kg	\$ 5,02	\$ 0,60	\$ 5,62	\$ 6,5
TB00108	Tegral Biscuit Chocolate	1 Kg	\$ 3,58	\$ 0,43	\$ 4,01	\$ 4,7



Anexo N°5

Lista de precios utilizados para recetas

LISTA DE PRECIOS MUNDO DEL PAN						
ACTUALIZACIÓN FEBRERO 2019						
CODIGO	DESCRIPCION DEL PRODUCTO	CONTENIDO	PRECIO MUNDO DEL PAN	12% IVA	PRECIO INCLUIDO IVA	PVP INCLUIE IVA
E 17751106	Levain Pateque 1 Pack/lot					
E 17751124	Levain Pateque Vanilla					
E 17751138	Levain Pateque	1 kg	\$ 3.96	\$ 0.46	\$ 4.32	\$ 5.04
PE 000750	Fasy Contoso	1 kg	\$ 3.50	\$ 0.42	\$ 3.92	\$ 4.57
PPA00250	Fasy Pan de Agua	1 kg	\$ 3.40	\$ 0.41	\$ 3.81	\$ 4.46
PC 000250	Fasy con Carnabos y Miel	2,5 kg	\$ 8.52	\$ 1.02	\$ 9.54	\$ 11.05
		2,5 kg	\$ 10.43	\$ 1.27	\$ 11.70	\$ 13.80
		2,5 kg	\$ 13.02	\$ 1.56	\$ 14.58	\$ 16.87
MAICENAS Y COLADAS						
E MA20100	Maicena	200 g	\$ 0.57		\$ 0.57	\$ 0.74
E MA40100	Maicena	400 g	\$ 0.94		\$ 0.94	\$ 1.24
E MA60250	Maicena	25 kg	\$ 37.12		\$ 37.12	\$ 65.82
E CD20002	Coladas (frasa, mora, vainilla, barano, chocolate, maracuyá, manzana canela)	200 g	\$ 0.77		\$ 0.77	\$ 1.01
E CD40002	Coladas (frasa, mora, vainilla, barano, chocolate, maracuyá, manzana canela)	400 g	\$ 1.37		\$ 1.37	\$ 1.80
SAN JORGE						
SCP11300	Compota Fritas Moras					
SCP11312	Compota Guayaba	113 g	\$ 0.90	\$ 0.11	\$ 1.01	\$ 1.09
SCP11326	Compota Mango	113 g	\$ 0.90	\$ 0.11	\$ 1.01	\$ 1.09
SCP11309	Compota Melocoton	113 g	\$ 0.90	\$ 0.11	\$ 1.01	\$ 1.09
SCP11317	Compota Manzana	113 g	\$ 0.90	\$ 0.11	\$ 1.01	\$ 1.09
SCP11328	Compota Pera	113 g	\$ 0.90	\$ 0.11	\$ 1.01	\$ 1.09
SCP45200	Compota San Jorge Ma 113g Fourpack X 4un	113 g	\$ 0.90	\$ 0.11	\$ 1.01	\$ 1.09
SCP67800	Compota San Jorge Ma 113g Sixpack X 6un	532 g	\$ 2.13	\$ 0.26	\$ 2.38	\$ 3.14
ME 20010	Mermelada Frutilla DoyPack	678 g	\$ 3.15	\$ 0.38	\$ 3.53	\$ 4.65
ME 20012	Mermelada Guayaba DoyPack	200 g	\$ 0.85	\$ 0.10	\$ 0.95	\$ 1.26
ME 20018	Mermelada Mora DoyPack	200 g	\$ 0.85	\$ 0.10	\$ 0.95	\$ 1.26
ME 20021	Mermelada Piña DoyPack	200 g	\$ 0.85	\$ 0.10	\$ 0.95	\$ 1.26
ME 20028	Mermelada Frutimora DoyPack	200 g	\$ 0.85	\$ 0.10	\$ 0.95	\$ 1.26
