



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD SALUD PÚBLICA
ESCUELA GASTRONOMÍA

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
UNA PANADERÍA ARTESANAL, UTILIZANDO LA HARINA DE
QUINUA CANTÓN GUAMOTE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO
2017.**

Trabajo de titulación

Tipo: Emprendimientos

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADO EN GESTIÓN GASTRONÓMICA.

AUTOR: FRANKLIN EDISON SAYAY SAGÑAY

TUTORA: ING. SILVIA TAPIA SEGURA.

Riobamba-Ecuador

2018

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

El tribunal del trabajo de titulación certifica que: El trabajo de investigación: Tipo emprendimientos “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANADERÍA ARTESANAL, UTILIZANDO LA HARINA DE QUINUA CANTÓN GUAMOTE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO 2017.”, de responsabilidad de la señor FRANKLIN EDISON SAYAY SAGÑAY ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del trabajo de titulación, que dando autorizada su presentación.

Ing. Silvia Gabriela Tapia Segura.

^DIRECTOR/A DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

FIRMA

FECHA

Lic. Juan Carlos Salazar Yacelga.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. Rafael Inty Salto Hidalgo.

DOCUMENTALISTA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo de titulación tipo emprendimientos ha sido minuciosamente revisado y se autoriza su presentación.

Ing. Silvia Gabriela Tapia Segura.

DIRECTOR

Lic. Juan Carlos Salazar Yacelga.

MIEMBRO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Franklin Edison Sayay Sagñay en calidad de estudiante de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de salud Pública, Escuela de Gastronomía, declaro que los contenidos del presente trabajo de titulación requisito previo para la obtención del título de Licenciado en Gestión Gastronómica, son totalmente originales auténticos y personales, bajo responsabilidad legal y académica del autor.

Franklin Edison Sayay Sagñay

060516234-6

AGRADECIMIENTO

A Dios por estar día a día junto a mí, iluminando cada paso que doy, brindándome esperanza para vencer todos los obstáculos que se me han presentado en el transcurso de mi formación.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por darme la oportunidad de formarme en sus instalaciones para llegar a ser un profesional, a todos los docentes que sembraron en mi semillas de sabiduría y conocimiento.

A la Ing. Silvia Tapia que ha sido un apoyo muy importante en este proceso de aprendizaje e investigación y el desarrollo de mi proyecto.

Y a todas esas aquellas personas que me supieron ayudar de una u otra manera, con apoyo moral, consejos que dieron dirección a lo que soné, y doy mis sinceros agradecimientos.

FRANKLIN SAYAY

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico de todo corazón a un a persona muy importante en mi vida, a mi Madre que gracias a su apoyo incondicional me permitido lograr lo que alguna vez me propuse terminar la carrera universitaria, y a todos mis hermanos por darme apoyo moral, su comprensión, y estar al pendiente de mí.

Dedico este trabajo a mi Papi, a quien le guardo un cariño muy especial por haber sido mi guía y por haber dejado sembrado en mí, grandes valores y enseñanzas lo que me inspiro seguir adelante

RESUMEN

El presente emprendimiento plantea desarrollar un estudio de factibilidad para la apertura de la panadería artesanal “VALLE HERMOSO” usando la harina de quinua como materia prima complementaria, se emplea una serie técnicas, métodos e instrumentos utilizados para levantar la información adecuada mediante la aplicación de encuestas mismas que favorecieron un resultado positivo ya que tuvo aceptabilidad la implementación del servicio de panadería artesanal. Para desarrollar el estudio de factibilidad se realizaron distintos tipos de estudios como: estudio de mercado, técnico, ambiental, legal, administrativo, financiero, el estudio de mercado permitió identificar la demanda insatisfecha de 99%, lo que permite determinar la fase empresarial, mediante una evaluación queda establecido la idea principal del emprendimiento, el estudio técnico determina el tamaño y localización la planta, recetas estándar, distintos procesos de producción, sus respectivos flujogramas, diseño de la carta de producción, manual de funciones, diseño de la planta, y los distintos activos fijos y gastos del área de producción. Mediante el estudio administrativo, determina la organización, fichas profesiográfica, organigramas estructural y funcional de la empresa, proceso de reclutamiento y selección del personal y sus respectivos salarios. En el marco legal se determinó el tipo de empresa, los permisos requeridos para el funcionamiento, el estudio financiero determina la fuente de financiamiento tomando en cuenta el capital propio, adquisición de préstamo bancario, y la de ciertos proveedores lo que ayudaran a poner en ejecución el siguiente emprendimiento con un total de inversión de 29.324,45, la evaluación financiera dando un resultado del VAN positivo de 28.025,57, un TIR de 45% con un periodo de recuperación en el tercer año lo que indica que el emprendimiento es rentable y por ende el presente emprendimiento indica un alto porcentaje de aceptabilidad, para mantener este nivel de confiabilidad es recomendable ofrecer productos altamente nutritivos, saludables e higiénicos a nuestros consumidores.

Palabras clave <TECNOLOGÍA Y CIENCIAS MÉDICAS>, <EMPRENDIMIENTO>, <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD>, <PANADERÍA ARTESANAL>, <PRODUCTOS ANDINOS>, <GUAMOTE>, <CANTON>.

ABSTRACT

This entrepreneurship proposes to develop a feasibility study for the opening of the artisanal bakery "VALLE HERMOSO" using quinoa flour as complementary raw material. A series of techniques, methods, and instruments used to raise the right information is used, through the application of surveys that favored a positive result since the implementation of the artisan baking service had acceptability. For developing the feasibility study, different types of studies were carried out, such as market, technical, environmental, legal, administrative, and financial study. The market study allowed to identify the unsatisfied demand of 99%, what allows determining the business phase, by means of an evaluation the main idea of the entrepreneurship is established. The technical study determines the size and the plant's location, standard recipes, different production processes, their respective flowcharts, the design of the production letter, functions manual, design of the plant, and the various fixed assets and expenses of the production area. Through the administrative study, determines the organization, professional records, structural and functional organization charts of the company, process of recruitment and selection of personnel and their respective salaries. In the legal framework, the type of company was determined, the permits required for the operation. The financial study determines the source of financing taking into account the own capital, acquisition of bank loan, and that of certain suppliers, which will help to implement the next enterprise with a total investment of 29,324.45. The financial evaluation gave a result of the positive NPV of 28,025.57, an IRR of 45% with a recovery period in the third year, which indicates that the innovative concept is profitable and therefore the present entrepreneurship indicates a high percentage of acceptability. For maintaining this level of reliability, it is advisable to offer highly nutritious, healthy and hygienic products to our consumers.

Keywords: <TECHNOLOGY AND MEDICAL SCIENCES>, <ENTREPRENEURSHIP>, <FEASIBILITY STUDY>, <ARTISANAL BAKERY>, <ANDEAN PRODUCTS>, <GUAMOTE (CANTON)>.

TABLA DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT.....	viii
TABLA DE CONTENIDOS.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiv
CAPÍTULO I	1
1. Aspectos generales	1
1.1. Introducción	1
1.2. Objetivos	2
1.2.1. <i>Objetivo general</i>	2
1.2.2. <i>Objetivo específico</i>	2
CAPÍTULO II	3
2. MARCO TEÓRICO.....	3
2.1. Historia de la panadería	3
2.1.1. <i>El Pan de América</i>	5
2.1.2. <i>Panadería</i>	5
2.1.3. <i>Panadería Artesanal</i>	6
2.1.4. <i>Diagrama de flujo de los procesos de elaboración del pan.</i>	12
2.1.5. <i>Pan en la Alimentación</i>	12
2.1.6. <i>Tipos de Panes</i>	13
2.1.7. <i>Sistema de panificación</i>	15
2.1.8. <i>Valor Nutricional del Pan</i>	16
2.2. Historia de la Quinua.....	17
2.2.2. <i>Actuales Centros de Producción</i>	20
2.2.3. <i>Variedades de Quinua</i>	20
2.2.4. <i>Uso de la Quinua en la Gastronomía</i>	20
2.2.5. <i>Harina de Quinua</i>	21
2.2.9. <i>Para que y como se puede utilizarse la quinua en la panadería</i>	23
2.3. Emprendimiento	24

2.3.1.	<i>Que es emprendimiento.</i>	24
2.3.2.	<i>Emprendedor</i>	24
2.3.3.	<i>Quien es un emprendedor</i>	25
2.3.4.	<i>Clasificación de emprendedores</i>	25
2.4.	Cantón Guamote	26
2.4.1.	<i>Reseña histórica</i>	26
2.4.2.	<i>Cantonización</i>	27
2.4.3.	<i>Ubicación Geográfica Del Cantón</i>	27
2.4.4.	<i>Población del Cantón Guamote</i>	28
2.5.	Estudio de mercado	29
2.6.	Estudio técnico.	29
2.7.	Estudio financiero.	30
2.10.	Marco Conceptual	31
CAPÍTULO III		32
3.	METODOLOGÍA	32
3.1.	Tipo y diseño de la investigación	32
3.1.1	<i>Metodología de la investigación</i>	32
3.1.2.	<i>Estudio descriptivo</i>	32
3.2.	Técnicas de recolección de datos	32
3.3.	Fuentes de Investigación	32
3.3.1.	<i>Fuentes primarias</i>	32
3.3.2.	<i>Fuentes secundarias.</i>	33
3.4.	Segmento de mercado	33
3.5.	Universo	34
3.6.	Muestra	34
3.8.	Tabulación y análisis de resultados	36
CAPÍTULO IV		48
4.	DESARROLLO DE LA PROPUESTA	48
4.2.	Estudio de Mercado	57
4.2.1.	<i>Demanda</i>	58
4.2.2.	<i>Oferta</i>	60
4.2.3.	<i>Demanda insatisfecha</i>	61
4.2.3.7.	<i>Análisis del sector</i>	64
4.2.3.8.	<i>Cargos y funciones del área comercial</i>	64
4.2.4.	<i>Gastos del Área Comercial</i>	67

4.2.5.	<i>Mix de mercado</i>	67
4.3.	Estudio Técnico	68
4.3.1.	<i>Capacidad del emprendimiento</i>	69
4.3.2.	<i>Determinación del tamaño del emprendimiento.</i>	70
4.3.3.	<i>Proceso de producción del producto</i>	71
4.3.4.	<i>Flujograma de producción</i>	74
4.3.5.	<i>Receta Estandar</i>	75
4.3.6.	<i>Diseño de la panta</i>	76
4.3.7.	<i>Requerimiento de talento humano</i>	77
4.3.8.	<i>Estructura de costos de producción.</i>	78
4.4.	Estudio Administrativo, Legal Y Ambiental	84
4.4.1.	<i>Organización de la empresa (definición de áreas)</i>	84
4.5.	Estudio Financiero.....	97
4.5.1.	<i>Análisis de la inversión</i>	97
4.5.2.	<i>Estado de ganancias y perdidas</i>	106
4.5.3.	<i>Estado de situación financiera</i>	107
4.5.4.	<i>Estado de flujo del efectivo</i>	108
4.6.	Evaluación Económica, Financiero, Social, Ambiental	109
4.6.1.	<i>Evaluación Económica.</i>	109
4.7.	Evaluación Financiera	110
4.7.1.	<i>Valor Actual neto</i>	110
4.7.2.	<i>Tasa Interna de retorno</i>	110
4.7.3.	<i>Razón Beneficio costo</i>	111
4.7.4.	<i>Periodo de recuperación de la inversión</i>	111
4.7.5.	<i>Punto de equilibrio</i>	112
4.8.	Evaluación social.....	113
4.9.	Evaluación ambiental	114
	CONCLUSIONES	115
	RECOMENDACIONES	116
	BIBLIOGRAFÍA	117
	ANEXOS	120

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2: Valor nutricional	17
Tabla 2-2: contenido de vitaminas de la quinua	23
Tabla 1-3: Segmento mercado, variables.....	33
Tabla 2-3: Estratificación de la población del Cantón Guamote.....	35
Tabla 3-3: Análisis de resultados de la pregunta uno de la encuesta	36
Tabla 4-3: Análisis de resultados de la pregunta dos de la encuesta	37
Tabla 5-3: Análisis de resultados de la pregunta tres de la encuesta.	38
Tabla 6-3: Análisis de resultados de la pregunta cuatro de la encuesta	39
Tabla 7-3: Análisis de resultados de la pregunta cinco de la encuesta.....	40
Tabla 8-3: Análisis de resultados de la pregunta seis de la encuesta	41
Tabla 9-3: Análisis de resultados de la pregunta siete de la encuesta	42
Tabla 10-3: Análisis de resultados de la pregunta ocho de la encuesta.....	43
Tabla 11-3: Análisis de resultados de la pregunta ochos de la encuesta.	44
Tabla 12-3: Análisis de resultados de la pregunta diez de la encuesta.	45
Tabla 13-3: Análisis de resultados de la pregunta once de la encuesta.....	46
Tabla 14-3: Análisis de resultados de la pregunta doce de la encuesta.....	47
Tabla 1-4: Identificación de la ideas.....	49
Tabla 2-4: Evaluación de la idea	50
Tabla 3-4: Descripción de la idea seleccionada.....	51
Tabla 4-4: Ideas de nombres para la empresa.	52
Tabla 5-4: Identificación de políticas y estrategias.....	54
Tabla 6-4: Análisis del FODA.....	56
Tabla 7-4: Identificación de la población de Guamote	57
Tabla 8-4: Crecimiento poblacional	58
Tabla 9-4: Demanda proyectada.....	59
Tabla 10-4: Oferta Proyectada	60
Tabla 11-4: Cálculo de la demanda insatisfecha.....	61
Tabla 12-4: Fichas Profesiografica.....	65
Tabla 13-4: Muebles y enseres del área comercial.	66
Tabla 14-4: Costos área comercial	67
Tabla 15-4: Capacidad de la planta	69
Tabla 16-4: Formato de la receta estándar.....	75
Tabla 17-4: Ficha profesiografica producción.	77
Tabla 18-4: Costo de Servicios Básicos	78
Tabla 19-4: costo de combustible.....	78
Tabla 20-4: costo de mantenimiento	79
Tabla 21-4: Cálculo de depreciación	80
Tabla 21-4: Costo de producción	81
Tabla 22-4: Sueldo producción	82
Tabla 23-4: Sueldo administrativo	82
Tabla 24-4: sueldo vendedora	82
Tabla 25-4: CIF.....	83
Tabla 26-4: activos fijos producción	83
Tabla 27-4: Gastos Experimentales.....	83
Tabla 28-4: Funciones y responsabilidades del administrador	85

Tabla 29-4: disposición de puesto de trabajo.....	87
Tabla 30-4: ficha profesiografica administración	87
Tabla 31-4: Costos Salariales	88
Tabla 32-4: Proceso de reclutamiento personal	89
Tabla 33-4 Gastos de organización	93
Tabla 34-4 Análisis impacto ambiental	94
Tabla 35-4 Acciones de la tres R.....	95
Tabla 36-4 Análisis de la inversión	97
Tabla 37-4 Análisis de fuentes y usos	98
Tabla 38-4clasificación de las inversiones	99
Tabla 39-4: Tipos de Financiamiento	99
Tabla 40-4: Amortización de préstamo	100
Tabla 41-4 Amortizaciones de activos diferidos	100
Tabla 42-4: Estructura de costos y Gastos.....	101
Tabla 43-4: Costo de producción	102
Tabla 44-4: Gastos de administración	103
Tabla 45-4: Gasto de Venta.....	104
Tabla 46-4: Proyección de ventas.....	105
Tabla 47-4: Estado de pérdidas de ganancias	106
Tabla 48-4: Balance general.....	107
Tabla 49-4: Flujo de Caja.....	108
Tabla 50-4: Prueba Acida.....	109
Tabla 51-4: VAN	110
Tabla 52-4: TIR.....	110
Tabla 53-4: Relación Beneficio Costo.....	111
Tabla 55-4: PRI.....	111
Tabla 56-4: Punto de equilibrio.....	112
Tabla 57-4: Calculo del punto de equilibrio	112
Tabla 58-4: Evaluacion social.....	112

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1-2: proceso de producción	12
Ilustración 1-4: Determinación del tamaño de la empresa.....	70
Ilustración 2-4: Flujograma de producción.....	74

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1-3: Segmento de Mercado	35
Grafico 2-3: correspondiente a la tabla tres	36
Grafico 3-3: Correspondiente a la tabla cuatro	377
Grafico 4-3: Correspondiente a la tabla cuatro	378
Grafico 5-3 Correspondiente a la tabla seis	39
Grafico 6-3: Correspondiente a la tabla siete.....	40
Grafico 7-3: Correspondiente a la tabla ocho	41
Grafico 8-3: Correspondiente a la tabla nueve	42
Grafico 9-3: Correspondiente a la tabla diez	43
Grafico 10-3: Correspondiente a la tabla diez	434
Grafico 11-3: Correspondiente a la tabla diez	435
Grafico 12-3: Correspondiente a la tabla diez	436
Grafico 1-4: Correspondiente a la tabla ocho	58
Grafico 3-4: Correspondiente a la tabla diez	60
Grafico 4-4: Correspondiente a la tabla once	61
Grafico 5-4: Punto de Equilibrio	113

TABLA DE ECUACIONES

Ecuación 1-3: Formula de Muestreo Poblacional	34
Figura 1-4: Macro localización	71
Figura 2-4: Diseño de la planta	76

CAPÍTULO I

1. Aspectos generales

1.1. Introducción

En el cantón Guamote perteneciente y provincia de Chimborazo, que por su localización y atractivos turísticos, culturales, costumbres, fiestas tradicionales, y gastronomía, este cantón ha sido uno de los lugares más visitado por los turistas nacionales y extranjeras que al encontrarse en este pueblo pueden visitar varios establecimientos donde pueden disfrutar de la comida típica y tradicional que se elaboran en este cantón.

En este Cantón no existe una panadería que elabore panes utilizando la harina de otro tipo de cereal como es la de la quinua que satisfaga las necesidades nutricionales de los consumidores, en este cantón existe una escasa cantidad de panadería constituidos legalmente, y que laboren con los permisos de apertura establecidas por los distintos organizaciones públicas, lo que favorece la viabilidad de este proyecto.

El presente proyecto de emprendimiento tiene el propósito de crear una empresa artesanal de panificación, además de ofrecer productos elaborados artesanalmente utilizando materia prima propia del cantón, además de ofrecer un establecimiento donde se ofrezca un producto y un servicio de calidad

Tomando en cuenta que hay un crecimiento demográfico y que existe una gran apreciación de turistas a este cantón demanda que se aperture una empresa de alimentos panificados donde brinden productos innovadores que puedan satisfacer a cada uno de los clientes.

Este emprendimiento aporta beneficios importantes en el desarrollo socio económico de la población del cantón Guamote ya que la empresa adquirirá la materia prima que es propia del sitio lo que los productores de la quinua tendrán más oportunidad de producción, además la empresa generar fuentes de empleo para los habitantes del sector.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Realizar el estudio de factibilidad para la implementación de una panadería Artesanal, con productos a base de quinua en el Cantón Guamote 2017.

1.2.2. Objetivo específico

- Realizar el estudio de mercado para conocer los clientes potenciales de la zona.
- Diseñar la carta de producción de panes a base de la harina de quinua, en el estudio técnico con todas sus fases.
- Realizar los estudios: administrativos, legal, ambiental, financiero que permitan promover el proyecto.
- Demostrar la factibilidad del proyecto mediante la evaluación económica financiera, legal y ambiental.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Historia de la panadería

Los primeros hombres se satisfacían con muy poco para apaciguar su hambre: sustancias procedente de animales, insectos, raíces. etc. Luego el mundo cambio. La evolución apporto el conocimiento de producir a partir de la materia prima con el fin de transformarlas En un producto nutritivo y fácil de fabricar. Nació el cultivo: sembrar, recoger. “ (Panaderias a fondo, 2010)”

Al principio se comía los granos tal como se encuentran en la naturaleza, después se inició el cultivo de los cereales. Las semillas de cereales revolucionaron la alimentación del tiempo. Cuando el hombre descubrió el fuego, comenzó a cocer el grano en agua, más tarde se le ocurrió pasarlo por el fuego para asarlos y finalmente comenzó a despojar los granos de su corteza y molerlos con dos piedras. La ruda harina obtenida de este modo, era humedecida para hacer un especie de galletas sin forma, mezclado con salvado. Ese fue el pan que alimento que alimento al hombre durante milenios. Los historiadores están de acuerdo en que el verdadero pan, el pan fermentado, fue inventado por los egipcios. “ (Panaderias a fondo, 2010)”

Según la leyenda, el descubrimiento del pan subido (con masa fermentada) se debería a un panadero egipcio que habría dejado varias horas al aire ambiente una pulpa de cereales. Esta mezcla, contaminada con levadura salvaje o por bacterias, poco a poco habría fermentado y habría aumentado bajo la multiplicación de los microorganismos en la harina. Lo que se sabe con certeza, es que los egipcios fueron los primeros panaderos profesionales y se piensa que se inventaron también el horno de pan que implica un comportamiento parta la combustión y otro para la cocción. “ (El Parisien, 2009)”

Más tarde, los romanos adoptaron sus prácticas y las extendieron a través de su imperio. El pan así se convirtió en un elemento esencial de la alimentación. Según Homero, lo más famoso de los poetas de la Grecia Antigua, había dos clases de hombres, los que comían pan y los barbaros. Una cita que explica cuanto, en la época, el pan se asociaba a la idea de la civilización. “ (El Parisien, 2009)”

La biblia habla de pan de los orientales. En particular, los egipcios y los hebreos. Los griegos muy evolucionados sobre las cuestiones culinarias fabricaban hasta 72 variedades de panes. Hacían panes de formas variadas, destinados a los ritos y a las ofrendas. A la edad media en el siglo VI, Francia tuvo sus primeros panaderos bajo el rey Dagobert II. Se vendía el pan ordinario, el pan machacado (pasta machacada con dos palos), el pan chailly (realizado con las mejores harinas), el pan de especias, una selección que por supuesto no era accesible a todos los bolcillos. “ (El Parisien, 2009)”

Fue a partir de los años 1050 que el pan se convirtió en la base de la alimentación luego del material cada vez moderno ayudo a la transformación del pan. Hacia el año 1200 el rey Philippe Auguste dio el permiso a los panaderos de construir sus propios hornos. La fabricación del pan siguió siendo mucho tiempo una actividad familiar sobre todo en el campo. El alimento fundamental era el pan que, según las regiones, se hacía de harina de trigo, centeno o alforfón. “ (El Parisien, 2009)”

Alimento popular por excelencia en la época de la Renaissance, el pan blanco se comía en las residencias nobles y mesocráticas y lo compraban en su panadero. Los campesinos se satisfacían con panes negros que horneaban ellos mismos a partir de los cereales disponibles. El siglo XVI vio nacer las ciencias agronómicas. La panadería conoció también un desarrollo. Las harinas se volvieron más blancas y los panes hasta entonces de forma redonda comenzaron a diversificarse. Tantas mejoras aun reservadas en las ciudades. “ (El Parisien, 2009)”

Al siglo XVII el pan presentaba más que un alimento básico, simbolizaba lo sagrado, la esperanza, la justicia, la estabilidad. En París en 1665, un panadero añadió a su fabricación la levadura de cerveza. Por fin lo que caracterizo “pan” es resultante del pan latín panis lo que designaba el alimento hecho de una masa de harina diluida en agua y cocida en un horno. La

palabra francesa “boulangier” no viene de boulen “el que fabrica panes redondos”. “ (El Parisien, 2009)”

2.1.1. *El Pan de América*

Siglos después, el encuentro de Europa con América supuso un descubrimiento sin igual y una experiencia de mutuo asombro: Europa trajo sus costumbres y América aportó su cultura. En el nuevo continente, el maíz era la base de la cultura y de la alimentación de los imperios incas y maya. En el norte, el pan era sinónimo de la tortilla de maíz. “ (Dante Trujillo Ruiz, 2011, págs. 3,4)”

De España llegaron la harina, el pan de trigo, la molienda y la cocción horneada los panes de trigo y de maíz transitaron cada uno por su propio camino en el mismo tiempo y en el misma geografía. Pero pronto las cocinas Americanas se acunaron al pan y lo hicieron parte suya, y este se reinventó con sus propias formas, sabores, fragancias, historias, creencias, y festividades. “ (Dante Trujillo Ruiz, 2011, págs. 3,4)”

2.1.2. *Panadería*

Una panadería es un negocio especializado en la producción, venta de diferentes tipos de pan, así como también de todo tipo de productos hecho a base de la harina y a los bollos de masa. Es un área local independiente anexado a la cocina en el cual los panaderos realizan sus trabajos y preparaciones. La panadería es uno de los establecimientos más tradicionales y populares ya que los productos que expenden en dicho lugar son de gran variedad puede encontrarse a todo precio, sin embargo una panadería tiene la posibilidad de vender productos de alta calidad de masas más finas. “ (LarousseCocina, 2017)”

Lo esencial de los procedimientos en esta industria, que tiene por objetos convertir la harina en pan, no ha sufrido alteraciones sensibles en el transcurso de los siglos; de modo que hoy en día se elabora el pan realizando las mismas manipulaciones que hace centenares de años. “ (Gironi, 2009, pág. 15)”

El estilo de una panadería como local ha ido variando con los tiempos. En este sentido, en la actualidad se puede encontrar una gran cantidad de establecimientos que son capaces de elaborar su propio producto, mientras que otros son locales que solo se encargan de la venta de los productos que son elaborados en una panadería o un planta panificadora, en otra de los caso existen empresas que cuentan con el área producción y junto a ello se encuentra el área de venta al público en la que preparan su producto y la venden de inmediato. “ (Acosta V. G., 2010)”

Las panaderías de la actualidad han tenido la oportunidad de atraer a la clientela utilizando estrategia de autoservicio, en el que los consumidores tienen la oportunidad de elegir y tomar su producto por ellos mismos. De igual marea encontramos panaderías que cuentan con un servicio de cafetería en el cual los clientes pueden disfrutar todos los productos que ofrecen en el mismo lugar. Una de las características muy importantes de una panadería es la frescura de sus panes ya que son elaborados y vendidos en el mismo día, de modo que el producto no se endurece y no pierden su sabor ni sus características organolépticas. “ (Girone, 2009)”

2.1.3. Panadería Artesanal

El crecimiento poblacional que ha tenido la panadería artesanal ha llevado a que ya no sea solo una tendencia sino una realidad y sobre todo una necesidad. La creciente demanda de panes con sabor y olor y aroma intenso característico del pan tradicional ha retado a la industria a generar opciones que respetan las características de las masas y permitan la manipulación de las masas altamente hidratadas de larga fermentación. “ (Martinez, 2013)”

El aumento del consumo del pan artesanal o mejor llamado pan tradicional llevo a la industria de equipos a pensar de forma diferente. Al principio se pensaba en como facilitar el trabajo, de ahí el surgimiento de procesos rápidos de panificación y el uso de masas congeladas, desde este punto de vista de la administración clásica era óptimo pues se podía tener grandes cantidades de panes en el menor tiempo posible y/o a cualquier hora. En un punto que no se pensó en ese momento y es lo que hoy está dirigiendo el mercado y los nuevos desarrollo en equipos es que el consumidor no le importa a qué hora trabajo, sino en el pan que se va a comer provoque comérselo por su intenso olor y que no se pueda dejar sin terminar por su irresistible sabor. “ (Martinez, 2013)”

El primer punto a tener en cuenta para producir el pan artesanal a pequeña o gran escala es entender que es la panadería artesanal o tradicional, por cómo se producía el pan antiguamente el término artesanal se asocia al trabajo manual y en pequeñas cantidades olvidando que en Grecia existieron hornos comunales de grandes proporciones hace muchos años. Al hablar de panadería artesanal o tradicional nos referimos al respecto por las características y la integridad de la masa así como el uso de la fermentación larga para lograr panes con ingredientes más naturales y de intenso sabor y olor. “ (Martinez, 2013)”

Teniendo claro que el concepto de panadería artesanal no está ligado al trabajo manual sino a como se debe llevar cada etapa del proceso podemos empezar a hablar de la mecanización del pan artesanal. Esta mecanización empezó hace muchos años con la invención de la amasadora y en especial de los métodos de amasado, ya que desde el amasado podemos empezar a ir en contra del respeto de las características de la masa. Este respeto hacia la conservación de las características de la masa las llamamos las BPP (Buenas Practicas de Panificación) que en resumen lo que buscan es conservar la integridad de la harina y favorecer los beneficios de la fermentación en cada etapa del proceso. Teniendo como principio la BPP se puede buscar mecanizar el hacer pan artesanal desde la instalación de equipos individuales hasta líneas completas de producción. Los puntos que debemos tener en cuenta para la selección de equipos que están disponibles en el mercado. “ (Martinez, 2013)”

2.1.3.1. Proceso de la Elaboración del Pan Artesanal

Es elaborada específicamente por artesanos. Cada tipo de pan que realizan es elaborado a mano para ello se ocupa la habilidad en la técnica tradicional para transformar la materia prima en objeto de valor estético y cultural, su producción es determinada por la complejidad del producto y cada pieza se manufactura de manera individual con el sello del producto. “ (Gutierrez, 2012)”

Amasado: En esta etapa más allá de mezclar ingredientes y desarrollar el gluten hay que pensar en el equipo a seleccionar y en la técnica de amasado a utilizar. Mantener las características de los ingredientes es el objetivo principal y es la base para iniciar a escoger la amasadora. Entre las opciones de amasado tenemos las amasadoras clásicas de panadería artesanal como la de eje oblicuo y de brazos artofex que tienen las ventajas de tener un factor de fricción bajo y de no

sobré desarrollar la masa fácilmente, pero con la desventaja de ser muy lentas y poco eficiente para grandes producciones. Se puede optar por una amasadora horizontal o continúa para grandes producciones pero su poca flexibilidad y el alto estrés ejercido a la masa hacen que no sean aptas para producir un buen pan artesanal. También está el cilindro que es muy usado en algunos países por su bajo costo pero con la desventaja de no poder trabajar con masas de alta hidratación comunes en procesos artesanales. “ (Creativegan, 2010)”

La última opción que mencionare es la amasadora de espiral que a pesar de encontrarse muchas variaciones en los diseños del espiral, el eje central o las revoluciones, es la mejor opción para trabajar una producción de pan artesanal. La facilidad de manejo de una primera y segunda velocidad permite usar cualquier técnica de amasado (corto, mejorado o intensivo), adicionar una alta cantidad de grasa, azúcar, agua o materias primas gruesas (granos, frutos secos, chips chocolate, etc.) en la etapa correcta del amasado. Su capacidad que esta entré 5 y 400 kg de masa y la opción de tener una amasadora con el recipiente intercambiable o con opción de levantar nos da la flexibilidad de seguir un proceso artesanal sin importar la cantidad de masa necesaria a procesar. “ (Creativegan, 2010)”

Fermentación en masa: Al finalizar la etapa del amasado se tiene la opción de dar o no un tiempo de fermentación en masa, el cual se puede hacer en recipientes plásticos o en las ollas de la amasadora para el caso de las amasadoras con opción de recipientes intercambiables. Hay que tener en cuenta que elegir dar el tiempo de fermentación en masa no sólo depende de querer obtener los beneficios de la fermentación (olor, sabor, vida útil y fuerza) sino también del sistema de división que se tiene en la línea de producción. “ (Creativegan, 2010)”

División: En la división se afectarán las características de la masa de acuerdo al sistema utilizado. Hay que tener en cuenta que el hacer una división manual no asegura el menor estrés mecánico, ya que si se logra el peso exacto de la proporción de masa en varios trozos se afectara negativamente la masa. Teniendo en cuenta esta premisa analizaremos tres sistemas disponibles de división. El primero y más popular se hace con una divisora hidráulica, que es un sistema

muy gentil con la masa. En este sistema se corta la masa después del amasado en bloques iguales al peso deseado de la masa multiplicado por el número de porciones de la divisora (en general, 10 – 12 hasta 20 – 24). Estos bloques de masa se dejan fermentar (fermentación en masa o primera fermentación) antes de ser dividido en partes iguales. “ (Creativegan, 2010)”

En ambientes más industriales se encuentran divisoras volumétricas, las cuales son totalmente automatizadas. Se alimentan con el total de la masa que sale de la amasadora y con ayuda de un pistón se hace la división volumétrica (por volumen) de los trozos de masa. Con este sistema no se puede dejar fermentar la masa en bloque mucho tiempo ya que se tendría variaciones en el peso final debido al aire que ganado la masa en la fermentación. “ (Creativegan, 2010)”

A pesar que con las nuevas tecnologías han mejorado, estas divisoras siempre son un poco más agresivas con las masas. Para compensar, el panadero necesita sacar masas más duras y fuertes, además de aumentar la proporción de pre fermento para asegurar un buen sabor por la desventaja de no tener fermentación en masa. En los últimos años se ha desarrollado la tecnología libre de estrés, que son líneas automatizadas que permiten en un ambiente industrial la división precisa (por peso) de masa altamente fermentada e hidratada como las que se encuentran en proceso tradicionales. “ (Creativegan, 2010)”

