



CARRERA: TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN

TEMA:

**Proyecto de factibilidad para la implementación de una panadería
ubicado en el sector sur, ciudad de Quito**

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

AUTOR:

Wendy Paola Arcos Párraga

TUTOR

Ing. Juan Carlos Chiriboga

D. M. Quito, 23 de marzo de 2023

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico a Dios por todas sus bendiciones durante la trayectoria de mi vida estudiantil y a mi familia por el apoyo brindado.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por sus bendiciones.

A mi familia por ser el motor para alcanzar mis objetivos.

Al Instituto Tecnológico Internacional Universitario por permitirme formarme académicamente en sus aulas. A mis docentes los conocimientos impartidos.

AUTORÍA

Yo, Wendy Paola Arcos Párraga, autora del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Wendy Paola Arcos Párraga

D.M. Quito, 23 de marzo de 2023

Ing. Juan Carlos Chiriboga Insuasti

Tutor de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

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

Ing. Juan Carlos Chiriboga Insuasti

D.M. Quito, 23 de marzo de 2023

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

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

PRIMERA: El Ing. Juan Carlos Chiriboga Insuasti y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y la señorita Wendy Paola Arcos Párraga por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. – La señorita Wendy Paola Arcos Párraga realizó el trabajo fin de carrera titulado: “Proyecto de factibilidad para la implementación de una panadería ubicado en el sector sur, ciudad de Quito”, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del Ing. Juan Carlos Chiriboga

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

TERCERA: Los comparecientes, el Ing. Juan Carlos Chiriboga Insuasti en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la señorita Wendy Paola Arcos Párraga como autora del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado:, “Proyecto de factibilidad para la implementación de una panadería ubicado en el sector sur, ciudad de Quito”, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

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

Ing. Juan Carlos Chiriboga Insuasti
D.M. Quito, 23 de marzo del 2023

Wendy Paola Arcos Párraga

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Contenido

Creación de la empresa	16
Descripción de la empresa.....	16
<i>Importancia</i>	16
<i>Características</i>	17
<i>Actividad</i>	17
<i>Tamaño y distribución de la empresa</i>	18
<i>Estudio arquitectónico</i>	18
Necesidades que satisfacer	19
<i>Necesidad de Autorrealización</i>	19
Filosofía empresarial.....	21
<i>Misión</i>	21
<i>Visión</i>	22
<i>Objetivos empresariales</i>	22
<i>Metas</i>	23
<i>Estrategias</i>	23
<i>Políticas</i>	23
<i>La empresa</i>	23
<i>Los trabajadores</i>	24
FODA.....	24
<i>Fortalezas</i>	24
<i>Oportunidades</i>	25
<i>Debilidades</i>	25
<i>Amenazas</i>	25
Desarrollo organizacional	26
<i>Tipo de estructura</i>	26
<i>Procesos Estratégicos</i>	26
<i>Procesos Operacionales</i>	26
<i>Procesos de apoyo</i>	27
<i>Formalización</i>	28

<i>Centralización – Descentralización</i>	28
<i>Integración</i>	28
<i>Organigrama empresarial</i>	30
<i>Funciones del personal</i>	31
<i>Detalles generales del puesto del maestro</i>	32
<i>Detalles generales del puesto de Ayudante de Panadería</i>	33
<i>Detalles generales del puesto de la persona vendedora</i>	34
<i>Detalles generales del puesto de cajera</i>	35
<i>Detalles generales del puesto del personal de limpieza</i>	36
<i>Detalles generales del puesto del Contador</i>	37
<i>Méritos aspectos a considerar, Personal de Contabilidad</i>	37
<i>Detalles generales del puesto del personal profesional de mantenimiento</i>	38
<i>Méritos aspectos a considerar del personal de mantenimiento</i>	38
PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING	39
Marketing:	39
Objetivos de mercadotecnia	39
Investigación de mercado	39
Modalidad	41
Plan de muestreo	41
Análisis de las encuestas	42
Análisis general	52
Entorno empresarial	52
Microentorno	53
Amenaza de entrada de nuevos competidores en el mercado	54
Competencia directa	54
Clientes	55
Proveedores	55
Macroentorno	56
Factor económico	57
Factor tecnológico	57
Factor socio-cultural	58
Factor político	58
Productos y servicios	59

<i>Producto esencial</i>	59
<i>Producto real</i>	59
<i>Características</i>	59
<i>Calidad</i>	60
<i>Estilo</i>	60
<i>Marca</i>	61
<i>Diferenciación</i>	61
<i>Plan de introducción al mercado</i>	62
<i>Distintivos y uniformes</i>	62
<i>Área administrativa</i>	62
<i>Administrador/a</i>	62
<i>Área de producción</i>	63
<i>Área operativa</i>	63
<i>Materiales para la identificación</i>	64
<i>Logotipo</i>	64
<i>Elementos que conforman el logotipo</i>	64
<i>Colores</i>	65
<i>Tarjeta de presentación</i>	65
<i>Hoja membretada</i>	66
<i>Canales de distribución</i>	68
<i>Contacto</i>	68
<i>Correspondencia</i>	68
<i>Negociación</i>	68
<i>Financiamiento de publicidad</i>	69
<i>Riesgo y oportunidad</i>	69
<i>Fijación de precios</i>	70
<i>Fijación de precio estándar</i>	70
<i>Factores</i>	70
<i>Implementación del negocio</i>	73
<i>Arriendo del local</i>	73
<i>Equipos industriales</i>	73
<i>Muebles y enseres</i>	74
<i>Equipos industriales y de seguridad</i>	74

Suministros de oficina.....	75
<i>Servicios básicos.....</i>	75
<i>Materiales de limpieza</i>	75
PROCESO EMPRESARIAL	76
Aspecto legal	76
Servicio de rentas internas (SRI)	76
RIMPE	76
<i>Requisitos para realizar el trámite</i>	76
<i>Requisitos para ingresar por medio del portal del SRI</i>	77
<i>Como realizar el trámite</i>	77
Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos	78
<i>Requisitos obligatorios</i>	78
Patente municipal.....	78
<i>Requisitos obligatorios</i>	78
Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).....	79
<i>Registro de nuevo empleador</i>	79
<i>Proceso en línea</i>	79
PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL	80
Objetivo de área:.....	80
<i>Objetivos de desarrollo sostenible (ODS).....</i>	80
<i>Principio 6: agua y saneamiento.....</i>	81
<i>Principio 12: producción y consumo responsable.</i>	81
Impacto ambiental.....	81
<i>Identificación de las posibles afectaciones ambientales que se pueden generar:.....</i>	81
<i>Medidas para contrarrestar las afectaciones ambientales ocasionales por:</i>	81
Responsabilidad social.....	82
Educación de calidad	82
Trabajo decente y crecimiento económico.....	82
<i>Generación de empleo</i>	82
<i>Clima laboral y ambiente de trabajo</i>	82
<i>Procesos de formación continua</i>	83
<i>Responsabilidad social externa</i>	83
PROCESO FINANCIERO.....	84

Introducción.....	84
Inversión.....	84
Activos fijos	84
Activos diferidos.....	Error! Bookmark not defined.
Capital de trabajo	85
Inversión total.....	85
Sueldos	86
Beneficios legales	86
Depreciación de activos fijos	87
Amortización	Error! Bookmark not defined.
Estructura del capital.....	87
Tasa mínima de rendimiento (TMAR)	Error! Bookmark not defined.
Punto de equilibrio	88
Margen de contribución	88
Punto de equilibrio	89
Costos de ventas	90
Flujo de caja	91
Cálculo del VAN y el TIR.....	91
TIR.....	92
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	93
Conclusiones.....	93
Recomendaciones	94
Bibliografía.....	Error! Bookmark not defined.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Funciones del personal.....	33
Tabla 2 Méritos aspectos para considerar administrador.....	33
Tabla 3 Detalles generales del puesto del maestro.....	34
Tabla 4 Méritos aspectos para considerar maestro panadero.....	34
Tabla 5 Detalles generales del puesto de ayudante de panadería.....	35
Tabla 6 Aspectos a considerar del puesto de ayudante de panadería.....	35
Tabla 7 Detalles generales del puesto de la persona vendedora.....	36
Tabla 8 Méritos aspectos a considerar vendedora.....	36
Tabla 9 Detalles generales del puesto de cajera.....	37
Tabla 10 Méritos aspectos a considerar	37
Tabla 11 Detalles generales del puesto del personal de limpieza	38
Tabla 12 Méritos aspectos a considerar personal de limpieza	38
Tabla 13 Detalles generales del puesto de contador	39
Tabla 14 Méritos aspectos a considerar personal de contabilidad	39
Tabla 15 Méritos aspectos a considerar personal de mantenimiento	40
Tabla 16 Méritos aspectos a considerar personal de mantenimiento.....	40
Tabla 17 Pregunta uno.....	45
Tabla 18 Preguntados.....	46
Tabla 19 Pregunta tres	47
Tabla 20 Pregunta cuatro	48
Tabla 21 Preguntas cinco	49
Tabla 22 Preguntas seis	50
Tabla 23 Preguntas siete	51
Tabla 24 Pregunta ocho	52
Tabla 25 Pregunta nueve	53
Tabla 26 Pregunta 10	54
Tabla 27 Proveedores	59
Tabla 28 Financiamiento publicidad.....	75
Tabla 29 Pan integral	78
Tabla 30 Pan de agua	78
Tabla 31 Pan de centeno	78
Tabla 32 Empanada de centeno	79

Tabla 33 Pan Rosita	79
Tabla 34 Bizcocho	79
Tabla 35 Gastos de arriendo local	60
Tabla 36 Equipos industriales	60
Tabla 37 Equipos técnicos	61
Tabla 38 Muebles y enseres	61
Tabla 39 Equipos industriales y de seguridad	62
Tabla 40 Suministros de oficina	62
Tabla 41 Servicios básicos	63
Tabla 42 Materiales de limpieza	63
Tabla 43 Activos fijos	96
Tabla 44 Activos diferidos	96
Tabla 45 Capital de trabajo.....	97
Tabla 46 Inversión total	98
Tabla 47 Sueldos y aportaciones al IESS.....	98
Tabla 48 Décimo tercer y cuarto sueldo	99
Tabla 49 Total de sueldos y beneficios de ley	99
Tabla 50 Depreciación de activos fijos	100
Tabla 51 Amortización de los activos diferidos	101
Tabla 52 Estructura de capital	101
Tabla 53 Costos fijos mensuales	102
Tabla 54 Margen de contribución	102
Tabla 55 Punto de equilibrio	103
Tabla 56 Ventas proyectadas	103
Tablas 57 Flujo de ventas	104
Tabla 58 Flujo de caja	105
Tabla 59 Valor actual neto	106
Tabla 60 Interpretación del TR	106
Tabla 61 Cálculo del banderín.....	107

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Pirámide de Maslow.....	19
Ilustración 2 Localización de la empresa	21
Ilustración 3 Mapa de procesos de la panadería y pastelería la palanqueta	29
Ilustración 4 Flujo de procesos del servicio de peluquería de la panadería y pastelería la palanqueta	31
Ilustración 5 Organigrama empresarial panadería y pastelería la palanqueta.....	32
Ilustración 6 Pregunta gráfico circular.....	45
Ilustración 7 Pregunta dos gráfico circular preguntas	46
Ilustración 8 Pregunta tres gráfico circular	47
Ilustración 9 Pregunta cuatro gráfico circular	48
Ilustración 10 Preguntas cinco gráfico circular	49
Ilustración 11 Preguntas seis gráfico circular	50
Ilustración 12 Preguntas siete gráfico circular	51
Ilustración 13 Pregunta ocho gráfico circular	52
Ilustración 14 Pregunta nueve gráfico circular	53
Ilustración 15 Pregunta 10 gráfico circular	54
Ilustración 16 Esquema de micro entorno.....	57
Ilustración 16 Esquema de micro entorno	57
Ilustración 17 Ubicación de la palanqueta	61
Ilustración 18 Esquema de macro entorno.....	68
Ilustración 19 Diseño uniforme administrador	68
Ilustración 20 Diseño uniforme área de producción	69
Ilustración 21 Uniforme área operativa	69
Ilustración 22 Logotipo de la palanqueta.....	69
Ilustración 23 Tarjeta de presentación anverso.....	71
Ilustración 24 Tarjeta de presentación reverso	72
Ilustración 25 Hoja membretada.....	73
Ilustración 26 Punto de equilibrio.....	103

“Proyecto de factibilidad para la implementación de una panadería ubicado en el sector sur, ciudad de Quito”

Wendy Paola Arcos Párraga

Ing. Juan Carlos Chiriboga Insuasti

D.M. Quito, 23 de marzo de 2023

RESUMEN EJECUTIVO

El plan de negocios es un documentos con el que debe contar toda empresa o negocio antes de emprender, puesto que en él se detallan aspectos de inversión, capital, gastos egresos de todas y cada una de las actividades del giro del negocio, con lo cual le permite al administrador tener un conocimiento claro y precisos del estado financiero de la empresa o negocio, en aras de buscar formas de posicionamiento en el mercado, brindar y ofrecer productos de calidad que satisfagan las necesidades de los consumidores y aporten a la rentabilidad del establecimiento comercial.

El presente plan de negocios muestra información importante sobre todas las actividades que se realizaran en la panadería y pastelería La Palanqueta, de igual forma muestra los recursos humanos y materiales que se van a utilizar para que el negocio progrese, si bien es cierto , para ello se necesita realizar una inversión, la misma que si es vista desde el punto de vista comercial a corto, mediano o largo plazo permite recuperar dicha inversión y hacer del negocio más próspero, pero sobre todo permite mantener en orden el ámbito comercial, legal y administrativo de la empresa o negocio

2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

Para crear una microempresa se necesita configurar un plan de negocios, evaluar las finanzas, cumplir con todo el papeleo legal, elegir socios, investigar acciones para el crecimiento de emprendimientos, implementar las mejores herramientas para impulsar estrategias de marketing y de ventas además de muchas cosas.