E 30018	Mermelada Mora Vidrio	300 g	\$ 1.33	\$ 0.16	\$ 1.49	\$ 1.99
30010	Mermelada Frutilla Vidrio	300 g	\$ 1.33	\$ 0.16	\$ 1.49	\$ 1.99
30012	Mermelada Guayaba Vidrio	300 g	\$ 1.33	\$ 0.16	\$ 1.49	\$ 1.99
30021	Mermelada Piña Vidrio	300 g	\$ 1.33	\$ 0.16	\$ 1.49	\$ 1.99
30028	Mermelada Frutimora Vidrio	300 g	\$ 1.33	\$ 0.16	\$ 1.49	\$ 1.99
300100	Mermelada MIX Display sachet 100g x 12un.	300 g	\$ 1.33	\$ 0.16	\$ 1.49	\$ 1.99
10010	Mermelada 100gr Sachet Frutilla	1,2kg	\$ 5.03	\$ 0.60	\$ 5.63	\$ 7.54
0028	Mermelada 100gr Sachet Frutimora	100 g	\$ 0.42	\$ 0.05	\$ 0.47	\$ 0.63
0012	Mermelada 100gr Sachet Guayaba	100 g	\$ 0.42	\$ 0.05	\$ 0.47	\$ 0.63
0018	Mermelada 100gr Sachet Mora	100 g	\$ 0.42	\$ 0.05	\$ 0.47	\$ 0.63
0021	Mermelada 100gr Sachet Piña	100 g	\$ 0.42	\$ 0.05	\$ 0.47	\$ 0.63
0000	Vinagre Blanco	250 cm ³	\$ 0.58	\$ 0.07	\$ 0.65	\$ 0.88
0000	Vinagre Blanco	500 cm ³	\$ 1.02	\$ 0.12	\$ 1.14	\$ 1.53
0485	Vinagre Blanco	3800 cm ³	\$ 2.78	\$ 0.33	\$ 3.12	\$ 4.17
0100	Salsa de Tomate Sachet 90g DISPLAY X 12 un.	90gx12un	\$ 2.93	\$ 0.35	\$ 3.28	\$ 4.39
0108	Salsa de Tomate Sachet 90g RISTRA X 12 un.	90gx12un	\$ 2.59	\$ 0.31	\$ 2.90	\$ 4.15
0500	Salsa de Tomate vidrio	395 g	\$ 1.05	\$ 0.13	\$ 1.18	\$ 1.58
0001	Salsa de Tomate squeeze	400 g	\$ 1.23	\$ 0.15	\$ 1.37	\$ 1.83
0108	Mayonesa Sachet 90g RISTRA X 12 un.	90gx12un	\$ 4.38	\$ 0.53	\$ 4.91	\$ 7.00
0000	Mayonesa Vidrio	220 g	\$ 1.12	\$ 0.13	\$ 1.26	\$ 1.68
0000	Mayonesa squeeze	400 g	\$ 2.00	\$ 0.24	\$ 2.25	\$ 3.00
0108	Mostaza Sachet 90g RISTRA X 12 un.	90gx12un	\$ 2.97	\$ 0.36	\$ 3.33	\$ 4.75
0000	Mostaza vidrio	220 g	\$ 1.10	\$ 0.13	\$ 1.23	\$ 1.65
0000	Mostaza squeeze	400 g	\$ 1.43	\$ 0.17	\$ 1.60	\$ 2.14
SALSAS FOOD SERVICE						
0000	Aderezó Mayonesa Levapan 4KG	4000 g	\$ 7.54	\$ 0.91	\$ 8.45	\$ 12.06
0000	Mayonesa Levapan 4KG	4000 g	\$ 11.47	\$ 1.38	\$ 12.84	\$ 18.34
0000	Mostaza Levapan 4KG	4000 g	\$ 7.69	\$ 0.92	\$ 8.61	\$ 12.29
0000	Salsa China Levapan 3,8KG	3800 g	\$ 8.91	\$ 1.07	\$ 9.98	\$ 14.26
0000	Aderezó de Salsa de Tomate Levapan 3,8KG	3800 g	\$ 2.35	\$ 0.28	\$ 2.63	\$ 3.75