Descanso: Esta etapa se ha sacrificado en muchas panaderías debido a la premisa que se le ha dado al tiempo sobre la calidad. El descanso es un tiempo muy corto que ayuda a la masa a recuperarse del estrés mecánico que ha soportado en la división, y muchas veces no se le da la importancia que merece. El descanso se puede hacer sobre tablas de superficie rugosa para evitar que la masa se pegue o en las mismas bandejas en las que se hornea el pan, para las líneas de producción con equipos "libres de estrés" se ha logrado que el proceso de división sea tan gentil que no es necesario el descanso, generando como ventaja adicional el ahorro del espacio necesario para este paso. “ (Creativegan, 2010)”

Formado: El formado es el último paso donde manipulamos la masa, logrando bolas o barras que pueden llevar a una pieza más elaborada como una trenza. El método más antiguo y que se seguirá manteniendo por el tiempo es el formado a mano, que requiere de técnica y práctica para lograr un producto consistente y uniforme. Para un formado en un ambiente de alta producción, se puede utilizar varios tipos de formadoras: Vertical, horizontal, con fajas o con “presión de placas”. La ventaja principal de la formadora vertical es que no ocupa mucho espacio en el taller de panadería (el camino de la masa es vertical y rápido). Pero este diseño también podría ser una desventaja: como el camino de la masa es muy corto, el estrés para llegar a la forma final es mayor y se puede penalizar la estructura de la miga del producto final. “ (Creativegan, 2010)”

Las formadoras horizontales tienen un diseño de formado de la masa mucho más largo. La masa se deja trabajar por más tiempo y sin tanta presión, manteniendo su integridad, y asegurando un producto final de muy buena calidad. Las líneas de división stress free están equipadas generalmente con formadoras horizontales. Las formadoras a presión de placas son generalmente usadas para formas cortas tipo pan de molde, como no se necesita estirar mucho la masa la presión de la placa por un tiempo corto es suficiente para lograr el tamaño sin dañar su estructura. “ (Creativegan, 2010)”

Fermentación final: Durante este tiempo, el gas producido por la actividad de fermentación se va a acumular en la masa ya formada, para lograr el volumen y la textura deseada. Es importante tener en cuenta que hay varias formas de fermentar la masa durante esa etapa. Algunas panaderías lo hacen de la forma más económica: al ambiente en carros protegidos con una bolsa para que la masa no se reseque, mientras que otras prefieren hacerlo en una cámara de fermentación o en una cámara de refrigeración para retrasar el momento al cual se va a hornear el pan. “ (Creativegan, 2010)”

A pesar que es muy común para el panadero pensar que el uso de cámara de fermentación es necesario, es importante entender que la levadura sigue funcionando y produciendo suficiente gas a temperatura más alta que los 10 °C (o 50 °F), así que no es necesariamente obligatorio el uso de estos equipos. En esta época es interesante ver como muchas panaderías no invierten más en estos equipos sino en equipos de retardación de masa para poder controlar mejor la actividad de fermentación y hornear el pan solamente al momento requerido y/o varias veces al día para ofrecer pan fresco a sus clientes. (Creativegan, 2010)”

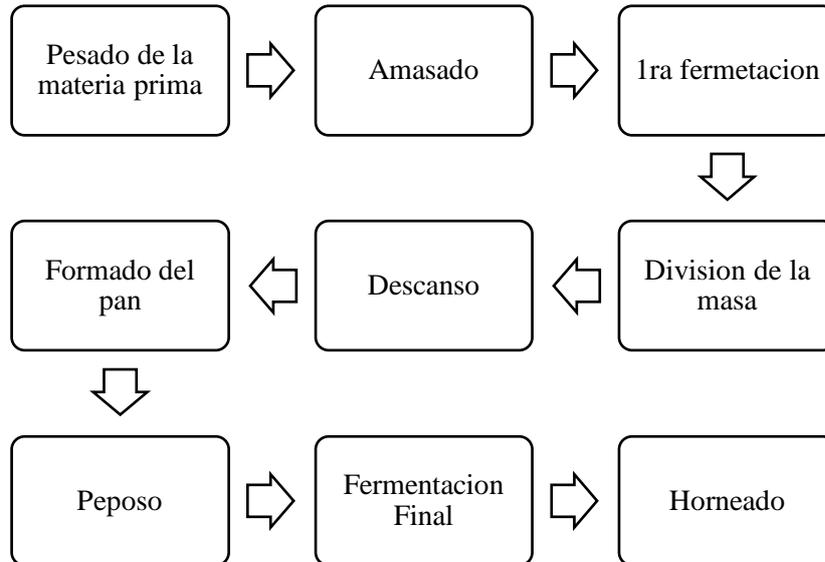
Horneado: En este paso, la masa formada y fermentada se transforma en pan. Varias tecnologías de hornos pueden ser usadas pero lo más importante es entender como el calor generado por el horno se transmite al pan. Hay tres formas de transmitir el calor al pan: conducción, convección y radiación. La transmisión por conducción es cuando la masa está en contacto directo con el piso del horno y recibe directamente el calor, como en los hornos de leña, hornos de piso y algunos hornos de túnel. Esta transmisión de calor es ideal por todos los panes de corteza (mejor volumen, corteza con más crocante y textura de miga más alveolada). (Creativegan, 2010)”

La transmisión por convección es cuando la masa se hornea en contacto con el aire caliente dentro del horno como en los hornos de convección, los hornos rotativos y algunos hornos de túnel. Este tipo de transmisión de calor conviene perfectamente a los panes dulces, panecillos o masas hojaldradas que necesitan una transmisión de calor más delicada y uniforme. Es importante mencionar que algunos hornos túnel tienen un sistema de convección dirigida debajo del piso del horno, con el que pueden lograr el mismo efecto que un horno de piso, combinado con un horno de convección. (Creativegan, 2010)”

La radiación es cuando el calor se refleja contra las paredes del horno. Esta participa más que todo en la coloración de la corteza. Los hornos modernos de acero inoxidable tienen más efecto de radiación que los hornos de leña hechos a base de ladrillos. En conclusión, podemos decir que solo un buen conocimiento de los ingredientes, de los procesos y de los equipos permite la producción de panes tradicionales de alta calidad a gran escala. “ (Creativegan, 2010)”

2.1.4. Diagrama de flujo de los procesos de elaboración del pan.

Ilustración 1-2: proceso de producción



Fuente: (Bertinet, 2011)

Realizado por: Franklin Sayay

2.1.5. Pan en la Alimentación

El pan es un alimento básico de nuestra dieta desde hace siglos, múltiples cualidades para la salud como un alto contenido en hidratos de carbono, proteínas, fibra, vitamina B, y apenas contiene grasa. Su composición más básica consiste en harina de trigo, agua, levadura, y sal. Pero hoy en día, existe una gran variedad de pan que depende de las preferencias personales, pero también de las necesidades de cada persona. “ (Eroski Consumer, 2009)”

2.1.5.1. Importancia del pan en nuestra dieta

El pan es conocido como el alimento básico por excelencia de una dieta, no en vano, posee muchas propiedades saludables. Forma parte del grupo de alimentos que constituye la base piramidal de una alimentación equilibrada. Y durante siglos ha constituido la base de la alimentación de todas las civilizaciones por sus características nutritivas y la fácil obtención de sus ingredientes, los cereales. Gracias a su composición, cubre un aspecto importante de las necesidades diarias de energía y nutrientes de nuestro organismo. Existen muchas creencias

falsas alrededor de este alimento y quizá la más extendida sea el falso mito de que debe ser eliminado o restringido en las dietas de adelgazamiento. “ (Eroski Consumer, 2009)”

Por todo ello queda claro que el pan debe formar parte habitual de la alimentación de todas las personas, pudiendo estar presente en todas las comidas del día, desde el desayuno hasta la cena. Tan solo las personas celiacas o intolerantes al gluten (proteína presente en el grano de trigo y otros cereales como el centeno, la cebada, y la avena), debe sustituirlo por pan de maíz o quinua, exento de gluten. “ (Eroski Consumer, 2009)”

2.1.6. Tipos de Panes

2.1.6.1. Denominaciones del pan

La normativa sobre el reglamento técnico sanitaria para la fabricación, circulación y comercialización del pan tiene por objeto determinar que se entiende por pan, panes especiales y productos semielaborados, así como fijar las normas de elaboración, fabricación, transporte, comercialización de los productos, estableciendo un orden técnico sanitario. Los consumidores no conocen mucho de los tipos de pan que existen y sus características, por lo que no conviene detenerse en algo que parece tan básico como saber lo que compramos y lo que consumimos diariamente. El pan como tal, y sin otro calificativo que lo acompañe no es otra cosa que un producto restante de una amasa obtenida por la mezcla de harina de trigo y de agua potable, con o sin adición de sal comestible, fermentada por especies de microorganismos propios de la fermentación panaria. El pan común es el de consumo habitual diario, elaborado con harinas de trigo y con materias primas que cumplen con sus respectivas reglamentaciones técnicas sanitarias. “ (Alimentacion.es, 2010)”

2.1.6.1.1. Pan común y sus características

Pan bregado de miga dura, español o candeal. Es el pan al que solo se añaden los aditivos autorizados, y se denomina según su elaboración: pan de miga dura, bregado, español o candeal, que es obtenido mediante una elaboración en la que es indispensable el uso de cilindros refinadores. Y pan de miga blanda o de flama es el obtenido con una mayor proporción de agua y que no suele precisar el refinado con cilindros. En este grupo se encuentran todos aquellos panes regionales elaborados a partir de una masa de pan candeal elaborado con harina candeal. Algunas denominaciones son: telera lechuguino, pan de cruz y otras. “ (Alimentacion.es, 2010)”

Pan de flama o miga blanda.

Esta se obtiene con la adición de una mayor proporción de agua que el pan bregado y no precisa normalmente con cilindros. Se consideran así aquellos panes regionales y otras elaboradas a partir de la masa de pan flama. Entre estas denominaciones podemos encontrar: baguette, chapata, payes, gallego, y otras. “ (Alimentacion.es, 2010)”

Las materia primas del pan común son harina de trigo, sal levadura y agua potable y deben cumplir con las reglamentaciones técnico saturarías, y se le podrán añadir aditivos y coadyuvantes tecnológicos que estén autorizados. El pan especial se diferencia fundamentalmente del pan común en que no comparte sus características ni condiciones de composición, reúne alguna de las características ni composición. “ (Alimentacion.es, 2010)”

2.1.6.1.2. Pan especial

Es el pan al que se le ha incorporado aditivos y/o coadyuvante tecnológico de la panificación autorizada para panes especiales, tanto a la masa como a la harina enriquecida, se ha incorporado otros ingredientes tales como la leche, huevos, gluten etc.; que no lleve sal o no incorpora microorganismos propios de la fermentación, o que por su forma deba intervenir la mano del obrero en cada pieza. Entre ellas podemos encontrar : Pan integral, pan con salvado, pan de Viena, pan francés, pan al gluten, pan tostado, biscote, colines, pan de huevo, pan de pasas, pan de miel, pan de otro cereal, pan enriquecido, pan de molde, pan rallado. Los panes especiales también se clasifican por su duración: “ (Alimentacion.es, 2010)”

De mayor consumo normal en el día: son lo que frecuentemente se consume antes de las 24 horas del día posterior a su horneado.

De mayor duración: son aquellos panes lo que, por sus especies características de elaboración tecnológica y envasado tiene un periodo apto para el consumo superior a tres días. “ (Alimentacion.es, 2010)”

2.1.6.1.3. Productos semielaborados

Pan pre cocido: es la masa cuya cocción ha sido interrumpida antes de llegar a su finalización, siendo sometida posteriormente a un proceso de congelación o a otro cualquier otro proceso de conservación autorizado.

Masa congelada: es la masa que habiendo sido o no fermentada y formada o no la pieza, ha sido posteriormente congelada. “ (Alimentacion.es, 2010)”

2.1.7. Sistema de panificación

Estos sistemas se clasifican desde el punto de vista de la fermentación de las levaduras y pueden ser sistemas convencionales y recientes.

2.1.7.1. Modos convencionales.

Son aquellos que requieren de un periodo de varias horas para conseguir la fermentación de la masa de esa manera conseguir un perfecto desarrollo de la masa.

2.1.7.1.1. Método directo

Es menos utilizado y consiste en utilizar solamente levadura prensada. El desuso de este sistema es debido a tres causas diferentes

- Proceso de panificación largo.
- Si se requiere acortar el proceso, debe añadirse más levadura, con lo cual se vuelve antieconómica.
- No se puede dividir en divisora volumétrica

2.1.7.1.2. Método de esponja o poolish

Es el método empleado por las grandes industrias panificadoras. Este método se emplea una primera etapa en donde se utiliza un 50-75% de harina y un 60-70% de agua, malta, azúcar, y levadura, dejando la esponja en reposo durante 3-4.5 horas. En la segunda etapa la esponja fermentada se amasa y se agrega el resto de los componentes obteniéndose un amasado final.

2.1.7.1.3. Método directo en doble masado o mixto

Es el método es una combinación de los anteriores. Entonces mesclan todos los ingredientes dejándola fermentar la masa durante varias horas, pasando luego a la amasadora, luego se somete la masa a otro reposo para obtener la fermentación final y así continuar con el corte.

2.1.7.2. *Métodos recientes.*

Estos métodos elimina el periodo de fermentación, obteniendo el desarrollo de la masa a través de trabajos mecánicos o con el efecto de reacciones químicas, el primer método desarrollado en los Estados Unidos y el segundo en Inglaterra.

2.1.7.2.1. *Método continuo*

Es un proceso que va desde el amasado hasta el horneo. La masa se desarrolla a través de las fuerzas mecánicas bajo presión. Consiste en mesclar todos los ingredientes a excepción de la harina en la amasadora hasta obtener el desarrollo de la masa.

2.1.7.2.2. Método choleywood

El desarrollo de las masas se obtiene empleando en el amasado altas velocidades. Se diferencia del anterior en que la masa no tiene fermentación primaria y va directamente del amasado al corte. “ (Alarcon, 2012)”

2.1.8. ***Valor Nutricional del Pan***

La mayoría de la población piensa que consumir pan, puede causar el incremento de su peso, es más, el consumo de este producto es necesario para toda aquellas personas que intentan mejorar su peso y su salud. Esto se deduce de un estudio sobre los hábitos alimenticios en relación con el consumo habitual del pan, realizado por la doctora Rosa María Ortega perteneciente al Departamento de Nutrición de la Universidad Complutense de Madrid y proporcionado por la asociación de Fabricantes de Harinas de España (AFHE). “ (Sagra, 2016)”

Tabla 1-2: Valor nutricional

PORCIÓN DE 100 G	PAN BASICO
kcal	261
Carbohidratos	51,5 g
Fibra	3,5 g
Proteínas	8,47 g
Grasas	1,6 g
Vitaminas: B1, niacina, folatos.	5%
Minerales	
Magnesio	25,1 mg
Sodio	540 mg
Potasio	110 mg
Agua	34,9
Ácido Fólico	23 mg

Fuente: Sigra (2016)

Elaborado por: Franklin Sayay

2.2. Historia de la Quinua

La quinua constituye un importante componente de la alimentación de los pueblos prehispánicos en las tierras altas de los Andes. Su uso fue común en las regiones andinas hasta el primer tercio de este siglo, cuando los países de la zona iniciaron la importación masiva del trigo.

Bollaert (1860) relata que encontró semillas de la quinua en las antiguas tumbas indígenas en Tarapacá y en Calama (Chile) y en la región de Calchaquí-Diaguaita. Latham (1936) menciona haber encontrado la semilla de la quinua en la antigua sepultura indígena de Tiltil y Quillagua (Chile).

2.2.1. La Quinua

La quinua puede encontrarse de forma nativa en todos los países de la región andina desde Colombia hasta Argentina y el sur de Chile, con casi toda la producción en manos de pequeños agricultores y asociados. Según datos de FAO/STAT, en el periodo 2009-2010 la superficie cultivada y la producción total de la quinua en los principales productores de la quinua Bolivia,

Perú, Ecuador, casi se duplicó e incluso se triplicó, en 2009 la producción de en la región andina fue aproximadamente 70.000 toneladas. (Organización de Las Naciones Unidas, 2014)

La quinua es la base alimenticia de los pueblos andinos, es una planta perteneciente a la familia de las quenopodiáceas y a la de las amarantáceas, género *Chenopodium* y género *Amarantus* respectivamente.

Construye la quinua un alimento riquísimo en albumina que vendría a nivelar o equilibrar el excesivo consumo de hidratos de carbono y a aumentar siquiera en pequeña parte la ración de grasas y proteínas de las persona que la consumen. Este alimento constituyó la base de la alimentación de la gente campesina que la consume según testimonios de los descubridores y cuyo gusto alimenticio aún conserva en nuestros días entre los campesinos y los países mencionados.

La quinua contiene en promedio 16,2% de proteína, un nivel muy superior al que representa el trigo (14%), el maíz (9,9%) y el arroz (7,5%), por citar solo los cereales más conocidos. Algunas variedades de esta semilla, llegan incluso a tener 20% de proteína.

Otra característica que resalta a este grano en comparación a otros granos tradicionales, es el valor biológico de sus proteínas. El alimento mejor situado en torno a este rango, es el huevo: 95. La cifra anterior significa que de 100 gramos de proteínas ingeridas por el ser humano, 95 son asimiladas sin problemas. En la quinua, el referido índice es de 75, una cantidad que se puede considerar como alta si se le compara con la carne (60), la leche (72), el trigo (60) y el maíz (44).

La razón que explica el elevado valor biológico que tiene la quinua, tiene que ver con la equilibrada composición de aminoácidos esenciales que posee. Los cereales considerados como "clásicos", carecen de suficiente lisina, metionina y cisteína, sustancias que se presentan en mayor cantidad en la quinua.

Como virtudes conexas también se menciona la carencia en grasas y la riqueza en hierro, calcio, fósforo, fibra y vitamina E, que tiene la quinua con respecto a otros cereales y legumbres. Por lo anterior, se aconseja el consumo de este alimento, por parte de diabéticos, niños, adolescentes, ancianos y convalecientes.

Uno de los problemas del consumo de la quinua es su contenido de saponinas las cuales le otorgan al grano un sabor amargo y jabonoso. Para evitar esto, la quinua es descascarillada y lavada varias veces, aunque para su consumo se sugiere realizar un nuevo lavado.

La quinua es una planta que se adapta muy fácilmente a climas y terrenos hostiles. Estudios realizados por la FAO, con el apoyo de diferentes universidades del área andina, han demostrado que los cultivos de quinua tienen una gran adaptabilidad a climas áridos y que se pueden realizar plantaciones tanto a alturas elevadas como al nivel del mar.

Anualmente, se producen alrededor de 48000 toneladas a nivel mundial, repartidas en un 45% en Bolivia, 42% en Perú, 6% en Estados Unidos, 3% en Canadá, 2% en Ecuador y una mínima fracción en Europa. En Bolivia la producción de quinua se encuentra en aumento y se ha duplicado en los últimos 30 años. (El Telegrafo, 2017)

Recientemente en la Asamblea de las Naciones Unidas, la FAO ha hecho ceremonia de lanzamientos del 2013 año internacional de la quinua. Este grano andino fue domesticado, mejorado, cultivado, y conservado desde hace 5,000 años por las culturas prehispánicas, como alimento de alto valor nutricional, biológico, y con alto rango de adaptabilidad en las zonas agroecológicas. Actualmente revalorada y considerada como un alimento de la presente y de las generaciones futuras, merece una visión retrospectiva, el proceso actual y las proyecciones para el futuro, con base a las experiencias vividas y lecciones aprendidas. De tal manera que, realmente, sea una fuente de las seguridades alimentarias y nutricional de la población global en crecimiento (Zanchez, 2013)

2.2.2. Actuales Centros de Producción

De norte a sur del continente americano se puede señalar los siguientes centros actuales de mayor producción de la quinua: Colombia, Ecuador, Bolivia, Perú, Chile. (Tapia M, 1979, pág. 11)

En el Ecuador la quinua ha persistido entre los campesinos del área de Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Chimborazo y Loja.

Morales (1975) comparo unos 18 ecotipos provenientes de las zonas de Imbabura, Cayambe, Cotopaxi, y Chimborazo, con material de Bolivia y destacaron los ecotipos ecuatorianos “Chaucha”, “Punin”, “Grande” y “Stquinua” con buenos rendimientos.

La quinua de Ambato, Latacunga, Carchi, Riobamba, y Cuenca son de grano chico, en general de aporte elevado y de grano bastante amargo. Se calcula que la superficie total cultivada en de unas 1200 ha en todo el país y con un rendimiento de 0,4 t/ha. (Tapia M, 1979, pág. 16)

2.2.3. Variedades de Quinua

En nuestro país existen una gran variedad de quinua que son distinguidos por su tamaño su color, las 25 variedades existentes en nuestro país son solo una muestra de otras 80 tipos que los puneños han logrado rescatar en su apuesta en la agricultura orgánica. La quinua real es un de las variedades más nutritivas de este prodigioso alimento que hemos heredado de los antiguos para convertirse en un aporte alimenticio para la humanidad, mientras que la quinua multicolor también considerada como otra fuente de alimentación de aportes nutritivos. (Castillo L. M., 2013, pág. 5)

2.2.4. Uso de la Quinua en la Gastronomía

Respecto al proceso de la industrialización dela quinua, en el país se asemejan procesos simples y semicomplejos. La gama de productos elaborados con quinua es restringida y limitada a la quinua desaponificada, parlada y alimentos intermedios (hojuelas, insuflados y harinas de quinua), y muy limitada en la elaboración de papillas para niños. “ (Peralta, 2009, pág. 16)”

En Ecuador, el procedimiento de la quinua se concentra en el lavado y/o escarificado del grano para limpiar la saponina, la elaboración de harinas y el desarrollo de nuevos productos como galletas, leches de quinua como la que el gobierno nacional distribuye a los distintos colegios del país, además del uso de la quinua en la elaboración de productos panificados. “ (Peralta, 2009, pág. 16)”

Quinua perlada: es el grano entero obtenido del proceso de escarificación.

Harina cruda de quinua: es el producto resultante de la molienda de la quinua perlada, se emplea en la panificación, galletería, repostería y en la elaboración de fideos de pasta corta.

Harina tostada de quinua: es el producto proveniente de la molienda de la quinua tostada, se usa en la preparación de coladas y repostería.

Hojuelas de quinua: los granos de quinua perlada son sometidos a un proceso de laminado a presión, ejercidos por dos rodillos lisos calientes, sobre los granos lo que permite darles una forma aplanada. “ (Peralta, 2009, pág. 16)”

2.2.5. Harina de Quinua

La harina de quinua está compuesta por los altos contenidos de proteína que llegan a un 15% a 18% (en comparación, la del trigo llega al 1% a 18% aproximados). Además, presenta proteínas del tipo globulinas, parecidas a las globulinas del amaranto. Distintas a las del trigo y de calidad biológica superior. La harina de quinua también posee fitoestrogenos (daidzeina y genisteína) que poseen propiedades medicinales vinculadas a la actividad hormonal, metabólica y a la circulación de la sangre, aspectos que el estudio recomienda investigar más. “ (Onate, 2010, pág. 6)”

Lo más importante para los investigadores es que la harina elaborada a partir de este cereal andino contiene calcio que si es absorbido por el organismo debido a la presencia de zinc, lo que hace recomendable lo que hace recomendable para evitar la descalcificación y la osteoporosis, a diferencia de otros alimentos que contienen calcio pero que no logra ser absorbido por el cuerpo. Esta harina puede usarse en mezclas con harinas de trigo o arroz para

enriquecer o fortificar el alimento que se desea elaborar sin ningún problema. “ (Onate, 2010, pág. 7)”

2.2.6. Benéficos de la Quinoa

Vital para los gestantes: por el contenido de hierro y calcio que aporta, constituye a la formación de huesos, el sistema inmune y el desarrollo del cerebro del bebe.

Ideal para deportistas: los deportistas de alto rendimiento pueden recuperar el desgaste físico con un adieta basada en la quinoa. La isoleucina y la valina participan en la producción de la de energía muscular y mejorar los trastornos neuromusculares.

Necesaria en los niños: el aprendizaje, la memoria y la plasticidad neuronal se ven favorecidos en la cantidad de asidos glutámico que provee, pues participa en los procesos de producción de energía para el cerebro.

Complementaria en adultos mayores: la depresión y la ansiedad pueden ser reducidas debido a la tirosina, pues actua como catalizador de otros procesos. Por otro lado, la lisina participa en la formación de anticuerpos, favorece la función gástrica, colaboración con la reparación celular y mejora el sistema inmune. “ (Castillo L. M., 2013, pág. 7)”

2.2.7. Contenido de Vitaminas de la Quinoa

Tabla 2-2: contenido de vitaminas de la quinoa

PARAMETRO	CONTENIDO
Vitamina E (mg/100 g)	1,43
Vitamina B12 (ug/100 g)	0,48
Ácido Fólico (mg/100 g)	1,69
Vitamina B1 (mg/100 g)	0,46
Vitamina B2 (mg/100 g)	3,56
Vitamina B3 (mg/100 g)	29,98
Vitamina B6 (mg/100 g)	28,05
Vitamina B5 (mg/100 g)	3,53

Fuente: Laboratorio de nutrición y calidad, (INIAP, 2009, pág. 9)

Realizado por: Franklin Sayay

2.2.8. La Quinoa en la Panadería

La quinoa es un producto que se escucha entre los panaderos más innovadores en los últimos tiempos. Hace algunos meses se habló sobre el pan más caro del mundo, realizado por Juan Manuel Moreno de la panadería Piña, que incorporaba este pseudocereal. No se sabe si el ánimo de introducir la quinoa viene derivado de aportar novedad e innovación al consumo necesario de consumir al menos tres raciones diarias de productos derivados de cereales integrales, si está más relacionado con los beneficios para la salud que se asocian a este pseudocereal, o si el principal interés en su condición de producto apto para celíacos. (Tahona, 2016)

2.2.9. Para que y como se puede utilizarse la quinoa en la panadería

La quinoa se puede introducir en la masa panaria para aumentar el valor nutricional de pan, sin embargo los protocolos de panificación han de revisarse, puesto que dosis muy altas de quinoa reducen el volumen del pan. Se puede utilizar una vez molida el grano, en forma de harina, su uso más extendido es como grano, que se remoja o procuese antes de incorporar a la masa (para pre gelatinizar su almidón), aportando, en muchas ocasiones, el color característico de la variedad, que puede pasar del crema al amarillo/anaranjado. (Tahona, 2016)

2.3. Emprendimiento

El significado de emprendimiento entrepreneurship y la figura del empresario entrepreneur corresponden a términos y figuras muy utilizados en la academia y en discusiones políticas públicas, pero en general existe poca claridad respecto a que nos referimos cuando se habla de estos asuntos. El estudio de emprendimiento ha sido abordado desde distintas perspectivas y disciplinas, siendo por eso complicado llegar a conceptualizaciones claras. Son muchas las definiciones, teorías, ideas, opiniones y creencias que existen al respecto e incluso hay problemas semánticos al usarse indistintamente términos como negocio y empresa, o emprendedor con empresario o gestor. (Kirberg, 2014)

El emprendimiento es un ejercicio complejo y dinámico. No se trata necesariamente de un proceso científico donde tenemos todas las variedades y un riesgo definido. Por lo tanto, existen muchos factores emocionales y psicológicos que intervienen en el proceso. Cada emprendedor debe mantener una autoevaluación de las principales competencias para saber desarrollar aquellas competencias que representan una debilidad o identificar personas en el equipo de trabajo que complementen esta necesidad. (Acosta J. J., 2016)

2.3.1. *Que es emprendimiento.*

El emprendimiento es una capacidad de los seres humanos para salir adelante de manera novedosa y con ideas renovadoras. Ser emprendedor requiere de habilidades no solo a nivel individual, sino también colectiva. “(Jaramillo, 2008, pág. 1)”

2.3.2. *Emprendedor*

Emprendedor viene del vocablo francés entrepreneur y tal vez el uso más antiguo de este término se registra en la historia francesa en el siglo XVII y hacia la referencia a personas que se comprometían a conducir expediciones militares. El término fue inducido a la literatura económica por primera vez, en los inicios del siglo XVIII por el economista francés Richard Cantillon. Su aporte ha sido verdaderamente relevante para comenzar a comprender el concepto de emprendedor y el rol que juega el emprendimiento en la economía. Cantillon define al entrepreneur como el “agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto”. Distingue que e

emprendedor, a diferencia de otros agentes, no posee un retorno seguro. Y afirma que es el, quien asume y soporta los riesgos que dominan el comportamiento del mercado. “ (Kirberg, 2014, pág. 1)”

Hoy en día, es esta misma actitud hacia la incertidumbre lo que caracteriza al emprendedor. Posteriormente se fue utilizando el termino emprendedor para identificar a quien comenzaba una empresa y el termino fue ligado a empresarios innovadores, y se refiere a la capacidad de un apersona para realizar un esfuerzo inicial y continuo para alcanzar una meta u objetivo. Siendo utilizada también para referirse a la persona que inicia una nueva empresa o proyecto. Ese vocablo también es aplicado a empresarios que fueron y son innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente

La definición del emprendedor relaciona varias disciplinas tales como; economía, estrategia de negocios comportamiento organizacional, sociología y psicología.

2.3.3. Quien es un emprendedor

El emprendedor ni nace, ni se hace, sencillamente se esfuerza sobremanera. Y es así porque son muchas las piedras en troncha que se empeñan en dificultar los pasos de los héroes. Ser llamado emprendedor, es sinónimo de ser calificado por la sociedad como un líder visionario, es una persona incomprendida y ciertamente testaruda y tenaz, una persona que conoce el sabor del fracaso, y no lo usa como una excusa para detenerse. El trayecto a la cima es un camino difícil y complicado; sin embargo el emprendedor siempre goza de una especie de fe ciega en sí mismo que lo hace continuar. Y su esperanza es llegar a lo alto y disfrutar, aunque sea por un instante, del paisaje que solo unos pocos privilegiados podrán admirar. “ (Planeacion Vital, 2017)”

2.3.4. Clasificación de emprendedores

2.3.4.1. Emprendedor empresarial tradicional. Aquel que entra en un mercado de producción de bienes que existen y se comercializan actualmente, sin embargo, cree que por característica intrínsecas puede superar a sus competidores, bien por haber agregado ciertas mejoras o cambios a los objetos producidos, o por ciertas ventajas inherentes a su empresa, puede dar una mejor distribución o atención a clientes, que sus competidores no han podido realizar.

2.3.4.2. *Emprendedor innovador*. Cuentan con un producto innovador que permite crear un mercado nuevo o sustituir uno ya existente.

2.3.4.3. *Emprendedor comercial*. Es quien vende los productos que terceros le colocan. Agrega poco al nulo valor al objeto vendido, sin embargo, si lo hace con la atención y servicio.

2.3.4.4. *Emprendedor de servicios*. A diferencia del anterior, se basa principalmente en los aportes que su personal puede dar, aunque también venden artículos a terceros, su negocio está en la venta de aquellas habilidades que puedan poner a disposición de la clientela. En términos generales es el más común de los emprendimientos, por ser bajo el capital inicial requerido y existir pocas barreras de entrada.

2.3.4.5. *Emprendedor tecnológico*. Es aquella actividad que se basa en las nuevas tecnologías, y va desde crear apps, a adicionales, para móviles como BlackBerry, Apple o Android, principalmente o para servicios como Facebook, Twitter, etc. También está dentro de esta categoría toda la iniciativa que pretenda obtener una remuneración por la creación de contenidos de redes sociales o servicios de internet, bien de forma directa, comercio electrónico, o indirecta, publicidad.

2.3.4.6. *Emprendedor profesional*. Es parecido al emprendedor de servicios, pero su público es mucho mejor ya que es especializado. Comercializan conocimientos específicos, normalmente lo representan los asesores empresariales, los centros de apoyo para pymes, los coaches, los centros de capacitación, y los outsourcing profesionales: soportes web, medicina preventiva empresarial, etc. “(Kirberg, 2014)”

2.4. Cantón Guamote

2.4.1. Reseña histórica

Según el historiador Padre Juan de Velasco, en el actual territorio del Cantón Guamote se asentaban varios cacicazgos autodenominados “Guamotis”, Pull, Tipines, Vihudes, Basanes, entre otros, los mimos que formaban parte del pueblo puruha. De acuerdo a este historiador, el origen de Guamote es anterior a la conquista de los incas, lo que le indica como el pueblo de lo que ubica como un pueblo con una historia llena de costumbres y tradiciones puruhaes. Al

respecto, cabe mencionar que en la planicie del tiocajas se desarrollaron cruentas batallas primero en contra de la cultura incásica y luego en contra de la conquista española.

