



FACULTAD DE TURISMO Y HOSPITALIDAD

“CASERITO” PAN CONGELADO

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos
establecidos para optar por el título de:
Licenciado en Gastronomía

Profesor Guía:
Andrés Gallegos

Autora:
Jenny Lili Maya Almeida

Año
2012

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

Andrés Gallegos
Administrador Gastronómico
C.I.: 171268554-2

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

Lili Maya Almeida

C.I.: 171677324-5

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios sobre todas las cosas y a mis padres quienes juntos me han enseñado grandes valores, me han dado las mejores oportunidades y siempre han estado a mi lado apoyando mis decisiones.

DEDICATORIA

Dedico mi proyecto a mis padres, mis hermanos, a mi novio y a mis dos angelitos Juan David y Juan Andrés, que han estado siempre para apoyarme y ayudarme en todo este trayecto de mi formación profesional.

RESUMEN

“Caserito” Pan Congelado es pan congelado de harina de trigo para hornear en casa, el mismo tiene cinco presentaciones; pan de rosa de agua, pan saborizado, croissant, croissant integral y pan integral. La presentación de los panes es en paquete de seis unidades, y cada porción de pan será de veinticinco gramos. La envoltura para los panes de “Caserito” Pan congelado son fundas hechas de material natural laminadas con zipper.

“Caserito” Pan Congelado es un producto orgánico, utilizando materia prima seleccionada por su calidad sin aditivos ni conservantes, su conservación será de 15 días; para que el producto sea libre de moho se mantendrá buenas practicas de manufactura evitando cualquier organismo sea físico, químico o biológico contamine el producto, congelamiento y empaque. El congelamiento del producto también es un gran factor para la perduración del pan, ya que este se congelara después de la primera fermentación esto hará que el producto dure y su horneado en casa sea efectivo.

En el país existe ya la venta de pan congelado al por mayor, Caserito “Pan Congelado es solo de uso domestico, lo cual lo hace pionero dentro del país.

La planta de producción de “Caserito” Pan Congela estará ubicada en Sangolquí, Provincia de Pichincha. Es una empresa artesanal, afiliada a la Junta de Defensa del Artesano y al único Gremio de Panificadores de Pichincha.

Dentro de la producción en mano de obra directa se contara con seis empleados, y en mano de obra indirecto cinco empleados dentro de ellos están los cargos administrativos y jefe de bodega y despachador.

El pan se venderá en tiendas de barrio, la mayor estrategia será regalar a las tiendas un congelador donde tendrá nuestros panes y slogan a cambio de un contrato por dos años.

De acuerdo al análisis financiero, se determina que el proyecto es factible ya que proporciona una rentabilidad neta del 13,85%.

ABSTRACT

“Caserito” Frozen Bread is baking-home-wheat-bread. It comes in five different presentations; white bread, savored bread, croissant, whole-wheat croissant and whole-wheat bread. It is available in a six unit pack, of twenty five grams each. The bread is contained by a zipper bag.

“Caserito” Frozen Bread is an organic product made from selected quality products without preservatives or additives, and it has a 15 day lifetime. Good manufacture practices are applied at all times, to prevent physical, chemical and biological microorganism’s contamination, during all the process. The freezing process is an important fact for the bread conservation because it is done after the first leavened, so it has a complete and right baking.

Since in Ecuador wholesale bread is not yet a develop market, “Caserito” Frozen Bread is a very new market in the country.

“Caserito” Frozen Bread, production plant is located in “Sangolquí, Provincia de Pichincha”. It is a handcraft product company, affiliated to the “Junta Nacional de Defensa del Artesano” and the “Gremio de Panificadores de Pichincha” the only one of its type in Pichincha.

The company consists of six baker employees plus other five administrative employees among them are the administrative charges, warehouse chief and dispatch.

The bread will be sale in convenience stores, the main strategy will be hand a freezer to the stores where our bread and slogan appear, and it’ll be a two-year deal.

According to a financial analysis, it is determined that the project is feasible; it provides a profit of 13.85%.