Creación de la empresa

“Panadería y Pastelería La Palanqueta” esta idea surge debido a la necesidad que hay en Quito en el sector sur en el barrio Lucha de los Pobres. El negocio consiste en la elaboración de productos de panadería ya que moradores del sector tienen escasez pues no hay panaderías cercas en el sector.

El negocio de panadería va a contar con variedad y creatividad donde se va a experimentar con recetas originales utilizando productos estrellas en la línea de panes saludables con esto se incentiva a la gente al consumo de productos ricos en fibras y proteínas. Se utilizarán presentaciones de productos con un estilo propio de la panadería con decoraciones.

Descripción de la empresa

Importancia

“Panadería y Pastelería La Palanqueta” va a satisfacer la necesidad del entorno con un producto de calidad, acompañado de un servicio exclusivo generando puestos de trabajo y beneficios económicos.

Características

Responsabilidad Social “Panadería y Pastelería La Palanqueta” tiene el compromiso de ser el lugar preferido para los consumidores. Se ofrecerán buenos productos, también en decoración para que los consumidores se sientan a gusto por el producto que ellos van a consumir.

Innovación “Panadería y Pastelería La Palanqueta” realizará productos de calidad utilizando los mejores productos y con creatividad para poder brindar al consumidor un excelente servicio.

El personal que trabajará en la panadería brindará una atención de calidad y para ello deberán estar motivados por lo que tendrán un seguro, recibirán bonos horas extras y todos los beneficios de ley. Todo esto para que se puedan sentir a gusto con sus actividades y dar su mejor atención y sobre todo ellos deberán saber escuchar al cliente.

- La maquinaria para panadería: hornos para pan y las amasadoras.
- Mano de obra: contar con un panadero con experiencia
- Decoración del lugar: Siempre debe ser un lugar llamativo con muebles con colores que permita que los clientes puedan sentarse a degustar del producto.

Actividad

“Panadería y Pastelería La Palanqueta” es una organización inmersa en el sector productivo que se está proyectando como una pequeña empresa panificadora, dedicada la elaboración y comercialización de productos de panificación, utilizando materia

prima y maquinarias y aplicando técnicas básicas para su obtención. Se elabora pan, panes rellenos, palanquetas, galletas, pasteles, tortas, postres.

Una ventaja adicional es que se implementará fuentes de trabajo con este nuevo emprendimiento, del cual se beneficiarán varias personas del sector quienes serán los encargados de brindar el adecuado servicio de calidad.

Tamaño y distribución de la empresa

“Panadería y Pastelería La Palanqueta” será una microempresa en la cual trabajarán tres empleados al inicio y luego se irán aumentando hasta tener ocho colaboradores.

La infraestructura interna llevará diseños llamativos y elegantes con un enfoque inspirador donde el ambiente será relajante, va a ser un sitio ideal para poder brindar una buena experiencia a los consumidores con un servicio adecuado. Habrá una terraza donde los clientes van a poder relajarse mientras degustan los productos ofertados.

Estudio arquitectónico

“Panadería y Pastelería La Palanqueta” Su diseño consiste en el de dos plantas con una terraza amplia tiene un cuarto donde mantienen las máquinas para la elaboración de los productos Su capacidad de aforo incluido trabajadores y clientes es de 25 personas, la puerta de ingreso es muy amplia.

Necesidades que satisfacer

Ilustración 1. Pirámide de Maslow



Fuente: (Lara, 2022)

La escala de las necesidades de Maslow se describe a menudo como una pirámide que consta de cinco niveles: los cuatro primeros niveles pueden ser agrupados como necesidades de déficit (primordiales); al nivel superior lo denominó «autorrealización», «motivación de crecimiento», o «necesidad de ser. (Contreras, 2020)

Necesidad de Autorrealización

Se basa en que el personal tenga una capacitación constante y también estén relacionados con la productividad y también con moralidad, creatividad, espontaneidad, capacidad de resolución para un crecimiento en equipo. (Maslow, 2020)

Necesidad de Autoestima

Es un factor muy importante ya que si el trabajador no se siente bien es un riesgo de abandono latente y falta de desarrollo es por eso que se realizara capacitaciones y cursos constantes, se les brindará esa confianza que ellos deben tener para sentirse bien y llegar a la meta que se ha propuesto (Pérez, 2019).

Necesidad de seguridad

Se brindará seguridad y estabilidad laboral tanto en los contratos como con apoyo de las necesidades que el empleado pueda tener en su entorno familiar por eso tendrán un salario digno, premios por su desempeño, días libres a su elección, también para que el cliente se sienta seguro se mantendrá un ambiente de trabajo seguro y sobre todo saludables, con música que deleitara al público la limpieza va a ser constante señaléticas (Lupo, 2021).

Necesidad Social

Se va a incluir estrategias de socialización y vinculación para nuestro personal para mantener un alto grado de satisfacción. Cada empleado debe tener tiempo para su vida social o de lo contrario verá nuestro negocio como una verdadera Cárcel emocional (Instituto Europeo de Posgrado, 2021).

Localización de la empresa

“Panadería y Pastelería La Palanqueta” se ubicará en el sector sur de la ciudad de Quito barrio lucha de los pobres Av. 21 de agosto.

Visión.

La visión organizacional se define como el objetivo que uno espera lograr en un futuro tratándonos de la expectativa ideal de lo que queremos alcanzar además cómo planear conseguir la meta en un futuro.

Su “Panadería y Pastelería La Palanqueta” aspira a ser reconocida como un negocio que brinda productos de calidad a los clientes del sector donde se comercializan nuestros productos, buscando siempre un crecimiento sostenible en ventas, de esta manera llegar a otorgar nuestro servicio en distintos puntos de la región, satisfaciendo necesidades y con una atención cálida y de servicio (Terreros, 2022).

Objetivos empresariales

- Brindar una alimentación correcta en el desayuno siendo la comida más importante de todo el día y adicional ofrecer como un aporte social el tener buenas costumbres alimenticias.
- Satisfacer las exigencias de cada uno de los clientes a través de cada uno de los servicios que brinda la empresa con su personal capacitado.
- Generar un establecimiento adecuado con las comodidades necesarias para incluirla como cafetería.

Metas

- Aperturas de nuevas sucursales.
- Realizar estudios de mercado que permitan la asignación de precios más adecuados para aumentar las ventas.
- Contar con las herramientas necesarias y adecuadas para facilitar y agilizar el trabajo en forma permanente.
- Ser excelentes la atención y productos ofertados.

Estrategias

Las estrategias de una empresa permiten poder diseñar y crear valor buscando un objetivo con un plan para poder lograr un estado futuro.

- Obsequiar muestras de productos a la gente que pase por la calle.
- Ofrecer un ambiente atractivo para que los clientes se sientan a gustos.
- Preparar ofrecer un producto de calidad.
- Ofrecer productos con variedad para cada fecha especial.

Políticas***La empresa***

- Mejorar las expectativas de los clientes
- Todo supervisor deberá fomentar en sus empleados el espíritu de trabajo.
- Innovar constantemente los productos de La Palanqueta.
- Manejar precios accesibles para el consumidor.
- Reconocimiento a los empleados por su desempeño

Los trabajadores

- Deben tener buena actitud con el cliente.
- No debe haber relaciones sentimentales dentro del negocio entre trabajadores.
- Cumplir las obligaciones que se les otorga.
- Ser responsables con el negocio.
- Cumplir con los horarios establecidos.

FODA

Es una herramienta diseñada para comprender la situación de un negocio a través de la realización de una lista completa de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de una empresa. Resulta fundamental para la toma de decisiones actuales y futuras. (Pursell, 2021)

Fortalezas

- Variedad de productos.
- Mercadería de producción de consumo diario.
- Personal capacitado en la producción y servicio al cliente.
- Precios accesibles para todo tipo de cliente.
- Productos de calidad.
- Producto comestible de uso diario.

Oportunidades

Ubicación comercial, donde es visible y de fácil acceso al cliente.

- Captación de nuevos segmentos del mercado.
- Cambio en el comportamiento del consumidor evitando aglomeraciones.

Debilidades

- Altos costos.
- Falta de financiamiento.
- Errores contables.
- Falta de publicidad y poco reconocimiento.
- Corta fecha de durabilidad de consumo en los productos.

Amenazas

- Competencia en crecimiento, debido a la facilidad de producción.
- Cambio de hábitos de consumo por parte de la sociedad.
- Presencia de productos sustituidos.
- Aparición de competidores en la zona.

Desarrollo organizacional

El desarrollo organizacional consiste en estudiar los comportamientos que convierten a las organizaciones en entidades eficaces y funcionales.

Tipo de estructura

“Panadería y Pastelería La Palanqueta” tendrá una estructura de tipo vertical o bajo procesos, dentro de la panadería los trabajadores serán muy operativos porque tendrá que tomar las decisiones para que el negocio crezca y tienen que dar lo mejor de cada uno de ellos para poder manejar su área. Sera estructurado de la siguiente forma por procesos:

Procesos Estratégicos

El propietario del negocio tiene que encargarse en la publicidad de su negocio buscar estrategias para llegar al éxito planteado, gestión administrativa.

Procesos Operacionales

El maestro de la panadería tiene que encargarse en la elaboración de los productos que sea de calidad, preparar un servicio de alimentación de calidad, que cuente el cumplimiento de las técnicas y normativas de producción de la empresa.

El ayudante tiene que ayudar en las labores al panadero y a la planificación.

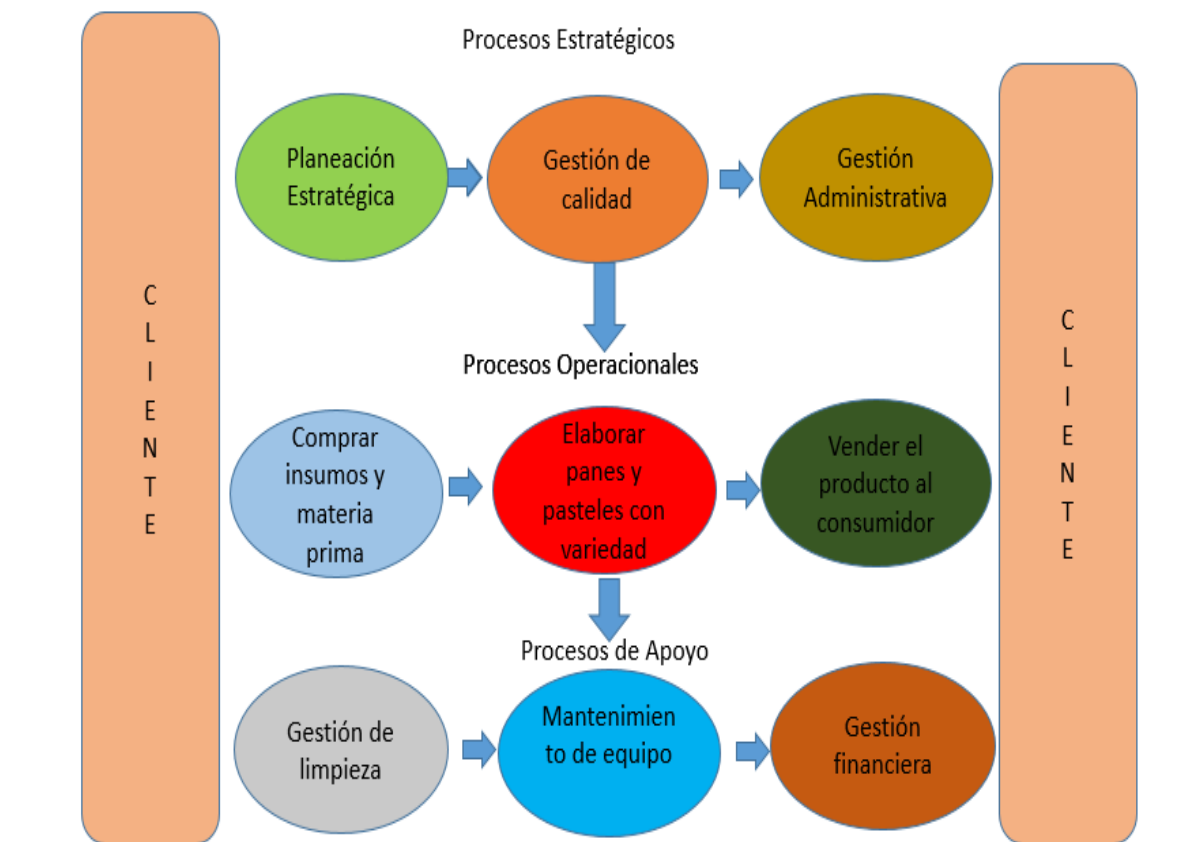
El vendedor debe prestar apoyo en los procesos de producción de la empresa con el cumplimiento de las técnicas y normativas de producción.

La cajera ejecutar las cuentas monetarias derivadas de las ventas en el local.

Procesos de apoyo

La limpieza del local se realizará por todo el personal se manejará por turnos pasando un día y así se irán turnando. La gestión financiera será encargada por un contador que se deberá contratar

Ilustración 3. Mapa de procesos de la “Panadería y Pastelería La Palanqueta”



Elaborador por: Wendy Arcos

Formalización

“Panadería y Pastelería La Palanqueta” es una empresa formal ya que cuenta con todos sus permisos y realiza el pagos de impuestos, también cuenta con un registro sanitario que es muy importante para que el cliente consuma un producto de calidad.