2.4.2. *Cantonización*

Guamote formo parte de la villa de Riobamba como parroquia eclesiatica en 1613 y parroquia civil en 1643. Constituida la gran Colombia, en 1824, el departamento del ecuador se constituyó con las provincias de Imbabura, Pichincha, y Chimborazo, esta última con los cantones: Riobamba Ambato, Guano Guaranda, Alausi y Macas: de acurdo a este decreto, Guamote formo parte del Cantón Riobamba. En 1884 pasa a formar parte del nuevo Cantón Colta, creado el 27 de febrero de 1884. El territorio que hoy corresponde al Cantón Guamote, estuvo habitado desde los tiempos remotos por cacicazgos como los Guamotis etc. “ (Gobierno Autonomo Descentralizado del Canton Guamote, 2017)”

En el año de 1944 Guamote Cristaliza su cantonización que desde hace mucho tiempo atrás se venía gestionando, para lo cual se formó la directiva. Con esta ayuda la delegación había seguido el decreto de cantonización de Guamote, con fecha primero de agosto de 1944. El presidente de la republica Dr. José María Velasco Ibarra, mediante el decreto No. 606, Art., establece: constituyese en la provincia de Chimborazo un nuevo Cantón con el nombre de Guamote, que comprenderá las parroquias de Guamote y Cebadas, esta última perteneciente al Cantón Riobamba y de la parroquias que el nuevo cantón crease. En la actualidad el cantón Guamote está integrado por tres parroquias: la matriz que lleva el mismo nombre y dos parroquias rurales Cebadas y Palmira. “ (Gobierno Autonomo Descentralizado del Canton Guamote, 2017)”

2.4.3. *Ubicación Geográfica Del Cantón*

EL Cantón Guamote se encuentra ubicado en la parte central del callejón interandino al sur de Quito, a 50 km de Riobamba, constituye el segundo cantón más extenso con una superficie de 520 km cuadrados de los que integra la provincia de Chimborazo. Se encuentra a una altitud que va desde los 2600 m.s.n.m., su temperatura media anual es de 13,7 grados centígrados constituyendo dos tipos de clima: invierno húmedo frio en los meses de octubre a mayo y verano cálido, seco, ventoso de junio a septiembre. La precipitación es de 683 mm. “ (Gobierno Autonomo Descentralizado del Canton Guamote, 2017)”

2.4.4. Población del Cantón Guamote

Una característica socio-demográfica del Cantón es la coexistencia de los grupos poblacionales pertenecientes al pueblo puruha con la población blanco – mestiza. El 94.5% de la población total cantonal es indígena y en su mayoría bilingüe (kichwa-castellano), el 5% corresponde a la población mestiza concentrada en la cabecera cantonal y cabeceras parroquiales del Cantón Guamote, el 0,3% y el 0,2% corresponde a afro ecuatorianos, con un total de 25.000 habitantes en todo el Cantón. “ (Gobierno Autonomo Descentralizado del Canton Guamote, 2017)”

2.4.4.1. Actividad económica.

Históricamente, el cantón de Guamote se ha dedicado a la producción agrícola, la producción pecuaria, se sustenta en el cultivo de pastos y alfa, que promueve la crianza de ganado ovino, bovino, y porcino.

Una actividad ocupacional importante de los Guamoteños es el comercio. La estructura de circulación y comercialización es básicamente tradicional y se realiza a través de la feria de Guamote, los días jueves. Esta feria tiene un carácter provincial y es el principal mercado de la economía cantonal. “ (Gobierno Autonomo Descentralizado del Canton Guamote, 2017)”

2.4.4.2. Turismo

La arquitectura del Cantón está basada en lo antiguo y lo moderno, ¿pero a quien no le gusta lo antiguo? Se sitúa en el centro de la provincia de la provincia, entre los ríos y rodeada de montañas. Aquí el rio Guamote conforma una cuenca con mucho verdor en preciso paisaje. Guamote ciudad de calles angostas que aún tiene el sabor colonial, se mueve al ritmo del tren que pasa. De porte venerable y con su gente que conserva la tradición popular en todo sentido, a pesar de los siglos. Guamote presencio en el tiempo la caída de un imperio en Tiocajas. Huayna Cápac, Túpac Yupanqui, saborearon la batalla y de aquella derrota a mano de los colonizadores solo queda como un mudo testigo un desierto. Existen fechas importantes en las cuales este Cantón celebra todo tipo de y tradiciones es, en semana santa, el primero de agosto que son sus fiestas, en las cuales hay corrida de toros, elección de la reina, desfiles, entre algunas festividades más que son muy interesantes por esta zona del ecuador, y por ultimo uno de los atractivos turísticos, es el tradicional Carnaval de Guamote, que a muchos turistas extranjeros y nacionales les encanta mucho. “ (Ecuador Turistico , 2016)”

2.5. Estudio de mercado

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado, este estudio podría ser utilizado para determinar que porción de la población comprara un producto o servicio, basado en variables como el género, la ubicación, la edad, y el nivel de ingresos. Existen dos tipos de estudios. “ (Ale, 2015) “

✓ Estudio de mercado primario

Es el que implica pruebas como encuestas, investigaciones en terrenos y entrevistas entre otros métodos.

✓ Estudio de mercado secundario.

En este tipo de estudio, la compañía utiliza información obtenida de otras fuentes que parecen aplicables a un producto nuevo o existente. Este tipo de estudio es relativamente barato y fácilmente accesible, aunque, a veces, no es específico al área de investigación y los datos que se utilizan puede ser tendenciosos y complicados de validar. El estudio de mercado sirve para descubrir lo que la gente quiere, necesita o cree. Asimismo, puede implicar el descubrir como actúan las personas. “ (Ale, 2015) “

2.6. Estudio técnico.

Lo sustantivo en la formulación del proyectos es legar a diseñar la función de producción optima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea este un bien o servicio. El resto dela metodología corresponde a la técnicas e instrumentos necesarios para ese fin y específicamente para medir el grado de adecuación de esa función de producción a un determinado conjunto de criterios.

Este capítulo da pautas generales para presentar los resultados alcanzados en él diseño de esa función como así mismo los principales pasos dados para su perfeccionamiento. También se indican las principales justificaciones que deben acompañar esos resultados. “ (Passarge, 2006, pág. 91)”

La descripción de la unidad productiva comprende dos conjuntos de elementos: un grupo básico que reúne los resultados relativos al tamaño del proyecto, su proceso de producción y su localización; y otro grupo de elementos complementarios, que describen las obras físicas, necesarias, la organización para la producción y el calendario de realización del proyecto y con resultados alcanzados en el estudio de mercado. “ (Passarge, 2006, pág. 91)”

Se incluye además en el estudio técnico el análisis de los costos del proyecto que resultan de las soluciones dadas a los problemas técnicos y económicos presentados en el mismo capítulo

Es así como el estudio técnico no solamente ha de demostrar la viabilidad técnica del proyecto, sino también debe demostrar y justificar cual es la alternativa técnica que mejor ajusta a los criterios de optimización que corresponde aplicar el proyecto. “ (Passarge, 2006, pág. 91)”

2.7. Estudio financiero.

En este capítulo debe presentarse el análisis financiero del proyecto. Comprende la inversión, la proyección de los ingresos y de los gastos y las formas de financiamiento que se prevén para todo el periodo de su ejecución y de su operación. El estudio deberá demostrar que el proyecto puede realizarse con los recursos financieros disponibles. Así mismo deberá evaluar la decisión de comprometer esos recursos financieros en el proyecto en comparación con otras posibilidades conocidas de colocación. En el proceso de evaluación de un proyecto determinado que permite juzgar su viabilidad y su prioridad entre otras posibilidades de inversión, los resultados de análisis financiero deben confrontarse con lo que se obtienen en el estudio económico, de este modo llegara a una síntesis de los juicios que permiten tomar una decisión final sobre la realización del proyecto. En este capítulo se utilizan informaciones obtenidas en el estudio de mercado y en el estudio técnico. . (Passarge, 2006, pág. 121)

2.8. Estudio legal

Esta se refiere al estudio de las normas y regulaciones existentes relacionadas a la naturaleza del proyecto y de la actividad económica que desarrollara, las cuales pueden determinar que el marco legal no se hace viable el proyecto.

Es importante recordar que en este estudio se va analizarlos aspectos legales necesarios para la formación de la empresa los cuales inciden en los rubros operativos y económicos del proyecto.

Los aspectos que deberán ser considerados en un estudio legal se detallan:

- ✓ Registro de marca
- ✓ Efectuación tributaria
- ✓ Licencias
- ✓ Formas societarias

2.9. Estudio ambiental

El estudio ambiental es un requisito legal exigido para la presentación de cualquier proyecto e incluso para la posibilidad de apertura de cualquier negocio. Todo proyecto o empresa genera un impacto ambiental pero no por ello impedirá su ejecución o apertura. “(Vazquez, 2009)”

2.10. Marco Conceptual

Panadería. En un establecimiento de negocio especializado en la producción y venta de diferentes tipos de pan, así como también de todo tipo de productos hechos en base a la harina y los bollos de masa.

Panadería artesanal. Al hablar de panadería artesanal se refiere al respeto por las características y la integridad de la masa así como el uso de fermentación prolongada con la ayuda de masas pres fermentados y/o masa madre para lograr panes con ingredientes más naturales y de intenso sabor y olor.

Pan. Es un alimento básico y relativamente barato que forma parte de la dieta diaria. Se suele preparar mediante el horneado de una masa, elaborada fundamentalmente con haría de cereales, sal, agua.

Quinoa. Con origen en el quechua kinua, se refiere a una planta cuyas semillas y hojas pueden comerse.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de la investigación

3.1.1 Metodología de la investigación

3.1.2. Estudio descriptivo

La investigación que se realizó para el desarrollo del tema fue de carácter descriptivo ya que permite entender distintas características en cuanto a opiniones y preferencias lo que permitió obtener datos reales del Cantón Guamote a través de la encuesta.

3.2. Técnicas de recolección de datos

La técnica aplicada fue la encuesta a la población del Cantón Guamote para obtener información y proyectar cuáles son sus necesidades.

3.3. Fuentes de Investigación

3.3.1. Fuentes primarias

Para obtener esta fuente se procede a realizar una encuesta que facilite la determinación de la aceptabilidad y factibilidad de la panadería, adquiriendo la información mediante la opción y criterio de los habitantes del cantón Guamote.

3.3.2. Fuentes secundarias.

Se tomó información de distintos libros, revistas, artículos, página web, como del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón de Guamote (GADMCG), documentos que facilitaron la obtención de resultados.

3.4. Segmento de mercado

En la segmentación de mercado se procederá a dividir el; mercado desde los macro a lo micro: tomando en cuenta el país, provincia Cantón, Parroquia, Urbano y Rural con esto procedimiento se lograra precisar el grupo específicos de habitantes al que se deba realizar la encuesta.

Tabla 1-3: Segmento mercado, variables

VARIABLE	DESCRIPCION
GEOGRÁFICO	
País	Ecuador
Provincia	Chimborazo
Cantón	Guamote
Parroquia	Guamote
DEMOGRÁFICO	
Hombres	12098
Mujeres	12540
	24638 habitantes
PSICOGRÁFICO	
Nivel Económico	Baja, media, media alta.
Personalidad	conservador
CONDUCTUAL.	
Beneficios pretendidos	Calidad, excelente servicio.
Grado de lealtad	Alta.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Franklin Sayay

3.5. Universo

Para investigar la población se tomó datos del último censo del INEC del Cantón Guamote con un total de 24638 habitantes entre la parte urbana y rural.

3.6. Muestra

Para determinar el tamaño muestral se utilizó la siguiente:

Formula

Ecuación 1-3 Formula de Muestreo Poblacional

$$n = \frac{z^2 pqN}{NE^2 + z^2 pq}$$

n.=tamaño

N= total de población

Z= valor estandarizado que resulta dependiendo de (E) error dispuesto (1,96)

P= probabilidad de éxito 90% (0,90)

q.= posibilidad de fracaso

E= error dispuesto a cometer (0,05)

$$n = \frac{(1,92)^2(0,90)(0,10)(24638)}{24638(0,05)^2 + (1,96)^2(0,90)(0,10)}$$

$$n = \frac{8174,297088}{61,940744}$$

$$n = 131,9191 \text{ aprox } 132$$

3.7. Estratificación

Una vez aplicado la formula se obtuvo el número de habitantes a la cual se le debe aplicar las encuestas, para ello se debe realizar la respectiva estratificación para definir el total de habitantes urbanos o rurales que serán encuestados.

Tabla 2-3: Estratificación de la población del Cantón Guamote

CANTON	PARROQUIA	URBANO	RURAL	TOTAL
GUAMOTE	GUAMOTE	2.648	21.990	24.638
	Nro. ENCUESTAS	11%	89%	100%
	TOTAL	15	117	132

Fuente: Estudio de mercado

Realizado por: Franklin Sayay

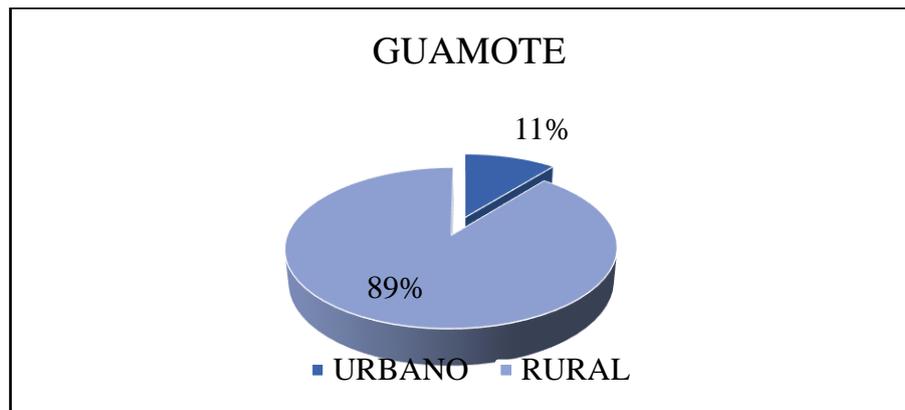


Gráfico 1-3: Segmento de Mercado

3.8. Tabulación y análisis de resultados

Pregunta Nro. 1

Tabla 3-3: Análisis de resultados de la pregunta uno de la encuesta

Pregunta 1	¿Estaría de acuerdo con la implementación de una panadería en el cantón Guamote?	
Descripción	fa	fr
si	131	99%
no	1	1%
Total	132	100%

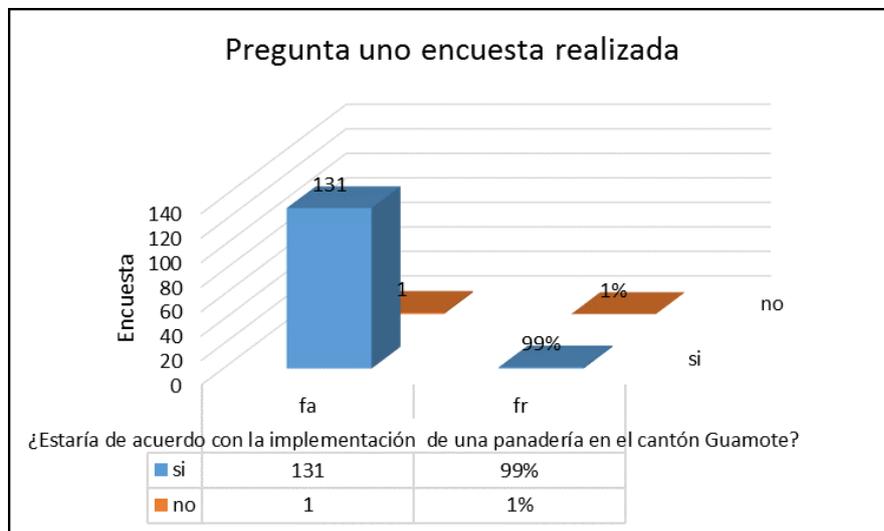


Gráfico 2-3: Correspondiente a la tabla tres

Realizado por: Franklin Sayay

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

Los resultados que refleja esta pregunta demuestra muy claramente que nuestro proyecto es viable puesto que tenemos el 99 % de la población aceptan la implementación de una nueva panadería.

Pregunta 2

Tabla 4-3: Análisis de resultados de la pregunta dos de la encuesta

Pregunta 2	¿Qué tipo de pan es la que más consume?	
	fa	fr
Sal	87	66%
Dulce	45	34%
Total	132	100%

Fuente: Estudio de mercado

Realizado por: Franklin Sayay

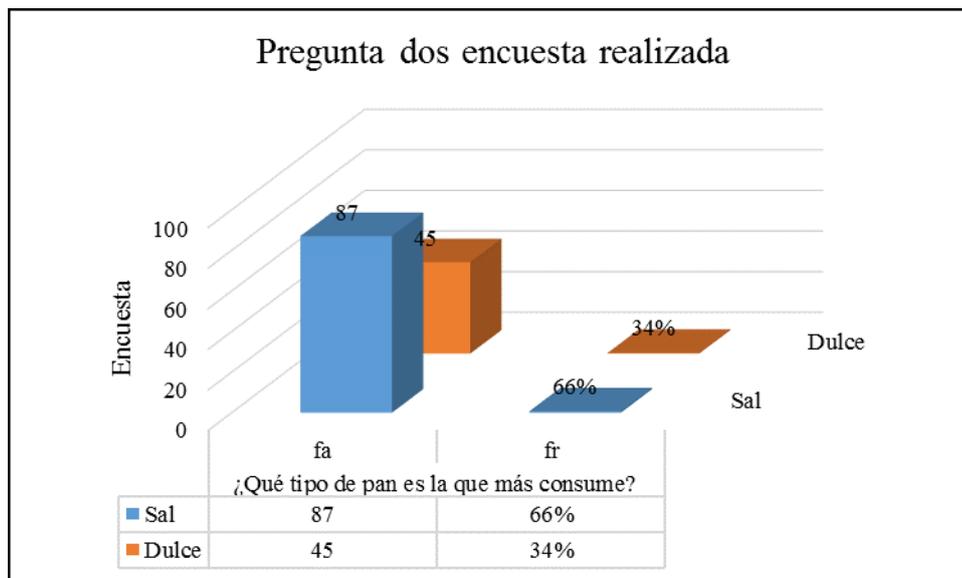


Gráfico 3-3: Correspondiente a la tabla cuatro

Realizado por: Franklin Sayay

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

En este gráfico se demuestra claramente que la población del Cantón Guamote tiene mayor preferencia al consumo de panes a base de sal lo que nos da una pauta para nuestra futura producción de panes.

Pregunta Nro. 3

Tabla 5-3: Análisis de resultados de la pregunta tres de la encuesta.

Pregunta Nro. 3	¿Del siguiente listado elija el Producto que usted más prefiera?	
Descripción	fa	fr
Empanadas	59	45%
Enrollados	50	38%
Baguettes	4	3%
Integral	15	11%
Molde	4	3%
Total	132	100%

Fuente: Estudio de mercado

Realizado por: Franklin Sayay

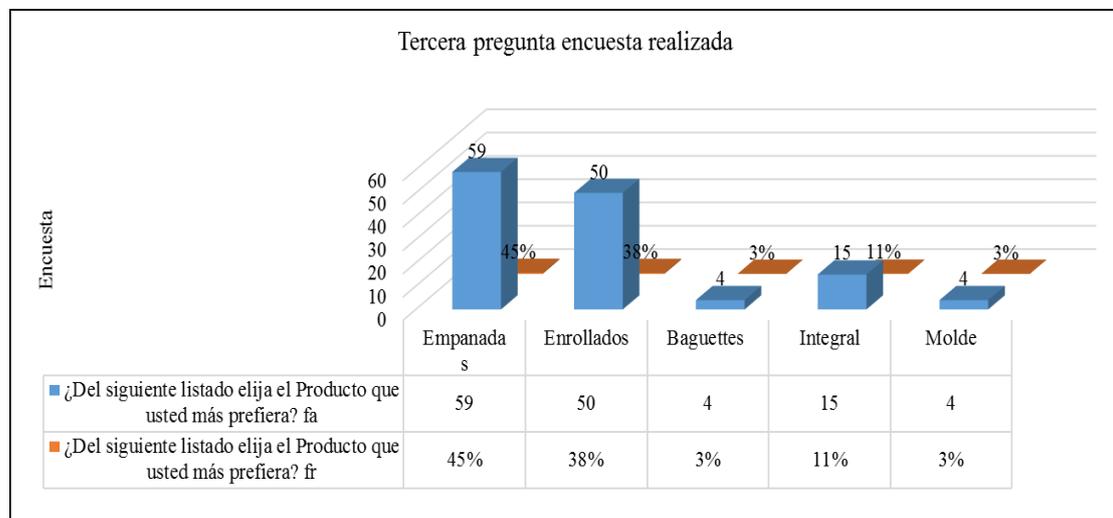


Grafico 4-3: Correspondiente a la tabla cinco

Realizado por: Franklin Sayay

ANALISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

En cuanto a las preferencias que tiene la población de Guamote al tipo de panes que consume se demuestra muy claramente que son hacia las empanadas, lo que hace que nuestro nuevo producto tiene que ser elaborado en tipo empanadas para satisfacer los deseos de consumo de las personas que está en estudio.

Pregunta Nro. 4

Tabla 6-3: Análisis de resultados de la pregunta cuatro de la encuesta

Pregunta Nro. 4	Indique por favor. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por consumo de pan?	
Descripción	fa	fr
1 dólar	59	45%
2 dólar	53	40%
5 dólar	4	3%
10 dólar	16	12%
Total	132	100%

Fuente: Estudio de mercado

Realizado por: Franklin Sayay

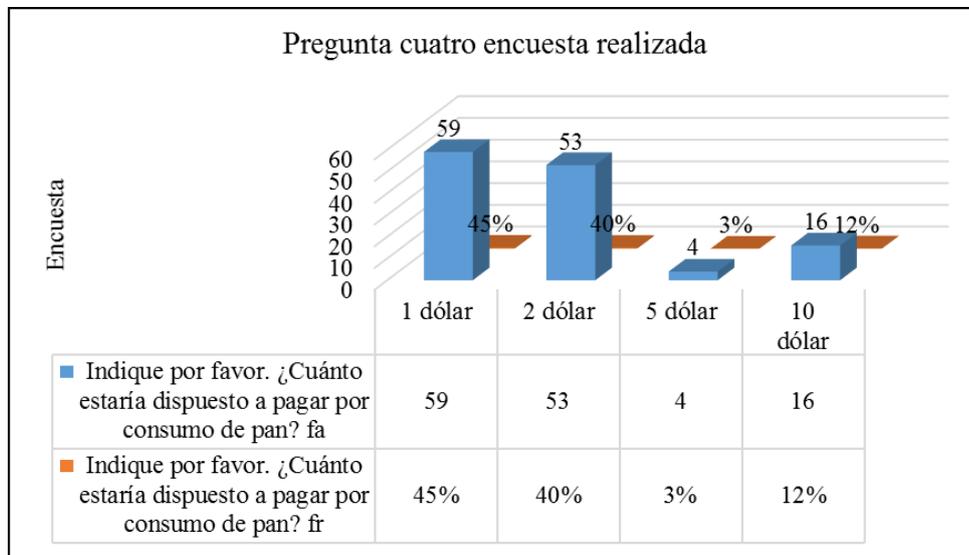


Grafico 5-3 Correspondiente a la tabla seis

Realizado por: Franklin Sayay

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

En este grafico podemos darnos cuenta que la situación económica del cantón es bajo por ende el nivel adquisitivo de las personas es baja lo que va implicar producir panes de acuerdo a la realidad económica de nuestro mercado.

Pregunta Nro. 5

Tabla 7-3: Análisis de resultados de la pregunta cinco de la encuesta.

Pregunta Nro. 5	¿Cuál es la frecuencia de consumo del pan?	
Descripción	fa	fr
Diariamente	55	42%
Cada 2 días	45	34%
Cada 3 días	19	14%
Semanalmente	13	10%
Total	132	100%

Fuente: Estudio de mercado

Realizado por: Franklin Sayay

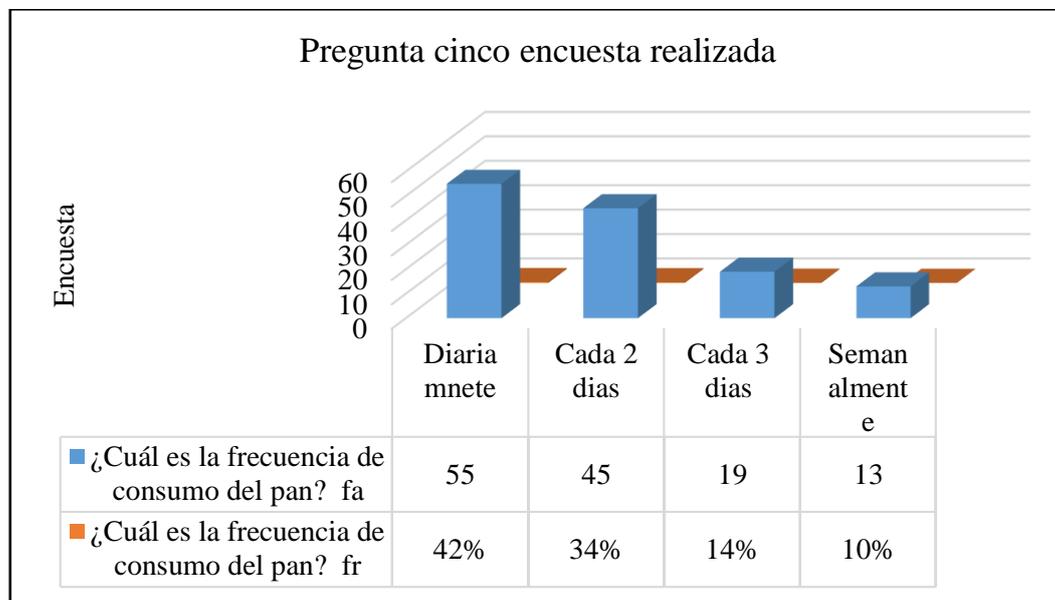


Grafico 6-3: Correspondiente a la tabla siete

Realizado por: Franklin Sayay

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

En este grafico nos podremos darnos cuenta que la mayoría de la población consumen el pan a diario, razón por lo que nos motiva a producir panes con nuevo ingredientes para poder explotar el gran mercado que tenemos en el Cantón Guamote.

Pregunta Nro. 6

Tabla 8-3: Análisis de resultados de la pregunta seis de la encuesta

Pregunta Nro. 6	¿En qué lugar usted compra el pan que consume?	
Descripción	fa	fr
Panaderías	74	56%
Supermercados	11	8%
Tiendas	48	36%
Total	133	100%

Fuente: Estudio de mercado

Realizado por: Franklin Sayay

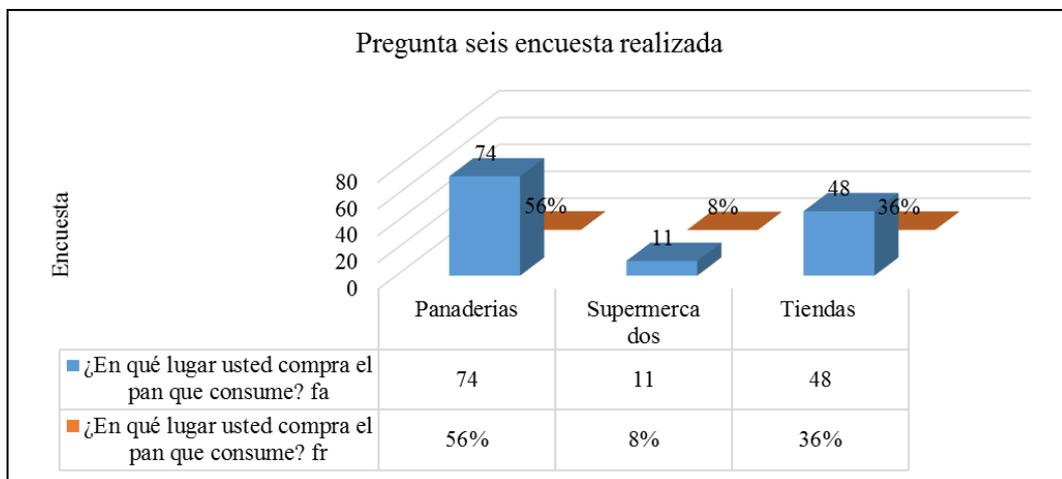


Gráfico 7-3 Correspondiente a la tabla ocho

Realizado por: Franklin Sayay

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

En este gráfico nos damos cuenta claramente que por el mismo nivel económico de la población la gente prefiere acudir directamente a las panaderías a comprar su pan lo que hace que nuestro estudio sea más interesante y factible.

Pregunta Nro. 7

Tabla 9-3: Análisis de resultados de la pregunta siete de la encuesta

Pregunta Nro. 7	¿Está satisfecho con los productos y servicios que ofertan otros establecimientos?	
Descripción	fa	fr
Si	33	25%
No	99	75%
Total	132	100%

Fuente: Estudio de mercado

Realizado por: Franklin Sayay

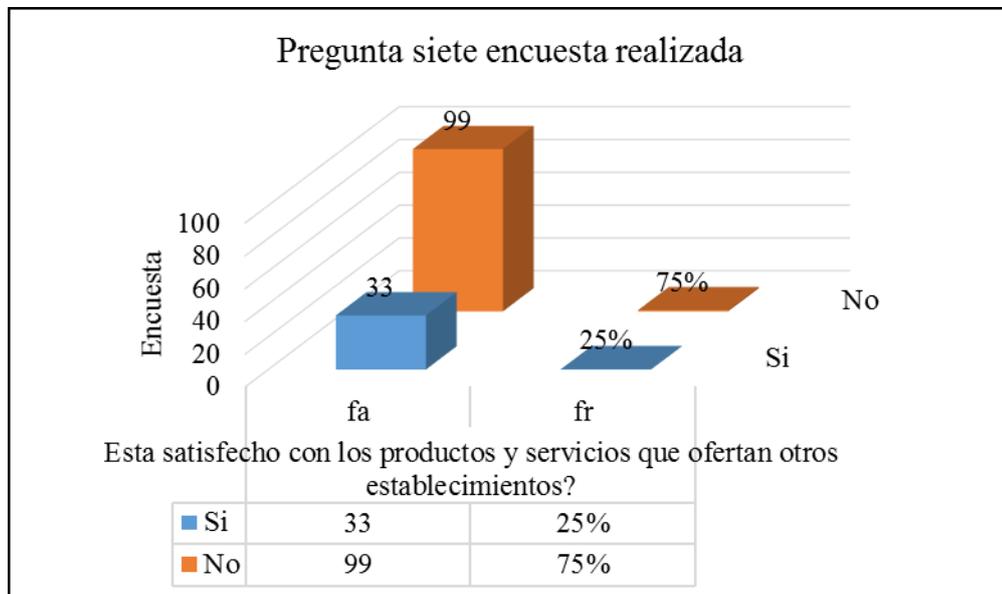


Gráfico 8-3: Correspondiente a la tabla nueve

Realizado por: Franklin Sayay

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

Los resultados que arrojan en esta pregunta nos demuestran claramente que la mayoría de la población no se encuentra satisfecha, lo que nos indica que es factible la creación de una nueva empresa panificadora en dicho cantón, con un producto distinto, de calidad, y una mejor atención al cliente, de esta manera garantizar el desarrollo de esta panadería.

Pregunta Nro. 8

Tabla 10-3: Análisis de resultados de la pregunta ocho de la encuesta

Pregunta Nro. 8	¿Le gustaría que se ofrezca panes a base de la harina de quinua?	
Descripción	fa	fr
Si	126	95%
No	6	5%
Total	132	100%

Fuente: Estudio de mercado

Realizado por: Franklin Sayay

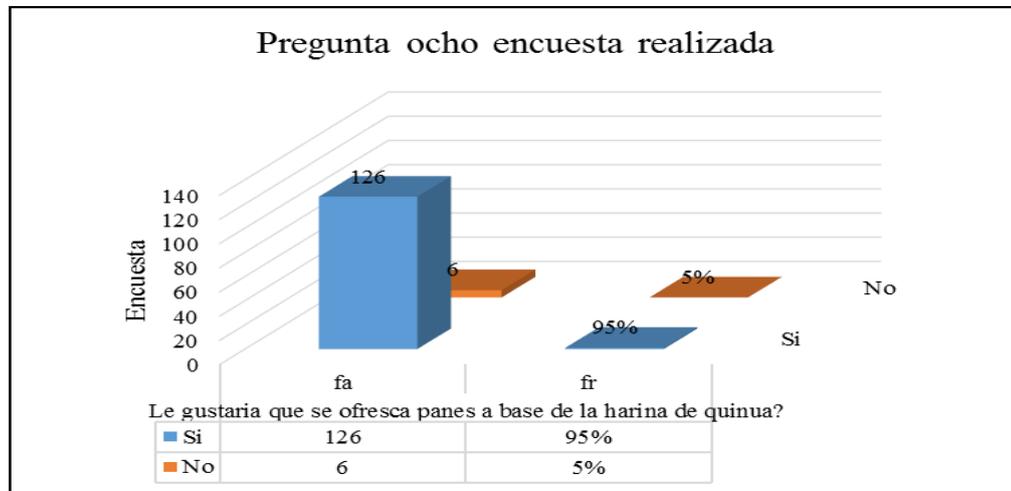


Gráfico 9-3: Correspondiente a la tabla diez

Realizado por: Franklin Sayay

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

A pesar de que el pan que se consume hasta hoy en día es bueno, los consumidores no se encuentran satisfechos ya que prefieren que se ofrezca otra gama de productos, utilizando harinas como la de quinua, ya que es sumamente nutritiva para el quien lo consuma, puede ser niños hasta la edad adulta e inclusive para las personas que poseen la intolerancia al gluten etc. Lo que hace que nuestro nuevo producto tenga una gran aceptabilidad en el mercado.