ÍNDICE

1	CAPITULO I. GENERALIDADES	1
1.1	INTRODUCCIÓN.....	1
1.2	OBJETIVOS	1
1.2.1	Objetivo General	1
1.2.2	Objetivos Específicos.....	1
1.3	REFERENCIAS HISTÓRICAS	2
1.4	¿QUÉ ES PANADERÍA ARTESANAL?	2
1.5	CONCEPTO DE PANIFICACIÓN	3
1.6	MATERIA PRIMA	3
1.6.1	Harina	3
1.6.1.1	Tipos de Harinas	3
1.6.1.2	Principales Componentes de la Harina	5
1.6.1.3	Características de la Harina	5
1.6.2	Agua	6
1.6.2.1	Tipos de Agua	6
1.6.2.2	Funciones del Agua en la Panificación	7
1.6.3	Sal.....	7
1.6.3.1	Funciones de la Sal en la Panificación.....	7
1.6.4	Azúcar.....	7
1.6.4.1	Función del Azúcar en la Panificación	7
1.6.4.2	Porcentajes Recomendables en la Panificación.....	8
1.6.5	Leche	8
1.6.5.1	Composición Aproximada de las Leches	8
1.6.5.2	Función de la Leche en Panificados	9
1.6.6	Grasas	9
1.6.6.1	Clasificación de las Grasas	9
1.6.6.2	Grasas Animales más Conocidas	10
1.6.6.3	Características de las Grasas	10
1.6.6.4	Función de las Grasas en la Panificación	10
1.6.6.5	Cantidades a Utilizar	11
1.6.7	Levadura.....	11
1.6.7.1	Tipos de Levaduras.....	11
1.6.7.2	Requisitos de Calidad de la Levadura.....	12
1.6.7.3	Función en Panificación	12
1.6.7.4	Que necesita la Levadura para Actuar.....	12
1.6.7.5	Temperaturas Importantes para la Levadura	12
1.6.7.6	Las Enzimas de la Levadura	13
1.6.7.7	Cantidades que se Debe Utilizar	13
1.6.8	Huevo	13
1.6.8.1	Constitución del Huevo	13
1.6.8.2	Constitución Porcentual	14

1.6.8.3	Composición de las Partes Principales del Huevo.....	14
1.6.8.4	Cáscara.....	14
1.6.8.5	Clara	14
1.6.8.6	Yema.....	15
1.6.8.7	Conservación	15
1.7	PROCESOS DE ELABORACIÓN DEL PAN	15
1.8	ETAPAS DEL PROCESO PARA LA ELABORACIÓN DEL PAN	15
1.8.1	Pesado Correcto de Ingredientes de Acuerdo a la Receta	15
1.8.2	Mezcla y Amasado.....	16
1.8.3	Fermentación en Conjunto.....	16
1.8.4	División y Boleo	17
1.8.5	Reposo Intermedio.....	17
1.8.6	Formación de la Masa	17
1.8.7	Crecimiento en Cámara	17
1.8.8	Horneo	18
1.8.9	Enfriamiento del Pan.....	18
1.8.10	Empacado.....	18
2	CAPITULO II. ESTUDIO DE MERCADO	19
2.1	OBJETIVO DEL ESTUDIO.....	19
2.2	TIPOS DE INVESTIGACIÓN E INFORMACIÓN A UTILIZAR.....	19
2.2.1	Determinación del Tipo de Información a Aplicar.....	20
2.2.2	Determinación del Tipo de Información a Utilizar.....	20
2.3	MÉTODO, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN	20
2.4	SEGMENTO DEL MERCADO.....	21
2.5	DETERMINACIÓN Y DELIMITACIÓN DEL UNIVERSO DE ESTUDIO	21
2.6	TAMAÑO DE LA MUESTRA	21
2.7	MODELO DE ENCUESTA	22
2.8	APLICACIÓN DE LA ENCUESTA.....	23
2.9	RESULTADO DE LA ENCUESTA.....	24
2.10	CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO	25
3	CAPITULO III. PLAN DE MERCADO	26
3.1	OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO	26
3.2	MISIÓN.....	26
3.3	VISIÓN	26
3.4	OBJETIVOS	26
3.4.1	Corto Plazo	26
3.4.2	Mediano Plazo	26
3.4.3	Largo Plazo.....	27
3.5	ANÁLISIS DE FODA	27