Centralización – Descentralización

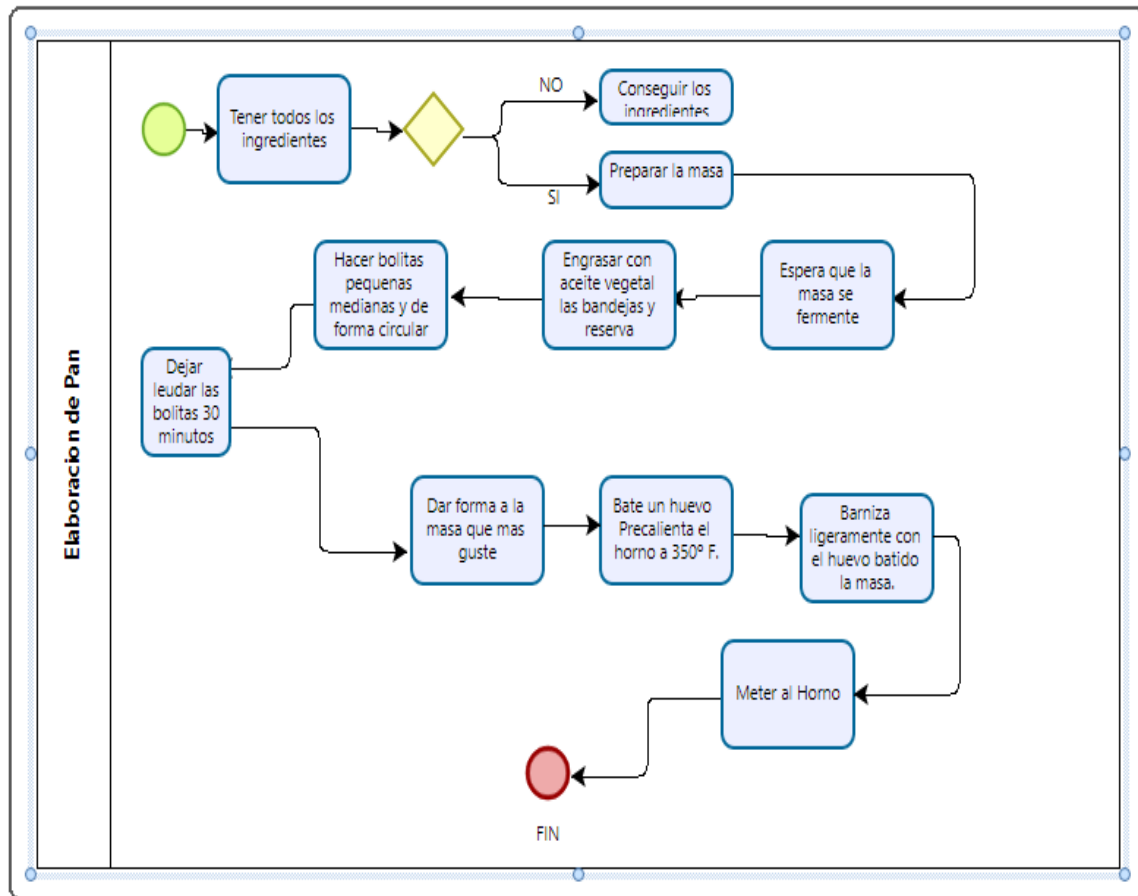
“Panadería y Pastelería La Palanqueta” se centralizará en la atención al cliente con una atención de calidad ofreciendo buenos productos con materia prima de calidad con mucha variedad y colores ya que así el cliente se sentirá atraído por el producto y muy a gusto con la compra que realicen y eso ayudará mucho para poder seguir creciendo.

Descentralización se va a dar en la delegación de sus actividades y compromiso de cada colaborador en sus áreas correspondientes tienen que ser responsables cuidar de cada herramienta que sea proporcionada ayudarse unos a otros aportar con ideas que ayuden al crecimiento de la empresa que exista participación de todos como equipos. Así con la ayuda y compromiso de todos se llegará al éxito.

Integración

La integración organizacional se va a basar en la participación de todos los colaboradores, se llevará un control y un registro de cada actividad que realicen ya que todos los colaboradores deben participar todos por iguales.

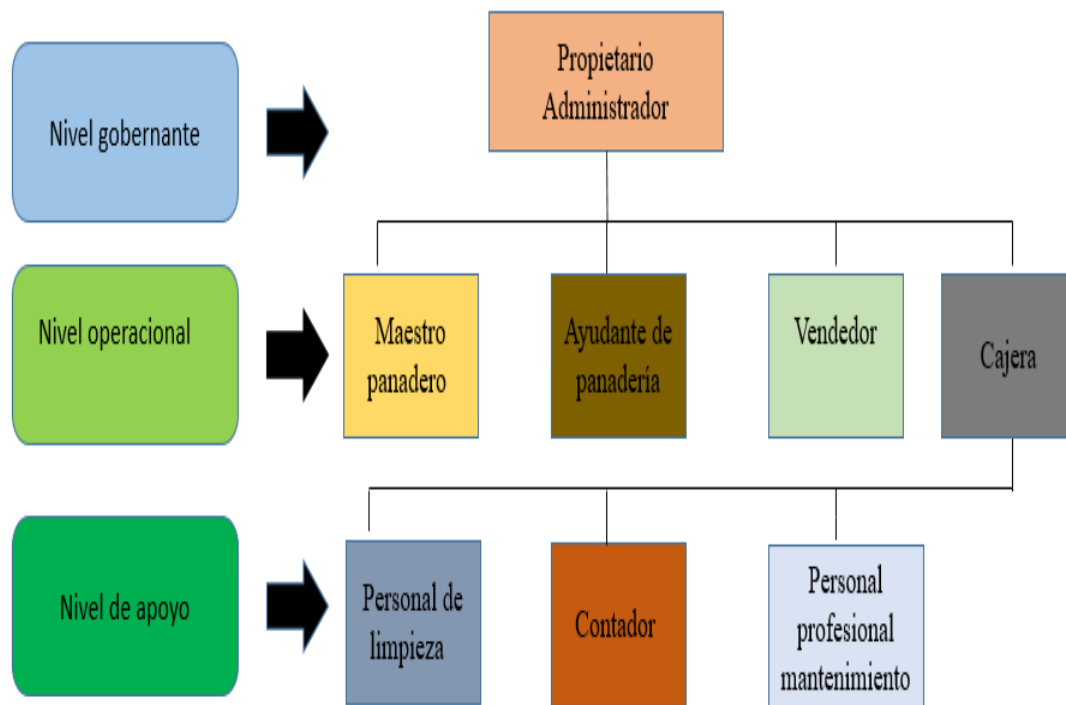
Ilustración 4. Flujo de procesos del servicio de peluquería de la “Panadería y Pastelería La Palanqueta”



Elaborado por: Wendy Arcos

Organigrama empresarial

Ilustración 5. Organigrama empresarial “Panadería y Pastelería La Palanqueta”



Elaborado por: Wendy Arcos

Funciones del personal

Detalles generales del puesto de administrador

Tabla 1 Funciones Del Personal

Detalles generales del puesto de Administrador	
Empresa	Panadería y Pastelería “La Palanqueta”
Unidad Administrativa	Área administrativa
Misión del puesto	Formular y ejecutar los planes y objetivos de la empresa, elaboración de presupuestos planificación y supervisión de las actividades de ventas lograr el crecimiento tanto como a corto o a largo plazo.
Denominación del puesto	Administrador
Rol del puesto	Administración y supervisión
Remuneración	\$ 900 dólares americanos

Elaborado por: Wendy Arcos

Méritos aspectos para considerar, Administrador

Tabla 2. Méritos aspectos para considerar, Administrador

Instrucción	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Administrador de Empresas	2 años	Dirigir, planificar y controlar las actividades de todo el equipo	Respeto Compromiso

Elaborado por: Wendy Arcos

Detalles generales del puesto del maestro

Tabla 3. Detalles generales del puesto del maestro

Detalles generales del puesto del Maestro Panadero	
Empresa	Panadería y Pastelería “La Palanqueta”
Unidad Administrativa	Área operacional
Misión del puesto	Preparar un servicio de alimentación de calidad, que contemple el cumplimiento de las técnicas y normativas de producción de la empresa
Denominación del puesto	Maestro Panadero
Rol del puesto	Realizar productos de panadería
Remuneración	\$ 550 dólares

Elaborado por: Wendy Arcos

Méritos aspectos para considerar del maestro panadero

Tabla 4. Méritos aspectos para considerar, Maestro panadero

Instrucción Formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Maestro Panadero	5 años	Conocimiento en la elaboración de productos de panadería y pastelerías	Responsable, Ordenado, uniformes limpios

Elaborado por: Wendy Arcos

Detalles generales del puesto de Ayudante de Panadería

Tabla 5. Detalles generales del puesto de Ayudante de Panadería

Detalles generales del puesto de Ayudante de Panadería	
Empresa	Panadería y Pastelería “La Palanqueta”
Unidad Administrativa	Área operacional
Misión del puesto	Asistir al panadero en las labores de planificación diarias
Denominación del puesto	Ayudante de panadera
Rol del puesto	Realizar productos de panadería
Remuneración	\$ 450 dólares

Elaborado por: Wendy Arcos

Méritos aspectos a considerar del ayudante de panadería

Tabla 6. Aspectos a considerar del ayudante de panadería

Instrucción Formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Ayudante de panadería	3 años	Conocimiento en panadería asistir al panadero	Responsable, Trabajo bajo presión Trabajar en equipo uniformes limpios

Elaborado por: Wendy Arcos

Detalles generales del puesto de la persona vendedora

Tabla 7. Detalles generales del puesto de la persona vendedora

Detalles generales del puesto de la persona vendedora	
Empresa	Panadería y Pastelería “La Palanqueta”
Unidad Administrativa	Área operacional
Misión del puesto	Asesora y responder consultas de los clientes de manera amable y comunicar a los clientes sobre los productos de la empresa
Denominación del puesto	Vendedora
Rol del puesto	Vender los productos de panadería
Remuneración	\$ 450 dólares

Elaborado por: Wendy Arcos

Méritos aspectos a considerar, Vendedora

Tabla 8. Méritos aspectos a considerar, Vendedora

Instrucción Formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Cursos en ventas	2 años	Verificar el dinero recibido y devuelto del cliente honestidad sobre todo	Honestidad, presencia, trabaja bajo presión

Elaborado por: Wendy Arcos

Detalles generales del puesto de cajera

Tabla 9. Detalles generales del puesto de cajera

Detalles generales del puesto de cajera	
Empresa	Panadería y Pastelería “La Palanqueta”
Unidad Administrativa	Área operacional
Misión del puesto	Realizar el cierre de caja y su cuadratura, y finalizando con la entrega del dinero al administrador
Denominación del puesto	Cajera
Rol del puesto	Pasar por el scanner las mercancías y verificar
Remuneración	\$ 450 dólares

Elaborado por: Wendy Arcos

Méritos aspectos a considerar, cajera

Tabla 10. Méritos aspectos a considerar, cajera

Instrucción Formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnología en Administración	2 años	Atención al cliente experiencia en ventas	Responsabilidad Honestidad

Elaborado por: Wendy Arcos

Detalles generales del puesto del personal de limpieza

Tabla 11. Detalles generales del puesto del personal de limpieza

Detalles generales del puesto del personal de limpieza	
Empresa	Panadería y Pastelería “La Palanqueta”
Unidad Administrativa	Área operacional
Misión del puesto	Mantener nuestro local limpio y ordenado
Denominación del puesto	Personal de limpieza
Rol del puesto	Limpiar áreas designadas del negocio
Remuneración	\$ 250 dólares (MEDIO TIEMPO)

Elaborado por: Wendy Arcos

Méritos aspectos a considerar del personal de limpieza

Tabla 12. Méritos aspectos a considerar, Personal de limpieza

Instrucción Formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Título de Educación secundaria	1 año	Conocimientos de productos químicos de limpieza	Responsable Colaborador con el resto del personal

Elaborado por: Wendy Arcos

Detalles generales del puesto del Contador

Tabla 13. Detalles generales del puesto del Contador

Detalles generales del puesto del Contador	
Empresa	Panadería y Pastelería “La Palanqueta”
Unidad Administrativa	Área operacional
Misión del puesto	Registrar en el sistema todo lo contable que se haga en el negocio
Denominación del puesto	Contador
Rol del puesto	Realizar reportes y estados financieros
Remuneración	\$ 600 dólares

Elaborado por: Wendy Arcos

Méritos aspectos a considerar, Personal de Contabilidad

Tabla 14. Méritos aspectos a considerar, Personal de Contabilidad

Instrucción Formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Licenciatura o tener conocimientos técnicos en administración	1 a 3 años	Conocimientos en programación y análisis de sistema financiero	Responsable, Honestidad, activo

Elaborado por: Wendy Arcos

Detalles generales del puesto del personal profesional de mantenimiento

Tabla 15. Méritos aspectos a considerar, Personal de mantenimiento

Detalles generales del puesto del personal profesional mantenimiento	
Empresa	Panadería y Pastelería “La Palanqueta”
Unidad Administrativa	Área operacional
Misión del puesto	Llevará cabo las tareas de mantenimiento
Denominación del puesto	Personal profesional de mantenimiento
Rol del puesto	Reparaciones en los equipos
Remuneración	\$ 450 dólares

Elaborado por: Wendy Arcos

Méritos aspectos a considerar del personal de mantenimiento

Tabla16. Méritos aspectos a considerar, Personal de mantenimiento

Instrucción Formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Título de educación Secundaria y Primaria	1 a 3 años	Experiencia en el uso de herramientas eléctricas y manuales	Responsable, Compromiso

Elaborado por: Wendy Arcos

3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

Marketing:

El marketing crea, explora y entrega valor con la finalidad de satisfacer las necesidades de los usuarios en un mercado denominado como objetivo y con fines de lucro, así mismo el marketing identifica los deseos y necesidades no realizados, por lo tanto, cuantifica y mide el tamaño del mercado revisando cual es el potencial que tiene.