Pregunta Nro. 9

Tabla 11-3: Análisis de resultados de la pregunta ochos de la encuesta.

Pregunta Nro. 9	¿Qué es lo que busca o aprecia al momento de comprar su producto?	
	fa	fr
Descripción		
Servicio al cliente	32	24%
Calidad	72	55%
Precio	17	13%
Variedad	11	8%
Total	132	100%

Fuente: Estudio de mercado

Realizado por: Franklin Sayay

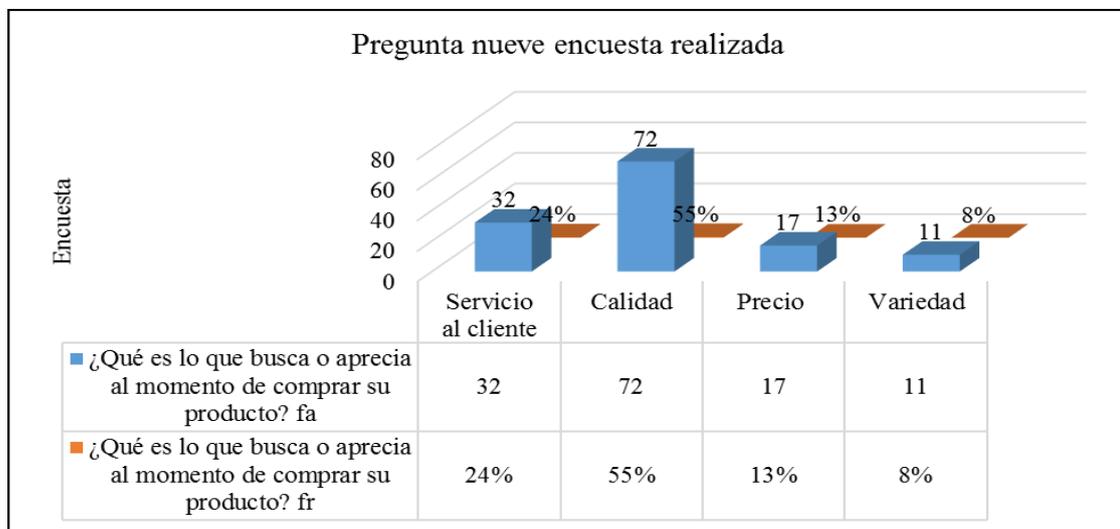


Gráfico 10-3: Correspondiente a la tabla once

Realizado por: Franklin Sayay

ANALISIS

Es importante garantizar el producto mediante la calidad, esto permite satisfacer las necesidades de los clientes internos como externos, la misma que refleja una sensación de bienestar y complacencia, además se debe estar preparado para el recibimiento de los compradores, ofreciendo la buena atención a esa persona que está creyendo en nuestro producto y que debe ser atendido de lo mejor posible, la calidad y la buena atención será la imagen de esta empresa.

Pregunta Nro. 10

Tabla 12-3: Análisis de resultados de la pregunta diez de la encuesta.

Pregunta Nro. 10	¿Le gustaría que esta panadería otros productos? Tales como:	
Descripción	fa	fr
Heladería	24	18%
Jugos	47	36%
Refrigerios	6	5%
Desayunos	7	5%
Lácteos	34	26%
Postres	14	11%
Total	132	100%

Fuente: Estudio de mercado

Realizado por: Franklin Sayay

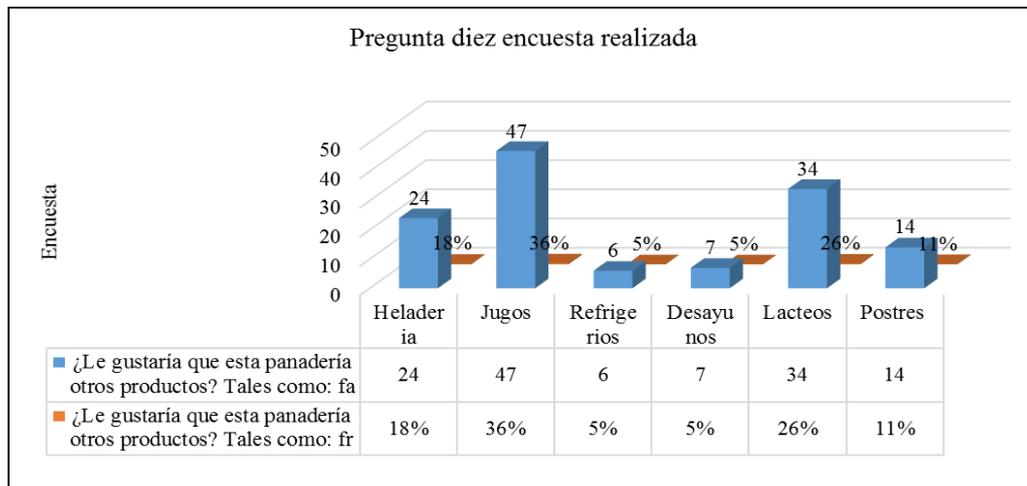


Grafico 11-3: Correspondiente a la tabla doce

Realizado por: Franklin Sayay

ANALISIS

Mediante este grafico se puede observar que se puede ofrecer otras variedad de productos tales como jugos, lácteos, heladería, los mismos que nos ayudara a repotenciar los productos ofrecidos en este establecimiento, así adquiriendo una mayor rentabilidad

Pregunta Nro. 11

Tabla 13-3: Análisis de resultados de la pregunta once de la encuesta

Pregunta Nro. 11	¿En qué lugar le gustaría que se despache el pan al momento de su compra?	
Descripción	fa	fr
Funda plástica	32	24%
Funda de papel	91	69%
Cartón	9	7%
Total	132	100%

Fuente: Estudio de mercado

Realizado por: Franklin Sayay

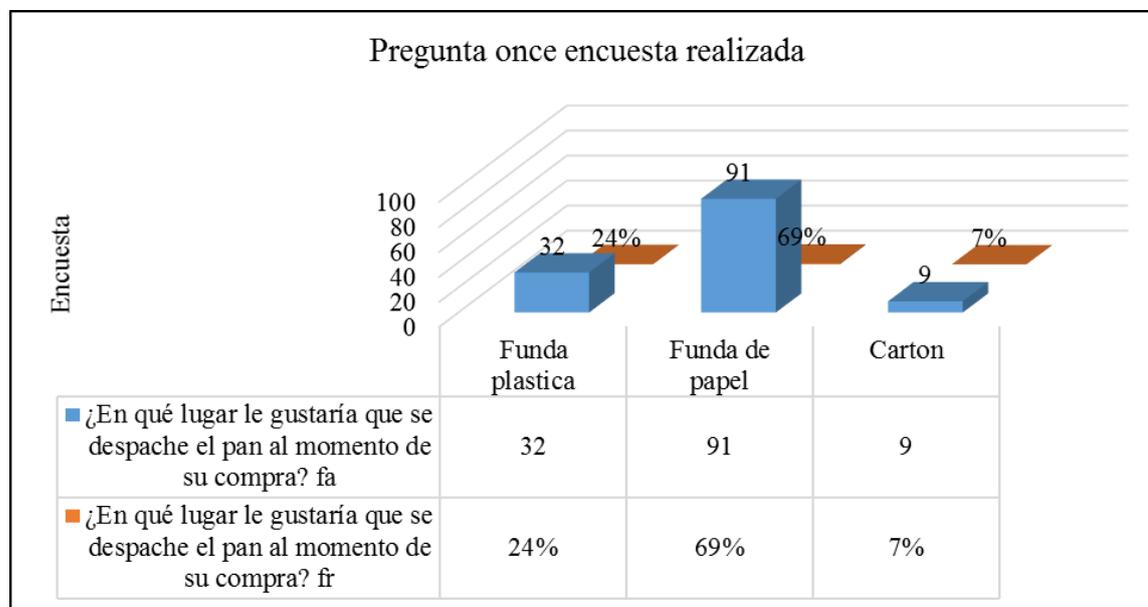


Gráfico 12-3: Correspondiente a la tabla trece

Realizado por: Franklin Sayay

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

Escuchando y aceptando las sugerencias de los encuestados la mayoría asegura que el expendio se lo realice en bolsas de papel es lo más óptimo tanto para la conservación, transporte del producto, además de ser lo más adecuado para evitar la contaminación del medio ambiente por el simple hecho de ser biodegradable, ya que el papel contamina menos que el plástico o inclusive puede ser reutilizado en otras actividades.

Pregunta Nro. 12

Tabla 14-3: Análisis de resultados de la pregunta doce de la encuesta

Pregunta Nro. 12	¿En qué medios de comunicación le gustaría que se promocióne el establecimiento?	
Descripción	fa	fr
Redes sociales	35	27%
Radio	71	54%
Televisión	15	11%
Periódico	11	8%
Total	132	100%

Fuente: Estudio de mercado

Realizado por: Franklin Sayay

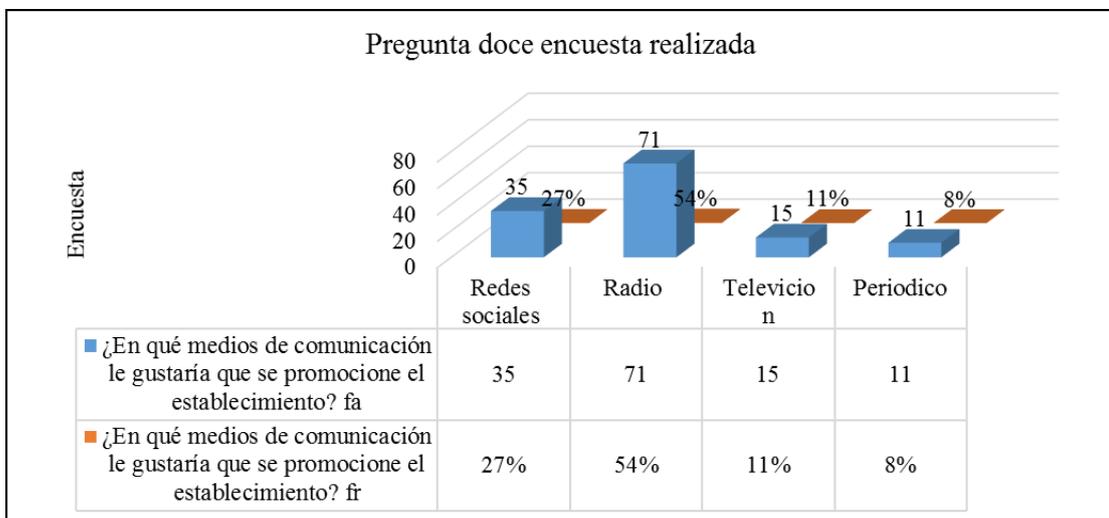


Grafico 13-3 Correspondiente a la tabla catorce

Realizado por: Franklin Sayay

ANALISIS

Los medios de comunicación son excelentes para dar a conocer los productos o servicios ofrecidos en nuestra empresa, la radio y las redes sociales son los medios de comunicación que la mayoría de los habitantes de este cantón lo usan es por ello que es más favorable llegar a nuestros consumidores por este medio y son sumamente económicas para la empresa.

CAPÍTULO IV

4. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

4.1. Introducción

Un emprendedor es aquella persona que tiene la capacidad de identificar una oportunidad, y organizar los recursos necesarios para luego ponerla en marcha, sabe interpretar las características reales de su entorno y es capaz de luchar ante cualquier obstáculo que atraviesa a su estrategia, no le teme al fracaso y hace de lo imposible algo posible

Un emprendedor es el que incorpora el hábito de ser mejor día a día, de identificar sus fortalezas y debilidades, encontrar la manera de conseguir las metas trazadas, de determinar objetivos que le ayuden a conocerse a fondo como empresario y como persona, luchar desde su trinchera, desde sus posibilidades y a consecuencia de ello conseguir el éxito financiero. Esta persona deja de buscar excusas, deja que las oportunidades lleguen y las guarda para el momento adecuado las utilizan y pone en práctica. Las personas emprendedoras son innovadores, buscan el cambio en productos y servicios existentes para llegar a innovar nuevas ideas, de esta forma buscan el cambio y explotan sus oportunidades, generan trabajo directo e indirecto, mediante la venta de su creatividad en los distintos mercados.

La capacidad del emprendedor es saber detectar la necesidad o deseos insatisfechos del mercado, su virtud es saber poner atención a esa demanda insatisfecha, proporcionando bienes y servicios, por ello incorpora tecnología y conocimiento siendo capaz de crear nuevos mercados, fortalece la dinámica de la actividad económica

4.2. Identificación de la Idea

El siguiente proyecto a desarrollarse permitirá constatar el nivel de innovación que se realizara en el emprendimiento, está enfocado a satisfacer las necesidades del sector en la que se establecerá la empresa, elaborando un producto de calidad, utilizando la materia prima específicamente de la zona.

4.1.1. Lluvias de ideas

En el siguiente cuadro se plasma varias ideas que ayuda a establecer la propuesta ya que con la elección atinada de la idea se dará comienzo al proceso creativo del emprendiendo, utilizando metodologías, estrategias, ideas de negocio y creatividad.

Tabla 1-4: Identificación de la ideas

NOMBRE	CARACTERÍSTICAS	PROBLEMA QUE LLEVA A SATISFACER
Creación de una repostería tipo gourmet	<p>Productos menos apreciados para la población.</p> <p>El costo es sumamente elevada.</p> <p>Rapidez en el momento de servir.</p>	<p>Los consumidores y la población a nivel general tendrán a disposición productos sumamente nuevas para el deleite de su paladar.</p>
Creación de una panadería artesanal utilizando la harina de quinua	<p>Elaboración de Productos de panadería con materias primas autóctonos de la zona.</p> <p>Alimento tradicional y cultural</p> <p>Precios accesibles</p> <p>Sabores nuevos y distintos en el paladar del consumidor</p>	<p>Rescate de productos ancestrales.</p> <p>Alimentación saludable en panadería, en cuanto a sabor, aroma, tradiciones que satisfacen las necesidades del consumidor, en la mesa de sus hogares día a día.</p>
Creación de una heladería utilizando pulpa de frutas exóticas	<p>Delicias con distintos sabores para el paladar.</p> <p>Alimento sumamente nutritiva.</p> <p>Precios accesibles.</p>	<p>Los habitantes de esta zona no tendrán necesidad de degustar este producto solo cuando se encuentres en las grandes ciudades o supermercados, más bien tendrán la oportunidad de tenerlo en su ciudad, el mismo que satisfaga esa necesidad y deseo.</p>

Fuente: Investigación Propia

Realizado por: (Sayay, 2017)

4.1.1.1. Selección de Ideas

Tabla 2-4: Evaluación de la idea

Identificar ideas	Costo de producción	Barreras de entrada	Conocimiento	Clientes insatisfechos	Disponibilidad de materia prima	Total
Creación de un repostería tipo gourmet	5	3	4	2	3	17
Creación de una panadería artesanal utilizando la harina de quinua	3	4	5	4	4	20
Creación de una heladería utilizando frutas exóticas del país	4	3	4	3	2	16

Fuente: Investigación Propia

Realizado por: (Sayay, 2017)

JUSTIFICACIÓN

Este proyecto se encamina con el afán de generar oportunidades de crecimiento, teniendo en cuenta que se utilizara la harina de la quinua como materia prima primordial para la elaboración de los panes ya que esta tiene un mayor aporte nutricional para el organismo de los seres humanos.

Lo más interesante es que se sustituirá un cierto porcentaje de la harina común que es la de trigo, con una harina de cultivos de las zonas andinas tales como la quinua, esto permitirá mejorar el valor nutricional del pan y a la vez dar mayor impulso a la agricultura generando una demanda cada vez mayor de productos nativos.

4.2.1.2. Descripción de la idea seleccionada.

En la actualidad el proceso de panificación está muy desarrollada a nivel mundial, tanto así que este alimento está considerado como uno de los que más consumidos por la población humana. Con esta investigación se busca mejorar las condiciones alimentarias e económicas de nuestro cantón y de los consumidores nacionales y extranjeras, para ello es importante fortalecer conocimientos aplicando nuevos procesos agroindustriales y de esta manera la quinua se siga cultivado.

Tabla 3-4: Descripción de la idea seleccionada

PRODUCTO	ORIGEN	VALOR NUTRICIONAL
Pan de quinua	<p>El pan de quinua tiene sus orígenes en las tierras incaicas en lo que hoy se conoce como el Perú.</p> <p>Este producto aún se consigue en las distintas panaderías de este país y junto a otras variedades como es el pan de camote o de la papa ayuda que la cocina peruana no tenga que importar ingredientes del exterior para la elaboración de sus productos panificados.</p>	<p>La quinua es uno de los alimentos más impresionantes tanto nutritiva como deliciosa ya que ofrece proteína completa una de las característica que la hace más favorita a la personas que los consume a la vez aporta una sabor muy similar a la nuez, al momento de la elaboración del pan su sabor sigue siendo característico y único y mantiene su valor nutricional después del proceso de la panificación.</p>

Fuente: Estudio de mercado

Realizado por: Franklin Sayay

4.2.2. Nombre del emprendimiento.

Tabla 4-4: Ideas de nombres para la empresa.

Nombre	Originalidad	Creativo	Llamativo	Fácil de recordar	Total
Panadería Dulce inspiración	5	4	3	3	15
El pan de la vida eterna	5	5	3	5	18
Panadería Valle Hermoso	5	5	5	4	19

Fuente: Investigación Propia

Realizado por: (Sayay, 2017)

ANÁLISIS

Se ha optado por escoger el nombre comercial de Valle hermoso para la panadería, por la ubicación geografía del Cantón, además de ser llamativo, es un nombre fácil de recordar para toda la población del sector y para quienes visiten Guamote.

4.2.3. Tipo de Empresa

La panadería valle hermoso es una microempresa de tipo comercial, ya que se encargará de ofrecer el pan artesanal a la población del Cantón Guamote, es artesanal ya que vamos a producir nuestro propio producto dentro del establecimiento, dando a conocer el producto, de esta manera satisfacer las necesidades de los consumidores locales como turistas.

4.1.3.1. Misión

La panadería valle hermoso satisface las necesidades de los clientes, la excelencia en la gestión con el objetivo de ofrecer los mejores productos para obtener clientes más satisfechos y convencidos con nuestra marca.

4.1.3.2. Visión

La panadería valle hermoso tiene como finalidad situarse como una de las empresas líder en la elaboración, y expendio de pan a nivel nacional en un periodo de 5 años, procesos y servicios que marquen la diferencia de entre los demás, logrando un mayor desarrollo y bienestar para los clientes.

4.1.3.3. Políticas y Estrategias

Tabla 5-4: Identificación de políticas y estrategias

Políticas	Estrategias
Producción	<ul style="list-style-type: none">✓ Uso de materia prima de calidad en la elaboración de panes.✓ Establecer el correcto Manejo de la BPM, en todo el proceso de comercialización y venta.✓ Control de calidad.
Trabajo	<ul style="list-style-type: none">✓ Generar ambiente de trabajo para cada uno de los colaboradores.✓ Adecuación del personal de acuerdo al grado de conocimientos y habilidad para cada tipo de trabajo.✓ Trabajo en equipo.
Comercialización y marketing	<ul style="list-style-type: none">✓ Dar a conocer los productos a través del uso de los medios de comunicación como; redes sociales radio televisión, entre otras.✓ Realizar degustaciones con los clientes para dar a conocer los productos que se están ofreciendo.✓ Participación en ferias Gastronómicas.✓ Ofrecer cupones o vales de descuento.

Fuente: Investigación Propia

Realizado por: Franklin Sayay

4.1.3.4. Valores y Principios

Puntualidad: en la entrega de pedidos solicitados por nuestros clientes.

Calidad: en la elaboración de productos panificados para nuestros clientes y consumidores

Responsabilidad: compromiso con la empresa para lograr los objetivos trazados con todo el desempeño en el trabajo, respeto y lealtad.

Pasión: entregarnos por completo espíritu y corazón en las actividades que hagamos para que los productos que se ofrece seas de alta calidad

Prevención: anticipar las necesidades del cliente para responder con rapidez y creatividad a los desafíos que pudieran presentarse.

4.1.3.5. Distingos y ventajas competitivas

Distingo competitivos

Esta empresa es única ya que ofrecerá productos utilizando materia prima distinta a lo que se encuentra en el mercado, ofreciendo un producto terminado de calidad tanto en sabor, aroma, estilo, además de demostrar un excelente servicio a quienes visiten el establecimiento, de esta manera motivar el su regreso.

Ventajas competitivas

- ✓ Contar con una excelente calidad en cuanto a los productos
- ✓ Ser eficientes en la entrega de los pedidos por parte de los clientes
- ✓ Mantener una rápida respuesta
- ✓ Ser innovadores en cuanto a la variedad de panes ofrecidos

4.1.4. Aplicación del FODA

Tabla 6-4: Análisis del FODA

ANÁLISIS INTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Personal con conocimiento en el área ✓ Calidad en el producto ✓ Precios accesibles ✓ Misión y objetivo bien definido ✓ Ubicación del local ✓ Productos únicos en el mercado ✓ Servicio cálido y eficiente ✓ Uso de tecnología de primera en la elaboración de nuestros productos ✓ Promociones 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Empresa en pleno desarrollo ✓ Limitación en el capital <ul style="list-style-type: none"> ✓ Somos nuevos en el mercado ✓ Falta de publicidad ✓ Falta de experiencia ✓ Poco dominio de relación con los clientes.
ANÁLISIS EXTERNO	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Crecimiento de la demanda ✓ Posibilidad de financiamiento ✓ Lanzamiento de nuevos productos al mercado. ✓ Falta de competencia en la calidad de productos ofrecidos. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aparición de competencias en el sector ✓ La competencia puede mejorar la calidad del producto ✓ Restricciones Gubernamentales ✓ Incremento de los precios de la materia prima.

Fuente: Investigación Propia

Realizado por: Franklin Sayay

4.2. Estudio de Mercado

Para realizar este estudio se realizara encuestas en el cual se establecerá la cantidad estimada de la población, el grado de aceptabilidad en relación con otros establecimientos, para ello se analizara el proyecto que se está elaborando tomando en cuenta la oferta la demanda y el mix de mercado que estudiara con cuidado el producto, precio, plaza y promoción esto permitirá evaluar los costos, beneficios, y la rentabilidad del proyecto en curso.

La proyección poblacional se realizó utilizando la fórmula de proyección en línea recta según la muestra de crecimiento poblacional del Cantón Guamate.

Tabla 7-4: Identificación de la población de Guamate

POBLACION GUAMOTE	24638	
PO(1+I)^{AÑO}		
PO=	24638	%
I=	8,12	0,0812

Fuente: Estudio de mercado

Realizado por: Franklin Sayay

4.2.1. Demanda

Para establecer la demanda proyectada se tomó en cuenta el nivel de consumo siendo esta aceptada al 100% tomando los datos de las encuestas realizadas a las personas del cantón, de la misma forma realizar el respectivo cálculo del consumo semanal en dólares, esta multiplicar por las cuatro semanas del mes y después para los 12 meses del año.

Tabla 8-4: Crecimiento poblacional

AÑOS	POBLACIÓN	CRECIMIENTO POBLACIONAL
2017	24638	42555
2018	24638	46010
2019	24638	49746
2020	24638	53786
2021	24638	58153

Fuente: Estudio de mercado

Realizado por: Franklin Sayay

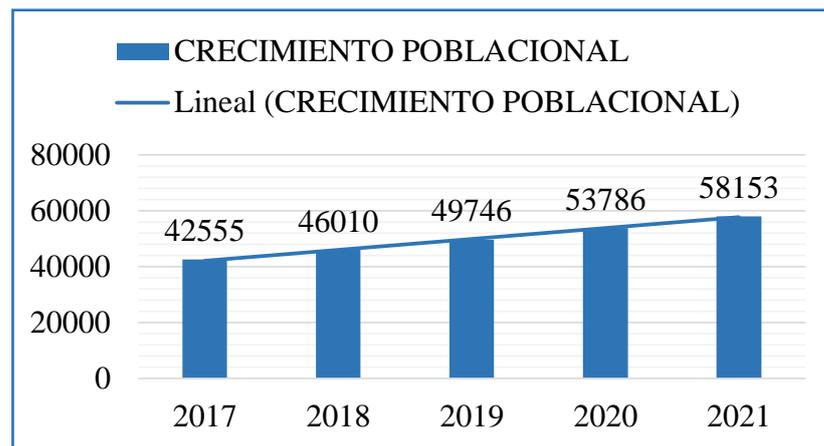


Gráfico 1-4: Correspondiente a la tabla ocho

Realizado por: Franklin Sayay

En este gráfico se puede observar que la población tiene un incremento con el pasar de los años, esto favorece a que la panadería se pueda implementar en el Cantón Guamote.

Tabla 9-4: Demanda proyectada

			CONSUMO	72%	
Años	Población	Consumo	Población objetivo	Consumo mensual	Demanda proyectada
2017	42555	72%	30639,39648	\$46	\$16.785.061
2018	46010	72%	33127,31547	\$46	\$18.148.008
2019	49746	72%	35817,25349	\$46	\$19.621.626
2020	53786	72%	38725,61447	\$46	\$21.214.902
2021	58153	72%	41870,13437	\$46	\$22.937.552

Fuente: Estudio de mercado

Realizado por: Franklin Sayay

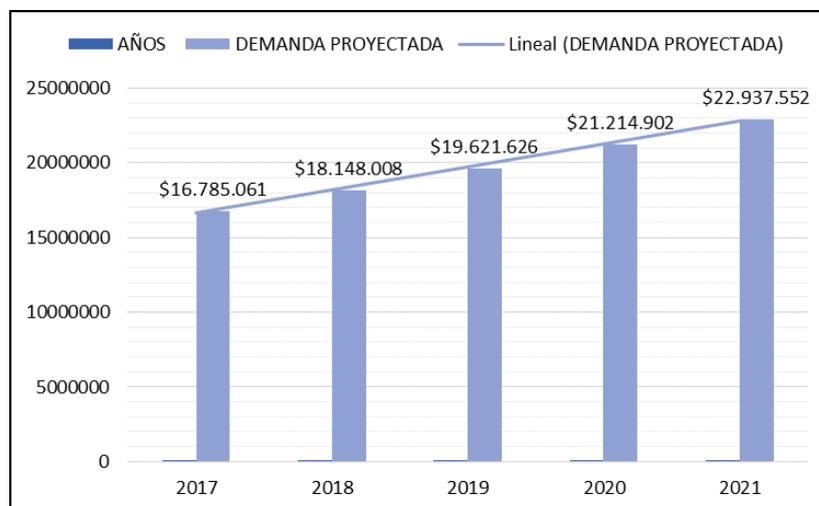


Gráfico 2-4: Correspondiente a la tabla nueva

Realizado por: Franklin Sayay

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

Una vez realizado los cálculos se puede observar mediante este gráfico que la demanda proyectada ha sido favorable, teniendo un crecimiento progresivo y con una población aceptante del 100 %. Durante los años proyectados a partir de 16.785.061 hasta el quinto año que aspira llegar a 22.937.552

4.2.2. Oferta

Para establecer la oferta proyectada de se tomó en cuenta la demanda proyectada multiplicando con la insatisfacción de los consumidores dato obtenido de las encuesta realizadas a la población del Cantón Guamote.

Tabla 10-4: Oferta Proyectada

AÑOS	POBLACION OBJETIVA	CONSUMO	OFERTA LOCAL (%)	OFERTA PROYECTADA
2017	30639	\$16.785.061	72%	\$12.085.244
2018	33127	\$18.148.008	72%	\$13.066.565
2019	35817	\$19.621.626	72%	\$14.127.571
2020	38726	\$21.214.902	72%	\$15.274.729
2021	41870	\$22.937.552	72%	\$16.515.037

Fuente: Estudio de mercado

Realizado por: Franklin Sayay



Gráfico 3-4: Correspondiente a la tabla diez

Realizado por: Franklin Sayay

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

La proyección de la oferta fue realizada para 5 años teniendo una población que esta insatisfecha del 72% con los demás establecimientos que ofrecen productos panificados en lugares ubicados en la ciudad de Guamote y proyectando a 5 años se tendrá una cantidad más elevada a la inicial ya que el primer año es 12.085.244 y dentro de los posteriores 5 años se tendrá 16515.037.

4.2.3. Demanda insatisfecha

Para establecer la demanda insatisfecha se tomó datos de la demanda proyectada restando por la oferta proyectada de esta manera obteniendo el resultado de la insatisfacción de los años proyectados.

Tabla 11-4: Cálculo de la demanda insatisfecha

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2017	\$16.785.061	\$12.085.244	\$4.699.817
2018	\$18.148.008	\$13.066.565	\$5.081.442
2019	\$19.621.626	\$14.127.571	\$5.494.055
2020	\$21.214.902	\$15.274.729	\$5.940.173
2021	\$22.937.552	\$16.515.037	\$6.422.515

Fuente: Estudio de mercado

Realizado por: Franklin Sayay

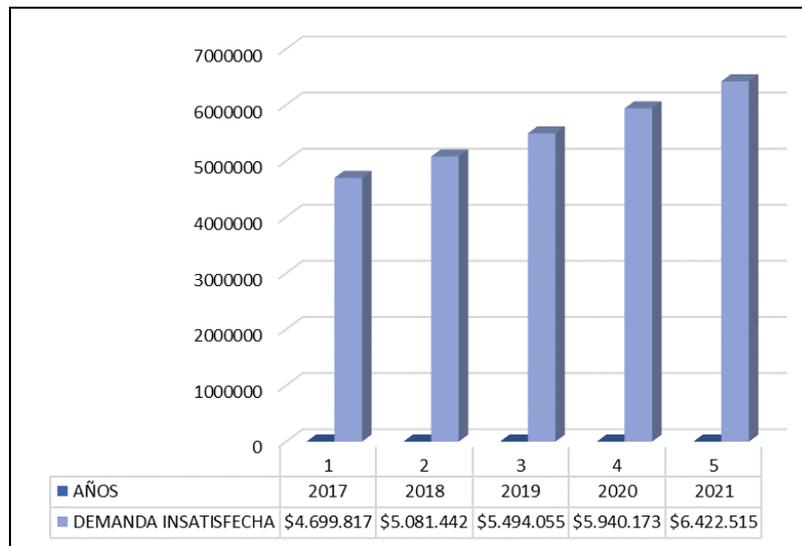


Grafico 4-4: Correspondiente a la tabla once

Realizado por: Franklin Sayay

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

Una vez realizado el cálculo de la oferta y la demanda se procede a aplicar la fórmula de la demanda insatisfecha se pudo observar que la demanda es mayor a la oferta por lo que indica que existe demanda insatisfecha, el primer indicador muestra que el proyecto es viable y se puede continuar con los demás estudios.

Cuota del mercado

4.2.3.1. Producto o servicio

La panadería en un emprendimiento de producción, brinda productos panificados a los clientes, además tiene la capacidad de procesar su propio producto dentro del establecimiento garantizando que el alimento ofrecido sea de la mejor calidad, además esta empresa ofrecerá panes de distintos tipos y sumamente innovadores utilizando entre otras harina de alto valor nutricional como es la quinua,

4.2.3.2. Nombre

Valle hermoso

4.2.3.3. Slogan



Figura 1-4: Slogan de la empresa

Realizado por: Franklin Sayay

4.2.3.4. Logo de la Empresa



Figura 2-4: logo de la empresa

Realizado por: Franklin Sayay

4.2.3.5. Colores de Identificación

El logo de la empresa fue elaborado con el significado de la psicología de los colores, el mismo que es la identificación propia del establecimiento lo que permite el fácil reconocimiento por parte de los consumidores, para ellos se estableció colores totalmente llamativos a la vista del cliente tales como:

Verde Oscuro simboliza el dinero, asociado con salud y tranquilidad, denota naturaleza, representa un nuevo crecimiento.

Rojo: este color significa; evoca emociones fuertes, estimula el apetito, incrementa la pasión y la intensidad, es utilizado en distintos lugares de expendio de alimentos y bebidas y es usado para compras por impulso.

Amarillo: este color representa optimismo y juventud, incrementa la alegría y el afecto en los clientes, en los negocios es usado para llamar la atención en las vitrinas.

Naranja: refleja emoción y entusiasmo, muestra calidez, crea un llamado a la acción: Compre, Venda, presente en compradores impulsivos, además representa una marca amigable, alegre y confiable.

4.2.3.6. Identidad Corporativa



Figura 3-4: Identificación de la empresa.

Realizado por: Franklin Sayay

Para ello se usa tarjetas de presentación del establecimiento que será distribuido a toda la clientela para una mejor publicidad, esta contara con el nombre de la empresa, el logotipo, el eslogan, el nombre del propietario, la dirección, los teléfonos, lo que facilita la fácil identificación y ubicación de la empresa de esta manera ser a un más reconocidos a nivel sectorial

4.2.3.7. Análisis del sector

La Panadería Valle Hermoso estará ubicada junto al Hotel Giralda, Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema, Parada de buses intercantonal e interparroquial, farmacia, restaurantes en el Cantón Guamote, es un lugar donde que el establecimiento tendrá una buena acogida ya que es sitio sumamente transitado, esto ayuda al establecimiento a tener una mejor crecimiento en el mercado.