3.5.1	Fortaleza	27
3.5.2	Oportunidades	27
3.5.3	Debilidades	27
3.5.4	Amenazas	27
3.6	ESTRATEGIAS	28
3.6.1	Fortalezas – Oportunidades	28
3.6.2	Fortalezas – Amenazas	28
3.6.3	Debilidades – Oportunidades	28
3.6.4	Debilidades – Amenazas	28
3.7	PLAN DE ACCIÓN	29
3.7.1	Estrategia 1	29
3.7.2	Estrategia 2	29
3.7.3	Estrategia 3	29
3.8	ESTRATEGIAS INTERNAS	29
3.8.1	Estrategia del Producto	29
3.8.1.1	Lista de Productos a Escoger	30
3.8.2	Políticas de Fijación	30
3.8.2.1	Precios de los Productos	30
3.8.3	Estrategias de Promoción	31
3.8.3.1	Estrategia de Venta	31
3.8.3.2	Estrategia de Publicidad	31
3.8.3.3	Estrategia de Marketing	31
3.8.3.4	Estrategia de Fuerza de Venta	32
3.8.3.5	Canales de Distribución	32
3.8.4	Ventajas Competitivas	33
3.8.5	Estrategias de Posicionamiento	33
3.9	DEFINICIÓN DE SERVICIO AL CLIENTE	33
3.9.1	Servicio al Cliente	33
3.9.2	Marca	34
3.9.3	Slogan	34

4 CAPITULO IV. ESTUDIO TÉCNICO..... 35

4.1	MAPA DE UBICACIÓN	35
4.2	DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	35
4.3	PROCESO TÉCNICO DE PANIFICACIÓN	36
4.3.1	Análisis de Materias Primas	36
4.3.2	Receta Estándar	37
4.3.3	Inspección de Producto	38
4.3.4	Evaluación del Costo de los Ingredientes	39
4.3.5	Perdida de Ingredientes y Producto	39
4.3.6	Labor de Investigación Experimental	39
4.4	LISTADO DE MENAJE Y EQUIPOS	40
4.4.1	Menaje	40
4.4.2	Equipos	41
4.5	TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN	41
4.6	DISEÑO DE INSTALACIONES	42
4.6.1	Plano Arquitectónico	42

5	CAPITULO V. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL.....	43
5.1	REQUISITOS PARA EL FUNCIONAMIENTO.....	43
5.1.1	Requisitos Dirección de Higiene del Municipio	43
5.1.2	Permiso de Funcionamiento Dirección Nacional de Salud.....	43
5.1.3	Personal, Elaboración de Contratos	44
5.1.4	Ministerio de Salud Pública.....	47
5.1.5	Registro de la Razón Social.....	48
5.2	ESTATUTO DEL ARTESANO.....	48
5.2.1	Descripción	48
5.2.2	Requisitos	49
5.3	CALIFICACIÓN ARTESANAL	50
5.3.1	Requisitos para la Calificación Artesanal.....	50
5.4	NORMAS A CUMPLIR PARA ESTABLECIMIENTOS ARTESANALES EN EL SECTOR PANADERO	50
5.4.1	Objetivo.....	51
5.4.2	Componentes.....	51
5.4.3	Reglas.....	51
5.4.4	Beneficiarios	52
5.5	ORGANIGRAMA FUNCIONAL.....	52
5.6	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	53
5.7	CARGOS (PERFIL).....	53
5.8	MANUAL DE FUNCIONES	54
5.8.1.1	Causantes	56
5.9	UNIFORMES.....	57
5.10	HORARIO DE ATENCIÓN	58
6	CAPITULO VI. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	59
6.1	OBJETIVOS	59
6.2	INVERSIÓN.....	59
6.3	ACTIVOS FIJOS.....	60
6.3.1	Equipos y Menaje	60
6.3.2	Equipos de Oficina.....	60
6.4	CAPITAL DE TRABAJO	61
6.4.1	Materia Prima.....	61
6.4.2	Sueldos y Salarios	62
6.4.3	Gastos de Publicidad	64
6.4.4	Suministros de Oficina	65
6.4.5	Suministros de Limpieza.....	65
6.4.6	Suministros Energéticos	66
6.4.7	Gastos de Uniforme Personal.....	66
6.5	INGRESOS	67
6.6	COSTOS Y GASTOS.....	68
6.7	DEPRECIACIONES	69

6.8	ESTADO FINANCIERO.....	70
6.8.1	Balance General	70
6.8.2	Estado de Perdidas y Ganancias.....	71
6.8.3	Flujo del Proyecto	72
6.9	EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA	73
6.9.1	Razones Financieras	73
6.9.2	Determinación del Punto de Equilibrio	73
7	CAPITULO VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	74
7.1	CONCLUSIONES.....	74
7.2	RECOMENDACIONES	74
	Referencias	75
	Anexos	77