Por otro lado, se puede definir al marketing como mercadeo el cual permite crear, comunicar y cambiar las ofertas que tiene la empresa por un valor enfocado a los consumidores o usuarios, por lo tanto, es una serie de estrategias, prácticas y técnicas como su objetivo general (Ramón et al., 2022)

Objetivos de mercadotecnia

Su objetivo principal es el posicionar el producto, servicio o marca en la memoria de cada uno de los consumidores, partiendo desde conocer las necesidades de la población, y de esta forma controlar y poner en marcha las actividades que se encargan de la comercialización más eficiente del producto, por lo tanto, la mercadotecnia pone en marcha una estrategia sana y sobre todo óptima del producto (Quispe et al., 2020)

Investigación de mercado

En lo que respecta a la investigación de mercado se la identifica como la recolección, planeación y el respectivo análisis de cada uno de los datos encontrados en la investigación para de esta forma tener una toma de decisiones adecuada dentro del

marketing que realice la empresa y por consiguiente se efectúe la una correcta comunicación de los resultados que se obtengan (Moran, 2022)

Panadería y Pastelería “La Palanqueta” dentro del proceso en la investigación de mercado aplicó la investigación sistemática y aplicada y de esta forma tener una correcta recolección de información tanto de fuentes primarias como secundarias y después desarrollar el respectivo análisis y discusión de los resultados los mismos que permiten identificar el entorno en donde se ubicará la empresa y por lo tanto sus operaciones se efectuará desde el mismo lugar físico.

Por otro lado, se procede con la identificación de los posibles clientes, a quienes se les entregará productos de calidad en todo momento, puesto que el mismo es considerado un producto de primera necesidad y que está disponible para todas las edades.

En lo que respecta a la investigación de campo se la aplica por medio del desarrollo de una encuesta que permitirá la recolección de la información, esta encuesta tiene la finalidad de definir varias directrices y lineamientos que serán aplicables al producto que brinda la empresa, de igual forma esta investigación permite conocer de una manera más clara cuales con las tendencias y preferencias que tienen los clientes en lo que respecta a los diferentes tipos de productos que puede producir la panadería.

De esta forma la visión que se tiene es más clara y objetiva, por lo tanto, es aplicable la investigación de mercado porque se pueden identificar tendencias o inclinaciones que permitan una correcta elaboración de producción.

Modalidad

En lo que respecta a los datos obtenidos por el INEC el 36% de los habitantes de Quito viven en el Sur, en el cual existen alrededor de 421 barrios que se organizan por 2 administraciones zonales, teniendo una totalidad de 850 mil personas (INEC, 2020). Este trabajo se basa en la observación y de igual forma en la investigación de campo haciendo una segmentación de la población en donde existe un núcleo de 150 familias en el sector en donde se implementará la Panadería.

Para la recolección de la información se aplica una encuesta en donde se establecen varias preguntas tanto en escala de Likert como dicotómicas con la finalidad de conocer las tendencias de la población de estudio.

Plan de muestreo

Se utilizó un muestreo probabilístico aleatorio y para una población finita.

El plan de muestreo se basa en conocer la población finita a la cual se aplica las encuestas los cuales están relacionados con las variables de estudio. Para determinar el tamaño de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

N = Tamaño segmentado de la población 150 familias

Z = nivel de confianza 95%

P = probabilidad de éxito 50%

Q = Probabilidad de fracaso 50%

e = error de estimación muestral 5%

n = tamaño de la muestra

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

$$n = \frac{150 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2 * (150 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{144}{1.3329} = 108$$

Análisis de las encuestas

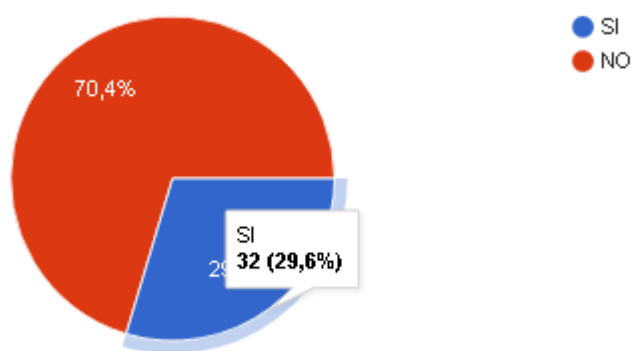
Pregunta 1: ¿Existen panaderías en su sector?

Tabla 37. Pregunta 1

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
NO	76	70,4%
SI	32	29,6%

Elaborador por: Wendy Arcos. Pregunta 1

Ilustración 6. Pregunta 1. Gráfico circular



Elaborador por: Wendy Arcos. Pregunta 1

Análisis: De la totalidad de las personas encuestadas 29,6% que representan a 32 personas afirman que, si existe una panadería en su sector, el 70,4% menciona que no existe una panadería; por lo tanto, se debería tomar en cuenta a la minoría de la población para iniciar un proceso de creación de una panadería.

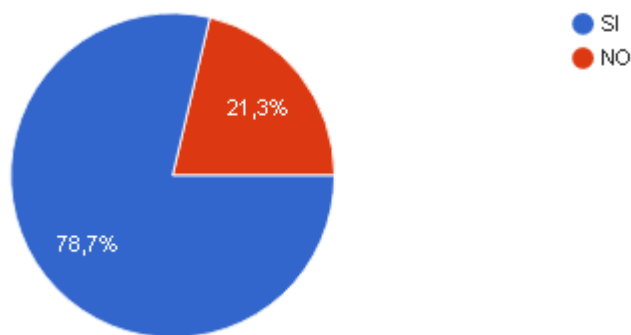
Pregunta 2. ¿Usted estaría dispuesto a comprar productos de una panadería que estén elaborados a base de quinua?

Tabla 18. Pregunta 2

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
NO	23	21,3%
SI	85	78,7%

Elaborador por: Wendy Arcos. Pregunta 2

Ilustración 7. Pregunta 2. Gráfico Circular



Elaborador por: Wendy Arcos Pregunta 2

Análisis. En lo que respecta a esta pregunta el 21.3% de la población menciona que no consume productos elaborados a base de quinua, el 78.7% menciona que si compraría productos elaborados con quinua.

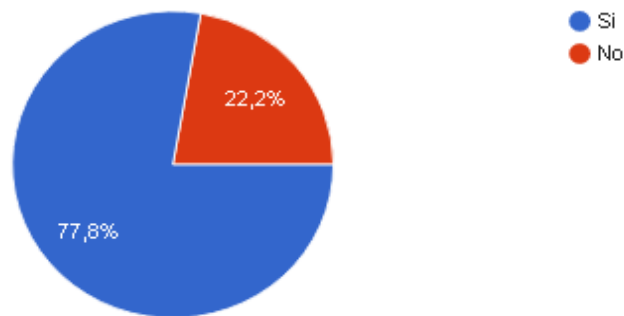
Pregunta 3. ¿Para usted es importante que el pan este fresco?

Tabla 19. Pregunta 3

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	85	78.7%
NO	24	21.3%

Elaborador por: Wendy Arcos. Pregunta 3

Ilustración 8. Pregunta 3. Gráfico circular



Elaborador por: Wendy Arcos. Pregunta 3

Análisis: revisando la tendencia que existe al momento de saber si para la población es importante que el pan se encuentre fresco; el 77.8% de la población encuestada afirma que el pan debería estar fresco, como tal la panadería siempre considerar que los productos se encuentren frescos.

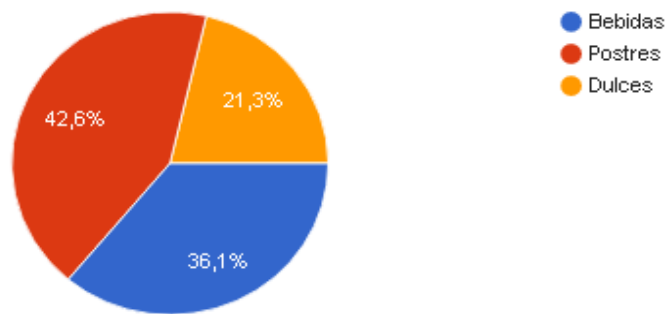
Pregunta 4. ¿Qué otros productos le gustaría encontrar en la panadería?

Tabla 20. Pregunta 4

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
BEBIDAS	39	36.1%
POSTRES	46	42.6%
DULCES	23	21.3%

Elaborador por: Wendy Arcos. Pregunta 4

Ilustración 9. Pregunta 4. Gráfico circular



Elaborador por: Wendy Arcos. Pregunta 4

Análisis: en esta pregunta existe una tendencia del 42.6% que representan a 42 encuestados quienes mencionan que les gustaría encontrar en la panadería Postres y el 36.1% de la población le gustaría encontrar bebidas en la panadería; se llega a la discusión de que la panadería debería tener productos opcionales para el consumo.

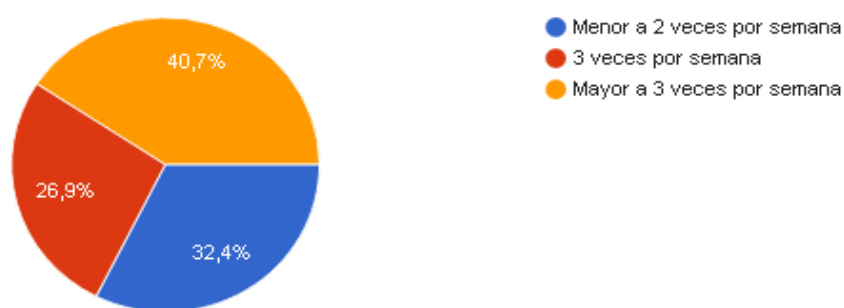
Pregunta 5: ¿Con que frecuencia consume pan en la semana?

Tabla 21. Pregunta 5

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
MENOR A 2 VECES POR SEMANA	35	32.4%
3 VECES POR SEMANA	29	26.9%
MAYOR A 3 VECES POR SEMANA	44	40.7%

Elaborador por: Wendy Arcos. Pregunta 5

Ilustración 10. Pregunta 5. Gráfico circular



Elaborador por: Wendy Arcos. Pregunta 5

Análisis: el consumo de pan en la semana por parte de la población de estudio es del 32.4% que lo hace menos de dos veces por semana, el 26.9% consumen pan tres veces por semana; por consiguiente, la panadería deberá hacer una cantidad de pan considerable para la población puesto su consumo de pan no es recurrente.

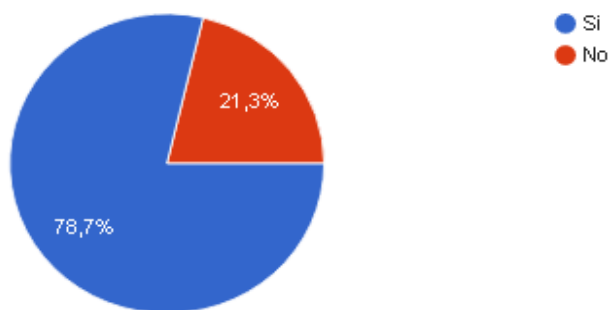
Pregunta 6: ¿Te gustaría comprar pan que este elaborado con productos saludables?

Tabla 22. Pregunta 6

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	85	78.7%
NO	23	21.3%

Elaborador por: Wendy Arcos. Pregunta 6

Ilustración 11. Pregunta 6. Gráfico circular



Elaborador por: Wendy Arcos. Pregunta 6

Análisis: Existe una tendencia en la pregunta sobre si le gustaría consumir pan que estén elaborados con productos saludables, por lo que el 78.7% de la población manifestó que, si lo considera oportuno, frente a esta afirmación, la panadería debe tomar en cuenta que los productos deben estar hechos de productos adecuados a su consumo.

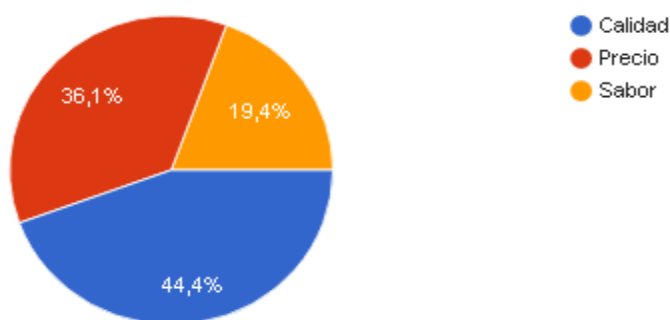
Pregunta 7: ¿Qué aspecto es el más importante cuando compras un producto?

Tabla 23. Pregunta 7

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
CALIDAD	48	44.4%
PRECIO	39	36.1%
SABOR	21	19.4%

Elaborador por: Wendy Arcos. Pregunta 7

Ilustración 12. Pregunta 7. Gráfico circular



Elaborador por: Wendy Arcos. Pregunta 7

Análisis: haciendo referencia a esta pregunta la mayoría de los encuestados mencionan que lo más importante para comprar los productos de la panadería se basan en la calidad con el 44.4%; mientras que el 36.1% revisa el precio; frente a estas afirmaciones se deben considerar como características a la calidad y el precio en los productos.

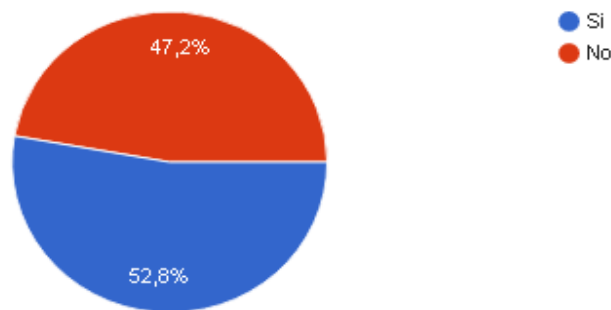
Pregunta 8: ¿Consume pan integral?

Tabla 24. Pregunta 8

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	57	78.7%
NO	51	21.3%

Elaborador por: Wendy Arcos. Pregunta 8

Ilustración 13. Pregunta 8. Gráfico circular



Elaborador por: Wendy Arcos. Pregunta 8

Análisis: la población de estudio afirma bajo una tendencia considerable que si consume pan integral en un 5.8%, por lo tanto, se debe tener una producción mayor en panes integrales en diferentes presentaciones para que los clientes tengan variedad dentro de la panadería.