4.2.3.8. Cargos y funciones del área comercial

Estará a cargo de toda el área de venta y atención a los consumidores, además tendrá funciones adicionales que cumplir tales como, el aseo del área comercial, la cordialidad con los clientes ya que se encargara de plasmar la imagen de la empresa en cada uno de quienes visiten esta panadería.

Tabla 12-4: Fichas Profesiografica

FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO					
Departamento	Nombre del puesto	Nro.	Personal a cargo	Horario	Jornada
RRHH	Vendedora	1	Ayudante	8:00 am 18:00am	Lunes a Sábado
Área	A quien reporta		Fecha de elaboración	Salario neto	
Venta	Chef Panadero y Gerente		25/05/2017	\$376.00	
<p>RESUMEN DEL CARGO</p> <p>Persona titular del puesto es la que se encargara de la colaboración completa de la limpieza y desinfección de todas las áreas.</p> <p>FUNCIONES</p> <p>Realizar balances y reporte de venta diaria.</p> <p>Llevar la contabilidad.</p> <p>Cobrar a los clientes</p> <p>Mantener en orden todas el área de venta</p> <p>Mantener lleno los mostradores y vitrinas con el producto.</p> <p>PERFIL.</p> <p>Experiencia mínima de 1 año en cargos de venta y comercialización.</p> <p>Sexo indistinto.</p> <p>Licencia de conducir.</p> <p>Condiciones físicas y mentales adecuadas.</p>					

Fuente: Investigación propia

Realizado por: (Sayay, 2017)

Determinación de inversiones y gastos del área comercial

Tabla 13-4: Muebles y enseres del área comercial.

DESCRIPCIÓN	TIPO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Muebles				
Sillas	Metálicas	8	25	200,00
Mesas	Metálicas y de vidrio	2	60	120,00
Paneras	Madera 2 m x 2 m	2	200	400,00
Equipos				
Equipo de audio	Sony	1	500	500,00
Extintor	Nitrógeno liquido	2	50	100,00
Televisor	Plasma Rivera 32"	1	450	450,00
Refrigerador	Durex	1	800	800,00
Vitrinas	Metálicas de acero inoxidable	2	250	500,00
Señalética	De 30 cm x 15 cm	8	3	24,00
Botiquín	De primeros auxilios	1	15	15,00
Gigantografía	De 3 m de ancho x 1,50 de alto	1	31,50	31,50
Suministros				
Servilletas	Papel paq. De 300 unid.	300	1,80	1,80
Fundas	Papel impreso el logo	1000	0,10	100,00
Cuadros		4	20	80,00
Limpiones	Tela	10	1	10,00
			TOTAL	3332,3

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: (Sayay, 2017)

4.2.4. Gastos del Área Comercial.

Tabla 14-4: Costos área comercial

INVERSIÓN	GASTOS	ANUAL
Tarjetas de presentación	1000	35,00
Página Web	0,50 hora x 10 horas	5,00
Radio	0,50 el minuto jingle de 3 min x 60 días	90,00
Gigantografía	1 de 2.50 de ancho x 1.50 de alto	21,00
	TOTAL	151,00

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: (Sayay, 2017)

4.2.5. Mix de mercado

Este proceso nos ayuda a analizar y conocer la situación de la empresa y desarrollar una estrategia adecuada de posicionamiento a lo posterior.

4.2.5.1. Producto

El producto de la empresa es la única e innovadora en este sector, ya que se implementara productos panificados de otra clase de harina como es la de la quinua utilizando distintos tipos de amasado y diseño exclusivo, para la satisfacción del consumidor, de esta manera dar un valor agregado a nuestro producto.

4.2.5.2. Precio

El precio se determinara una vez realizado el estudio financiero del proyecto de emprendimiento, de igual manera valor del producto terminado se fijara de acuerdo a los precios y a los servicios ofrecidos por la competencia, de esta forma el cliente tendrá la oportunidad de pagar lo que corresponde por el producto adquirido, ya que estarán elaborados con la mejor materia prima, y por los profesionales expertos en el área de la panadería

4.2.5.3. Plaza

El canal de distribución que se tomara en cuenta para este proyecto es directo del productor al cliente sin la presencia de o colaboración de ningún intermediario, de esta manera garantizar que el servicio y el producto sea expendido de la mejor manera, gracias a la ubicación en la que se encuentra esta empresa, lograra captar a la mayoría de los consumidores esto nos ayuda a tener una mejor aceptabilidad.

4.2.5.4. Promoción

Para la apertura de la empresa panificadora tendrá la ayuda de los medios de comunicación como es la radio, las redes sociales, televisión, ya que son medios más comunes en la que se presentara y se hará llegar el producto hacia los clientes del Cantón Guamote.

4.3. Estudio Técnico

El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento u operatividad del emprendimiento en la cual se identifica la posibilidad técnica de elaborar el producto que va a ofrecer y de prestar un servicio adecuado, para ello se determinara el tamaño, los equipos instalados, el diseño y las instalaciones, y toda la organización en cuanto al personal que va a laborar en el área de producción.

4.3.1. Capacidad del emprendimiento

Tabla 15-4: Capacidad de la planta

TIPO DE RECETA ESTANDAR	CANTIDAD DIARIA	CANTIDAD SEMANAL	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL
Crosaint	50	300	1.200	14.400
Baguett	5	30	120	1.440
Pan de Molde	5	30	120	1.440
Pan de chocolate	100	600	2.400	28.800
Empanadas de azucar	100	600	2.400	28.800
Empanadas de Jamon y Queso	70	420	1.680	20.160
Empanada de Cebolla	60	360	1.440	17.280
Enrollados	100	600	2.400	28.800
Pan de Verduras	40	240	960	11.520
Pan de Café	40	240	960	11.520
Empanada de Queso	100	600	2.400	28.800
Pan de Especias	50	300	1.200	14.400
TOTAL	720	4.320	17.280	207.360

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: (Sayay, 2017)

Análisis. En este cuadro se puede observar la cantidad de productos que ofrece, además de la capacidad de producción que el emprendimiento generara a diario de cada variedad de pan.

El establecimiento tiene una dimensión de 12 metros de largo con un ancho de 8 metros, esta se subdivide en 4 ares como son, el área de producción, área de almacenamiento área administrativa y en la por la parte frontal contamos con el área comercial que tiene un área de 5 por 8 m de dimensión destinada al área de venta, en la que se podrá abastecer a 25 clientes en ese mismo instante, y con una capacidad ociosa de 75 personas.

4.3.2. *Determinación del tamaño del emprendimiento.*

<p>CI=CAPACIDAD DE LOS EQUIPOS</p> <p>CR=CAPACIDAD REAL</p> <p>CO= CAPACIDAD OCIOSA</p> <p>FORMULA</p> <p>CR=CI-CO</p> <p>100-25=75</p>

Ilustración 1-4: Determinación del tamaño de la empresa

Realizado por: Franklin Sayay

Análisis. La determinación está dada por la capacidad de producción de los equipos de panadería que es al 100% para el presente emprendimiento, se analizó como capacidad ociosa el 25% y estableciendo un resultado de la capacidad real del 75%.

Determinación de la localización de la planta

4.3.2.1. Macro localización.

Región Interandina del País Ecuador, y la Provincia de Chimborazo

4.3.2.2. Micro localización.

Cantón Guamote, entre la av. Macas y el Circunvalación.



Figura 1-4: Macro localización

Fuente: (Mapa de la Provincia de Chimborazo.2017) (Mapa del Cantón Guamote.2017) (Mapa del sitio en la que se ubicara el establecimiento.2017).

4.3.3. Proceso de producción del producto

a. Operaciones preliminares.

El panadero encargado tiene la obligación de contar con todos los equipos y utensilios necesarios listas para proceder a la elaboración del pan, además de estar completamente limpio, desinfectado, y en adecuadas condiciones.

El operario tendrá que elaborar una receta estándar en la que detalle las cantidades exactas de materia prima para la elaboración de producto que desee conseguir

Contando con todos los equipos y utensilios además de la receta estándar el panadero encargado debe proceder a realizar el mise place.

b. También se debe activar la levadura con anticipación.

1. Fresado.
- ✓ Disolver la sal y la levadura en el agua de vertido.
- ✓ Poner la harina progresiva y regularmente en toda la periferia del interior del cráter.
- ✓ Mesclar groseramente los ingredientes.
- ✓ Acabar la mezcla.

c. Refrescar.

Después se da a esta mezcla la consistencia definitiva aumentando la hidratación que, según la calidad de la harina, puede alcanzar de 1 a un 5% (raramente mas). Fin del fresado (duración aproximada de 5 minutos)

d. Amasado.

Antes de llegar a este proceso el panadero debe tener la harina de quinua y la de trigo debidamente pesado en proporciones establecidas por la receta estándar sobre el mesón formando un cráter, para posterior añadir los demás ingredientes tales como grasa vegetal, la sal, la levadura activada, y el agua para luego proceder a realizar la masa.

El amasado manual conlleva cinco operaciones sucesivas:

1. Cortado
2. Echado en alto
3. Estirado
4. Soplado
5. Troceado

1. **Cortado y echado.** Hacer estrangulamientos más menos importantes en la pasta a fin de cortarlas. Esta porción de pasta será levantada y lanzada hacia arriba dejándola caer sobre la mesa. En esta operación durara aproximadamente unos 5 minutos más según el criterio del panadero.

2. **Estirado.** Las manos vuelve a la mesa y se colocan a ambos lados de la masa, penetran en su interior, se juntan y levanta la masa. Paralelamente, el movimiento se invierte, las manos separa, llevándose con ellas la masa, que se estira obligatoriamente.

El objeto de esta acción es fomentar el desarrollo del gluten y mejorar las cualidades plásticas de la masa (duración aproximada de 5 minutos).

3. **Soplado.** El soplado permite insuflar oxígeno en el interior de la masa. La dificultad de la operación consiste en aprisionar el aire en el interior de la pasta.

Con las manos colocadas en lo alto de la pasta, introducirla en ella trayéndola así si, después levantar la masa y con un movimiento semicircular, dejarla caer de nuevo sobre el torno. Al caer la pasta mantendrá el oxígeno, de ahí la formación de pompas más o menos gruesas y regulares que crecen, se hacen más finas y estallan.

Esta operación tiene como objeto:

- ✓ Aligerar la masa
- ✓ Hacerla más flexible.
- ✓ Alisarla

4. **Troceado.** Cortar de nuevo la masa por estrangulaciones (2 kg aproximadamente). Lanzarla y golpearla contra la mesa enrollándola sobre si misma con el fin de aplastarla y fomentar una vez más la aparición de gluten. (Duración aproximada de 5 minutos)

5. **División y pesado.** su objetivo es dar a las piezas el peso justo, si se trata de piezas grandes se suelen pesar a mano, si se trata de piezas pequeñas se puede utilizar las divisora hidráulica

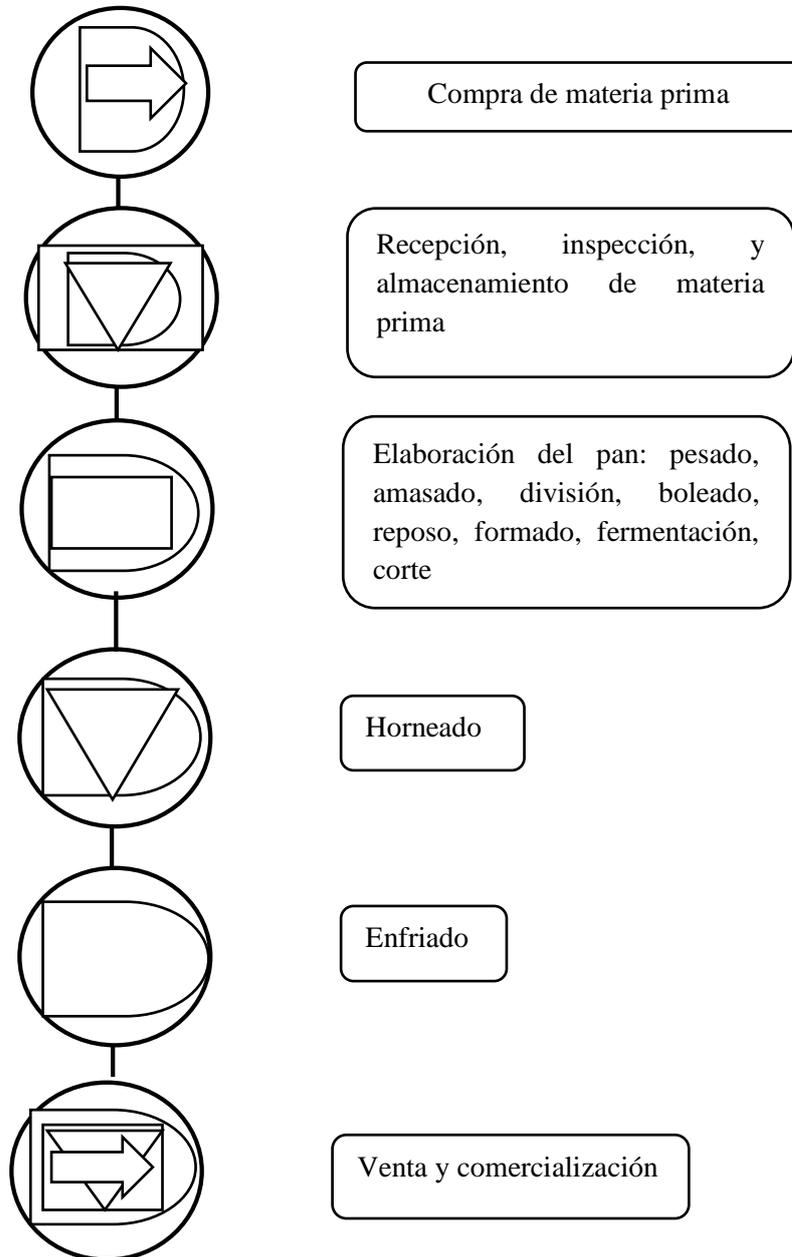
6. **Boleado.** Consiste en dar forma de bola al fragmento de la masa y su objetivo es reconstruir la estructura de la masa tras la división, se puede realizar a mano si la producción de baja escala o si el tipo de pan así lo aconsejan.

7. **Reposo.** Su objetivo es dejar descansar la masa para que se recupere de la desgasificación sufrida durante la división y boleado. En esta etapa puede ser llevada a cabo a una temperatura ambiente en el propio obrador o mucho mejor en las cámaras de leudo en las que se controlan la temperatura y el tiempo de permanencia en la misma.

8. **Formado.** Su objetivo es dar la forma que corresponde a cada tipo de pan, si la pieza es redonda, el resultado del boleado proporciona ya dicha forma. Si la pieza tiene una forma especial se suele realizarse a mano. (Valdez, 2013, págs. 20-21-22-23)

4.3.4. Flujograma de producción

Ilustración 2-4: Flujograma de producción.



Fuente: Investigación propia

Realizado por: Franklin Sayay.

4.3.5. Receta Estandar

Tabla 16-4: Formato de la receta estándar

 <div style="text-align: center;"> ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR </div> 												
NOTA:		NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: CROSSAINT					FECHA DE ELABORACIÓN:			GRAMOS POR POR		50 gr
	TIPO DE MENÚ:	PANES: X	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)		# PAX:	29		
	CONSERVACIÓN:	Ambiente					Otros					
2 Pto.												
N°	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	TECNICA CULINARIAS APLICADAS	APLICACIÓN	COSTO UNIT		UNIT	COSTO TOTAL
1	HARINA T 55	398	gr						0,5	454	gr	0,44
2	HARINA DE QUINUA	170	gr						0,6	454	gr	0,22
3	AZUCAR	20	gr						0,5	454	gr	0,02
4	LEVADURA SECA	15	gr						0,3	20	gr	0,23
5	LECHE	187	cc						0,8	1000	cc	0,15
6	SAL	6	gr						0,5	500	gr	0,01
7	MANTEQUILLA SIN SAL	50	gr						1,5	454	gr	0,17
8	MANTEQUILLA CON SAL	280	gr						1,5	454	gr	0,93
9	AGUA	100	cc									
10	HUEVO	1	u						0,1	1		0,10
11	JAMON DE PIERNA	250	gr						1,8	200	gr	2,25
12												
	CÁLCULOS	RESULTADOS				ANÁLISIS CÁRNICO					C. VARIABLE	4,51
	C.I.F 30% (PV)	0,15				CR=FC*CK			5%		% VARIOS	0,23
	Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,31				FC=1+D					TOTAL	4,73
	U1=PV-ΣCP	0,18				D=10%					C. PAX	0,16
	U2=P.V.S-PV	0,01				CR=FC*CK			33%		C.M.P O VENTA	0,33
	U neta= U1+U2	0,19				0					P.V	0,49
											P.V.S	0,5
NOTAS IMPORTANTES (referente de la preparación):												

Fuente: (Arias, 2017)

Realizado por: (Sayay, 2017)

4.3.6. Diseño de la planta



Figura 2-4: Diseño de la planta

Realizado por: Franklin Sayay

ANÁLISIS

La panadería valle hermoso cuenta con áreas específicas para cada actividad tales como un área de producción en la que el personal se encargara de realizar la transformación de la materia prima a un producto ya elaborado, un área de almacenamiento y cuarto frio, que ayuda en la conservación de la materia prima que esta junto al área de producción lo que facilita el transporte de la MP al área de producción sin recibir ningún tipo de contaminación, además cuenta con el área administrativa lo que estará a cargo de todo el manejo de la empresa, el área de vestuarios y baños lo que permite al personal a cambiarse y a utilizar un uniforme adecuado antes del ingreso al área de producción, y el área de venta que estará a cargo de la distribución del producto terminado.

4.3.7. *Requerimiento de talento humano*

Tabla 17-4: Ficha profesiografica producción.

FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO					
Departamento	Nombre del puesto	Nro.	Personal a cargo	Horario	Jornada
RRHH	Chef Panadero	1	Subchef, Ayudante	18:00pm 03:00 am	Lunes a Sábado
Área	A quien reporta	Fecha de elaboración		Salario neto	
Producción	Gerente	25/05/2017		\$371,97	
<p>RESUMEN DEL CARGO</p> <p>Persona titular del puesto es la que se encargara completamente de toda la producción diaria en la empresa.</p> <p>FUNCIONES</p> <p>Dirigir el personal que se encuentra en el área. Llevar el control de bodegas. Verificar documentos contables Realizar y coordinar la producción Controlar la calidad de los productos. Mantener siempre informado al administrador de lo que se agotan en los stock Realizar balances diarios</p> <p>PERFIL</p> <p>Lic. Gestión gastronómica. Experiencia mínima de 1 año en producción de pan. Sexo masculino. Condiciones físicas y mentales adecuadas.</p>					

Fuente: Investigación propia

Realizado por: (Sayay, 2017)

4.3.8. Estructura de costos de producción.

4.3.8.1. Consumo de servicios básicos.

Tabla 18-4: Costo de Servicios Básicos

TIPO	CANTIDAD	VALOR	UNIDAD	COSTO	TRIMESTRAL	ANUAL
Luz	400	0,13	kW/h	52,13	156,40	625,60
Teléfono	150	0,04	mm	6,72	20,16	80,64
Internet	ilimitado	20,00	Megas	20,00	60	240
Agua	25	0,49	m3	12,25	36,75	147,00
TOTAL				91,10	273,31	1.093,24

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: (Sayay, 2017)

4.3.8.2. Combustible

Tabla 19-4: costo de combustible

COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES						
COMBUSTIBLES	CANTIDAD SEMANAL	CANT. MENSUAL	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO TRIMESTRAL	COSTO ANUAL
GAS DOMESTICO	1	2	3,00	6,00	18,00	72,00
LENA "Cargas"	18	72	0,80	57,60	172,80	691,20
TOTAL					190,80	763,20

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: (Sayay, 2017)

4.3.8.3. *Mantenimiento.*

Tabla 20-4: costo de mantenimiento

MANTENIMIENTO					
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS, MAQUINARIAS O INSTALACIONES	CANTIDAD	TIEMPO	PROVEEDOR	COSTO	COSTO ANUAL
EQUIPOS					
HORNO DE LEÑA	1	C/12 MESES	HORNOS ARTESANALES ECUADOR	40,00	40,00
BATIDOR INDUSTRIAL 10 LT	1	C/12 MESES	MONTERO	50,00	50,00
AMASADORA INDUSTRIAL	1	C/12 MESES	MONTERO	50,00	50,00
LEUDADORA	1	C/12 MESES	MONTERO	30,00	30,00
VITRINA MOSTRADOR	2	C/12 MESES	ARTEFACTA	20,00	20,00
COCINA INDUSTRIAL	1	C/12 MESES	OMEGA	30,00	30,00
REFRIGERADOR PANORAMICO	1	C/12 MESES	ARTEFACTA	30,00	30,00
MATERIALES					
COCHE PORTA BANDEJAS	4	C/12 MESES	OMEGA	25,00	100,00
ESTANTERIAS DE ACERO INOXIDABLE	2	C/12 MESES	OMEGA	10,00	20,00
MESONES DE TRABAJO	2	C/12 MESES	OMEGA	20,00	40,00
MESON DE DOS POZOS	2	C/12 MESES	OMEGA	20,00	40,00
			TOTAL	325,00	650,00

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: (Sayay, 2017)

4.3.8.4. Depreciación

Tabla 21-4: Cálculo de depreciación

DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS				
BIEN	VALOR	AÑOS VIDA	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR ANUAL
MAQUINARIA Y EQUIPOS	9.790,00	10	979,00	881,10
EQUIPO DE COMPUTO	2.250,00	3	742,50	502,50
MUEBLES Y ENSERES	2.985,20	10	298,52	268,67
TOTAL	15.025,20		2.020,02	1.652,27

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: (Sayay, 2017)

4.3.8.5. *Materia Prima*

Tabla 21-4: Costo de producción

TIPO DE RECETA ESTANDAR	CANTIDAD DIARIA	CANTIDAD SEMANAL	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	COSTO POR PAX	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TRIMESTRAL	COSTO TOTAL ANUAL
Croissant	50	300	1.200	14.400	0,16	192,00	576,00	2.304,00
Baguette	5	30	120	1.440	0,31	37,20	111,60	446,40
Pan de Molde	5	30	120	1.440	0,62	74,40	223,20	892,80
Pan de chocolate	100	600	2.400	28.800	0,11	264,00	792,00	3.168,00
Empanadas de azúcar	100	600	2.400	28.800	0,10	240,00	720,00	2.880,00
Empanadas de Jamón y Queso	70	420	1.680	20.160	0,09	151,20	453,60	1.814,40
Empanada de Cebolla	60	360	1.440	17.280	0,08	115,20	345,60	1.382,40
Enrollados	100	600	2.400	28.800	0,07	168,00	504,00	2.016,00
Pan de Verduras	40	240	960	11.520	0,07	67,20	201,60	806,40
Pan de Café	40	240	960	11.520	0,05	48,00	144,00	576,00
Empanada de Queso	100	600	2.400	28.800	0,08	192,00	576,00	2.304,00
Pan de Especias	50	300	1.200	14.400	0,08	96,00	288,00	1.152,00
TOTAL	720	4.320	17.280	207.360	1,82	1.645,20	4.935,60	19.742,40

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: (Sayay, 2017)

4.3.8.6. Mano de Obra Directa

Tabla 22-4: Sueldo producción

				BENEFICIOS SOCIALES
CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO TRIMESTRAL	SUELDO AÑO	12,15 (11,15%APORTE PATRONAL,0,5 IECE,0,5 SECAP)
CHEF PANADERO	380,00	1.140,00	4.560,00	554,04
TOTALES:	380,00	1.140,00	4.560,00	554,04

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: (Sayay, 2017)

Tabla 23-4: Sueldo administrativo

				BENEFICIOS SOCIALES
CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO TRIMESTRAL	SUELDO AÑO	12,15 (11,15%APORTE PATRONAL,0,5 IECE,0,5 SECAP)
GERENTE PROPIETARIO	380,00	1.140,00	4.560,00	554,04
TOTALES:	380,00	1.140,00	4.560,00	554,04

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: (Sayay, 2017)

Tabla 24-4: sueldo vendedora

				BENEFICIOS SOCIALES
CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO TRIMESTRAL	SUELDO AÑO	12,15 (11,15%APORTE PATRONAL,0,5 IECE,0,5 SECAP)
VENDEDOR/A	376,00	1.128,00	4.512,00	548,21
TOTALES:	376,00	1.128,00	4.512,00	548,21

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: (Sayay, 2017)

4.3.8.7. Costos Indirectos de Fabricación.

Tabla 25-4: CIF

RUBRO	VALOR	%	55% PRODUCCIÓN	20% ADMINISTRACIÓN	25% VENTAS
SERVICIOS BÁSICOS					
Luz	52,13	100%	28,67	10,43	13,03
Teléfono	6,72	100%	3,70	1,34	1,68
Internet	20,00	100%	11,00	4,00	5,00
Agua	12,25	100%	6,74	2,45	3,06
DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS					
			91.34 % PRODUCCIÓN	ADMINISTRACIÓN	VENTAS 8,66%
Maquinaria y equipos	1.070,55	100%	977,84	-	92,70963
Equipo de computo	555,88	100%	-	555,88	-
			PRODUCCIÓN/ ADMINISTRACIÓN 62.97%		VENTAS 37.03%
Muebles y enseres	278,57	100%		175,41	103,15

Fuente: Investigación propia

Realizado por: (Sayay, 2017)

4.3.8.8. *Determinación de Activos Fijos para Producción.*

Tabla 26-4: activos fijos producción

DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS				
BIEN	VALOR	AÑOS VIDA	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR ANUAL
MAQUINARIA Y EQUIPOS	11.895,00	10	1.189,50	1.070,55
EQUIPO DE COMPUTO	2.489,00	3	821,37	555,88
MUEBLES Y ENSERES	3.095,20	10	309,52	278,57
TOTAL	17.479,20		2.320,39	1.904,99

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: (Sayay, 2017)

4.3.8.9. *Programa Pre operativo.*

Tabla 27-4: Gastos Experimentales

GASTO EXPERIMENTACIÓN					
ACTIVIDAD	RESPONSABLE	TIEMPO	M.P	COSTO POR TIEMPO	COSTO TOTAL
PRUEBAS	CHEF PANADERO	1:00	3	2,28	6,84
MUESTRAS	CHEF PANADERO	1:00	3	3,42	10,26
DEGUSTACIONES	GERENTE PROPIETARIO	1:00	3	2,23	6,675
CONTROL DE CALIDAD	GERENTE PROPIETARIO	1:00	0	1,60	0
TOTAL				9,53	23,78

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: (Sayay, 2017)

4.4. Estudio Administrativo, Legal Y Ambiental

4.4.1. Organización de la empresa (definición de áreas)

La empresa se establece en 3 áreas con profesional a cargo:

En el área administrativa estará un profesional chef capaz de liderar y dirigir a la empresa y al personal, además de llevar los registros de ingresos y egresos y las declaraciones semestrales al servicio de rentas internas, se encargará de contratar, supervisar, a los proveedores, aprobar las recetas hechas por el chef panadero,

También contará con un maestro panadero certificado quien estará llevando la dirección del área de producción y estar siempre en coordinación con el gerente general y el personal de venta.

El área de producción contará con un subchef, quien realiza actividades diarias conjuntamente con el chef panadero, y además tiene la posibilidad de tomar el lugar del chef principal en el momento que este no se encuentra, se encargará de la producción, tomar decisiones, solucionar problemas, dirigir al personal que se encuentra en el establecimiento.

El área de producción contará con un ayudante el mismo que se encarga de mantener el orden y la limpieza tanto de, equipos y utensilios usados en la elaboración del producto, estará siempre a disposición del chef panadero para realizar cualquier actividad que favorezca al mejoramiento del producto final.

La empresa tendrá un agente vendedor quien será el encargado de llevar y manejar el área comercial de la panadería tanto, en el servicio al cliente y manejo de caja.

Área administrativa

Tabla 28-4: Funciones y responsabilidades del administrador

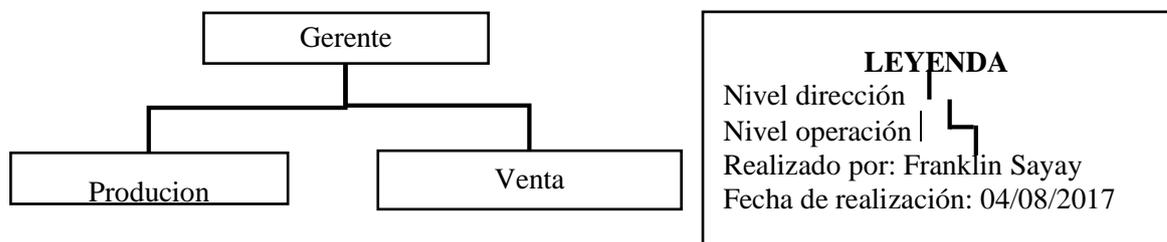
CARGO	FUNCIONES	RESPONSABILIDADES	REMUNERACIÓN
Gerente	administrativa	Llevar el control diario de la empresa	380,00
		Está a su cargo controlar y dirigir al personal	
		Registra los registros contables	
		TOTAL	4560,00

Fuente: Investigación propia

Realizado por: (Sayay, 2017)

4.4.1.1. Organigrama de estructural

Panadería Valle Hermoso

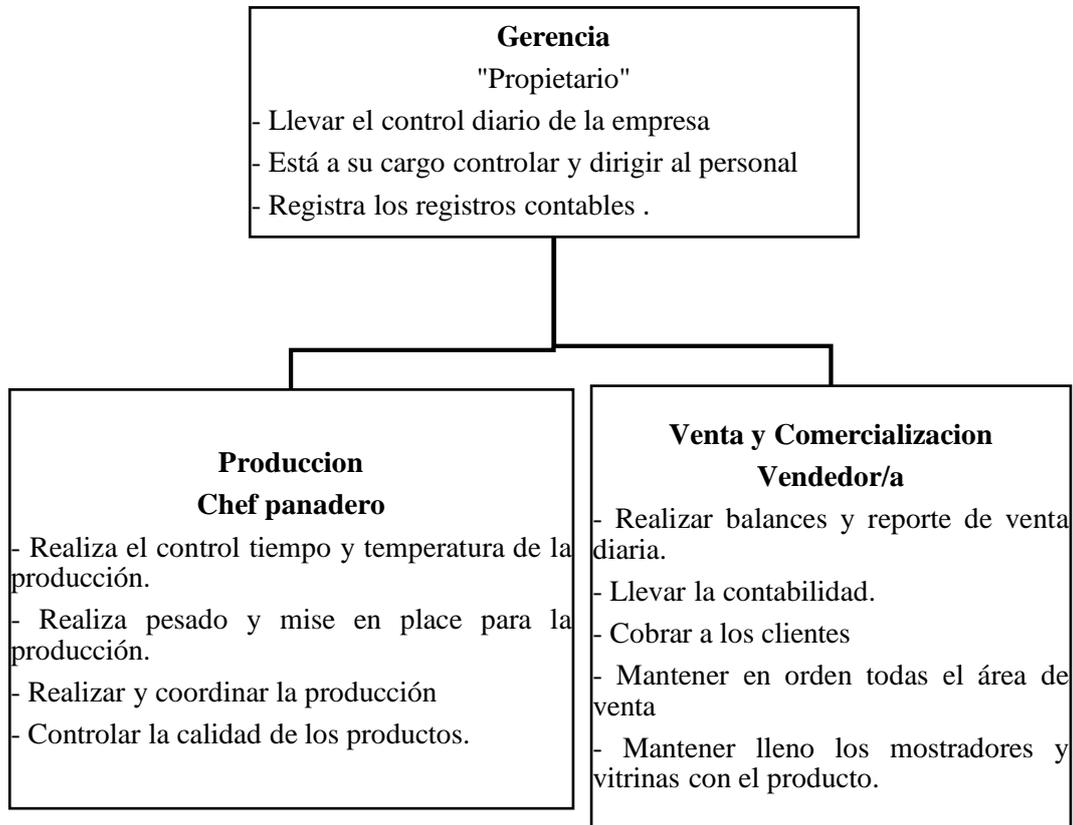


Fuente: Investigación propia

Realizado por: (Sayay, 2017)

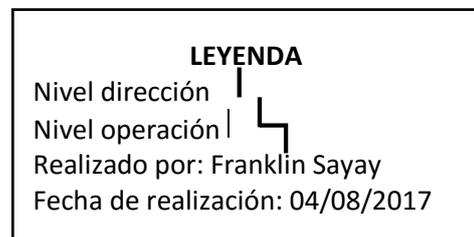
4.4.1.2. Organigrama funcional

Panadería Valle Hermoso



Fuente: Investigación propia

Realizado por: (Sayay, 2017)



4.4.2. Proceso de selección y contratación del talento humano.

A. Descripción del puesto de trabajo

Tabla 29-4: disposición de puesto de trabajo

CARGO	FUNCIONES		RESPONSABILIDADES
Gerente	Administrativa		Llevar el control diario de la empresa
			Está a su cargo controlar y dirigir al personal
			Registra los registros contables

Fuente: Investigación propia

Realizado por: (Sayay, 2017)

Tabla 30-4: ficha profesiografica administración

FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO					
Departamento	Nombre del puesto	Nro.	Personal a cargo	Horario	Jornada
RRHH	Administrador	1	Control de la empresa	18:00pm 03:00 am	Lunes a Sábado
Área	A quien reporta		Fecha de elaboración	Salario neto	
Administrativa	-		25/05/2017	\$380,00	
RESUMEN DEL CARGO					
Persona titular del puesto es la que se encargara completamente de la administración de la empresa.					
FUNCIONES					
Planificación de equipo de trabajo, en las labores diarias de la empresa.					
Llevar el control diario de la panadería					
Está a su cargo el cumplimiento del programa operativo.					
Su función es supervisar el trabajo diario de los colaboradores.					
Garantizar la correcta prestación de servicios a la empresa panificadora.					
Se responsabiliza de identificar y resolver los problemas que sucedan en el interior del establecimiento					
Está a su cargo controlar y dirigir al personal.					