Anexo N°6

Lista de precios utilizados para recetas

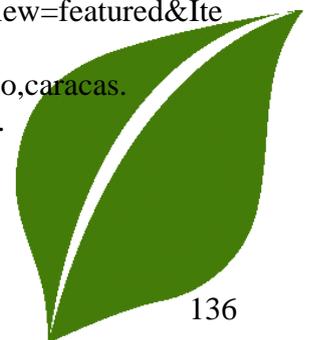
LISTA DE PRECIOS MUNDO DEL PAN						
ACTUALIZACIÓN FEBRERO 2018						
CODIGO	DESCRIPCION DEL PRODUCTO	CONTENIDO	PRECIO MUNDO DEL PAN	12% IVA	PRECIO INCLUIDO IVA	PVP INCLuye IVA
017004	Castaña Gel Tarta	5 Kg	\$ 19.44	\$ 2.33	\$ 21.77	\$ 29.15
017004	Castaña Gel Tarta	400 g	\$ 2.02	\$ 0.24	\$ 2.27	\$ 3.05
017004	Castaña Gel Tarta	200 g	\$ 1.20	\$ 0.14	\$ 1.34	\$ 1.80
017007	Castaña Gel Tarta Insuflada	70 g	\$ 0.41	\$ 0.05	\$ 0.46	\$ 0.64
017010	Castaña Gel Tarta Insuflada	5 Kg	\$ 62.34	\$ 7.48	\$ 69.82	\$ 91.87
017010	Castaña Gel Tarta Insuflada	1kg	\$ 12.72	\$ 1.55	\$ 14.27	\$ 19.22
017010	Castaña Gel Tarta con caramelo	500g	\$ 7.54	\$ 0.91	\$ 8.45	\$ 11.12
017010	Flan Gel Tarta	30 g	\$ 0.84	\$ 0.10	\$ 0.94	\$ 1.25
017010	Flan Gel Tarta	150 g	\$ 1.03	\$ 0.12	\$ 1.15	\$ 1.53
15004	Gelatina Gelatina Rte Cereza	60 g	\$ 0.48	\$ 0.06	\$ 0.54	\$ 0.72
15010	Gelatina Gelatina Rte Fresa	150 g	\$ 0.37	\$ 0.04	\$ 0.41	\$ 0.55
15017	Gelatina Gelatina Rte Manzana	150 g	\$ 0.37	\$ 0.04	\$ 0.41	\$ 0.55
15023	Gelatina Gelatina Rte Uva	150 g	\$ 0.37	\$ 0.04	\$ 0.41	\$ 0.55
15023	Gelatina Gelatina Rte Uva	150 g	\$ 0.37	\$ 0.04	\$ 0.41	\$ 0.55
HARINA						
01101	Harina La Repostera	1 Kg	\$ 1.80	\$ -	\$ 1.80	\$ 2.45
05000	Harina de trigo integral 50kg	50 Kg	\$ 36.05	\$ -	\$ 36.05	\$ -
05000	Harina de trigo franco superior 50kg	50 Kg	\$ 36.05	\$ -	\$ 36.05	\$ -
05000	Harina de trigo panificacion 9kg	9 Kg	\$ 6.55	\$ -	\$ 6.55	\$ -
RELLENOS						
00281	Arequipe	2.5 Kg	\$ 12.80	\$ 1.54	\$ 14.33	\$ 18.86
00281	Arequipe	25 Kg	\$ 98.27	\$ 11.79	\$ 110.06	\$ 144.82
00401	Postre Dulce de Leche	4.5 Kg	\$ 12.72	\$ 1.53	\$ 14.25	\$ 17.50
02500	Postre Dulce de Leche	25 Kg	\$ 69.35	\$ 8.32	\$ 77.67	\$ 97.22
00412	Bocadillo	4.2 Kg	\$ 8.42	\$ 1.01	\$ 9.43	\$ 12.40
050024	Crema pastelera	500 g	\$ 1.29	\$ 0.16	\$ 1.45	\$ 1.93
050000	Fruta cristalizada	500 g	\$ 1.87	\$ 0.22	\$ 2.10	\$ 2.76
000500	Fruta cristalizada	5 Kg	\$ 16.31	\$ 1.96	\$ 18.27	\$ 24.04
050000	Pasas Medium	500 g	\$ 1.46	\$ -	\$ 1.46	\$ 2.00
0501000	Pasas Medium	10 kg	\$ 22.80	\$ -	\$ 22.80	\$ 30.00
040000	Nueces Cuartillos	500 g	\$ 6.69	\$ -	\$ 6.69	\$ 8.80
0401000	Nueces Cuartillos	10 kg	\$ 123.73	\$ -	\$ 123.73	\$ 168.00
0400512	Mermelada Guayaba	5Kg	\$ 10.38	\$ 1.25	\$ 11.63	\$ 15.30
0400518	Mermelada Mora	5Kg	\$ 11.73	\$ 1.41	\$ 13.14	\$ 17.29
0400521	Mermelada Pfla	5Kg	\$ 12.64	\$ 1.52	\$ 14.15	\$ 18.62
0400510	Mermelada Fresa	5Kg	\$ 11.73	\$ 1.41	\$ 13.14	\$ 17.29
04002418	Mermelada Mora	24 Kg	\$ 44.54	\$ 5.34	\$ 49.88	\$ 65.63
OTROS						
0400000	Antimoho	500 g	\$ 2.79	\$ 0.34	\$ 3.13	\$ 4.11
COLORANTES						
00029081	Colorina (rojo, verde, amarillo)	250 cm ³	\$ 3.49	\$ 0.42	\$ 3.90	\$ 5.13
00029080	Colorina azul	250 cm ³	\$ 3.58	\$ 0.43	\$ 4.01	\$ 5.27
00029000	Yema Liquido	500 cm ³	\$ 4.15	\$ 0.50	\$ 4.65	\$ 6.12
00029000	Yema Tazo	500 g	\$ 5.55	\$ 0.67	\$ 6.21	\$ 8.18
00029000	Color Caramelo	500 cm ³	\$ 5.28	\$ 0.63	\$ 5.92	\$ 7.79
00029000	Colorina	10 cm ³	\$ 1.83	\$ 0.22	\$ 2.05	\$ 2.70
DECORACION						
0000000	Cera Rallada	80 g	\$ 1.49	\$ -	\$ 1.49	\$ 1.98
0000000	Cera Rallada	500 g	\$ 4.71	\$ -	\$ 4.71	\$ 6.17
00000100	Coco Rallado Textado	500 g	\$ 6.28	\$ -	\$ 6.28	\$ 8.23
00000000	Grageas de Colores	250 g	\$ 1.23	\$ 0.15	\$ 1.37	\$ 1.83
000001290	Grageas de Colores	12.5 Kg	\$ 39.42	\$ 4.73	\$ 44.15	\$ 58.00