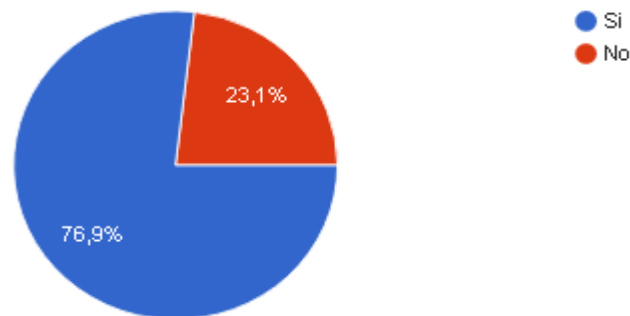
Pregunta 9: ¿Es importante para usted la variedad de sus productos?

Tabla 25 Pregunta 9

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	83	76.9%
NO	25	23.1%

Elaborador por: Wendy Arcos. Pregunta 9

Ilustración 14. Pregunta 9. Gráfico circular



Elaborador por: Wendy Arcos. Pregunta 9

Análisis: la pregunta sobre si es importante que exista variedad de los productos la mayoría de la población en un 76.9% afirma que es importante la variedad en la panadería para que de esta forma los clientes tengan varias opciones de compra.

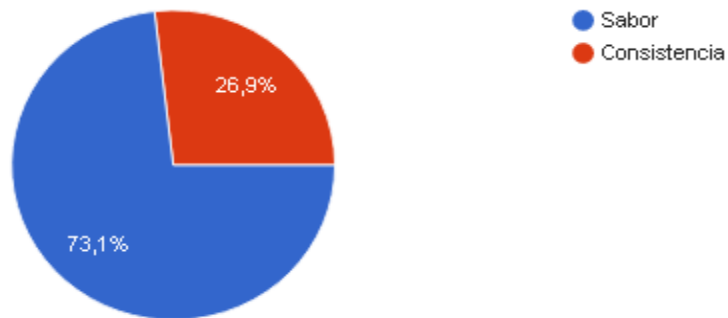
Pregunta 10: ¿Al consumir nuestro producto se fija e?

Tabla 26. Pregunta 10

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SABOR	79	73.1%
CONSISTENCIA	29	26.9%

Elaborador por: Wendy Arcos. Pregunta 10

Ilustración 15. Pregunta 10. Gráfico circular



Elaborador por: Wendy Arcos. Pregunta 10

Análisis: lo más importante para la población en lo que respecta en lo que más se fija de los productos afirman que es el sabor con una tendencia del 73.1%; finalmente se puede analizar que la población de estudio requiere de variedad de productos, así como el sabor.

Análisis general

El análisis más importante que se obtiene de la información recolectada en la encuesta es que la población de estudio prefiere consumir productos de la panadería en la jornada de la mañana en un 64.8%, por lo tanto, se debería recurrir a una planificación en donde se pueda tener gran cantidad de productos en esta jornada.

De la misma forma es relevante tener en cuenta que la población prefiere en un 78.7% productos completamente frescos, lo que permite tener una demanda aun mayor de la producción, la panadería debe considerar la idea de que a más de contar con productos propios de una panadería la población de estudio gusta encontrar postres y bebidas. La producción semanal de los productos de la panadería debe ser frecuente puesto que los mismo son consumidos más de tres veces por semana, los mismos que deben estar elaborados con productos saludables, puesto que existe una tendencia bastante relevante de estas dos características.

Finalmente es importante que los productos como el pan, postres y dulces que oferta la panadería sean de calidad, puesto que los pobladores mencionan en un 44.4% que el aspecto que miran de su producto que consumen es la calidad seguido del precio y finalmente del sabor.

Entono empresarial

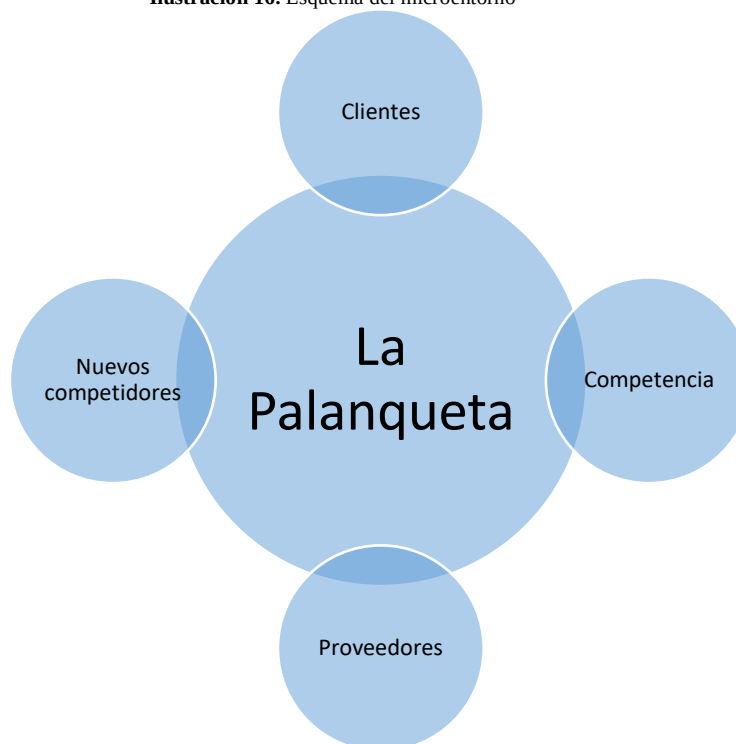
Las empresas no se las debe considerar como absolutas, no se encuentran solas en el mundo, al ser un sistema abierto las mismas operan bajo ambientes que las ciñe y envuelve, por lo tanto, se denomina ambiente a todo lo que le rodea a la empresa, por ello los ambientes forman un contexto dentro de un sistema global.

Microentorno

Tomando como referencia se define al micro entorno a todas las organizaciones consideradas como funcionales y que también cuentan con un ambiente competitivo el mismo que es inmediato y cercano, y está dispuesto a incluir a las demás organizaciones con las cuales puede interactuar de forma directa.

“Panadería y Pastelería La Palanqueta” tiene como su punto de partida al micro entorno que está determinado por los siguientes factores que se los considera como limitantes o que pueden afectar al emprendimiento, los mismos que se detallan a continuación:

Ilustración 16. Esquema del microentorno



Elaborado por: Wendy Arcos (2022). *Factores del microentorno. La Palanqueta*

Ilustración 17. Ubicación de La Palanqueta



Fuente: Google Maps (2022). Diseño de la ubicación

Amenaza de entrada de nuevos competidores en el mercado

Dentro del modelo de negocio en el cual está es bastante innovador y de mucho interés de las personas por lo tanto tiene la posibilidad de que este emprendimiento a posterior se encuentre amenazado por el ingreso de otros negocios similares a éste; por este motivo se tienen que desarrollar estrategias que logren el reconocimiento y posicionamiento de la marca por medio de la diversificación de los productos y servicios que ofrece.

Competencia directa

“Panadería y Pastelería La Palanqueta” como una empresa de venta de productos elaborados de panadería como bocaditos de sal y dulce, pan en varias opciones y bebidas de distintas marcas y modelos, no cuenta con una competencia directa, puesto que es la única Panadería que se encuentra en el Sector.

Clientes

“Panadería y Pastelería La Palanqueta” es un emprendimiento que se enfoca en las familias que viven en el sector y por ende de sus alrededores, que se preocupa de la salud y el bienestar de los clientes, teniendo en su establecimiento productos de alta calidad, bajo estándares como precio, materia prima y sobre todo el llevar a la mesa de los clientes un producto apreciado.

Proveedores

Dentro del compromiso de “Panadería y Pastelería La Palanqueta” es proveer de la mejor materia prima para tener un producto de calidad, por ello cuenta con los mejores proveedores a nivel nacional los mismos que garantizan la calidad en la elaboración de los productos que se llevan a cabo en la empresa.

Tabla 27. Proveedores

Proveedor	Características	Materia prima
Grupo superior	• Harinas de trigo fortificadas y especializadas para la fabricación de productos de todo tipo y procesos industriales.	Harina de trigo
Levaplan	• Producto de origen orgánico. • Se obtiene a partir de levadura fresca. • Única levadura seca en el mercado de consumo. • No requiere refrigeración. • Presentaciones cómodas para el consumidor. • Excelente aroma, sabor y resultados en producto terminado.	Levadura
Miraflores	• Rica en vitamina A, D, E, B12 y K2. • Tiene propiedades anticancerosas	Productos lácteos y derivados.
Grupo Ali	• Productos sanos y naturales. • Garantiza el bienestar alimenticio y nutricional de todos los consumidores.	Azúcares y derivados

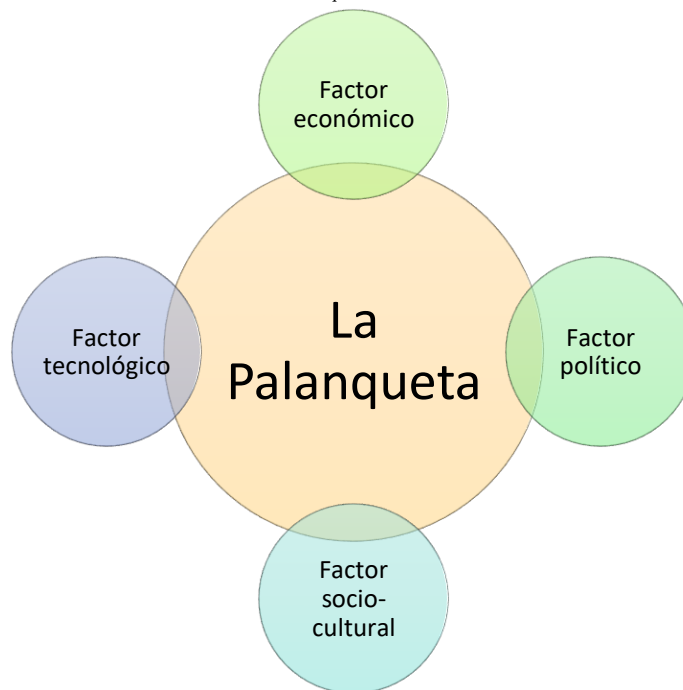
Elaborado por: Wendy Arcos (2022). *Tabla de Proveedores. La Palanqueta*

Macroentorno

La mayoría de las empresas operan por medio de un macroentorno, el mismo que se define en base a los elementos más comunes o denominados generales del ambiente externo que promueven el potencial que se requiere, y a la vez influyen en las decisiones de una estrategia puesta por la empresa.

A continuación, se muestra un análisis del macroentorno de La Palanqueta, los cuales influyen tanto de forma indirecta como directa:

Ilustración 18. Esquema del macroentorno



Elaborado por: Wendy Arcos (2022). Esquema del macroentorno. La Palanqueta

Factor económico

Actualmente la mayoría de los emprendimientos se encuentran afectados económicamente a causa de la Pandemia Covid-19, la misma que se introdujo en nuestro país a partir de abril de 2020 ocasionando varias pérdidas económicas por las restricciones que se establecieron bajo el territorio ecuatoriano, con ello también se afectaron los sectores comerciales, productivos y de servicios.

Por este antecedente, “Panadería y Pastelería La Palanqueta” está consciente de esta situación que un sigue viviendo el país, lo cual implica que los precios de los productos de la panadería se encuentran al acceso de todos sus clientes, son precios bastante competitivos y por ende en base a las necesidades del mercado.

Factor tecnológico

Los avances que en la actualidad tiene la tecnología ha permitido que la empresa también involucre dentro de sus maquinarias el uso de la tecnología, para que en el caso de los hornos puedan ser manipulados por un computador o tabletas y con ellos evitar los riesgos de los empleados, de igual forma consta de un sistema de ventas.

Dentro de las estrategias de marketing, la empresa tiene personal específico que se maneja por medio de la interacción de redes sociales y pedidos que puedan llegar para un mejor servicio a domicilio.

Factor socio-cultural

En la actualidad la sociedad se encuentra más consciente en el consumo de productos que contienen un alto porcentaje calórico, por lo cual los clientes ahora solicitan productos con una materia prima saludable, lo cual evita algún tipo de enfermedades y por consiguiente la panadería se ha inclinado en usar ingredientes bastante saludables y sobre todo que permitan que todos sus clientes lo puedan consumir de forma diaria y que se encuentra bajos los parámetros de una dieta diaria y balanceada.

Factor político

“Panadería y Pastelería La Palanqueta” es un emprendimiento que está situado en el sector sur de la ciudad de Quito, frente a ello esta empresa se encuentra sometida al control de varias leyes y reglamentos, con la finalidad de cumplir con todos los procesos para que cuente con sus normativas al día sin necesidad de afectar a la población en donde se encuentra la panadería.

Para ello, se dará total cumplimiento a las disposiciones que rigen para el emprendimiento y tipo de negocio, en este sentido aun continuar con el cumplimiento de medidas de bioseguridad puesto que el virus del COVID sigue latente, no con tanta peligrosidad, pero La palanqueta siempre está pendiente ante algún tipo de contagio.

Productos y servicios

“Panadería y Pastelería La Palanqueta” es un emprendimiento que se enfocará en la producción de panes en todos sus tipos, productos de dulce y de sal, así como la venta de bebidas que son parte de la actividad misma de la Panadería, tiene como meta específica dar un servicio personalizado a cada uno de sus clientes.

Producto esencial

En referencia el producto esencial es el que el cliente realmente lo compra, es el servicio básico del producto, por lo tanto, en “Panadería y Pastelería La Palanqueta” el cliente compra pan en diversas presentaciones y productos, cumpliendo necesidades económicas, de calidad y de salud y sobre todo que se encuentran al alcance de todos los clientes.

Producto real

Se considera un producto real al aquel que marca la diferencias con sus características específicas como la masa, calidad, empaque, por lo tanto “Panadería y Pastelería La Palanqueta” cuenta con una variedad bastante amplia de tipo de pan para que el cliente tenga diversidad de acuerdo con las necesidades específicas.