<p>Estar pendiente de revisar los registros contables</p> <p>Controlar horarios de los colaboradores de la empresa.</p> <p>Organizar el trabajo</p> <p>Control de trabajos efectuados.</p> <p>PERFIL</p> <p>Lic. Gestión gastronómica.</p> <p>Experiencia mínima de 1 año en producción de pan.</p> <p>Sexo masculino.</p> <p>Condiciones físicas y mentales adecuadas.</p>
--

Fuente: Investigación propia

Realizado por: (Sayay, 2017)

B. Costos salariales

Tabla 31-4: Costos Salariales

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO TRIMESTRAL	SUELDO AÑO	BENEFICIOS SOCIALES
				12,15 (11,15%APORTE PATRONAL,0,5 IECE,0,5 SECAP)
CHEF PANADERO	380,00	1.140,00	4.560,00	554,04
GERENTE PROPIETARIO	380,00	1.140,00	4.560,00	554,04
VENDEDOR/A	376,00	1.128,00	4.512,00	548,21

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: (Sayay, 2017)

C. Procesos de reclutamiento y selección, contratación e inducción al puesto de trabajo.

Tabla 32-4: Proceso de reclutamiento personal

1	Necesidad de cubrir una posición y decisión de hacerlo	Este paso se procede en el momento en que la empresa requiera la colaboración de un nuevo personal
2	Solicitud del personal	Se origina en la línea o cliente interno que demanda la posición de cubrirla
3	Revisión del descriptivo del puesto	Si la empresa no tiene previamente definido, se deberá partir de este documento, revisarlo y tomar notas complementarias en el paso siguiente
4	Recolectar información sobre el perfil del puesto	Realizar un análisis del cargo a cubrir
5	Recepción de candidaturas o postulaciones	Es una base información, mediante el cual la empresa ofrece al mercado de talentos humanos para el puesto requerido.
6	Primera revisión de antecedentes	Implica la lectura del currículum vitae con el fin de descartar casos identificando a los candidatos que se ajusten más al perfil, de modo de optimizar costos y tiempo
8	Entrevistas	Lo usual son dos rondas de entrevista con el objetivo de presentar al postulante el puesto que va a cubrir, análisis y evaluación de la historia laboral para determinar si los conocimientos y competencias del postulante se relacionan y en qué grado con el perfil buscado. Y análisis de las motivaciones de la persona entrevistada en relación con la búsqueda.
9	Evaluaciones específicas y	Se realizan todas las indagaciones posibles, en muchos casos quedarán aspectos adicionales para

	psicológicos	analizar o evaluar. La evaluación psicológica tiene como objetivo evaluar actitudes, personalidad y potencial de desarrollo, entre otros aspecto
10	Formación de candidaturas	Del análisis de la información recolectada en todos los pasos previos se debe identificar a los mejores postulantes en relación con el perfil buscado o requerido considerando los aspectos económicos del puesto a cubrir y las pretensiones de los postulantes
11	Confesión de informes sobre finalistas	La información debe ser completa además debe presentarse de manera que interese al postulante, generando expectativas razonables sobre los finalistas elegidos.
12	Presentación de finalistas	El administrativo de recursos humanos debe brindar apoyo en la coordinación de entrevistas de los finalistas con los demás colaboradores, ofreciendo ayuda en lo que se necesitare.
13	Selección del finalista	
14	Negociación de la oferta de empleo	Este proceso lo realizara el jefe de recursos humanos. Cada organización fijara políticas al respecto.
15	Presentación de la oferta por escrito	Esta modalidad de uso frecuente, sin embargo es una buena práctica a utilizar, ciertas empresas que los hacen, adoptan esta práctica en todos los niveles.
17	Proceso de admisión	
18	Inducción	

Fuente: (Alles, 2006)

Realizado por: (Sayay, 2017)

4.4.3. Marco legal

4.4.3.1. Artesanos

Será considerado artesano, al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que será calificado por la JNDA, desarrolle su actividad artesanal, con o sin operarios (15) y aprendices (5), y que hayan invertido en su taller implementos, maquinaria y materia prima, una cantidad que no supere el (25%) del capital fijado para la pequeña industria es decir el \$87.500. La JNDA a través de la unidad de calificaciones otorga el certificado de calificación artesanal, en las 164 ramas artesanales determinadas en el reglamento de calificaciones y ramas de trabajo, divididas en ramas de producción y servicio.

A. Requisitos personales:

- ✓ Que la actividad sea eminentemente artesanal;
- ✓ Que la dirección y responsabilidad del taller este a cargo del Maestro de Taller.

B. Requisitos generales y Legales

- ✓ Copia de cedula de identidad
- ✓ Copia certificada de votación (hasta los 65 años)
- ✓ Foto tamaño carne actualizada a color
- ✓ Tipo de sangre
- ✓ Solicitud adquirida en la JNDA, Juntas Provinciales y Cantonales.

C. Calificaciones Primera vez.

- ✓ Copia de título artesanal.

D. Recalificaciones

- ✓ Copia de la última calificación y / o título artesanal.

E. Calificaciones Autónomas

- ✓ Declaración de datos (7 años de experiencia en la rama).

Procedimiento

El interesado cumplirá con los requisitos para adquirir el formulario en las diferentes Juntas a nivel Nacional. Una vez cumplido esto se realizara la inspección al taller, quienes determinaran si cumplen o no con lo que determina la ley y se extenderá la calificación **de Taller Artesanal**.

F. Certificado de artesano calificado

Requisitos y procedimientos

1. Solicitud de certificación de artesano calificado.
2. Copia de cedula de ciudadanía y papeleta de votación
3. Copia de la última calificación

El interesado deberá adquirir la solicitud de artesano calificado a nivel nacional y adjuntar los requisitos para proceder a emitir el correspondiente certificado en el que se hará constar todo el historial del artesano.

G. Duplicado de calificaciones por: cambio de dirección, cambio de razón social, aumento de capital, otros

Requisitos

1. Solicitud (Juntas Provinciales, Cantonales).
2. Declaración de Datos-JNDA (en caso de pérdida)
3. Copia de la cedula de identidad.

H. Permisos requeridos para el funcionamiento de la panadería

Los permisos señalados a continuación.

Tabla 33-4 Gastos de organización

GASTOS DE ORGANIZACIÓN	
TIPO	GASTO ANUAL
INSCRIPCION DEL NEGOCIO A LA JUNTA DEL ARTESANO (CURSO Y CARNET)	252
TASA DE HABILITACION DE ESTABLECIMIENTO	25
NOTARIA	30
BOMBEROS (FORMULARIO)	2
ARCSA	150
MUNICIPIO (PATENTE) FORMULARIO	75
PERMISOS	30
TOTAL	287

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: (Sayay, 2017)

ANÁLISIS

4.4.4. Estudio Ambiental.

4.4.4.1. Mitigar el impacto ambiental.

Tabla 34-4 Análisis impacto ambiental

DAÑOS OCASIONADOS POR LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y POR LAS ACTITUDES PRE OPERATIVAS	MEDIDAS DE MITIGACIÓN	REQUERIMIENTOS	COSTO
EL AGUA	Control sobre los flujos de agua. Mejoramiento de la calidad del agua. Reutilización del agua.	Baldes Tanques Cisterna	10 25 100
EL SUELO	Pérdidas de producción de las plantas, mejoramiento del suelo en la se ubicara el establecimiento.	Norma para no contaminar el suelo	100
EL AIRE	Mejoramiento del ambiente.	Norma para no contaminar el ambiente.	100
		Total	335.00

Fuente: Investigación propia

Realizado por: (Sayay, 2017)

4.4.4.2. Acciones remediabiles 3R

Tabla 35-4 Acciones de la tres R

DETALLE	RECICLAR	REDUCIR	REUTILIZAR	COSTO
Fundas plásticas	X	X	X	5,00
Botellas plásticas	X	X	X	5,00
Fundas de papel y cartones	X	X	X	10,00
			TOTAL	20,00

Fuente: Investigación propia

Realizado por: (Sayay, 2017)

a. **Reciclar**

El reciclar en el establecimiento ayuda a dar un buen uso de las cosas que se desechan después de adquirir o consumir un producto tales como el cartón, vidrio, papeles, etc. Esta se puede recoger y guardarlo para su posterior uso en cualquier otra actividad que sean sumamente prácticas para el mismo establecimiento en caso de no ser útil se puede proceder a la contactar con un recolector acorde a las necesidades de cada producto esto ayuda a evitar que genere enfermedades o el asentamiento de plagas lo que generaría enfermedades graves para la salud.

b. **Reducir**

Este método permite reducir la cantidad de materia prima desecha además de mejorar la utilización adecuada y de cantidades necesarias en la elaboración de los productos, además de optar en la colocación de basureros en las que se pueda colocar lo orgánico y lo inorgánico ya que posteriormente se puede realizar la venta de estos reciclados (cartones, papeles, botellas a las personas dedicadas a esta compra, lo que ayuda a reducir un costo, por el simple hecho que se cobrara una pequeña cantidad lo que cuenta es dar un uso a la misma.

De igual forma se debe tomar conciencia en el consumo de agua ya que si se los utiliza adecuadamente se puede reducir el desperdicio de este líquido vital.

c. Reutilizar.

Este método es muy importante ya que ayuda a mejorar la economía del establecimiento, se puede reutilizar cartones de materia prima adquirida, para la comercialización a gran escala o por mayoritaria, en caso de papeles se lo puede utilizar en trabajos secundarios como es la limpieza de superficies y vidrios, lo que evitaría la compra innecesaria de productos de limpieza y de venta.

4.5. Estudio Financiero

4.5.1. Análisis de la inversión

Tabla 36-4 Análisis de la inversión

RUBROS	INVERSION REALIZADA	INVERSION POR REALIZAR	TOTAL DE INVERSION
1. INVERSIONES FIJAS			
MAQUINARIA Y EQUIPO		9.790,00	9.790,00
EQUIPO DE COMPUTO		2.250,00	2.250,00
MUEBLES Y ENSERES		2.985,20	2.985,20
MENAJE Y VAJILLA		780,10	780,10
IMPREVISTOS (1%)		158,05	158,05
2. ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS DE ORGANIZACIÓN		287,00	287,00
GASTOS DE INSTALACIÓN		95,00	95,00
GASTOS DE PUBLICIDAD		158,00	158,00
GASTOS EXPERIMENTACIÓN		42,35	42,35
IMPREVISTOS (1%)		5,82	5,82
3. CAPITAL DE TRABAJO			
MATERIA PRIMA		4.935,60	4.935,60
MATERIALES INDIRECTOS		694,32	694,32
MANO DE OBRA DIRECTA		1.662,12	1.662,12
SUELDOS DE VENTAS		1.644,62	1.644,62
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES		190,80	190,80
SERVICIOS BÁSICOS		273,31	273,31
GASTO ARRIENDO		450,00	450,00
SUELDOS ADMINISTRATIVOS(sueldos)		1.662,12	1.662,12
SUMINISTROS Y MATERIALES		933,57	933,57
CAJA – BANCOS	200,00		200,00
CONTINGENCIA (1%)		126,46	126,46
TOTAL DE INVERSION			
	200,00	29.124,45	29.324,45
			29.324,45

Fuente: Estudio Financiero

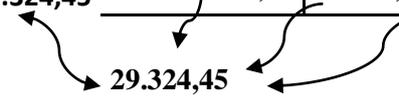
Realizado por: (Sayay, 2017)

Esta tabla nos permite determinar el total de la inversión realizada del presente proyecto de emprendimiento lo que está establecida en activos fijos, diferidos y capital de trabajo entre otros obteniendo un total de \$30.273,78 siendo esta un total de la inversión por realizar lo que se requiere de un financiamiento, del cual \$200,00 es un capital propio.

4.5.1.1. Estado de fuentes y usos

Tabla 37-4 Análisis de fuentes y usos

RUBROS	USOS DE FONDOS	FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
		REC.PROPIO	BANCO	PROVED
1. INVERSIONES FIJAS				
MAQUINARIA Y EQUIPO	9.790,00		9.790,00	
EQUIPO DE COMPUTO	2.250,00		2.250,00	
MUEBLES Y ENSERES	2.985,20		2.985,20	
MENAJE Y VAJILLA	780,10		780,10	
IMPREVISTOS (1%)	158,05		158,05	
2. ACIVOS DIFERIDOS				
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	287,00		287,00	
GASTOS DE INSTALACIÓN	95,00		95,00	
GASTOS DE PUBLICIDAD	158,00		158,00	
GASTOS DE EXPERIMENTACIÓN	42,35		42,35	
IMPREVISTOS (1%)	5,82		5,82	
3. CAPITAL DE TRABAJO				
MATERIA PRIMA	4.935,60			4.935,60
MATERIALES INDIRECTOS	694,32		694,32	
MANO DE OBRA DIRECTA	1.662,12		1.662,12	
MANO DE OBRA INDIRECTA	1.644,62		1.644,62	
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	190,80		190,80	
SERVICIOS BASICOS	273,31		273,31	
GASTO ARRIENDO	450,00		450,00	
SUELDOS				
ADMINISTRATIVOS(sueldos)	1.662,12		1.662,12	
SUMINISTROS Y MATERIALES	933,57		933,57	
CAJA - BANCOS	200,00	200,00		
CONTINGENCIA (1%)	126,46		126,46	
TOTAL	29.324,45	200,00	24.188,85	4.935,60



Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: (Sayay, 2017)

La siguiente tabla determina el total de cada una de los fuentes de financiamiento que se requiere para el proyecto esta nos permite conocer con exactitud el total del crédito bancario, proveedores, y la cantidad de capital propio, de determina un cantidad de 26.734,98 lo que se

deberá financiar mediante un banco por un plazo de 3 años, y un total de 3.538,80 que será financiada mediante proveedores y con un capital propio de \$200,00

4.5.1.2. Total de la inversión

Tabla 38-4 clasificación de las inversiones

TOTAL DE LA INVERSIÓN	
DETALLE	VALOR
ACTIVOS FIJOS	15.963,35
ACTIVOS DIFERIDOS	588,17
CAPITAL DE TRABAJO	12.772,93
TOTAL	29.324,45

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: (Sayay, 2017)

Esta tabla determina el monto total de la inversión en activos fijos, diferidos y capital de trabajo.

Tabla 39-4: Tipos de Financiamiento

FINANCIAMIENTO	
PRÉSTAMO	24188,85
PROPIO	200,00
PROVEEDORES	4935,60
TOTAL FINANCIAMIENTO	29324,45

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: (Sayay, 2017)

Esta tabla describe el financiamiento utilizado para la inversión del siguiente emprendimiento

4.5.1.3. Amortizaciones del préstamo

Tabla 40-4: Amortización de préstamo

AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO					
PERIODO	CAPITAL PRESTABLE	INTERES	CAPITAL PAGADO	CUOTA PAGO	SALDO
1	24188,85	2902,66	8.062,95	10.965,61	16.125,90
2	16125,90	1935,11	8.062,95	9.998,06	8.062,95
3	8062,95	967,55	8.062,95	9.030,50	-
TOTAL		5.805,32	24.188,85	29.994,17	24.188,85

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: (Sayay, 2017)

Esta tabla identifica el total a pagar en cada cuota anual sumado el interés más el capital que es de 8.911,66.

Tabla 41-4 Amortizaciones de activos diferidos

INVERSION EN ACTIVOS DIFERIDOS	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	287,00	57,40	57,40	57,40	57,40	57,40
GASTOS DE INSTALACION	95,00	19,00	19,00	19,00	19,00	19,00
GASTOS DE PUBLICIDAD	493,48	98,70	98,70	98,70	98,70	98,70
GASTOS EXPERIMENTACIÓN	42,35	8,47	8,47	8,47	8,47	8,47
IMPREVISTOS (1%)	5,82	1,16	1,16	1,16	1,16	1,16
TOTAL GASTO DIFERIDO	923,65	184,73	184,73	184,73	184,73	184,73

ACTIVO DIFERIDO **923,65** **738,92** **554,19** **369,46** **184,73** **-**

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: (Sayay, 2017)

Esta tabla permite determinar el monto exacto de la cuota de amortización dando un total de 184,73 durante los 5 años.

4.5.1.4. Presupuestos

Tabla 42-4: Estructura de costos y Gastos

ESTRUCTURA DE COSTO Y GASTOS DEL PROYECTO					
RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1.COSTOS DE PRODUCCION					
MATERIA PRIMA	19.742,40	20.553,81	21.398,57	22.278,06	23.193,68
MANO DE OBRA DIRECTA	6.648,48	6.921,73	7.206,22	7.502,39	7.810,74
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					
MATERIALES INDIRECTOS	694,32	722,86	752,57	783,50	815,70
GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN					
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	763,20	794,57	827,22	861,22	896,62
MANTENIMIENTO	650,00	676,72	704,53	733,48	763,63
SERVICIOS BÁSICOS	546,62	569,09	592,48	616,83	642,18
SUMINISTROS Y MATERIALES	2.987,42	3.110,21	3.238,04	3.371,12	3.509,67
GASTO DE EXPERIMENTACIÓN	8,47	8,47	8,47	8,47	8,47
DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO	977,84	890,92	810,52	737,51	671,06
CONTINGENCIA 1%		126,46	126,46	126,46	126,46
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	31.063,07	32.592,99	34.044,03	35.544,02	37.096,10
2. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
GASTO ARRIENDO	1.350,00	1.405,49	1.463,25	1.523,39	1.586,00
GASTO ORGANIZACIÓN - INSTALACION	287,00	298,80	298,80	311,08	323,86
SERVICIOS BÁSICOS	273,31	284,54	296,24	308,41	321,09
SUELDOS	6.648,48	6.921,73	7.206,22	7.502,39	7.810,74
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	169,18	154,14	140,23	127,60	116,10
DEPRECIACION EQUIPO DE COMPUTO	502,50	415,00	305,83	240,28	182,04
AMORTIZACION DE GASTOS DIFERIDOS	76,40	76,40	76,40	76,40	76,40
SUMINISTROS Y MATERIALES	186,71	194,39	202,38	210,69	219,35
IMPREVISTOS 1%	5,82	6,06	6,31	6,57	6,84
TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN	8.156,05	8.423,88	8.901,15	9.360,36	9.826,79
3. GASTO DE VENTAS					
PUBLICIDAD	474,00	493,48	513,76	534,88	556,86
SUELDOS	6.578,50	6.848,87	7.130,36	7.423,42	7.728,52
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES	99,49	90,64	82,46	75,04	68,28
SERVICIOS BÁSICOS	273,31	284,54	296,24	308,41	321,09
SUMINISTROS Y MATERIALES	560,14	583,16	607,13	632,08	658,06
IMPREVISTOS 1%		-	-	-	-
TOTAL GASTO DE VENTAS	7.786,46	7.536,25	7.857,90	8.191,68	8.538,20
4. GASTOS FINANCIEROS					
INTERES BANCARIO	2.902,66	1.935,11	967,55		
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	2.902,66	1.935,11	967,55		
TOTAL DE COSTOS Y GASTOS	49.908,24	50.488,23	51.770,63	53.096,06	55.461,09

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: (Sayay, 2017)

Mediante este cuadro se puede identificar los costos y gastos totales invertidos para la apertura, ejecución y comercialización de los productos ofertados en el presente emprendimiento además de proyectar la depreciación de ciertos equipos, muebles y enseres y los préstamos e intereses bancarios para tres años.

4.5.1.5. Presupuesto de costo de producción

Tabla costo de producción

Tabla 43-4: Costo de producción

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1.COSTOS DE PRODUCCION					
MATERIA PRIMA	19.742,40	20.553,81	21.398,57	22.278,06	23.193,68
MANO DE OBRA DIRECTA	6.648,48	6.921,73	7.206,22	7.502,39	7.810,74
<i>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</i>					
MATERIALES INDIRECTOS	694,32	722,86	752,57	783,50	815,70
<i>GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN</i>					
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	763,20	794,57	827,22	861,22	896,62
MANTENIMIENTO	650,00	676,72	704,53	733,48	763,63
SERVICIOS BÁSICOS	546,62	569,09	592,48	616,83	642,18
SUMINISTROS Y MATERIALES	2.987,42	3.110,21	3.238,04	3.371,12	3.509,67
GASTO DE EXPERIMENTACIÓN	8,47	8,47	8,47	8,47	8,47
DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO	977,84	890,92	810,52	737,51	671,06
CONTINGENCIA 1%		126,46	126,46	126,46	126,46
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	31.063,07	32.592,99	34.044,03	35.544,02	37.096,10

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: (Sayay, 2017)

Mediante esta tabla se detalla el total de los costos y gastos invertidos específicamente en el área de producción entre ellas involucran la materia prima, mano de obra, materiales indirectos y otros gastos generales de fabricación como combustibles servicios básicos, depreciaciones que son utilizados para la transformación de la materia prima a un producto terminado dando un total de 25.475,87 para el primer año, proyectando para 5 años dando un incremento de acuerdo a la demanda dando un total de 30.518,20 al quinto año.

4.5.1.6. Presupuesto de gasto de administración

Tabla 44-4: Gastos de administración

2. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTO ARRIENDO	1.350,00	1.405,49	1.463,25	1.523,39	1.586,00
GASTO ORGANIZACIÓN - INSTALACION	287,00	298,80	298,80	311,08	323,86
SERVICIOS BÁSICOS	273,31	284,54	296,24	308,41	321,09
SUELDOS	6.648,48	6.921,73	7.206,22	7.502,39	7.810,74
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	169,18	154,14	140,23	127,60	116,10
DEPRECIACION EQUIPO DE COMPUTO	502,50	415,00	305,83	240,28	182,04
AMORTIZACION DE GASTOS DIFERIDOS	76,40	76,40	76,40	76,40	76,40
SUMINISTROS Y MATERIALES	186,71	194,39	202,38	210,69	219,35
IMPREVISTOS 1%	5,82	6,06	6,31	6,57	6,84
TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN	8.156,05	8.423,88	8.901,15	9.360,36	9.826,79

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: (Sayay, 2017)

Mediante los datos obtenidos podemos observar que son gastos netamente administrativos ciertos rubros como la del arriendo serán utilizado para la apertura del presente emprendimiento, en este cuadro se establece el total de los gastos anuales dando un total 8.096,44 y con una proyección hasta el quinto de un gasto de 9.803,18.

4.5.1.7. Presupuesto de gasto ventas

Tabla 45-4: Gasto de Venta

3. GASTO DE VENTAS					
PUBLICIDAD	474,00	493,48	513,76	534,88	556,86
SUELDOS	6.578,50	6.848,87	7.130,36	7.423,42	7.728,52
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES	99,49	90,64	82,46	75,04	68,28
SERVICIOS BÁSICOS	273,31	284,54	296,24	308,41	321,09
SUMINISTROS Y MATERIALES	560,14	583,16	607,13	632,08	658,06
IMPREVISTOS 1%		-	-	-	-
TOTAL GASTO DE VENTAS	7.786,46	7.536,25	7.857,90	8.191,68	8.538,20

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: (Sayay, 2017)

En este cuadro se detallados gastos que se realizarán netamente en el área de venta para la venta y comercialización de los productos ofertados en el presente emprendimiento, en el primer año arroja un cantidad 7.782,75 y una vez proyectada en el quinto año nos da un valor de 8.535,68.

4.2.1.1. Ingresos y egresos

Tabla 46-4: Proyección de ventas

PROYECCION DE VENTAS													
N°	TIPO DE RECETA ESTANDAR	CANTIDAD DIARIA	CANTIDAD SEMANAL	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDA D ANUAL	COSTO POR PAX	COSTO TOTAL	PVP	P.TOTAL	VENTAS SEMANALES	VENTAS MENSUALES	VENTAS TRIMESTRALES	VENTAS ANUAL
1	Crossaint	50	300	1.200	14.400	0,16	8,00	0,48	24,24	145,45	581,82	1.745,45	6.981,82
2	Baguett	5	30	120	1.440	0,31	1,55	0,94	4,70	28,18	112,73	338,18	1.352,73
3	Pan de Molde	5	30	120	1.440	0,62	3,10	1,88	9,39	56,36	225,45	676,36	2.705,45
4	Pan de chocolate	100	600	2.400	28.800	0,11	11,00	0,33	33,33	200,00	800,00	2.400,00	9.600,00
5	Empanadas de azucar	100	600	2.400	28.800	0,10	10,00	0,30	30,30	181,82	727,27	2.181,82	8.727,27
6	Empanadas de Jamon y Queso	70	420	1.680	20.160	0,09	6,30	0,27	19,09	114,55	458,18	1.374,55	5.498,18
7	Empanada de Cebolla	60	360	1.440	17.280	0,08	4,80	0,24	14,55	87,27	349,09	1.047,27	4.189,09
8	Enrollados	100	600	2.400	28.800	0,07	7,00	0,21	21,21	127,27	509,09	1.527,27	6.109,09
9	Pan de Verduras	40	240	960	11.520	0,07	2,80	0,21	8,48	50,91	203,64	610,91	2.443,64
10	Pan de Café	40	240	960	11.520	0,05	2,00	0,15	6,06	36,36	145,45	436,36	1.745,45
11	Empanada de Queso	100	600	2.400	28.800	0,08	8,00	0,24	24,24	145,45	581,82	1.745,45	6.981,82
12	Pan de Especias	50	300	1.200	14.400	0,08	4,00	0,24	12,12	72,73	290,91	872,73	3.490,91
	TOTAL	720	4.320	17.280	207.360			5,52	207,73	1246,36	4.985,45	14.956,36	59.825,45

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: (Sayay, 2017)

En este cuadro se detalla la cantidad de producción diaria, trimestral y anual, de igual forma su costo de producción y el precio de venta de cada producto dando un resultado de 156.960 unidades de pan producidas, generando un total de \$55.059.09 en cada año.

4.5.2. Estado de ganancias y pérdidas

Tabla 47-4: Estado de pérdidas de ganancias

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	63.320,73	65.923,21	68.632,65	71.453,46	74.390,19
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN	31.063,07	32.592,99	34.044,03	35.544,02	37.096,10
(=) UTILIDAD BRUTA	32.257,65	33.330,22	34.588,62	35.909,43	37.294,10
(-) GASTO DE ADMINISTRACIÓN	8.156,05	8.423,88	8.901,15	9.360,36	9.826,79
(-) GASTO DE VENTAS	7.786,46	7.536,25	7.857,90	8.191,68	8.538,20
(=)UTILIDAD OPERATIVA	16.315,15	17.370,09	17.829,58	18.357,39	18.929,11
(-) GASTO FINANCIERO	2.902,66	1.935,11	967,55	-	
(=) RESULTADO UTILIDAD Y/O PERDIDA	13.412,48	15.434,98	16.862,02	18.357,39	18.929,11
(-) REPARTO DE UTILIDADES					
(-) IMPUESTO RENTA					
(=) UTILIDAD NETA	13.412,48	15.434,98	16.862,02	18.357,39	18.929,11

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: (Sayay, 2017)

En este cuadro se puede identificar la factibilidad del emprendimiento, mediante una proyección realizada tomando en cuenta las utilidades en un periodo determinado dando como resultado en el primer año de 13.817,79 y en el quinto año de 19.729,97 lo que afirma que existe una mayor cantidad de ventas que supera todos los gastos de la empresa, lo que es favorable para el desarrollo y fortalecimiento del emprendimiento.

4.5.3. Estado de situación financiera

Tabla 48-4: Balance general

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
CORRIENTE (Capital de trabajo)	12772,93	22862,12	17691,11	11924,65	14289,46	16698,17
ACTIVO FIJO	15963,35	15963,35	15963,35	15963,35	15963,35	15963,35
DEPRECIACION ACUMULADA		-1652,27	-3304,54	-4956,80	-6609,07	-8261,34
DIFERIDOS (Valor amortización anual)	923,65	738,92	554,19	369,46	184,73	0,00
TOTAL ACTIVO ACTIVOS	29659,93	37912,13	30904,12	23300,66	23828,48	24400,19
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE (Interés Bancario)		2902,66	1935,11	967,55		
PASIVO LARGO/PLAZO (Crédito Bancario)	24188,85	16125,90	8062,95			
TOTAL PASIVO	24188,85	19028,56	9998,06	967,55	0,00	0,00
PATRIMONIO						
Capital	5471,08	5471,08	5471,08	5471,08	5471,08	5471,08
Resultado del Ejercicio (Utilidad Neta)		13412,48	15434,98	16862,02	18357,39	18929,11
TOTAL PATRIMONIO	5471,08	18883,57	20906,06	22333,10	23828,48	24400,19
TOTAL PASIVO +PATRIMONIO	29659,93	37912,13	30904,12	23300,66	23828,48	24400,19
*AÑO 1 ACTIVO CORRIENTE = TOTAL PASIVO + TOTAL PATRIMONIO - AC.FIJO- DEPRECIACIONES -ACTIVOS DIFERIDOS						

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Franklin Sayay

En este cuadro se puede observar los activos, pasivos y el patrimonio con la que cuenta el presente emprendimiento, el balance es una información resumida de las cuentas que posee el proyecto, de esta forma conocer la cantidad monetaria con la que cuenta la empresa en activos y poder identificar el total de la deuda y el patrimonio financiero que posee la empresa.

4.5.4. Estado de flujo del efectivo

Tabla 49-4: Flujo de Caja

RUBROS	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Ventas		63.320,73	65.923,21	68.632,65	71.453,46	74.390,19
Costos Producción		31.063,07	32.592,99	34.044,03	35.544,02	37.096,10
Gasto Administrativo		8.156,05	8.423,88	8.901,15	9.360,36	9.826,79
Gasto Ventas		7.786,46	7.536,25	7.857,90	8.191,68	8.538,20
Gasto Financieros		2.902,66	1.935,11	967,55		
Amortización act. Diferido		184,73	184,73	184,73	184,73	184,73
Utilid. Antes de Rep.Ut. E Imp.		13.412,48	15.434,98	16.862,02	18.357,39	18.929,11
Utilidad Neta		13.412,48	15.434,98	16.862,02	18.357,39	18.929,11
Depreciaciones		1.652,27	1.652,27	1.652,27	1.652,27	1.652,27
Amort.Act.Nominal		184,73	184,73	184,73	184,73	184,73
Inversión Maq. Y Equipo.	9.790,00					
Inv. Terreno y Obra Física						
Inversión Otros	6.015,30					
Inv. Act. Nominal	588,17					
Inv. Capital de Trabajo		12.772,93				
Vehículo						
Imprevisto	158,05					
Recup. Capital Trabajo						
Préstamo						
Amort. Préstamo		8.062,95	8.062,95	8.062,95		
FLUJO DE CAJA	16.551,52	19.959,46	9.209,03	10.636,07	20.194,39	20.766,10

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: (Sayay, 2017)

Es un instrumento que permite medir la factibilidad del emprendimiento, y el estado de resultado de la panadería valle hermoso se puede observar que flujo de efectivo va incrementado con el pasar de los años lo que determina que el presente proyecto es viable generando utilidades favorables.

4.6. Evaluación Económica, Financiero, Social, Ambiental

4.6.1. Evaluación Económica.

Ecuación 1-4: Prueba Acida

$$\text{Prueba Acida} = \frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

Fuente: Investigación Propia

Realizado por: Franklin Sayay

Tabla 50-4: Prueba Acida

PRUEBA ACIDA	
Activo Corriente	12772,93
Inventarios	1794,42
Pasivo Corriente	2902,66
Total	2,53

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Franklin Sayay

Con aplicación de esta fórmula se pudo determinar que por cada \$1 de deuda el emprendimiento tiene \$2,53 para cubrir la misma, lo que significa que la Panadería Valle Hermoso tiene la sustentabilidad económica para realizar los respectivos pagos de los pasivos a corto plazo.

4.7. Evaluación Financiera

4.7.1. Valor Actual neto

Tabla 51-4: VAN

TABLA VALOR ACTUAL NETO (VAN)			
Nº	FNE		FNE / $(1 + i)^n$
INVERSION	- 29.324,45		- 29.324,45
1	19.959,46	1,12	17.820,95
2	9.209,03	1,25	7.341,38
3	10.636,07	1,40	7.570,54
4	20.194,39	1,57	12.833,90
5	20.766,10	1,76	11.783,24
TOTAL			28.025,57

VAN \$	28.025,57
---------------	------------------

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Franklin Sayay

Mediante este cuadro se pudo determinar el valor actual neto del periodo de vida útil del proyecto pudiendo identificar que es mayor a cero lo que es rentable para el proyecto dando un total VAN de 28.025,57 lo que determina que el proyecto es viable

4.7.2. Tasa Interna de retorno

Tabla 52-4: TIR

AÑO	FNE
0	- 29.324,45
1	19.959,46
2	9.209,03
3	10.636,07
4	20.194,39
5	20.766,10
TIR	45%

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Franklin Sayay

Mediante este procesos se evalúa el porcentaje de rentabilidad del emprendimiento, la panadería Valle Hermoso cuenta con un total del TIR de 45% lo que significa que el presente proyecto es rentable.