1 CAPITULO I. GENERALIDADES

1.1 INTRODUCCIÓN

Al adquirir el pan tradicional en una panadería se corre el riesgo que este rancio y duro, o si lo compra para servirlo al día siguiente ya no es igual de delicioso que cuando lo consume el mismo día que lo hornearon, pero al tener la opción de servir en la mesa un pan recién horneado podrá disfrutar de una costra crujiente, una miga húmeda y caliente y el fascinante olor de la levadura en su hogar.

“CASERITO pan congelado” es un proyecto que brinda comodidad al consumidor final, al estar al alcance de sus manos y a su disposición en el momento preciso que se decida consumirlo.

“CASERITO pan congelado” esta listo para hornear, manteniendo el sabor, la frescura, calidad y tradición del pan que siempre acompaña las comidas de un hogar, y que se lo puede encontrar en las siguientes presentaciones: Rosa de agua, pan integral, croissant, croissant integral y pan saborizado de tocino, queso y orégano, ofreciendo diversidad, con el fin de satisfacer y complacer su gusto y necesidad.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

- Determinar la factibilidad de introducir “CASERITO pan congelado” listos para hornear en el mercado ecuatoriano y su respectiva rentabilidad.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Determinar si “CASERITO pan congelado” es un producto de interés en el mercado ecuatoriano, al ofrecer pan listo para hornear.

- Identificar los canales de distribución apropiados para comercializar “CASERITO pan congelado” a través de las cadenas de supermercados mas importantes de la ciudad de Quito inicialmente, considerando una proyección nacional en un futuro cercano.
- Evaluar la rentabilidad financiera que el proyecto “CASERITO pan congelado” proporciona considerando un plan de producción y ventas para los próximos 5 años.

1.3 REFERENCIAS HISTÓRICAS

Los primeros panes aparecieron en Egipto por equivocación: ya que en Egipto habían grandes campos de trigo. En la edad media solo los castillos de los reyes tenían molinos manuales donde molían el grano para producir harina, donde solo ellos tenían panaderías. En el siglo XII Francia paso a tener panaderías donde se producían los panes más lujosos con técnicas mejoradas en el proceso de panificación.

Ya en el siglo XX incremento la producción de harina con la aparición de los molinos mecánicos de donde se sacaban distintos tipos de moliendas, con esto se aceleró el proceso en la producción de panes; en estos tiempos todo es con tecnología y existen distintos tipos de panes y producciones masivas.

Una de las primeras panaderías en abrir sus puertas en la ciudad de Quito, formalmente fue la “Panadería Ambato” en el año 1978 en la avenida América y las casas donde dio inicio a la empresa “Panificadora Ambato”; bajo la administración de Eduardo Cobo y Rosario Manzano, ambateños.

1.4 ¿QUÉ ES PANADERÍA ARTESANAL?

Panadería Artesanal es en la que los panificados son elaborados por lo menos con el 50% de mano de obra es decir manual; a pesar de la ayuda de

maquinarias y su producción no sobre pasa de los 200 kilos de harina. Estas panaderías son normalmente formadas por una familia, la cual administra y pone su mano de obra. La panadería artesanal pone sobre sus prioridades la calidad de su producto, si se desea aumentar la producción deben asegurarse que la calidad no corra riesgo.

1.5 CONCEPTO DE PANIFICACIÓN

La panificación es la correcta hidratación de ciertos tipos de harinas, comúnmente de harinas de trigo, cebada, centeno y avena, este grupo de harinas son harinas panificables, ya que tienen proteína y forman una red de gluten.

1.6 MATERIA PRIMA

1.6.1 Harina

Harina es un polvo fino que se obtiene de la molienda de granos, cereales y/o alimentos ricos en almidón. Existen harinas panificables y no panificables.

1.6.1.1 Tipos de Harinas

- Harinas Panificables:

En este grupo entra el trigo, avena, centeno y cebada, ya que estas forman redes de gluten al ser trabajadas.

Se dividen en:

*Harina Integral: es una molienda de todo el grano de trigo, esta contiene cantidad de fibra.