Bibliografía

- ARCSA. (2015). *Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria*. Gobierno del Ecuador : Editora Nacional.
- Artacho Navarro, M. A. (2019). *Gestión de departamentos de servicio de alimentos y bebidas*. IC Editorial.
- Behar Rivero, D. S. (2008). *Método de la investigación* . Shalom.
- Belausteguigoitia Rius, I. (s.f.). *Cedef.itam.mx*. Obtenido de <http://cedef.itam.mx/sites/default/files/u489/laempresafamilliarproblemasysoluciones.pdf>
- Cafeteria, F. d. (11 de febrero de 2015). *Atención a Comensales* . Obtenido de <https://dionet63.wixsite.com/atencion-al-comensal/single-post/2015/02/12/Funciones-del-personal-de-Restaurantes-y-Cafeter%C3%ADas>
- Carrasco, G., & Domínguez, J. (2011). Metodología económica aplicada. *eXtoicos*. Obtenido de https://scholar.google.com/ec/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=concepto+de+tir&btnG=
- Carrillo, M. S. (2009). *Organigramas*. El Cid Editor | apuntes.
- Chiavenato, I. (2004). *Introducción a la teoría general de la Administración*. México: Impresores Encuadernadores S.A de C.V. Obtenido de https://www.academia.edu/35963530/Chiavenato_I._2006_.Introducci%C3%B3n_a_la_teor%C3%ADa_general_de_la_administraci%C3%B3n._7a._ed._.M%C3%A9xico._McGraw_Hill._pp._298?auto=download
- De la Cruz Sanchez, D. E. (28 de 02 de 2012). *www.eoi.es*. Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/dianaesperanzadelacruz/2012/02/28/planificacion-estrategica/>
- Echaiz, D. (2010). El protocolo familiar. La contractualización en familias empresarias para la gestión de las empresas familiares. *Boletín Mexicano de Derecho Comparado*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0041-86332010000100003
- Ecole, R. (13 de abril de 2008). *Manual de Funciones* . Obtenido de <http://restaurantecole.blogspot.com/2008/04/manual-de-funciones.html>
- Esparza, J., García, D., & Duréndez, A. (2010). La cultura empresarial en la gestión de las empresas familiares. *Investigación y ciencia*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/674/67413393003.pdf>
- Freitas, J. (25 de agosto de 2018). *Calculo de VAN y TIR* . Obtenido de <https://emprendedoresynegocios.com/calculo-van-y-tir/>
- García. (2007). *Fundamentos de la Administración*.
- Garza, Treviño Juan Gerardo . (1996). *Administración Contemporánea*. Obtenido de <http://www.cca.org.mx/cca/cursos/administracion/artra/produccion/recursos/7.3.4/reingproce/reingenieria.htm>
- General M / Venemedia Comunicaciones C.A. (2011). *metodo cualitativo* . Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/metodo-cualitativo/>
- General M/ Venemedia Comunicaciones C.A. (2011). *conceptodefinicion / metodo-cuantitativo*. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/metodo-cualitativo/>
- Gobierno Municipal de Rumiñahui, A. (2018). *Rumiñahui 80 años*. Sangolquí: Gobierno Municipal de Rumiñahui.