4.7.3. Razón Beneficio costo

Tabla 53-4: Relación Beneficio Costo

RELACION BENEFICIO COSTO			
TASA DE DESCUENTO	12%		
Nº	INVERSION	INGRESOS	COSTOS
	- 29.324,45		
1		63.320,73	32.592,99
2		65.923,21	34.044,03
3		68.632,65	35.544,02
4		71.453,46	37.096,10
5		74.390,19	37.096,10
		TOTAL INGRESO	203.351,27
		TOTAL COSTO	105.115,35
		(=)	
		COSTO+INVERSION	75.790,90
		RB/C	1,93

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Franklin Sayay

4.7.4. Periodo de recuperación de la inversión

Tabla 55-4: PRI

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)			
AÑOS	FLUJO NETO OPERATIVO	FLUJO NETO	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	- 29.324,45	- 29.324,45	- 29.324,45
1	19.959,46	17.820,95	-11.503,50
2	9.209,03	7.341,38	-4.162,12
3	10.636,07	7.570,54	3.408,42
4	20.194,39	12.833,90	16.242,32
5	20.766,10	11.783,24	28.025,57

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Franklin Sayay

Mediante este cuadro se pudo determinar el periodo de recuperación de la inversión, se puede observar que empieza a generar una utilidad al tercer año de esta manera cubriendo la totalidad del proyecto.

4.7.5. Punto de equilibrio

Tabla 56-4: Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
DETALLE	VALOR
COSTO FIJO	12.772,93
PRECIO	0,46
COSTO VARIABLE u	0,15
PUNTO DE EQUILIBRIO	41.480,07
UTILIDAD	-

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Franklin Sayay

Tabla 57-4: Calculo del punto de equilibrio

UNIDADES	VENTAS	COSTO	UTILIDADES
4.320	1.985,45	13.428,13	- 11.442,67
8.640	3.970,91	14.083,33	- 10.112,42
12.960	5.956,36	14.738,53	- 8.782,17
17.280	7.941,82	15.393,73	- 7.451,91
21.600	9.927,27	16.048,93	- 6.121,66
25.920	11.912,73	16.704,13	- 4.791,40
30.240	13.898,18	17.359,33	- 3.461,15
34.560	15.883,64	18.014,53	- 2.130,89
38.880	17.869,09	18.669,73	- 800,64
43.200	19.854,55	19.324,93	529,62
47.520	21.840,00	19.980,13	1.859,87
51.840	23.825,45	20.635,33	3.190,13
56.160	25.810,91	21.290,53	4.520,38
60.480	27.796,36	21.945,73	5.850,63
64.800	29.781,82	22.600,93	7.180,89
	17.154,57	19.285,47	

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Franklin Sayay

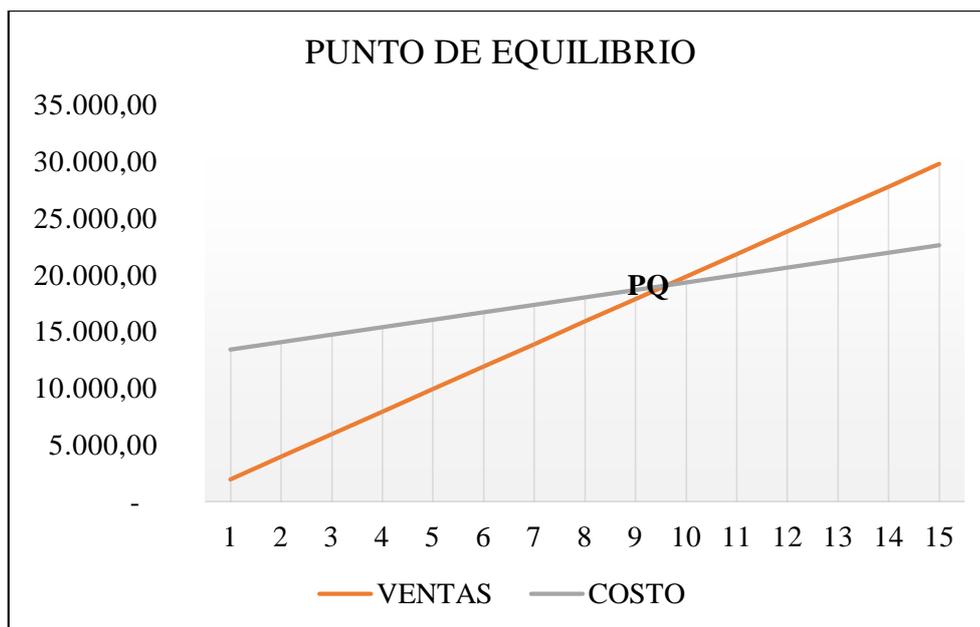


Grafico 5-4: Punto de Equilibrio

Realizado por: Franklin Sayay

Mediante este procedimiento se determina el punto de equilibrio de proyecto dando un resultado de 41.480,07 o que quiere decir que se deberá vender 38.880 unidades a un precio de 0,46 para que el costo fijo sea cero.

4.8. Evaluación social

Tabla 58-4 Evaluación social

EVALUACIÓN SOCIAL		
DETALLE	VALORES	RESULTADO
DESEMPLEO EN CHIMBORAZO	164209	
PERSONAS EMPLEADAS EN EL PROYECTO	3	
APORTE		0,0018%

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Franklin Sayay

La panadería aporta a la sociedad fuentes de empleo específicamente al cantón Guamote, ya que está orientada a satisfacer necesidades de los clientes de este sector, este establecimiento ofrecerá productos sumamente nutritivos a los habitantes de este cantón brindando un producto y una atención de calidad.

4.9. Evaluación ambiental

Toda empresa de alimentos y bebidas son productoras de distintos tipos de desechos tanto orgánicos como inorgánicos es por eso que la panadería “Valle Hermoso” aplicara el método de las 3 R, con fin de disminuir los desechos de esta forma minimizar el impacto ambiental.

Con el método de las 3 R se lograra reducir el volumen de los desechos generados en la panadería, reducir reciclar y reutilizar los productos con el objetivo de seguir contribuyendo al cuidado del medio ambiente.

CONCLUSIONES

En el estudio de mercado, mediante métodos investigativos y herramientas como es la encuesta, realizo la recolección de información, con los datos obtenidos se pudo comprobar que existe una aceptabilidad del 99% de los habitantes concluyendo que existe una demanda insatisfecha.

Se elaboró las recetas estándar a base de la harina de quinua estableciendo una producción de 720 unidades de pan de toda variedad, acorde a las necesidades.

Los estudios técnico, , Administrativo, Legal, y ambiental permitió conocer las directrices para el manejo adecuado de la empresa, para ello se estableció la capacidad y diseño de la planta, lo que ayuda a conocer la cantidad promedio de producción, los equipos, muebles y enseres, suministros y materiales, contando con tres colaboradores que se encargaran en el proceso de producción y comercialización, además será constituida como un emprendimiento de tipo artesanal ya que no supera la cantidad de los \$87.500,00 dólares anuales lo que está establecida en la ley de artesanos de este país, de igual forma se utilizara mecanismos que eviten la existencia del impacto ambiental por parte de la Panadería

Mediante los resultados obtenidos en el estudio económico y financiero se puede concluir que el emprendimiento es viable de acuerdo a los datos obtenidos un VAN de 28.025,57, y una Taza interna de retorno (TIR) al 45% y la relación beneficio o costo de \$1,93, y un periodo de recuperación de tres años.

RECOMENDACIONES

Se importante generar nuevas iniciativas de emprendimiento en el campo de la panadería, utilizando materia prima de productos autóctonos y tradicionales de la zona de esta manera cubrir la demanda insatisfecha así lograr satisfacer las necesidades de los consumidores del cantón.

Se recomienda a los emprendedores de este sector que para satisfacer las necesidades básicas y las exigencias del consumidor o clientes es necesario ofrecer productos altamente nutritivos, Higiénicos y saludables.

Se recomienda que para los años posteriores se elabore nuevas propuestas que permitan el desarrollo de la empresa, ofreciendo productos nuevos e innovadores para el mercado, además realizar capacitaciones permanentes a los colaboradores ya que un personal con conocimiento y con un buen ambiente laboral su rendimiento será al máximo ya que ellos son la base fundamental del emprendimiento de esta forma obtener mejores resultado en el campo productivo y laboral de esta manera garantizar la calidad de un producto.

Se recomienda poner en marcha el presente emprendimiento ya que mediante estudios se pudo identificar la rentabilidad que generara esta empresa, siempre y cuando se deberá realizar el control al momento de la compra de los equipos de producción, equipos de cómputo, muebles y enseres, y se adquiera de acuerdo a lo que está establecido mediante el estudio técnico, lo que evitara que se realice inversiones inadecuadas.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, J. J. (2016). Emprendimiento Creativo. San Juan, Puerto Rico : La contraeditorial.
- Acosta, V. G. (2010). Las panaderías, sus dueños, y trabajadores. Mexico: Ediciones de la CASA CHAT.
- Alarcon, E. H. (03 de Febrero de 2012). Tecnología de cereales. Obtenido de Sistema de panificación: <http://datateca.unad.edu.co/contenidos/232016/contLinea/index.html>
- Ale, F. L. (2015). Que es un estudio de mercado. Merca2.0, 1-2.
- Alimentacion.es. (06 de Marzo de 2010). Enciclopedia de los alimentos. Obtenido de Enciclopedia de los alimentos: http://www.alimentacion.es/es/conoce_lo_que_comes/bloc/pan/denominaciones-de-pan/
- Alles, M. A. (2006). Selección por Competencias (1ra edición ed.). Buenos Aires : Ediciones Granica S.A.
- Arias, C. D. (2017). Estudio de factibilidad para la apertura de la panadería y pastelería "sal & dulce" en la cooperativa ecuatoriana . Riobamba: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH).
- Bertinet, R. (2011). Panes 5 formas de elaborar el pan. Barcelona: Editorial BLUME.
- Castillo, L. M. (12 de 06 de 2013). La Quinua: El Grano de Oro. Obtenido de Variedades de Quinua: <http://quinuagranitodeorito.blogspot.com/>
- Castillo, L. M. (12 de 06 de 2013). La Quinua: El Grano de Oro. Obtenido de beneficios de la quinua en la personas: <http://quinuagranitodeorito.blogspot.com/>
- Creativegan. (09 de Febrero de 2010). Cocina vegana creativa. Obtenido de Tipos de panes: <http://www.creativegan.net/archives/tipos-de-panes/>
- Dante Trujillo Ruiz. (2011). Panadería Artesanal. Barcelona: Lexus Editores .
- Ecuador Turístico . (02 de junio de 2016). Turismo en Ecuador. Obtenido de Turismo del cantón Guamote: <https://www.ecuador-turistico.com/>
- El Parisien. (10 de Diciembre de 2009). Historia de la panadería. Obtenido de Historia de la panadería: <http://elparisien.3sellers.com/2009/12/10/32387/breve-historia-de-la-panaderia>
- El Telegrafo. (12 de Febrero de 2017). Científicos ratifican a la quinua alimento del futuro. Científicos ratifican a la quinua alimento del futuro, pág. 1. Obtenido de CIENTIFICOS RATIFICAN A LA QUINUA ALIMENTO DEL FUTURO.
- Eroski Consumer. (01 de Diciembre de 2009). El pan, una historia lejana y fiel. Obtenido de El pan, una historia lejana y fiel: <http://www.consumer.es/seguridad-alimentaria/normativa-legal/2001/07/11/301.php?page=2>

- Girone, G. (2009). La panaderia manual practico. Madrid: Maxtor, Fray Luis De Leon.
- Gironi, G. (2009). La panderia-manual practico. Madrid: Editorial Maxtor.
- Gobierno Autonomo Descentralizado del Canton Guamote. (24 de Octubre de 2017). Guamote pueblo originario. Obtenido de Historia de cantonizacion: <https://municipiodeguamote.gob.ec>
- Gutierrez, I. M. (18 de Diciembre de 2012). Proceso de Produccion Artesanal e Industrial. Obtenido de Proceso de Produccion Artesanal e Industrial: <http://gutierrezirma2.blogspot.com/>
- INIAP. (01 de 11 de 2009). Valor Nutricional, Funcional y Potencial Agroindustrial de la Quinua. Obtenido de Propiedades Nutricionales : <http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/quinua/quinuavalornutricionaldepartamentonutricioniniap.pdf>
- Jaramillo, L. (7 de Diciembre de 2008). Emprendimiento . Obtenido de Conceptos basicos en competencia : <https://guayacan.uninorte.edu.co/divisiones/iese/lumen/ediciones/7/articulos/emprendimiento.pdf>
- Kirberg, A. S. (2014). Emprendimiento Exitoso. Bogota: Ecoe Ediciones Ltda.
- LarousseCocina. (15 de Enero de 2017). Enciclopedico de la gastronomia Mexicana. Obtenido de Enciclopedico de la gastronomia Mexicana: <https://www.laroussecocina.mx/diccionario/definicion/panaderia>
- Martinez, J. (10 de OCTUBRE de 2013). Panaderia artesanal. Panaderia artesanal a gran escala, págs. 1-5.
- Odate, K. P. (03 de 08 de 2010). Utilizacion de la Harina de Trigo y Quinua en la Elaboracion de Galletas . Obtenido de La Harina de Quinua: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/1685/1/84T00052.pdf>
- Organizacion de Las Naciones Unidas. (05 de Enero de 2014). Quinua. Obtenido de Quinua: <http://www.fao.org/quinoa/es/>
- Panaderias a fondo. (2010). Historia de la panaderia. Obtenido de Historia de la panaderia: <https://laspanaderiasafondo.jimdo.com/>
- Passarge, M. L. (2006). Guia para la presentacion de Proyectos . Mexico: Siglo xxi editores. s.a .
- Paz, V. (2013). Pan & Otras masas, un aroma tradicional. Madrid: Editorial LIBSA.
- Peralta, E. (02 de 11 de 2009). La quinua en Ecuador. Obtenido de Usos de la Quinua en la Gastronomía: <http://www.iniap.gob.ec/nsite/images/documentos/ESTADO%20DEL%20ARTE%20QUINUA%202.pdf>

- Planeacion Vital. (31 de Marzo de 2017). Quien es realmente un emprendedor . Obtenido de <http://www.planeacionvital.com.mx/blog/quien-es-realmente-un-emprendedor.php#>
- Sayay, F. (2017). investigacion propia.
- Sigra. (25 de 07 de 2016). Beneficios Nutricionales del Pan. Obtenido de Aporte Nutricional del Pan: <http://www.sigra.com/new/beneficios-nutricionales-del-pan/>
- Tahona, L. (2016). La Quinoa un Pseudocereal de moda en la Panaderia. Revista de la panaderia y pasteleria del siglo XXI, 5.
- Tapia M, G. H. (1979). Quinoa y la Kawina: Cultivos Andinos. Bogota : Instituto Interamericano de Ciencias Agricolas (IICA).
- Valdez, P. (2013). Pan otras masas un aroma tradicional. San Rafael: Editorial LIBSA.
- Vazquez, L. B. (2009). Estudio y evaluacion del impacto ambiental. San Vicente (Alicante): Editorial Club Universitario.
- Zanchez, A. C. (2013). Quinoa: Pasado, Presente, Futuro. Quinoa.Pe, 2-7.

ANEXOS

A. Encuestas



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMIA



OBJETIVO. Obtener información para la creación de una panadería en el Cantón Guamote, provincia de Chimborazo.

Introducción: Buenas días/tardes, estoy interesado en conocer su opinión, por favor ¿Sería tan amable de contestar el siguiente cuestionario? La información que nos proporcione será utilizada para conocer la valoración de la implementación de una nueva empresa en el mercado, le agradezco por brindarme un minuto de su tiempo y responder las siguientes preguntas

Por favor marque con un x la pregunta a seleccionar y redacte de acuerdo a la petición de la pregunta

1. **¿Estaría de acuerdo con la implementación de una panadería en el cantón Guamote?**

Sí ()

No ()

2. **¿Qué tipo de pan es la que más consume?**

Sal ()

Dulce ()

3. **¿Del siguiente listado elija el Producto que usted más prefiera?**

Empanadas () Enrollados () Baguettes () Integral Molde ()

4. **Indique por favor. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por consumo de pan?**

\$1,00 ()

\$2,00()

\$5,00()

\$10,00()

5. **¿Cuál es la frecuencia de consumo del pan?**

Diariamente ()

Cada 2 días ()

Cada 3 días ()

semanalmente ()

6. **¿En qué lugar usted compra el pan que consume?**

Tiendas ()

supermercados ()

panaderías ()

7. **Está satisfecho con los productos y servicios que ofertan otros establecimientos.**

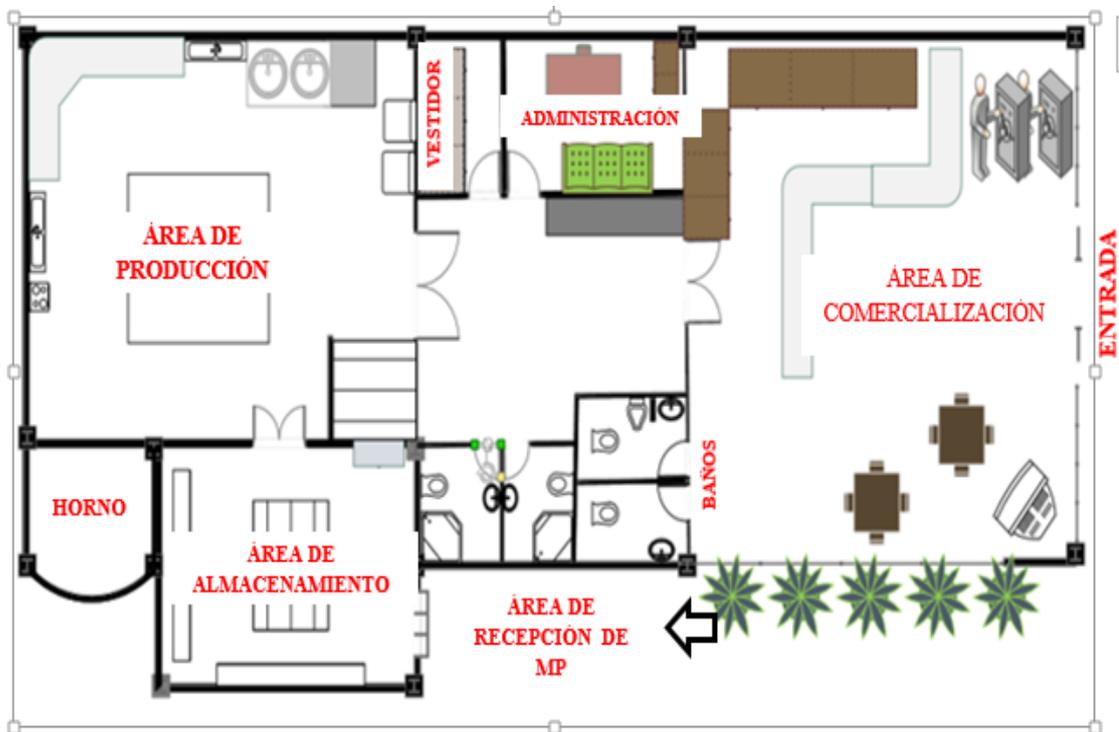
Sí ()

No ()

8. Le gustaría que se ofrezca panes de otras harinas. Tales como de la quinua
 Sí () No ()
9. ¿Qué es lo que busca o aprecia al momento de comprar su producto?
 Servicio al cliente () calidad () precio () variedad ()
10. ¿Le gustaría que esta panadería ofrezca otros productos? Tales como:
 Heladería () Jugos naturales () Refrigerios escolares ()
 Lácteos () Postres ()
11. ¿En qué lugar le gustaría que se despache el pan al momento de su compra?
 Fundas plásticas () Fundas de papel () Cartón ()
12. ¿En qué medios de comunicación le gustaría que se promocióne el establecimiento?
 Redes sociales radio () Televisión () Periódico ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

B. Diseño de la planta



C. Receta Estándar

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR											
NOTA:	NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: CROSSAINT						FECHA DE ELABORACIÓN:			GRAMOS POR PORCIÓN:	50 gr
	TIPO DE MENÚ:	PANES: X	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)			# PAX:	29
	CONSERVACIÓN:	Ambiente					Otros				
2 Pto.											
Nº.	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	TECNICA CULINARIAS APLICADAS	APLICACIÓN	COSTO UNIT	UNIDAD	COSTO TOTAL
1	HARINA T 55	398	gr						0,5	454 gr	0,44
2	HARINA DE QUINUA	170	gr						0,6	454 gr	0,22
3	AZUCAR	20	gr						0,5	454 gr	0,02
4	LEVADURA SECA	15	gr						0,3	20 gr	0,23
5	LECHE	187	cc						0,8	1000 cc	0,15
6	SAL	6	gr						0,5	500 gr	0,01
7	MANTEQUILLA SIN SAL	50	gr						1,5	454 gr	0,17
8	MANTEQUILLA CON SAL	280	gr						1,5	454 gr	0,93
9	AGUA	100	cc								
10	HUEVO	1	u						0,1	1	0,10
11	JAMON DE PIERNA	250	gr						1,8	200 gr	2,25
12											
	CÁLCULOS	RESULTADOS				ANÁLISIS CÁRNICO				C. VARIABLE	4,51
	C.L.F 30% (PV)	0,15				CR=FC*CK			5%	% VARIOS	0,23
	∑. C.P= CxP + C.L.F	0,31				FC=I+D				TOTAL	4,73
	U1=PV-∑CP	0,18				D=10%				C. PAX	0,16
	U2=P.V.S-PV	0,01				CR=FC*CK			33%	C.M.P.O VENTA	0,33
	U neta= U1+U2	0,19				0				P.V	0,49
										P.V.S	0,5
NOTAS IMPORTANTES (referente de la preparación):											

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Franklin Sayay

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR											
NOTA:	NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: BAGUETT						FECHA DE ELABORACIÓN:			GRAMOS POR PORCIÓN:	250 gr
	TIPO DE MENÚ:	PANES: X	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)			# PAX:	6
	CONSERVACIÓN:	Ambiente					Otros				
2 Pto.											
Nº.	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	TECNICAS CULINARIAS APLICADAS	APLICACIÓN	COSTO UNIT	UNIDAD	COSTO TOTAL
1	HARINA T 55	750	gr						0,5	454 gr	0,83
2	HARINA DE QUINUA	250	gr						0,6	454 gr	0,33
3	AZUCAR	30	gr						0,5	454 gr	0,03
4	LEVADURA SECA	15	gr						0,3	20 gr	0,23
5	LECHE	187	cc						0,8	1000 cc	0,15
6	SAL	20	gr						0,5	500 gr	0,02
8	MANTEQUILLA CON SAL	50	gr						1,5	454 gr	0,17
9	AGUA	565	cc								
12		1867									
	CÁLCULOS	RESULTADOS				ANÁLISIS CÁRNICO				C. VARIABLE	1,75
	C.L.F 30% (PV)	0,28				CR=FC*CK			5%	% VARIOS	0,09
	∑. C.P= CxP + C.L.F	0,58				FC=I+D				TOTAL	1,84
	U1=PV-∑CP	0,34				D=10%				C. PAX	0,31
	U2=P.V.S-PV	0,07				CR=FC*CK			33%	C.M.P.O VENTA	0,33
	U neta= U1+U2	0,42				0				P.V	0,93
										P.V.S	1,00
NOTAS IMPORTANTES (referente de la preparación):											

Fuente: Estudio Financiero

Realizado por: Franklin Sayay

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 												
NOTA:		NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: PAN DE MOLDE					FECHA DE ELABORACIÓN:			GRAMOS POR PORCIÓN:		415 gr
	TIPO DE MENÚ:	PANES: X	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)			# PAX:		2
	CONSERVACIÓN:	Ambiente					Otros					
2 Pto.												
N°.	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	TECNICAS CULINARIAS APLICADAS	APLICACIÓN	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
1	HARINA T 55	338	gr						0,5	454 gr	0,37	
2	HARINA DE QUINUA	145	gr						0,6	454 gr	0,19	
3	AZUCAR	20	gr						0,5	454 gr	0,02	
4	LEVADURA	20	gr						0,3	20 gr	0,30	
5	LECHE	150	cc						0,8	1000 cc	0,12	
6	SAL	10	gr						0,5	500 gr	0,01	
7	MANTEQUILLA SIN SAL	50	gr						1,5	454 gr	0,17	
8	AGUA	100	cc									
9		833										
	CÁLCULOS	RESULTADOS				ANÁLISIS CÁRNICO					C. VARIABLE	1,18
	C.L.F 30% (PV)	0,56				CR=FC*CK			5%	% VARIOS		0,06
	Σ. C.P= CxP + C.L.F	1,18				FC=I+D				TOTAL		1,24
	U1=PV-ΣCP	0,70				D=10%				C. PAX		0,62
	U2=P.V.S-PV	0,02				CR=FC*CK			33%	C.M.P O VENTA		0,33
	U neto= U1+U2	0,72				0				P.V		1,88
										P.V.S		1,90
NOTAS IMPORTANTES (referente de la preparación):												

Fuente: Investigación Propia

Realizado por: Franklin Sayay

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 												
NOTA:		NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: CHOCOLATE					FECHA DE ELABORACIÓN:			GRAMOS POR PORCIÓN:		50 gr
	TIPO DE MENÚ:	PANES: X	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)			# PAX:		40
	CONSERVACIÓN:	Ambiente					Otros					
2 Pto.												
N°.	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	TECNICAS CULINARIAS APLICADAS	APLICACIÓN	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
1	HARINA T 55	636	gr						0,5	454 gr	0,70	
2	HARINA DE QUINUA	272	gr						0,6	454 gr	0,36	
3	AZUCAR	130	gr						0,5	454 gr	0,14	
4	LEVADURA SECA	20	gr						0,3	20 gr	0,30	
5	LECHE	150	cc						0,8	1000 cc	0,12	
6	MANTEQUILLA SIN SAL	100	gr						1,5	454 gr	0,33	
7	AGUA	300	cc									
8	HUEVO	1	u						0,1	1	0,10	
9	CHOCOLATE EN POLVO	250	gr						1,8	200 gr	2,25	
10		1859										
	CÁLCULOS	RESULTADOS				ANÁLISIS CÁRNICO					C. VARIABLE	4,30
	C.L.F 30% (PV)	0,10				CR=FC*CK			5%	% VARIOS		0,22
	Σ. C.P= CxP + C.L.F	0,22				FC=I+D				TOTAL		4,52
	U1=PV-ΣCP	0,13				D=10%				C. PAX		0,11
	U2=P.V.S-PV	0,01				CR=FC*CK			33%	C.M.P O VENTA		0,33
	U neto= U1+U2	0,13				#VALOR!				P.V		0,34
										P.V.S		0,35
NOTAS IMPORTANTES (referente de la preparación):												

Fuente: Investigación Propia

Realizado por: Franklin Sayay

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR												
NOTA:		NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: EMPANADA DE AZUCAR					FECHA DE ELABORACIÓN:		GRAMOS POR PORCIÓN:			50 gr
	TIPO DE MENÚ:	PANES: X	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)		# PAX:	30		
	CONSERVACIÓN:	Ambiente					Otros					
2 Pto.												
N°.	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	TECNICAS CULINARIAS APLICADAS	APLICACIÓN	COSTO UNIT	UNIDAD	COSTO TOTAL	
1	HARINA T 55	636	gr						0,5	454 gr	0,70	
2	HARINA DE QUINUA	272	gr						0,6	454 gr	0,36	
3	LEVADURA FRESCA	50	gr						4,00	500 gr	0,40	
4	SAL	20	gr						0,5	500 gr	0,02	
5	MANTECA VEGETAL	350	gr						1,5	454 gr	1,16	
6	AGUA	600	cc									
7	AZUCAR	200	gr						0,5	454 gr	0,22	
CÁLCULOS		RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO								
	C.I.F 30% (PV)	0,09				CR=FC*CK			5%	% VAR	0,14	
	Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,19				FC=1+D				TOT	3,00	
	U1=PV-ΣCP	0,11				D=10%				C. PAX	0,10	
	U2=P.V.S-PV	0,05				CR=FC*CK			33%	C.M.P O V	0,33	
	U neta= U1+U2	0,16				0				P.V	0,30	
										P.V.S	0,35	
NOTAS IMPORTANTES (referente de la preparación):												

Fuente: Investigación Propia

Realizado por: Franklin Sayay

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR												
NOTA:		NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: EMPANADA DE QUESO					FECHA DE ELABORACIÓN:		GRAMOS POR PORCIÓN:			50 gr
	TIPO DE MENÚ:	PANES: X	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)		# PAX:	41		
	CONSERVACIÓN:	Ambiente					Otros					
2 Pto.												
N°.	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	TECNICAS CULINARIAS APLICADAS	APLICACIÓN	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
1	HARINA T 55	636	gr						0,5	454 gr	0,70	
2	HARINA DE QUINUA	272	gr						0,6	454 gr	0,36	
3	HUEVO	80	gr						0,1	40 gr	0,20	
4	LEVADURA FRESCA	50	gr						4,00	454 gr	0,44	
5	SAL	20	gr						0,5	500 gr	0,02	
6	MANTECA VEGETAL	350	gr						1,25	454 gr	0,96	
7	AGUA	400	cc									
8	QUESO FRESCO	230	gr						1	500 gr	0,46	
9	AZUCAR	100	gr						0,5	454 gr	0,11	
CÁLCULOS		RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO								
	C.I.F 30% (PV)	0,07				CR=FC*CK			5%	% VARIOS	0,16	
	Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,15				FC=1+D				TOTAL	3,30	
	U1=PV-ΣCP	0,09				D=10%				C. PAX	0,08	
	U2=P.V.S-PV	0,01				CR=FC*CK			33%	C.M.P O VENTA	0,33	
	U neta= U1+U2	0,10				0				P.V	0,24	
										P.V.S	0,25	
NOTAS IMPORTANTES (referente de la preparación):												

Fuente: Investigación Propia

Realizado por: Franklin Sayay

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 												
NOTA:		NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: EMPANADA DE JAMON Y QUESO					FECHA DE ELABORACIÓN:		GRAMOS POR PORCIÓN:		50 gr	
TIPO DE MENÚ:		PANES: X	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)		# PAX:	41		
CONSERVACIÓN:		Ambiente					Otros					
2 Pto.												
N°	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	TECNICAS CULINARIAS APLICADAS	APLICACIÓN	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
1	HARINA T 55	636	gr						0,5	454 gr	0,70	
2	HARINA DE QUINUA	172	gr						0,6	454 gr	0,23	
3	LEVADURA FRESCA	50	gr						4	454 gr	0,44	
4	SAL	20	gr						0,5	500 gr	0,02	
5	MANTECA VEGETAL	450	gr						1,25	454 gr	1,24	
6	AGUA	600	cc									
7	QUESO FRESCO	230	gr						2	500 gr	0,92	
12	JAMON	200	gr						1,5	200 gr	1,50	
CÁLCULOS		RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO						C. VARIAB	3,55	
C.L.F 30% (PV)		0,08		CR=FC*CK					5%	% VARIOS	0,18	
Σ. C.P= CxP + C.L.F		0,17		FC=I+D						TOTAL	3,72	
U1=PV-ΣCP		0,10		D=10%						C. PAX	0,09	
U2=P.V.S-PV		0,02		CR=FC*CK					33%	C.M.P O VENT	0,33	
U neta= U1+U2		0,13		0						P.V	0,28	
										P.V.S	0,30	
NOTAS IMPORTANTES (referente de la preparación):												

Fuente: Investigación Propia

Realizado por: Franklin Sayay

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 												
NOTA:		NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: EMPANADA DE CEBOLLA					FECHA DE ELABORACIÓN:		GRAMOS POR PORCIÓN:		50 gr	
TIPO DE MENÚ:		PANES: X	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)		# PAX:	41		
CONSERVACIÓN:		Ambiente					Otros					
2 Pto.												
N°	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	TECNICAS CULINARIAS APLICADAS	APLICACIÓN	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
1	HARINA T 55	636	gr						0,5	454 gr	0,70	
2	HARINA DE QUINUA	272	gr						0,6	454 gr	0,36	
3	LEVADURA FRESCA	50	gr						4	454 gr	0,44	
4	SAL	20	gr						0,5	500 gr	0,02	
5	MANTECA VEGETAL	450	gr						1,25	454 gr	1,24	
6	AGUA	600	cc									
7	QUESO FRESCO	230	gr						1	500 gr	0,46	
12	ACHIOTE	20	ml						2	1000 ml	0,04	
	CEBOLLA BLANCA	150	gr						0,3	454 gr	0,10	
CÁLCULOS		RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO						C. VARIAB	3,22	
C.L.F 30% (PV)		0,07		CR=FC*CK					5%	% VARIOS	0,16	
Σ. C.P= CxP + C.L.F		0,16		FC=I+D						TOTAL	3,38	
U1=PV-ΣCP		0,09		D=10%						C. PAX	0,08	
U2=P.V.S-PV		0,05		CR=FC*CK					33%	C.M.P O VENT	0,33	
U neta= U1+U2		0,14		0						P.V	0,25	
										P.V.S	0,30	
NOTAS IMPORTANTES (referente de la preparación):												