*Harina 00: Son harinas que se obtienen de la parte más cercana a la cáscara, estas harinas son perfectas para la elaboración de galletas o balanceados.

*Harina 000: Son las más accesibles en el mercado, es la más corriente; se obtiene del endospermo. Esta harina contiene mayor cantidad de gluten la cual la hace perfecta para elaborar panes.

*Harina 0000: Es una harina blanca de mejor calidad, se obtiene del centro del endospermo; esta harina contiene menor porcentaje de gluten es por eso que se la usa en pastelería y panes de molde.

*Harina de Sémola: Es una variante de la harina de trigo, ya que se obtiene del grano partido, es buena para pastas, ñoquis y panes como el pita.

*Harina de Avena: Una harina de polvo muy fino, rica en ácidos grasos y ácido fólico. Se utiliza en panes y repostería.

*Harina de Centeno: Es una harina dura de alto contenido proteico, se utiliza para panes.

*Harina de Cebada: Tiene una alta carga de proteína lo cual le hace una harina dura y un 17% de fibra soluble, es buena para panes.

- Harinas No Panificables:

Son harinas que no contienen gluten, las cuales son buenas para espesar, sopas, tortilla, arepas y otras preparaciones, ejemplo: harina de arroz, lenteja, maíz, etc.

1.6.1.2 Principales Componentes de la Harina

Los componentes más importantes en la harina son:

- **Carbohidratos:** El carbohidrato encontrado en la harina es el almidón, el almidón hace tres funciones en la elaboración de pan: atrapa agua, forma parte de la miga y ayuda formando redes con harinas no panificables.
- **Proteínas:** Se llama gluten la proteína que se encuentra en la harina, está compuesta de dos proteínas la glutenina de elasticidad y la gliadina da tenacidad, forman la red de gluten.
- **Agua:** tiene máximo 15% de humedad, a una harina que ha perdido se debe compensar añadiendo más agua en su elaboración.
- **Minerales:** Se puede encontrar una pequeña cantidad de grasa y fibras.

1.6.1.3 Características de la Harina

Una de las características de la harina o propiedades es la de retener agua y gas al mismo tiempo de producir gas durante la fermentación. A las que se conocen como características físicas de la masa que origina y propiedades de fermentación.

- **Características Físicas de la Masa que Origina:**

Básicamente es el resultado de la capacidad que tiene la harina de retener agua, lo que dará una masa suave, que tenga elasticidad y tenacidad.

- Propiedades de Fermentación:

Se refiere a la capacidad que tiene la harina de retener y producir gas durante la fermentación; consecuencia de los azúcares que existen en el almidón.

1.6.2 Agua

El agua permite que todos los ingredientes se puedan disolver y dispersar, formando una masa. El agua hidrata los almidones, las proteínas y permite la formación de gluten, lo que da una masa plástica, suave y elástica. Los procesos y ciclos de vida de la levadura se producen solo en el agua.

1.6.2.1 Tipos de Agua

Los tipos y características del agua varían de las zonas geográficas de una región, esto influirá mucho al momento de elaborar una masa. El agua perfecta para la panificación es aquella que contiene suficiente minerales para reforzar el gluten y preservar la levadura, se la conoce como Agua Dura.

Cuadro 1. Tipos de Agua

Tipo	Efecto	Tratamiento
Blanda (pocos minerales)	Ablanda el gluten, vuelve a la masa suave y pegajosa	Menos alimentos para el gluten y aumentar sal
Dura (rica en sal y magnesio)	Si es en exceso endurece el gluten y retrasa la fermentación	Se utiliza más levadura o más alimento de levadura
Salinas (muy saladas)	Cambia el sabor. Debilita y retrasa la fermentación.	Se reduce la cantidad de sal en la receta
Alcalina	Reduce la fermentación	Se utiliza más levadura o vinagre para compensar el pH

Elaborado por: La autora

1.6.2.2 Funciones del Agua en la Panificación

El agua es el agente que ayuda a que todos los ingredientes se junten formando una masa. En la fermentación ayuda a formar una capa en cada levadura la que hace que se mantenga el gas que libera la levadura.

1.6.3 Sal

1.6.3.1 Funciones de la Sal en la Panificación

- Mejora el sabor y resalta los sabores de todos los ingredientes.
- Fortalece al gluten lo cual da fuerza a la harina y como resultado la masa retiene mejor agua y gas.
- Regula a la levadura en el consumo de azúcares, que permite un mejor color y corteza.
- El exceso de sal puede matar a la levadura.