- Guadalupe, V. P. (marzo de 2017). Centro Integral para el adulto mayor en Inchalillo-Sangolqui . Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/12161/1/T-UCE-0001-0436.pdf>
- Hammer, M., & Champy, J. (1994). *Reingeniería*. Colombia: Carvajal S.A. Obtenido de https://www.academia.edu/12108923/M._Hammer_and_J._Champy_-_Reingenier%C3%ADa
- Heller, E. (2008). *Psicología del color*. Barcelona: Gráficas 92, S.A., Rubí.
- Hume, D. (2001). *Tratado de la naturaleza humana*. Obtenido de <https://www.dipualba.es/publicaciones/LibrosPapel/LibrosRed/Clasicos/Libros/Hume.pm65.pdf>
- INEC, I. N. (2010). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/directora-de-informacion-cartografica-estadistica/>
- INEC, I. N. (2019). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/empleo-marzo-2019/>
- Manene, L. M. (28 de julio de 2011). *Digramas de Flujo* . Obtenido de https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdl/lic/AE/EA/AM/07/Los_diagramas.pdf
- Meza, R., Morales, C., & León, J. (2003). Planificación operativa. *Publicaciones Ruta*. Obtenido de <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/icap/unpan033080.pdf>
- Municipio de Rumiñahui, A. (2018). *Guía de Turismo Rumiñahui*. Sangolqui: Gobierno Municipal de Rumiñahui.
- Ospina Peralta, P. (Abril de 2019). Los frutos de la dispersión. *Ecuador Debate*, 106.
- Pablo Zurita Perez - Tu Tiempo . (s.f.). *Valle de los Chillos* . Obtenido de <https://tierra.tutiempo.net/ecuador/valle-de-los-chillos-ec002558.html>
- Peñaloza, M. (2005). El Mix de Marketing: Una herramienta para servir al cliente. *Actualidad contable FACES*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/257/25701007.pdf>
- Pichincha Gobierno Provincial, G. d. (29 de 08 de 2017). *Rumiñahui*. Obtenido de <https://www.pichincha.gob.ec/cantones/ruminahui>
- Quintero, J. (2009). Planificación financiera. *Eumed*. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2009b/jcqp3.htm>
- Quinteros Molina, C. (8 de julio de 2013). *Laboratorio de Gastronomía* . Obtenido de <http://gastronomia-el.espe.edu.ec/2013/07/receta-estandar/>
- Romero, L. E. (2006). Competitividad y productividad en empresas familiares pymes. *Revista Escuela de Administración de Negocio*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/206/20605708.pdf>
- Rumiñahui, G. A. (2014). *Guía de tramites*. Obtenido de <http://181.112.151.212/Documentacion/LOTAIP/2015/pdf/f1/Guia%20tramites%20Municipio%20x%20Direcciones.pdf>
- Rumiñahui, G. A. (2019). *Mapa Parroquial de Rumiñahui*. Cartografía GADMUR.
- Rumiñahui, G. A. (2019). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial Cantón Rumiñahui*. Sangolquí.
- Rumiñahui., P. M.-G. (s.f.). *Rumiñahui Gobierno Municipal*. Obtenido de http://www.ruminahui.gob.ec/index.php?option=com_content&view=featured&Itemid=101&lang=es
- Sabino, C. (1992). *El Proceso de la Investigación* . Buenos Aires : Panapo,caracas.
- Salazar, R. C. (2010). *Formulación y evaluación de un plan de negocios* .
- Samaniego, A. O. (s.f.). *Metodología de la investigación*.
- Social, C. M. (2018). *Rumiñahui* . Sangolqui.



- Vázquez Burguillo, R. (2019). *Flujo de Efectivo* . Obtenido de Economiapedia.com:
<https://economipedia.com/definiciones/flujo-de-efectivo.html>
- Ward, J. (2006). *Éxito en los negocios de familia*. Norma.
- Zikmund, W., & Babin, B. (2007). *Investigación de Mercados*. México: Editores S.A.
Cengage Learning. Obtenido de
https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/45648745/libro_Investigacion-de-Mercados.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DINVESTIGACION_DE_MERCADOS.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F2019071