Características

En lo que respecta al proceso de comercialización “Panadería y Pastelería La Palanqueta” tendrá una clasificación de los productos (panes), en base a sus características propias de producción:

- Pan de trigo. Es un pan con una harina básica, este puede ser pan blanco o integral (harina sin refinar), por lo tanto, tienen un mayor valor nutricional puesto que es rico en fibra, mineral y vitaminas. En lo que respecta a valor nutricional 100 g de pan blanco tienen unas 260 kcal frente a las 230 kcal del pan integral.
- Pan de centeno. Tiene una miga más oscura y compacta, su comercialización es muy frecuente cuando es mezclado con harina, el consumo diario de pan de espelta disminuye los niveles de colesterol y regula el metabolismo.
- Pan de maíz. Es elaborado con base de harina de maíz que no contiene gluten, lo que le hace apto para su consumo.

Calidad

Para que se cumpla con la calidad del producto, “Panadería y Pastelería La Palanqueta” tiene a los mejores profesionales quienes se encuentran capacitados bajo los lineamientos que permiten brindar el mejor servicio a los clientes al momento de comprar un producto en la panadería.

Estilo

El local de “Panadería y Pastelería La Palanqueta” cuenta con colores adecuados para la venta de este producto, accesorios y temática innovadora así mismo como accesorios basados en panes, olores ricos, café.

Marca

El nombre que se seleccionó fue “Panadería y Pastelería La Palanqueta” el mismo que hace referencia al producto mismo del emprendimiento el cual es vender pan, y sus derivados, de igual forma es muy comen que estos nombres se enfoquen en el cliente puesto que permite enfocarse en un mercado específico.

“Panadería y Pastelería La Palanqueta” hace una referencia muy sólida a aquellas referencias específicas de los clientes como uno de los aliados más importantes y estratégicos quienes tienen expectativas comunes con su salud y el producto, en el sabor, la calidad y sobre todo el tener un producto fresco a costos accesibles.

Diferenciación

La diferencia que tienen los productos de “Panadería y Pastelería La Palanqueta” radica esencialmente en brindar un servicio personalizado y de calidad a cada uno de los clientes que desean consumir un producto de la panadería. Por otro lado, es un emprendimiento que será único en el sector porque hasta el momento no existe algún emprendimiento similar que oferten este tipo de productos enfocados a la panadería.

Plan de introducción al mercado

Distintivos y uniformes

Área administrativa

El o la administradora/a de la empresa utilizará un uniforme de trabajo el mismo que tiene un estampado del logotipo de la empresa y de igual forma se le hará conocer su jornada de trabajo bajo la ley establecida.

Administrador/a

- Blusa o camisa de manga corta en color gris con vivos celestes.
- Pantalón de tela en color gris
- Zapatos casuales

Ilustración 19. Diseño uniforme Administrador/a



Elaborado por: Web

Área de producción

- Camisa manga larga de tela de color blanca.
- Pantalón color gris
- Mandil color blanco
- Zapatos de trabajo color gris



Elaborado por: Web

Área operativa

El personal de servicio al cliente deberá portar

- Vestido de tela gris
- Mandil blanco
- Zapatos color gris sin tacones

Para el área de caja

- Blusa color gris con vivos blancos
- Pantalón de tela gris
- Zapatos blancos o grises sin tacones



Elaborado por: Web

Materiales para la identificación

Logotipo

Ilustración 22. *Logotipo La Palanqueta*



Elaborado por: Panadería (2022). *Diseño del logotipo. La Palanqueta*

Elementos que conforman el logotipo

- Se cuenta con un logotipo sencillo y básico, el mismo que se comprende de forma rápida y fácil el giro del emprendimiento.
- El pan en el centro es una palanqueta con vapor asumiendo un pan caliente
- En el lado derecho del logo se encuentra una torta, puesto que no solo se vende pan sino otros productos.
- El fondo gris refleja los colores corporativos
- Las letras son de color blanco, las mismas que no son nocivas a la vista y además fáciles de leer.

Colores

- Blanco. Significa alimentos saludables, fortalecimiento, armonía, seguridad.
- Gris. Exclusividad, potencia o fuerza, fiabilidad y conocimiento.
- Anaranjado. Atractivo a la vista de los consumidores, energía, alegría.
- Rojo. Tiene un significado de poder, pasión, determinación, y sobre todo hecho con mucho amor y energía.

Tarjeta de presentación

En el anverso de la tarjeta de presentación se encuentra el logotipo de forma central de la empresa.

Ilustración 23. Tarjeta de presentación. Anverso



Elaborado por: Panadería (2022). *Tarjeta de presentación*

En el reverso de la tarjeta se tiene toda la información importante de la empresa como el nombre de la administradora, ubicación, correo electrónico y teléfono para información.

Ilustración 24. Tarjeta de presentación. Reverso



Elaborado por: Panadería (2022). *Tarjeta de presentación reverso*

Hoja membretada

Dentro de la papelería que usará “Panadería y Pastelería La Palanqueta” es informativa y de identidad corporativa, la misma que será empleada para situaciones oficiales y formales.

Ilustración 25. Hoja membretada



Elaborado por: Panadería (2022). *Tarjeta de presentación reverso*

Canales de distribución

“Panadería y Pastelería La Palanqueta” tiene como único canal de distribución su local ubicado en el sur de Quito Barrio lucha de los pobres AV 21 de agosto y Maldonado.

Promoción

- Como medio principal de promoción para la empresa son las redes sociales y los medios digitales que permiten obtener información de los productos que ofrece y su modelo de negocio.
- Las campañas publicitarias serán en medios digitales y de forma física.
- El objetivo es la participación den eventos como ferias abiertas y de emprendimientos.

Contacto

- Números de teléfono
- Redes sociales de la empresa
- Correo electrónico de la empresa

Correspondencia

- Correo electrónico

Negociación

- De forma directa en la empresa
- Vía telefónica
- Mensajes instantáneos por WhatsApp

Financiamiento de publicidad

Tabla 28. Financiamiento publicidad

GASTOS DE PROMOCIÓN		
DETALLE	CANTIDAD	VALOR USD
Publicidad por redes sociales.	1 por cada mes	\$75.00
Anuncio publicitario por medios de (radio)	1 cada 6 meses	\$30.00
Tarjetas de presentación	1000	\$400.00
Volantes	1000	\$50.00
TOTAL		\$555.00
TOTAL ANUAL		\$555.00

Elaborado por: Wendy Arcos

Riesgo y oportunidad

Uno de los riesgos más importantes en la actualidad que tienen las empresas que se encuentran constituidas en este tiempo post pandemia tiene un riesgo bastante alto de que no puedan afrontar a una la crisis económica a consecuencia de la pandemia del covid-19; esto a causa de que aún no se cuenta con ingresos estables en los consumidores y de igual forma créditos o deudas atrasadas.

Otro de los riesgos es que una vez que la panadería se encuentre establecida de forma física, inicien otros emprendimientos con la misma razón social ofreciendo los mismos productos y servicios provocando que se pueda acaparar a los clientes potenciales de La Palanqueta.

La oportunidad de negocio en la actualidad radica en que por el momento sería el único en el sector en el que brinda este tipo de productos y servicios lo que ocasiona que se solventa las necesidades de la población que se encuentra en el sector (Lupo, 2021).

Fijación de precios

Se denomina fijación de precios a aquella actividad en donde el precio es la cantidad de valor monetario de utilidad, mismo que se requiere para la adquisición de un producto o servicio.

Fijación de precio estándar

Los precios que se establecen para la empresa se los realiza de forma individual, puesto que es un producto que cuenta con varias materias primas dependiendo del producto que requiera el cliente, así mismo son establecidos dependiente de los proveedores de quienes se tome la materia prima y algunos factores externos.

Factores

- Costo
- Utilidad
- IVA
- Gastos administrativos

Tabla 29. Pan Integral

		FICHA TÉCNICA		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PRODUCTO	PAN INTEGRAL	Código: I001		
FECHA DE ACTUALIZACIÓN	9/02/2023	Responsable: Wendy Arcos		
MATERIA PRIMA	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Trigo	45g	15ctvs	1	15ctvs

Elaborado por: Wendy Arcos

Tabla 304. Pan de Agua

		FICHA TÉCNICA		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PRODUCTO	PAN DE AGUA	Código: A001		
FECHA DE ACTUALIZACIÓN	9/02/2023	Responsable: Wendy Arcos		
MATERIA PRIMA	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Pan de Agua	50g	20ctvs	1	20ctvs

Elaborado por: Wendy Arcos

Tabla 31. Pan de Centeno

		FICHA TÉCNICA		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PRODUCTO	PAN DE CENTENO	Código: C001		
FECHA DE ACTUALIZACIÓN	9/02/2023	Responsable: Wendy Arcos		
MATERIA PRIMA	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Pan Centeno	40g	15ctvs	1	15ctvs

Elaborado por: Wendy Arcos

Tabla 32. Empanada de Centeno

		FICHA TÉCNICA		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PRODUCTO	EMPANADA CENTENO	Código: C002		
FECHA DE ACTUALIZACIÓN	9/02/2023	Responsable: Wendy Arcos		
MATERIA PRIMA	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Empanada de Centeno	50g	20ctvs	1	20ctvs

Elaborado por: Wendy Arcos

Tabla 33. Pan Rosita

		FICHA TÉCNICA		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PRODUCTO	ROSITA	Código: P001		
FECHA DE ACTUALIZACIÓN	9/02/2023	Responsable: Wendy Arcos		
MATERIA PRIMA	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Pan Rosita	45g	20ctvs	1	20ctvs

Elaborado por: Wendy Arcos

Tabla 34. Bizcocho

		FICHA TÉCNICA		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PRODUCTO	BIZCOCHO	Código: P002		
FECHA DE ACTUALIZACIÓN	9/02/2023	Responsable: Wendy Arcos		
MATERIA PRIMA	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Bizcocho	50g	25ctvs	1	25ctvs

Elaborado por: Wendy Arcos

Implementación del negocio

Arriendo del local

Tabla 35 Gastos de arriendo local

ARRIENDO LOCAL		
Pago mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$150	\$900	\$1800

Elaborado por: Wendy Arcos

Equipos industriales

Tabla 365. Equipos industriales

EQUIPOS INDUSTRIALES			
DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Horno Industrial	2	\$320,00	\$640,00
Batidora	2	\$80,00	\$160,00
Cámara de Fermentación	1	\$280,00	\$280,00
TOTAL			\$1080,00

Elaborado por: Wendy Arcos

Tabla 37. Equipos tecnológicos

EQUIPOS TECNOLÓGICOS			
DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Computadora	2	\$306,00	\$612,00
TOTAL			\$612,00

Elaborado por: Wendy Arcos

Muebles y enseres**Tabla 38** Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Estantería	3	\$60,00	\$180,00
Vitrinas	4	\$200,00	\$800,00
TOTAL			\$980,00

Elaborado por: Wendy Arcos

Equipos industriales y de seguridad**Tabla 39.** Equipos industriales y de seguridad

EQUIPOS INDUSTRIALES Y DE SEGURIDAD			
DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Dispensador	1	\$5,00	\$5,00
Extintor	2	\$15,00	\$30,00
Dispensador	1	\$6,00	\$6,00
Botiquín	2	\$3,00	\$6,00
TOTAL			\$47,00

Elaborado por: Wendy Arcos

Suministros de oficina

Tabla 40. Suministros de Oficina

SUMINISTRO DE OFICINA			
DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Caja de Esfero	3	\$2,00	\$8,00
Agenda	1	\$4,00	\$4,00
Archivador	6	\$4,00	\$24,00
Resma de Papel A4	4	\$3,00	\$12,00
TOTAL			\$48,00

Elaborado por: Wendy Arcos

Servicios básicos

Tabla 41. Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS	
Luz	\$15,00
Agua	\$20,00
Teléfono	\$10,00
Internet	\$30,00
TOTAL	\$75,00

Elaborado por: Wendy Arcos

Materiales de limpieza

Tabla 42. Materiales de limpieza

INSUMOS DE LIMPIEZA			
DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba	2	\$2,00	\$4,00
Trapeador	2	\$3,00	\$6,00
Jabón Liquido	2	\$2,00	\$4,00
Tachos de Basura	4	\$3,00	\$12,00
TOTAL			26,00
ANUAL			312,00

Elaborado por: Wendy Arcos

4. PROCESO LEGAL

Aspecto legal

Para la constitución de este emprendimiento como microempresa es necesario ejecutar trámites legales obligatorios que corresponden a los vigentes en este año 2023 que corresponden al territorio ecuatoriano.

Servicio de rentas internas (SRI)

Como una entidad pública el SRI se encarga del cumplimiento de la recaudación de impuestos de empresas en todas sus razones sociales por medio de sus diferentes permisos como son: RUC, RIMPE (SRI, 2023).

RIMPE

Es un régimen simplificado para emprendedores y negocios populares esta aplicable en el Ecuador desde 2022 y este régimen reemplaza al RISE.

El RIMPE se lo contempla en el proyecto de Ley Orgánica de Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal, se lo implementa luego de la pandemia Covid-19.

Requisitos para realizar el trámite

Se lo puede efectuar por medio de la página web del SRI, solicitar RIMPE y seguir las actividades que le solicitan.

Requisitos para ingresar por medio del portal del SRI

- Clave de acceso
- Número de cédula
- Documento para el registro del emprendimiento
- Solicitud de inscripción RIMPE

Como realizar el trámite

- Ingresar a www.sri.gob.ec
- Clic en SRI en línea
- Ingresar identificación y clave
- Elegir la opción de inscripción
- Aceptar los términos y condiciones
- Ingresar la información necesaria solicitada
- Ingresar el medio de contacto
- Ingresar la dirección
- Ingresar dirección del emprendimiento
- Ingresar la actividad económica
- Revisar la información ingresada
- Confirmación de la información
- Inscripción del RIMPE

Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos

Este trámite se lo realiza de forma independiente para cada una de las ciudades del Ecuador, por lo tanto, es importa que se revise la información concerniente a la ciudad de Quito con el cuerpo de Bomberos de la ciudad o a la vez de la zona a la que pertenece (Bomberos Quito, 2023).