Fuente: Investigación Propia

Realizado por: Franklin Sayay

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO												
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA												
ESCUELA DE GASTRONOMÍA												
FICHA DE RECETA ESTANDAR												
NOTA:		NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: ENROLLADOS					FECHA DE ELABORACIÓN:		GRAMOS POR PORCIÓN:		50 gr	
TIPO DE MENÚ:		PANES: X	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)		# PAX:		41	
CONSERVACIÓN:		Ambiente					Otros					
2 Pto.												
N°.	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	TECNICAS CULINARIAS APLICADAS	APLICACIÓN	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
1	HARINA T 55	700	gr						0,5	454 gr	0,77	
2	HARINA DE QUINUA	300	gr						0,6	454 gr	0,40	
3	LEVADURA FRESCA	50	gr						4	454 gr	0,44	
4	SAL	20	gr						0,5	500 gr	0,02	
5	AZUCAR	100	gr						0,5	454 gr	0,11	
6	MANTEQUILLA SIN SAL	200	gr						1,5	454 gr	0,66	
7	HUEVOS	4	mit						0,10	1 mit	0,40	
12	MANTECA VEGETAL	100	gr						1,25	454 gr	0,28	
	AGUA	200	cc									
CÁLCULOS		RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO						C. VARIABLE	2,80	
C.L.F 30% (PV)		0,07		CR=FC*CK					5%	% VARIOS	0,14	
Σ. C.P= CxP + C.L.F		0,14		FC=1+D						TOTAL	2,94	
U1=PV-ΣCP		0,08		D=10%						C. PAX	0,07	
U2=P.V.S-PV		0,03		CR=FC*CK					33%	C.M.P O VENTA	0,33	
U neta= U1+U2		0,11		0						P.V	0,22	
										P.V.S	0,25	
NOTAS IMPORTANTES (referente de la preparación):												

Fuente: Investigación Propia

Realizado por: Franklin Sayay

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO												
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA												
ESCUELA DE GASTRONOMÍA												
FICHA DE RECETA ESTANDAR												
NOTA:		NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: PAN DE VERDURAS					FECHA DE ELABORACIÓN:		GRAMOS POR PORCIÓN:		50 gr	
TIPO DE MENÚ:		PANES: X	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)		# PAX:		22	
CONSERVACIÓN:		Ambiente					Otros					
2 Pto.												
N°.	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	TECNICAS CULINARIAS APLICADAS	APLICACIÓN	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
1	HARINA T 55	322	gr						0,5	454 gr	0,35	
2	HARINA DE QUINUA	138	gr						0,6	454 gr	0,18	
3	LEVADURA SECA	25	gr						0,3	20 gr	0,38	
4	LECHE	375	cc						0,8	1000 cc	0,30	
5	SAL	15	gr						0,5	500 gr	0,02	
6	MARGARINA	100	gr						1,5	454 gr	0,33	
7	AGUA	125	cc									
12	PURE DE (ZANAHORIA)	1	u						0,1	1	0,10	
	AZUCAR	15	gr						0,5	454 gr	0,02	
CÁLCULOS		RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO						C. VARIABLE	1,56	
C.L.F 30% (PV)		0,07		CR=FC*CK					5%	% VARIOS	0,08	
Σ. C.P= CxP + C.L.F		0,14		FC=1+D						TOTAL	1,64	
U1=PV-ΣCP		0,08		D=10%						C. PAX	0,07	
U2=P.V.S-PV		0,02		CR=FC*CK					33%	C.M.P O VENTA	0,33	
U neta= U1+U2		0,11		0						P.V	0,23	
										P.V.S	0,25	
NOTAS IMPORTANTES (referente de la preparación):												

Fuente: Investigación Propia

Realizado por: Franklin Sayay

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR												
NOTA:		NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: PAN DE ESPECIAS					FECHA DE ELABORACIÓN:		GRAMOS POR PORCIÓN:		50	
TIPO DE MENÚ:		PANES: X	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)		# PAX:		15	
CONSERVACIÓN:		Ambiente					Otros					
2 Pto.												
N°.	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	TECNICAS CULINARIAS APLICADAS	APLICACIÓN	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
1	HARINA T 55	210	gr						0,5	454	gr	0,23
2	HARINA DE QUINUA	90	gr						0,6	454	gr	0,12
3	AZUCAR NEGRA	25	gr						0,5	454	gr	0,03
4	LEVADURA SECA	15	gr						4,00	500	gr	0,12
5	LECHE	125	cc						0,8	1000	cc	0,10
6	MIEL	100	gr						1	350	gr	0,29
7	CLAVO DE OLOR	10	gr						0,5	50	gr	0,10
8	CANELA EN POLVO	15	gr						0,5	50	gr	0,15
9	AGUA	100	cc									
10	HUEVO	80	gr						0,1	40	gr	0,20
11			gr									
CÁLCULOS		RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO								
C.L.F 30% (PV)		0,07		CR=FC*CK								
Σ. C.P= CxP + C.L.F		0,15		FC=1+D								
U1=PV-ΣCP		0,09		D=10%								
U2=P.V.S-PV		0,01		CR=FC*CK								
U neta= U1+U2		0,10		#VALOR!								
				C. VARIABLE								1,13
				% VARIOS								0,06
				TOTAL								1,19
				C. PAX								0,08
				C.M.P O VENTA								0,33
				P.V								0,24
				P.V.S								0,25
NOTAS IMPORTANTES (referente de la preparación):												

Fuente: Investigación Propia

Realizado por: Franklin Sayay

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR												
NOTA:		NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: PAN DE CAFÉ					FECHA DE ELABORACIÓN:		GRAMOS POR PORCIÓN:		50 gr	
TIPO DE MENÚ:		PANES: X	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)		# PAX:		41	
CONSERVACIÓN:		Ambiente					Otros					
2 Pto.												
N°.	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	TECNICAS CULINARIAS APLICADAS	APLICACIÓN	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
1	HARINA T 55	636	gr						0,50	454	gr	0,70
2	HARINA DE QUINUA	272	gr						0,60	454	gr	0,36
3	AZUCAR	130	gr						0,50	454	gr	0,14
4	LEVADURA SECA	20	gr						0,30	20	gr	0,30
5	LECHE	150	cc						0,80	1000	cc	0,12
6	MANTEQUILLA SIN SAL	100	gr						1,50	454	gr	0,33
7	AGUA	300	cc									
8	HUEVO	1	u						0,10	1	unit	0,10
9	CAFÉ	100	gr						1,50	200	gr	0,75
CÁLCULOS		RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO								
C.L.F 30% (PV)		0,05		CR=FC*CK								
Σ. C.P= CxP + C.L.F		0,10		FC=1+D								
U1=PV-ΣCP		0,06		D=10%								
U2=P.V.S-PV		0,05		CR=FC*CK								
U neta= U1+U2		0,10		0								
				C. VARIABLE								1,95
				% VARIOS								0,10
				TOTAL								2,05
				C. PAX								0,05
				C.M.P O VENTA								0,33
				P.V								0,15
				P.V.S								0,20
NOTAS IMPORTANTES (referente de la preparación):												

Fuente: Investigación Propia

Realizado por: Franklin Sayay

D. Carta de producción de Panes

La panadería valle hermoso, tiene como objetivo brindara su clientela productos panificados artesanalmente utilizando materia prima de productos autóctonos y propios de la la zona, sus productos están elaborados en su propio establecimiento garantizado que el alimento afrecido sea de la mejor calidad, ofreciendo panes de distintos tipos y sumamente innovadores utilizando entre otras harinas de alto valor nutricional como es la quinua.

DIRECCIÓN:
Avenida macas - Juan Dávalos

CORREO ELECTRÓNICO:
vallehermoso_17@hotmail.com

TELÉFONO:
09811388836 - 0984146861

PANADERIA VALLE HERMOSO

Mmm...irresistible tentación...



Fuente: Investigación Propia

Realizado por: Franklin Sayay

PANES SALADOS		PANES ESPECIALES	
Empanadas de queso.....0,25 C/U (Harina de quinua30%,harina de trigo 70%).		Pan de café.....0,25 C/U (Harina de quinua30%,harina de trigo 70%).	
Empanadas de jamón y queso.....0,30 C/U (Harina de quinua30%,harina de trigo 70%).		Croissant.....0,50C/U (Harina de quinua30%,harina de trigo 70%).	
Empanadas de cebolla.....0,30 C/U (Harina de quinua30%,harina de trigo 70%).		Pan de verduras.....0,25 C/U (Harina de quinua30%,harina de trigo 70%).	
Enrollados..... 0,25 C/U (Harina de quinua30%,harina de trigo 70%).		Pan especiales..... 0,25 C/U (Harina de quinua30%,harina de trigo 70%).	
PANES DULCES		Baguette.....1,00 C/U (Harina de quinua30%,harina de trigo 70%).	
Chocolate.....0,35 C/U (Harina de quinua30%,harina de trigo 70%).		Pan de molde.....1,90C/U (Harina de quinua30%,harina de trigo 70%).	
Empanada de azúcar.....0,35 C/U (Harina de quinua30%,harina de trigo 70%).			



Fuente: Investigación Propia

Realizado por: Franklin Sayay

E. Tarjeta de presentación



Fuente: Investigación Propia

Realizado por: Franklin Sayay

F. Tríptico de la empresa

VALORES Y PRINCIPIOS

Puntualidad:
En la entrega de los pedidos solicitados por nuestros clientes.

Calidad:
En la elaboración de productos panificados para nuestros clientes y consumidores.

Responsabilidad:
Compromiso con la empresa para lograr los objetivos trazados con todo el desempeño en el trabajo, respeto y lealtad.

Pasión:
Entregarnos por completo espíritu y corazón en las actividades que hacemos para que los productos que se ofrece sea de alta calidad.

Políticas:
Usar materia prima de calidad para la elaboración de panes.

Establecer un correcto manejo de la BPM, en todo el proceso de comercialización y venta.

control de calidad

POR LA COMPRA DE 10 PANES LLÉVESE UNA EXTRA.

Ven y haz tu pedido no te quedes con las ganas

PEDIDOS
Avenida Macas y Juan Davalos
Telefonos:
0981138836 - 09841146861

PANADERIA VALLE HERMOSO

Mmm... irresistible tentación...

Ofrecemos gran variedad de panes al por mayor y menor a precios accesibles

Avenida Macas y Juan Davalos
Telefonos: 0981138836-0984146861
Email: Vallehermoso_17@hotmail.com

Lunes a sábado de 7:00 am hastalas 20:00

Fuente: Investigación Propia

Realizado por: Franklin Sayay



La panadería Valle hermoso, tiene como objetivo brindar a su cliente la productos panificados artesanalmente utilizando materia prima de productos autóctonos y propios de la zona, sus productos están elaborados en sus propio establecimiento garantizando que el alimento ofreciendo sea de la mejor calidad, ofreciendo panes de distintos tipos y sumamente innovadores utilizando entre otras harinas de alto valor nutricional como es la quinua.

PANES SALADOS

- Empanadas de queso..... 0,25 C/U*
(Harina de quinua 30%, harina de trigo 70%).
- Empanadas de jamón y queso.... 0,30C/U*
(Harina de quinua 30%, harina de trigo 70%).
- Empanada de cebolla..... 0,30C7U*
(Harina de quinua 30%, harina de trigo 70%).
- Enrollado..... 0,25C/U*
(Harina de quinua 30%, harina de trigo 70%).

PANES DULCES

- Chocolate..... 0,35C/U*
(Harina de quinua 30%, harina de trigo 70%).
- Empanada de azúcar..... 0,35C/U*
(Harina de quinua 30%, harina de trigo 70%).
- Pan de café..... 0,20C/U*
(Harina de quinua 30%, harina de trigo 70%).

PANES ESPECIALES

- Croissant..... 0,50C/U*
(Harina de quinua 30%, harina de trigo 70%).
- Pan de verduras..... 0,25C/U*
(Harina de quinua 30%, harina de trigo 70%).
- Pan de especias..... 0,25C/U*
(Harina de quinua 30%, harina de trigo 70%).
- Baguette..... 1,00C/U*
(Harina de quinua 30%, harina de trigo 70%).
- Pan de molde..... 1.90C/U*
(Harina de quinua 30%, harina de trigo 70%).

MISIÓN

La panadería valle hermoso satisface las necesidades de los clientes, la excelencia en la gestión con el objetivo de ofrecer los mejores productos para obtener clientes más satisfechos y convencidos con nuestra marca.

VISIÓN

La panadería valle hermoso tiene como finalidad situarse como una de las empresas líder en la elaboración, y expendio de pan a nivel nacional en un periodo de 5 años, procesos y servicios que marquen la diferencia de entre los demás, logrando un mayor desarrollo y bienestar para los clientes.

Fuente: Investigación Propia

Realizado por: Franklin Sayay

Manual de Funciones



Mmm...irresistible tentación...

Manual de Funciones



Mmm...irresistible tentación...

TABLA DE CONTENIDOS

TABLA DE CONTENIDOS	I
INTRODUCCIÓN	III
MISIÓN	III
VISIÓN	III
OBJETIVO	IV
POLÍTICAS	IV
ESTRATEGIAS	IV
VALORES Y PRINCIPIOS	IV
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA	V
1. DESCRIPCIÓN DEL CARGO	1
1.1. ÁREA ADMINISTRATIVA	1
1.1.1. Características específicas	1
1.1.1.1. Formación académica	1
1.1.1.2. Conocimientos específicos	1
1.1.1.3. Experiencia	1
1.1.1.4. Cualidades	2
1.1.1.5. Funciones	2
1.1.2. Área de venta	2
1.1.2.1. Características específicas	3
1.1.2.1.1. Formación académica	3
1.1.2.1.2. Conocimientos específicos	3
1.1.2.1.3. Experiencia	3
1.1.2.1.4. Habilidades	3
1.1.2.1.5. Cualidades	3
1.1.2.1.6. Funciones	3



3. ÁREA DE PRODUCCIÓN.	4
3.1. <i>Características específicas</i>	4
3.1.1. <i>Formación académica</i>	4
3.1.2. <i>Conocimientos específicos</i>	4
3.1.3. <i>Experiencia</i>	5
3.1.4. <i>Habilidades</i>	5
3.1.5. <i>Cualidades</i>	6
3.1.6. <i>Funciones</i>	6
4. DERECHOS Y OBLIGACIONES	6
4.1. <i>Derecho</i>	6
4.1.1. <i>Salario</i>	7
4.1.2. <i>Vacaciones</i>	7
4.2. <i>Obligaciones</i>	7
4.2.1. <i>Jornada de trabajo</i>	8
4.2.2. <i>Uniforme</i>	8
4.2.3. <i>Ausencias</i>	8
4.2.4. <i>Permisos</i>	
4.2.5. <i>Reglamento interno</i>	



INTRODUCCION

El manual de funciones es una herramienta de trabajo que contiene una serie de normas y tareas que debe desempeñar cada colaborador en cada una de las tareas encomendadas, el presente manual será elaborado técnicamente tomando en cuenta cada uno de los procedimientos.

El presente manual ha sido desarrollado con el propósito de guiar de manera correcta para que el colaborador tenga la adecuada integración con su ambiente laboral y con la misma empresa. Este documento contiene información detallada de cada una de las funciones y obligaciones que debe cumplir cada colaborador.

La Empresa Valle Hermoso tiene la responsabilidad de otorgar el presente manual para que tenga la oportunidad de ser participe en el desarrollo de la empresa brindando un desempeño laboral de mucha eficiencia.

MISIÓN

La panadería valle hermoso satisface las necesidades de los clientes, la excelencia en la gestión con el objetivo de ofrecer los mejores productos para obtener clientes más satisfechos y convencidos con nuestra marca.

VISION

La panadería valle hermoso tiene como finalidad situarse como una de las empresas líder en la elaboración, y expendio de pan a nivel nacional en un periodo de 5 años, procesos y servicios que marquen la diferencia de entre los demás, logrando un mayor desarrollo y bienestar para los clientes.



Mas... irresistible tentación...



Eduverson Franklin Sayay

OBJETIVO

El objetivo de la panadería Valle Hermoso es satisfacer los gustos y preferencias de cada uno de nuestros clientes ofreciendo panes artesanales elaborados con la utilización de la harina de quinua y con distintas variedades dulces y saladas a un precio accesible.

POLÍTICAS

- ❖ La panadería valle hermoso utilizara materia prima de calidad para la producción de pan utilizando la las normas de higiene en todo el proceso de producción.
- ❖ El personal contratado tendrá la oportunidad de ser capacidad y entrenado durante una semana para que tenga un mejor desempeño en su puesto de trabajo.
- ❖ El personal deberá utilizar el uniforme adecuado y limpio que eviten la contaminación de la producción.

ESTRATEGIAS

- ❖ Generar un ambiente de trabajo para cada uno de los colaboradores
- ❖ Contratar personal adecuado que tenga la capacidad, el grado de conocimiento y las habilidades para ocupar el puesto.
- ❖ Capacitar al empleado semestralmente sobre las buenas prácticas de manufactura, y control de calidad
- ❖ Capacitar al personal de venta para que pueda ofrecer un buen servicio al cliente.

VALORES Y PRINCIPIOS

- ❖ **Puntualidad:** en la entrega de pedidos solicitados por nuestros clientes.
- ❖ **Calidad:** en la elaboración de productos panificados para nuestros clientes y consumidores
- ❖ **Responsabilidad:** compromiso con la empresa para lograr los objetivos trazados con todo el desempeño en el trabajo, respeto y lealtad.
- ❖ **Pasión:** entregarnos por completo espíritu y corazón en las actividades que hagamos para que los productos que se ofrece seas de alta calidad

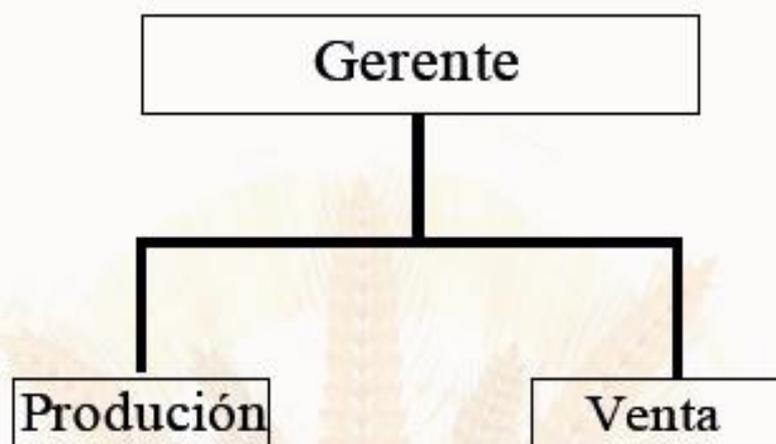


Mam... inevitable tentación...

IV

Edinson Franklin Saqay

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA



LEYENDA
Nivel dirección |
Nivel operación | L
Realizado por: Franklin Sayay
Fecha de realización: 04/08/2017



Mam... irresistible tentación...

V

Edinson Franklin Sayay

DESCRIPCIÓN DEL CARGO

1. AREA ADMINISTRATIVA

Gerente



1.1. Características específicas

1.1.1. Formación académica

Carrera profesional de administración de empresas, gestión gastronómica

Cursos y capacitaciones en gestión gastronómica.

1.1.2. Conocimientos específicos.

- ❖ Operación
- ❖ Planación
- ❖ Dirección
- ❖ Organización
- ❖ Gestión de talento humano
- ❖ Gestión financiera
- ❖ Legislación de panaderías



Mam... irresistible tentación...

1

Edinson Franklin Zayas

1.1.3. Experiencia

Mínima de dos años en cargos administrativos, dirección o de gerencia en establecimientos similares

1.1.4. Cualidades

- ◆ Animo de superación laboral y pasión por el trabajo
- ◆ Colaborador con sus compañeros
- ◆ Compresivo
- ◆ Diligente y eficaz
- ◆ Tomas de decisiones acertadas
- ◆ Responsable
- ◆ Sincero para expresar duras o solicitar ayuda

1.1.5. Funciones

- ◆ Orientar la dirección de la empresa
- ◆ Definir las metas y objetivos de la panadería.
- ◆ Controlar de forma integral las funciones de cada una de las áreas
- ◆ Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción.
- ◆ Mediante contacto continuo con proveedores, en busca de nuevas tecnologías, materias primas, insumos y productos más adecuados
- ◆ Analisis de los aspectos financieros de la empresa
- ◆ Analisis de la cantidad de inversión necesaria para alcanzar las ventas esperadas
- ◆ Participar en la toma de decisiones frente a las inversiones.
- ◆ Seguimiento de las actividades realizadas en la panadería
- ◆ Dinamiza actividades en pro del alcance de los objetivos

2. AREA DE VENTA

Vendedor/a



Más... irresistible tentación...

2

Edinson Franklin Sayay

2.1. Características específicas

2.1.1. Formación académica

Cursos realizados en áreas de servicio o atención al cliente

2.1.2. Conocimientos específicos.

- ❖ Estrategia de promoción y venta
- ❖ Atención al cliente
- ❖ Técnicas y procedimientos de mercadeo

2.1.3. Experiencia

Mínima de dos años en cargos relaciones públicas, atención al cliente, mercadeo y ventas a en establecimientos similares

2.1.4. Habilidades

Agilidad física y mental, don de servicio, creatividad

2.1.5. Cualidades

- ❖ Animo de superación laboral y pasión por el trabajo
- ❖ Sincero para expresar dudas o solicitar ayuda
- ❖ Colaborador con sus compañeros
- ❖ Compresivo
- ❖ Responsable

2.1.6. Funciones

- ❖ Atender las peticiones de los clientes
- ❖ Dinamizar el proceso laboral
- ❖ Generar estrategias que mejoren el desempeño laboral.
- ❖ Conocer todos los productos que ofrece la panadería
- ❖ Realizar los balances y reportes de venta diaria
- ❖ Mantener en orden toda el área de venta
- ❖ Mantener lleno los mostradores y vitrinas de los productos ofrecidos
- ❖ Cobrar por los productos vendidos

3. AREA DE PRODUCCIÓN

Chef Panadero



3.1. Características específicas

3.1.1. Formación académica

Carrera técnica- profesional en panadería

Cursos en panadería y pastelería

3.1.2. Conocimientos específicos.



Maíz... irresistible tentación...

4

Edinson Franklin Sayay

- ◆ Dirección
- ◆ Organización
- ◆ Planeación
- ◆ Orden control del área de producción
- ◆ Técnicas de amasado
- ◆ Conocimiento de materia prima, equipos
- ◆ Conocimiento y técnicas de elaboración de pan

3.1.3. Experiencia

Mínima de cinco años en cargos de chef panadero en hoteles, cafeterías, panaderías acreditados.

3.1.4. Habilidades

Agilidad física y mental, creatividad, originalidad, capacidad de concertación.

3.1.5. Cualidades

- ◆ Animo de superación laboral y pasión por el trabajo
- ◆ Colaborador con sus compañeros
- ◆ Compresivo
- ◆ Responsable
- ◆ Sincero para expresar duras o solicitar ayuda



3.1.6. *Funciones*

- ❖ Administrar los insumos y materias primas para la elaboración del pan.
- ❖ Preparar la materia prima para la elaboración de las distintas variedades de pan.
- ❖ Preparar y elabora las mezclas para los distintos tipos panes
- ❖ Elaborar total o parcialmente algunas masas.
- ❖ Rellenar las distintas variedades de pan
- ❖ Elaborar los diferentes diseños panes.
- ❖ Elaborar y Hornear las diferentes variedades de pan
- ❖ Llevar el control de la maquinaria y equipo de panadería
- ❖ Garantizar la calidad de producción
- ❖ Aplicar las buenas prácticas de manufactura
- ❖ Llenar los gabinetes del pan
- ❖ Vigilar y supervisar que todo los productos se encuentren en buen estado y de calidad.
- ❖ Garantizar y aplicar normas de higiene
- ❖ Llevar los registros de temperaturas del horno
- ❖ Cumplir con las buenas prácticas de manufactura
- ❖ Ejecuta el arreglo en la limpieza del área de producción
- ❖ Limpiar y desinfectar los equipos, materiales y utensilios usados en la producción

4 DERECHOS Y OBLIGACIONES

4.1. Derechos

4.1.1. Salario

La retribución al trabajo de los colaboradores estará dispuesta en cada una de sus contratos de estos. El pago del salario se efectuara el 30 de cada mes. En caso de que el pago coincida con el fin de semana esta se anticipara a un día anterior. Estas serán pagadas en efectivo o serán depositadas a su cuenta bancaria a cada uno de los colaboradores.

Los salarios de los colaboradores no podrán ser retenidos ni disminuidos por ningún motivo, excepto por o que disponga la ley.

4.1.2. Vacaciones

Las vacaciones se brindaran a los colaboradores luego de haber laborado durante un año según lo establecido en el artículo 186 y 187 del código sustantivo del trabajo.

Estas vacaciones serán acordadas con el gerente propietario propietario quien realizara los ajustes necesarios.

No se permitirá hacer la compensación de estas e dinero según como lo establece el artículo 189 del código sustantivo del trabajo.

4.2. Obligaciones

4.2.1. Jornada de trabajo

La panadería valle hermoso tiene un horario de atención de 6:00 am hasta las 18:00 pm dentro de los cuales se ajustan los horarios de los colaboradores, los cuales están sujetos al cargo y funciones de cada uno.

Todos los colaboradores tienen la obligación de cumplir con su horario de trabajo, además de esto se realizaran acuerdos para los horarios de descanso y almuerzo.



4.2.2. Uniforme

Los colaboradores de la panadería Valle Hermoso tiene la obligación de usar el uniforme que a asignado para el cargo con el fin de proyectar una buena imagen a los clientes y generar una identidad propia para la microempresa.

4.2.3. Ausencias

El empleado por ningún motivo debe faltar a su puesto de trabajo sin haber solicitado un permiso con anticipación, a además de no contar con una justificación valida se le descontara el día completo de trabajo.

En caso de hacer frecuente las faltas se realizara el respectivo llamado de atención con una copia a la hoja de vida. En caso de contraer un tercer llamado de atención se procederá a la cancelación del contrato.

En el caso de que el colaborador acumula un cuarto día seguido de falta se determinara cómo abandono a su trabajo.

4.2.4. Permisos

En el caso de que el colaborador necesite retirarse de su puesto de trabajo antes de completar su horario deberá solicitar a gerente con anticipación y deberá presentar la justificación respectiva de su ausencia.

4.2.5. Reglamento interno

El colaborador deberá conocer el presente manual de trabajo en su totalidad durante el primer mes, en donde se darán a conocer cada una de las disposiciones tanto de la empresa como de los colaboradores, los cuales deberán respetar y cumplir durante la permanencia dentro de la empresa.



Mam... irresistible tentación...

S

Franklin Zayas

5. BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA BPM

Las buenas Prácticas de Manufactura son normas establecidas oficialmente que actualmente regulan a las plantas procesadoras de alimentos en cuanto a procedimiento de fabricación, limpieza y desinfección, la higiene personal, los controles, los registros, almacenamiento, que garantice la calidad y seguridad alimentaria.

5.1. Aplicación de las bpm

Las bpm se deben aplicar en la PPA o en los interiores de la misma.

La planta: pisos, paredes, cielos rasos, desagüe.

Alrededores: ubicación, facilidades sanitarias.

Equipos: desinfección, mantenimiento, calibración

Almacenes: ubicación Interna, ventilados, iluminación.

Proceso productivo: lógica en los procesos.

Personal: higiene personal, buenos hábitos de higiene, presentación.

5.2. Personal manipulador de alimentos



Molinos... irresistible tentación...

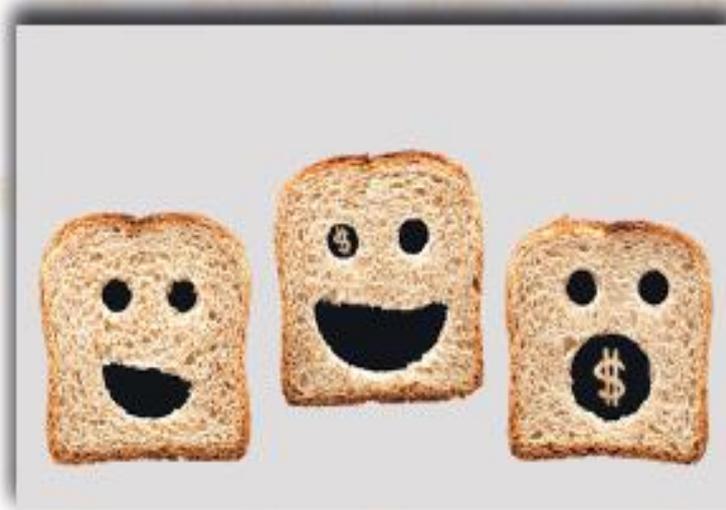
9

Franklin Saizay

5.3. Forma adecuada de lavado de manos



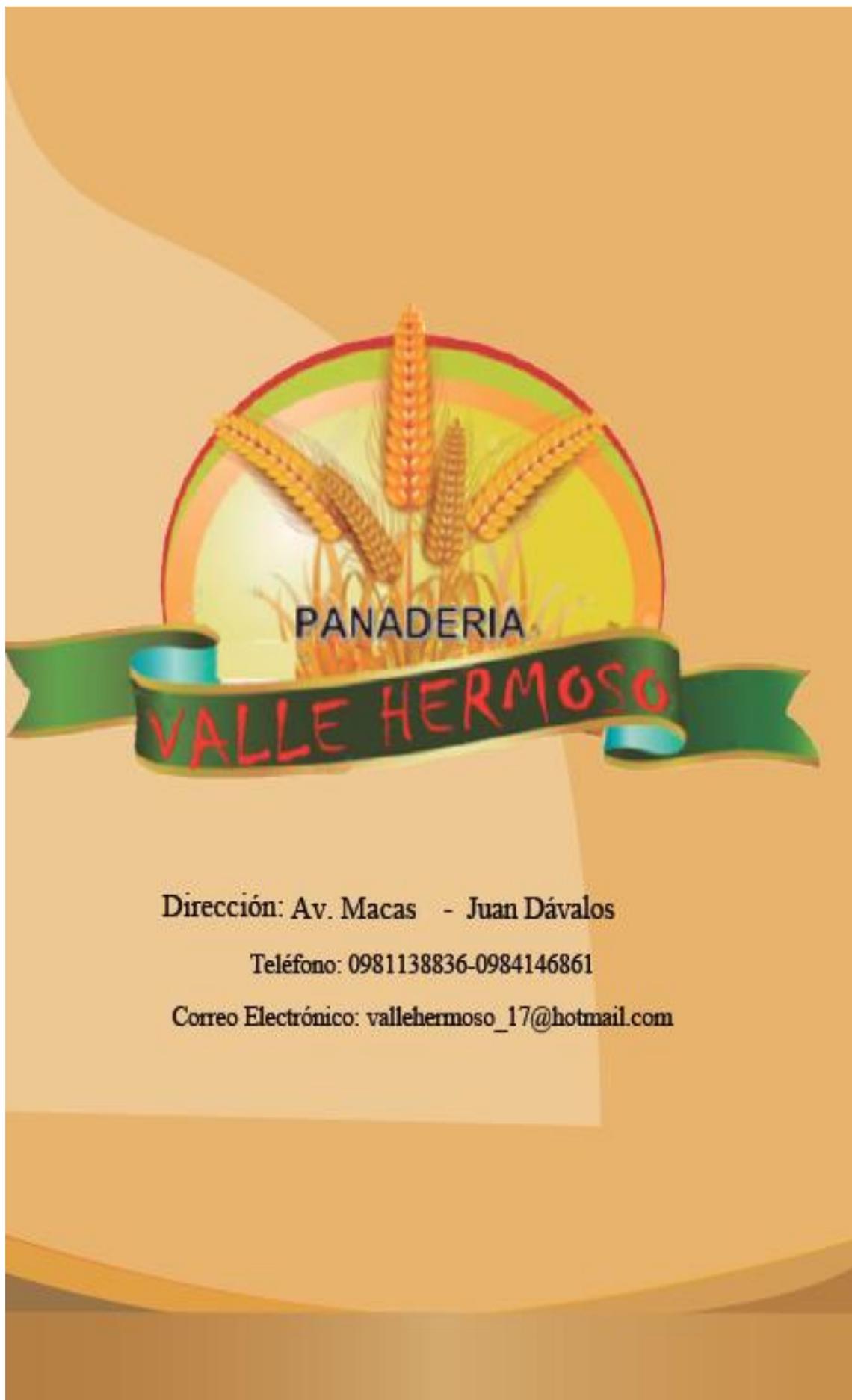
5.4 Calidad del Producto



Mama... irresistible tentación...

10

Edinson Franklin Zayas



Dirección: Av. Macas - Juan Dávalos

Teléfono: 0981138836-0984146861

Correo Electrónico: vallehermoso_17@hotmail.com