Requisitos obligatorios

- Copia del RIMPE
- Copia de Cédula
- Solicitud impresa y firmada
- Informe de inspección (aceptado - rechazado)

Patente municipal

Este documento es una de las obligaciones que se necesita para que el emprendimiento se ejecute puesto que es un permiso que otorga el Municipio con sus respectivas restricciones y aprobaciones. Tiene una validez de un año (Municipio Quito, 2023).

Requisitos obligatorios

- Copia de cédula y papeleta de votación
- Copia del RIMPE
- Pago del impuesto predial o Contrato de arrendamiento
- Copia de permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos
- Guía de buenas prácticas ambientales

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)

Registro de nuevo empleador

Se debe hacer un registro de patrono para que se inicie un historial laboral en donde se solicita la clave para un empleador nuevo, este proceso se lo desarrolla en línea a través del sitio web www.iesg.gob.ec

Proceso en línea

- Ingresar a www.iesg.gob.ec
- Elegir la opción de empleador
- Registrar nuevo empleador
- Ingresar el RIMPE, número de cédula y el sector al que pertenece (público o privado).
- Ingresar todos los datos que se consideran obligatorios
- Finalizar el registro
- Acercarse a la agencia del Seguro Social para la entrega de los documentos que se solicitan

5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

Objetivo de área:

“Panadería y Pastelería La Palanqueta” por medio de un análisis de cada uno de los factores y elementos que se invierten en el aspectos ambiental y social permite determinar los impactos que son negativos y positivos que se producen una vez que el establecimiento se encuentre con sus actividades comerciales.

Dentro del factor ambiental la finalidad es el determinar todas las afectaciones al ambiente que se cierta forma ocurre, así como de los planes de acción que se pueden implementar y sobre todo controlar para mitigarlos y reducir a las diferentes afectaciones y cumplir con los lineamientos que forman parte del desarrollo sostenible y sustentable, para que la empresa sea amigable con el medio ambiente.

En lo que respecta al aporte social se determina el desarrollo comunitario puesto que se promueve la oferta labora en el sector, lo cual permite generar una mejor economía y desarrollo en la parte social.

Objetivos de desarrollo sostenible (ODS)

En lo que respecta a los ODS éstos son principios globales que se encuentran enmarcados en las estrategias que son adoptadas por la ONU con la finalidad de tener un mejor futuro con respecto a la sostenibilidad y de cierta forma construir una herramienta que permita la planificación estratégica (UNESCO, 2023).

En lo referente al entorno ambiental La Palanqueta se enfocará en dos objetivos que se detallan a continuación:

Principio 6: agua y saneamiento.

Los principios que se describen en este apartado se obtienen los objetivos de Desarrollo Sostenible de la UNESCO de donde se toma el literal 6.3 de este objetivo señala que se debe de mejorar la calidad del agua a través de la reducción de la contaminación y el vertimiento de sustancias y químicos peligrosos (UNESCO, 2023).

Principio 12: producción y consumo responsable.

Uno de los objetivos inmersos en este principio establece actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización en la generación de desechos (UNESCO, 2023).

Impacto ambiental

Identificación de las posibles afectaciones ambientales que se pueden generar:

- La generación de varios desechos en lo que respecta a Carón, plástico, cascaras de frutas que general desechos orgánicos al momento del usar varias frutas en las pastas y otros productos de la panadería.
- Consumo elevado de luz, por el uso de hornos y maquinarias que requieren energía eléctrica.

Medidas para contrarrestar las afectaciones ambientales ocasionales por:

- Se clasificarán los residuos dependiendo de las políticas de reciclaje.
- Implementación de las R en lo que respecta al reciclaje.
- Reducción del uso de la energía eléctrica, control efectivo sobre este recurso vital.
- Utilización de productos de limpieza que sean amigables con el ambiente.

Responsabilidad social**Educación de calidad**

El desarrollo de una formación profesional, técnica y universitaria que promueva la igualdad de condiciones para las mujeres y hombres.

Trabajo decente y crecimiento económico

Una de las metas que se enfocan en este principio es el apoyo de cada una de las actividades productivas, la creación de trabajos que sean decentes y sobre todo que se fomente el crecimiento de las micro, pequeñas empresas para de esta forma proteger los derechos de todos los trabajadores en un ambiente seguro.

Generación de empleo

“Panadería y Pastelería La Palanqueta” en lo que respecta a la generación de empleo cuenta con el departamento de talento humano, el cual está encargado de seleccionar de forma correcta y responsable al personal que formará parte de la empresa con la finalidad de obtener un recurso humano de calidad y que genere fuentes de empleo dentro del sector.

Clima laboral y ambiente de trabajo

“Panadería y Pastelería La Palanqueta” generará un ambiente de trabajo cómodo, igualitario y sobre todo de una comunicación acertada en todas las áreas de trabajo, lo más importante es contar con un recurso humano que sea abierto al diálogo.

Procesos de formación continua

Lo más importante para la empresa es la capacitación continua, para ello se tendrá la firma de convenios con algunas empresas que permitan siempre mejorar a los colaboradores y que tengan un producto de calidad en base a las tendencias que requiere la sociedad y los clientes que consumen nuestro producto.

Responsabilidad social externa

Se cuenta con un plan de estrategias de carácter social, para ello se requiere a las autoridades del sector y de esta forma beneficiar a las personas con necesidades altas dentro de los alrededores.

Así mismo se tiene establecido ejecutar campañas de salud para que la comunidad conozca del beneficio de consumir productos saludables.

6. PROCESO FINANCIERO

Introducción

En este apartado se podrá encontrar el análisis financiero de la microempresa La Palanqueta, en donde se detallan todos los activos de la empresa que forma la inversión inicial, como son los activos fijos y diferidos, los cuales son necesarios para emprender un negocio con el fin de examinar por medio de herramientas financieras la factibilidad económica del emprendimiento.

Inversión.

Es aquella cantidad de valor monetario o capital que se necesita para emplear en el funcionamiento del negocio por medio de los servicios y recursos.

Activos fijos

Son los denominados activos tangibles que se adquiere la empresa y se encuentra en proceso de construcción se lo utiliza de manera constante y no se los adquiere con el fin de luego venderlos.

La Palanqueta dentro de sus activos fijos tiene a equipos industriales y tecnológicos, seguridad y muebles y enseres con un total de \$3.986.00

Tabla 43. Activos Fijos

INVERSIONES	
ACTIVOS FIJOS	
Edificio	0
vehiculo	0
Equipos Ind./ seguridad	1127
Equipos de Computación	612
Muebles - enseres	980

Elaborado por: Wendy Arcos

Capital de trabajo

Se define como la diferencia que existe entre el pasivo y el activo circulantes el mismo está representado por el capital adicional que es necesario para que la empresa funcione, de tal forma que son los medios financieros indispensables para la primera producción hasta que se perciba los ingresos por parte de la empresa.

Los ingresos se clasifican en materia prima, cuentas por cobrar, sueldo básico, efectivo mínimo y producción.

Tabla 44 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	3 meses	12 meses
Sueldos	6666,4	26665,6
Servicios básicos	225	900
Material oficina	12	48
Material limpieza	78	312
Tramites de operación	250	1000
Alquiler local	450	1800
Publicidad	294	555
Adquisición productos	750	3000
Gastos financieros	420	1.680,00
TOTAL INVERSIÓN	8990,15	35960,6

Elaborado por: Wendy Arcos

Inversión total

Son los valores que se obtienen de la suma de todos los activos y el capital que se emplean en un año de actividad de la empresa.

Tabla 45. Inversión total

Inversión total	
Activo fijo	\$2.719,00
Capital de trabajo / 1 año	\$35960,6
TOTAL	\$38679,6

Elaborado por: Wendy Arcos

Sueldos

Denominadas como todas las remuneraciones que la empresa efectúa a los colaboradores de las diferentes áreas incluidas las aportaciones del IESS.

Tabla 46. Sueldos y aportaciones al IESS

SUELDOS					
PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
ADMINISTRADOR	\$900,00	10800	1020,6	1312,2	11091,6
PANADERO	\$550,00	6600	623,7	801,9	6778,2
VENDEDOR	\$450,00	5400	510,3	656,1	5545,8
TOTAL	1900	22800	2154,6	2770,2	23415,6

Elaborado por: Wendy Arcos

Beneficios legales

Son los décimo tercero y cuarto sueldos que el empleado de la empresa percibe de acuerdo con lo establecido con la ley.

Tabla 47. Décimo tercero y cuarto sueldo

PERSONAL	SUELDOS	DECIMO 4º	DÉCIMO 3º	TOTAL DÉCIMOS
ADMINISTRADOR	\$900,00	450	900	1350
PANADERO	\$550,00	450	550	1000
VENDEDOR	\$450,00	450	450	900
TOTAL	1900	1350	1900	3250

Elaborado por: Wendy Arcos

TOTAL SUELDOS	TOT. DECIMOS	TOT ANUAL
23415,6	3250	26665,6

Depreciación de activos fijos

Partiendo del punto de vista de la economía, se le conoce a la depresión como la pérdida de los valores de un activo fijo que es utilizado en el transcurso del tiempo y que a su vez están incluidos en los factores externo e internos de la obsolescencia.

Estos activos fijos están sujetos a la depreciación y son: equipos industriales 10%; muebles y enseres 10% y equipos tecnológicos con el 33%.

Tabla 48. Depreciación de activos fijos

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			
		% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Equipos Ind.	1127	10%	112,7
Edificio	0	20%	0
Vehículos	0	5%	0
Equipos de Computación	612	33,33%	203,9796
Muebles y Enseres	980	10%	98
			414,68

Elaborado por: Wendy Arcos

Estructura del capital

Es la composición de la estructura de la inversión global del negocio la cual está representada de esta forma:

Tabla 49 Estructura del capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	26679,6	69%	13%	9,0%	
Capital Financiero	12000	31%	14%	4,3%	
TOTAL INVERSIÓN	38679,6	100%		13,3%	TMAR

Elaborado por: Wendy Arcos

Punto de equilibrio

Es aquel dividendo constituido de los costos fijos menos la diferencia que existe entre el precio de venta y el costo de variable unitario.

En la tabla que se presenta a continuación se refleja el monto del capital de trabajo la cual está destinada para cada uno de los meses en donde se incurre en gastos como arriendo, materia prima, servicios básicos, sueldos.

Tabla 50. Costos fijos mensuales

costos fijos	
arriendo	150
sueldos	2222,13
	2372,13

Elaborado por: Wendy Arcos (2022).

Margen de contribución

Se lo encuentra al momento de hacer el cálculo de los valores de los costos de cada uno de los productos.

Tabla 51. Margen de contribución

MARGEN DE CONTRIBUCIÓN		
Precio	\$50.64	
Costo	\$32.26	
Ganancia	\$22.95	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

Elaborado por: Wendy Arcos (2022).

Punto de equilibrio

Tabla 52 Punto de equilibrio

PE = COSTO FIJO / MARGEN DE CONTRIBUCION

PE= 129

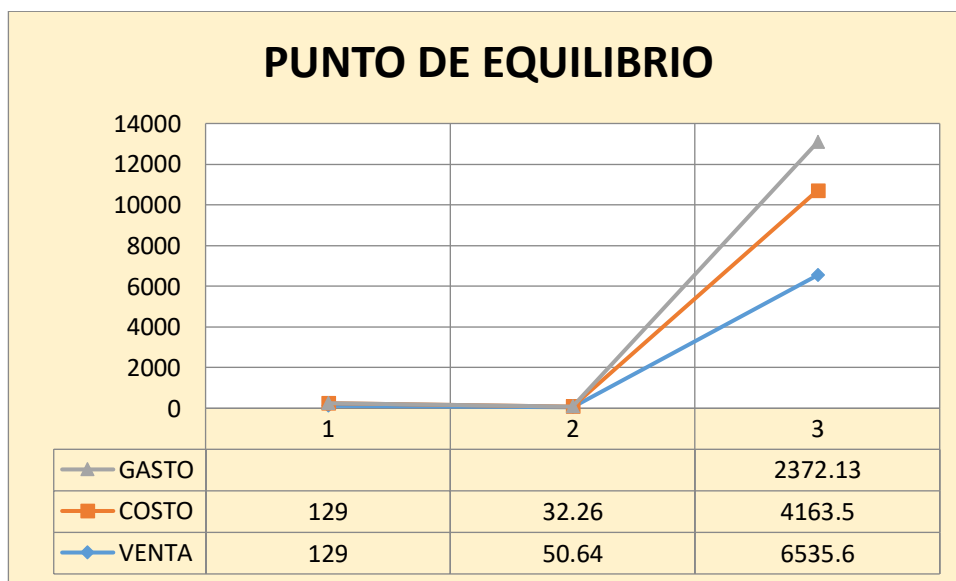
129 pan

4,3 diario

VENTA	129	50,64	6535,6
COSTO	129	32,26	4163,5
GASTO			2372,13
PUNTO DE EQUILIBRIO			0

Elaborado por: Wendy Arcos

Ilustración 26. Punto de equilibrio



Elaborado por: Wendy Arcos

Tabla 53 Ventas proyectadas

Ventas proyectadas			
260	13166,4	157996,8	ventas
260	8387,6	100651,2	costo

Elaborado por: Wendy Arcos

Costos de ventas

Para la empresa La Palanqueta se tiene una estimación proyectada para 5 años en los cuales se puede identificar la proyección de las ventas en cada uno de los años.

Tabla 54 Flujo de ventas

costo de ventas						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		157996,80	162752,50	167651,35	172697,66	177895,86
COSTO DE VENTAS		100651,20	103680,80	106801,59	110016,32	113327,81
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		57345,60	59071,70	60849,76	62681,34	64568,05
GASTOS ADMINISTRATIVOS		26665,60	27468,23	28295,03	29146,71	30024,02
SERVICIOS BASICOS		900,00	927,09	955,00	983,74	1013,35
MATERIAL OFIC.		48,00	49,44	50,93	52,47	54,05
ALQUILER LIMPIEZA		312,00	321,39	331,07	341,03	351,30
SERVICIO AUTO		1000,00	1030,10	1061,11	1093,05	1125,95
ALQUILER		1800,00	1854,18	1909,99	1967,48	2026,70
DEPRECIACIONES		414,68	414,68	414,68	414,68	414,68
AMORTIZACIONES		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD OPERATIVA		26205,32	27006,58	27831,96	28682,19	29558,00
GASTOS FINANCIEROS		1680,00	1425,84	1136,11	805,80	429,26
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		24525,32	25580,74	26695,86	27876,38	29128,74
BASE IMPOSITIVA		6131,33	9273,02	9677,25	10105,19	10559,17
UTILIDAD NETA		18393,99	16307,72	17018,61	17771,19	18569,57

Elaborado por: Wendy Arcos

Flujo de caja

Para La Palanqueta e flujo de caja se le considera como todos los egresos e ingresos que posee con la finalidad de proyectar a cinco años la actividad comercial

Tabla 55. Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		26205,32	27006,58	27831,96	28682,19	29558,00
DEPRECIACION		414,68	414,68	414,68	414,68	414,68
AMORTIZACION		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
- BASE IMPOSITIVA		6131,33	9273,02	9677,25	10105,19	10559,17
- GASTOS FINANCIEROS		1680,00	1425,84	1136,11	805,80	429,26
- PAGO CAPITAL		1.815,40	2.069,56	2.359,30	2.689,60	3.066,14
+ VALOR DE SALVAMENTO						0
+ CAPITAL DE TRABAJO						0
- REPOSICION DE ACTIVOS				0		
= FLUJO NETO DE CAJA	-38679,60	16.993,27	14.652,84	15.073,99	15.496,27	15.918,11

Elaborado por: Wendy Arcos

Cálculo del VAN y el TIR

Por medio de este indicador de características financieras se determina la viabilidad de la empresa por medio de la estimación de los flujos de cajas en el año.

Tabla 56. Valor actual neto

VAN = VALOR ACTUAL NETO (INDICADOR DE RENTABILIDAD)
VAN = BENEFICIOS NETOS ACTUALIZADOS – INVERSIÓN
VAN < 0 EL PROYECTO NO ES RENTABLE
VAN > 0 EL PROYECTO ES RENTABLE
VAN = 0 EL PROYECTO NO PRODUCIRÁ PERDIDAS NI GANANCIAS

Elaborado por: Wendy Arcos

TIR

Se lo define como una forma operativa de descuento que hace el VAN, considerados como una relación inversa.

Tabla 57 Interpretación del TIR

TIR = VAN = 0
TIR < TD PROYECTO NO ES RENTABLE
TIR > TD PROYECTO ES RENTABLE
TIR = TD EL PROYECTO NO PRODUCE PERDIDAS NI GANANCIAS

Elaborado por: Wendy Arcos

Para La Palanqueta el cálculo del TIR muestra que existe rentabilidad en la empresa con un porcentaje de 29,50% con una separación de 16,19% de TMAR.

Tabla 58 Cálculo del VAN y TIR

VAN	16.558,40
TIR	29,50%
TMAR	13,31%

Elaborado por: Wendy Arcos

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

El emprendimiento La Palanqueta ha diseñado dentro de sus estrategias la fidelización del cliente, por lo tanto, se ha enfocado en ofrecer productos de alta calidad con la finalidad de buscar el bienestar y la salud de cada uno de los integrantes de las familias del sector, de igual forma la empresa le considera a cada uno de sus clientes como los principales aliados estratégicos para que tanto el logo como la marca tenga gran difusión.

En base a las proyecciones que se realizaron en el flujo de ventas, así como en el flujo de caja neto se llega a la conclusión de que las operaciones en el tercer año se estarían recuperando el monto de lo que al inicio se invirtió, para que esta empresa como un emprendimiento salga adelante y en un futuro tener su propio local para atender a sus distinguidos clientes.

Por medio de un buen estudio financiero se pueden realizar un nivel de inversión acorde a lo que la empresa requiere, de igual forma debe existir una buena rentabilidad económica para que la empresa cumpla con todos los objetivos estratégicos y de control.

Es de vital importancia que todas las empresas y organización promuevan una cultura al momento de iniciar su actividad económica puesto que depende de su bienestar y sobre todo de que se cumpla de forma ordenada y correcta las actividades como Servicio de Rentas Internas, Cuerpo de Bomberos, Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, entre otros.

Llevar a cabo el cumplimiento de los principios y objetivos de desarrollo sostenible por medio de un alto indicador como es la UNESCO permite llevar a cabo acciones en pro del medio ambiente, así mismo del sector al que está dirigido el emprendimiento.

Los cálculos realizados permiten tener una realidad con lo que cuenta la empresa, el patrimonio y sobre todo el poderse proyectar a un tiempo estimado con la finalidad de obtener predicciones de una mejora continua.

Recomendaciones

Incentivar el desarrollo de planes de negocios como un excelente aporte a la comunidad que promueve la creación de emprendimientos, microempresas, y de esta forma generar fuentes de empleo y fortalezcan y dinamicen la economía del país por medio de estrategias y procesos sostenibles.

Efectuar una investigación de mercado de calidad para determinar con certeza las preferencias y necesidades de tiene la población y del target de mercado al cual se está dirigiendo dentro de la investigación y de esta forma satisfacer las necesidades de los clientes.

Precisar el análisis financiero lo cual permite que la empresa tenga una estructura económica y financiera muy sólida, para lo cual se debe hacer uso de los indicadores financieros TIR y VAN para identificar la rentabilidad que se genera en la empresa.

Promover una cultura social en base a contar con todos los permisos y documentos que son viables para el desarrollo de la empresa, estos documentos

permiten un manejo adecuado y correcto de los procesos que se llevan a cabo en el emprendimiento.

Desarrollar actividades que permitan el desarrollo sostenible, cuidado del medio ambiente, así como el desarrollo adecuado de la producción y consumo de manera responsable; por otro lado, la salud y el bienestar tanto de colaboradores como de los clientes de la empresa.

Manejar un adecuado y correcto cálculo y control de las funciones contables de la empresa, las mismas que permitan una correcta ejecución de los balances y de igual forma conocer si la empresa está teniendo ganancias o pérdidas.

Referencias

- Bernal, I., y Caicedo, Y. (2022). Desafíos de reactivación de las microempresas del sector servicios de alojamiento y servicios de comida de la ciudad de Popayán frente al COVID 19. *ECACEN*, 1, 111-121.
<https://doi.org/https://doi.org/10.22490/ECACEN.5788>
- Bomberos Quito. (2023). <https://www.bomberosquito.gob.ec/prevencion-y-seguridad-contraincendios/permiso-de-ocupacion/>
- Ds4B. (2021). *Ds4B. Actividades claves de un negocio* :
<http://ds4business.com.co/actividades-clave-de-tu-empresa/>
- European. (24 de Junio de 2021). *European*. Aspectos para montar una panadería:
<https://blog.european.mx/como-montar-panaderia-aspectos-tomar-en-cuenta>
- Google. (Mayo de 28 de 2022). *Maps*. Google Ubicacion :
<https://www.google.com.ec/maps/place/subcentro+de+salud+LUCHA+DE+LOS+POBRES/@-0.2852781,-78.5352302,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x91d5989abdcc6437:0xde5df51541d9c3c5!8m2!3d-0.2852835!4d-78.5330415?hl=es>
- INEC. (2020). *Censo Ecuador*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- Instituto Europeo de Posgrado. (2021). *Las 5 fases de la pirámide de Maslow*.
<https://www.iep.edu.es/las-5-fases-de-la-piramide-de-maslow/>
- Contreras, A. (2020). *EQI*. La Piramide de Maslow:
<https://www.eoi.es/blogs/katherinecarolinaacosta/2012/05/24/la-piramide-de-maslow/#comments>

Lara, F. (27 de 03 de 2022). *QUÉ ES LA PIRÁMIDE DE MASLOW*.
<https://depsicologia.com/piramide-de-maslow/>

Lupo, V. (2021). *Autoestima, teorías y su relación con el éxito personal*. Psicología
 Online: <https://www.psicologia-online.com/que-es-la-necesidad-de-seguridad-y-como-se-satisface-5906.html>

Manuel, G. (20 de Agosto de 2021). *Gestiopolis*. Conceptos básicos de distribución para microempresas.: <https://www.gestiopolis.com/conceptos-basicos-distribucion-microempresas/>

Maps, G. (2022). *Maps*. Ubicacion:
<https://www.google.com.ec/maps/place/subcentro+de+salud+LUCHA+DE+LOS+POBRES/@-0.2852781,-78.5352302,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x91d5989abdcc6437:0xde5df51541d9c3c5!8m2!3d-0.2852835!4d-78.5330415?hl=es>

Maslow. (03 de Junio de 2020). *Aprender Fácil*. Necesidades de autorrealización de Maslow: <https://aprenderfacil.com.ar/necesidades-de-autorrealizacion/#:~:text=Son%20el%20conjunto%20de%20necesidades,las%20propias%20capacidades%20y%20potencialidades.>

Mooney, L. (2022). *La Voz*. Operación de panaderías: <https://pyme.lavoztx.com/las-ventajas-de-operar-una-panadera-11397.html>

Moran. (2022). <https://www.questionpro.com/es/investigacion-de-mercados.html>

Quispe, D., y Huarac, Y. (2020). Marketing Servicios y Calidad de atención

- Municipio Quito. (2023).
https://pam.quito.gob.ec/mdmq_declaracionPatentes/login.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1
- Pacheco, J. (2021). *Web y Empresas . Necesidades Sociales*:
<https://www.webyempresas.com/necesidades-sociales/>
- Pérez, H. (2019). Autoestima, teorías y su relación con el éxito personal. *Alternativas psicológica*, 4, 22-32.
- Pursell, S. (2021). *Marketing. Que es la foda*:
<https://blog.hubspot.es/marketing/analisis-foda>
- n al usuario. *UNAS*, 8(12), 40-46.
- Romero, E. (2015). *Didascalía*. La Autoestima: <https://didascalía.es/la-autoestima-ese-gran-deseado/>
- Saconi, A. (Octubre de 02 de 2018). *Germadebonis*.
<https://germandebonis.com/satisfaccion-del-personal-cocina-salon-otros/>
<https://germandebonis.com/satisfaccion-del-personal-cocina-salon-otros/>
- Silveira, Y., Ramón, J., y Barrios, E. (2022). Modelo de marketing internacional desde las funciones de la economía política para el comercio exterior. *Revista de ciencias sociales*, 28(4), 137-156.
- SRI. (2023). <https://sriyyoenlinea.sri.gob.ec/portal-sriyyo-internet/pages/inicio.html>
- Terreros, D. (2022). <https://blog.hubspot.es/marketing/mision-vision-valores-ejemplos>. <https://blog.hubspot.es/marketing/mision-vision-valores-ejemplos>
- uibc. (16 de marzo de 2021). *uibc*. Importancia de las panaderías:
<https://panaderos.info/?p=5719>

UNESCO. (2023). <https://es.unesco.org/sdgs>

Anexos

Informe del turnitin

turnitin		Identificación de reporte de similitud. oid:11830:217418982	
NOMBRE DEL TRABAJO	AUTOR		
PLAN DE NEGOCIO MODIFICADO- WENDY ARCOS- TURNITIN.docx	WENDY ARCOS		
RECuento DE PALABRAS	RECuento DE CARACTERES		
12662 Words	70417 Characters		
RECuento DE PÁGINAS	TAMAÑO DEL ARCHIVO		
113 Pages	1.5MB		
FECHA DE ENTREGA	FECHA DEL INFORME		
Mar 23, 2023 8:33 PM GMT-5	Mar 23, 2023 8:35 PM GMT-5		
● 14% de similitud general El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos • 14% Base de datos de Internet • 1% Base de datos de publicaciones • Base de datos de Crossref • Base de datos de contenido publicado de Crossref			
Resumen			

Encuestas realizadas

- 1. ¿Existen panaderías en su sector?**
 - a) Si
 - b) No
- 2. ¿Usted estaría dispuesto a comprar productos de una panadería que estén elaborados a base de quinua?**
 - a) Si
 - b) No
- 3. ¿Para usted es importante que el pan este fresco?**
 - a) Si
 - b) No
- 4. ¿Qué otros productos le gustaría encontrar en la panadería?**
 - a) Bebidas
 - b) Postres
 - c) Dulces
- 5. ¿Con que frecuencia consume pan en la semana?**
 - a) MENOR A 2 VECES POR SEMANA
 - b) 3 VECES POR SEMANA
 - c) MAYOR A 3 VECES POR SEMANA
- 6. ¿Te gustaría comprar pan que este elaborado con productos saludables?**
 - a) Si
 - b) No
- 7. ¿Qué aspecto es el más importante cuando compras un producto?**

- a) Calidad
- b) Precio
- c) Sabor

8. ¿Consume pan integral?

- a) Si
- b) No

9. ¿Es importante para usted la variedad de sus productos?

- a) Si
- b) No

10. ¿Al consumir nuestro producto se fija e?

- a) Sabor
- b) Consistencia

Proforma de materiales

Equipos industriales



Horno De Panadería 4 Camaras

\$ 820.000

en 36x \$ 22.777



Batidora / Mezcladora Industrial 10 Lt
Importada

U\$S 931

en 12x U\$S 77⁵⁸ sin interés



Coche Para 22 Latas, Salva Español

U\$S 580

Equipos de computación, muebles y enceres



Computador Todo En Uno Hp I7-12va Ssd 512gb 16gb All In One

U\$S 799



Panera De Madera De Pino De 9 Y De 12 Canastas Excelente

U\$S 490



Exhibidor De Pastelería Y Mesas En Acero Inox

U\$S 600