1.6.4 Azúcar

1.6.4.1 Función del Azúcar en la Panificación

Las levaduras solo pueden digerir azúcares simples o monosacáridos; estas son la glucosa y la fructosa.

- El azúcar sirve como alimento para la levadura.
- Ayuda a la formación de corteza y de color debido a la reacción de malar.
- El azúcar también absorbe humedad y permite que el producto sea suave.

1.6.4.2 Porcentajes Recomendables en la Panificación

El azúcar que existe en la harina es aproximadamente el 1.5 al 2% del peso total de la harina. Se puede encontrar azúcares añadidos, azúcares producidos por las enzimas de la harina o enzimas añadidas por diferentes ingredientes que pueden formar un pan, una de las ventajas del azúcar producido por las enzimas es que las produce conforme es necesario. Cada una de estas fuentes aporta una cantidad de azúcares que se irán desarrollando durante el proceso de amasado, fermentación y cocción. Lo ideal de azúcar es agregar del 2 al 3% del peso de masa que ayudara a acelerar la fermentación, más del 6% la frena.

1.6.5 Leche

La leche es una sustancia producida por las glándulas mamarias. Es un producto complejo y nutritivo. Los principales componentes de la leche son: la caseína (proteína), grasa, vitaminas solubles y la lactosa.

1.6.5.1 Composición Aproximada de las Leches

Cuadro 2. Composición aproximada de las leches

Tipos de Leches	Porcentaje por 100 gr			
	Agua %	Proteína %	Grasa %	Lactosa %
DE VACA				
Entera	88.4	3.06	3.8	4.7
Descremada	91.00	3.89	0.2	4.9
Semi-descremada	90.1	3.5	1.6	4.8
Polvo Entera	6.5	25.21	26.2	35.1
Polvo Descremada	4.87	36.1	0.64	50.38
Polvo Semidescremada	10	29.8	16.3	43.9
Evaporada	74.1	8.4	9.4	8.09
Condensada con Azúcar	28.6	8.51	10.1	11.7
OVEJA	81.9	5.7	7.2	4.3
CABRA	86.05	4.3	4.9	3.9
BUFALA	82.7	4.1	7.7	4.8

Elaborado por: La autora

1.6.5.2 Función de la Leche en Panificados

La leche es responsable del color y la miga en un panificado. Le da mejor color a la corteza ya que contiene lactosa y se carameliza durante el horneado; sobre la miga da un color más blanquecino y esponjosidad por la materia grasa que contiene, la materia grasa de la leche también ayuda extendiendo la conservación del pan por mayor tiempo, ya que retiene humedad. Se puede sustituir leche por agua en cierto porcentaje, la leche contiene proteínas que forman una red tridimensional en el pan al calentarse en el horneado.

1.6.6 Grasas

Las grasas y aceites se usan en los panificados para mejorar el sabor, la miga y mejorar el tiempo de duración.

1.6.6.1 Clasificación de las Grasas

Las grasas se clasifican en saturadas, no saturadas y trans.

- **Saturadas:** Son de origen animal, grasas sólidas a temperatura ambiente. Son difíciles de digerir y se almacenan en el cuerpo. Se encuentran en el tocino, mantecas como la de cacao, sebo, etc.
- **No Saturados:** De origen vegetal, son líquidas a temperatura ambiente, comúnmente conocidos como aceites. Son buenos para la salud ya que algunos contienen nutrientes esenciales. Ejemplo: aceite de oliva, de maíz, de girasol, etc.
- **Trans:** Son aceites hidrogenados, la hidrogenación hacen que estos aceites pasen de insaturados a saturados; estas grasas se vuelven sólidas. Lo cual los hace más perjudiciales a la salud, estos son por ejemplo la margarina.

1.6.6.2 Grasas Animales más Conocidas

- Manteca de cerdo
- Sebo: grasa de la carne de vaca
- Aceite de hígado de bacalao
- Mantequilla
- Embutidos
- Foie-gras
- Tocino
- Pateé de hígado

1.6.6.3 Características de las Grasas

- Reservan energía en el cuerpo.
- Absorben vitaminas tales como A, D, E y K.
- Funciona como transporte
- Recubre órganos y les da consistencia o protege como el tejido adiposo.

1.6.6.4 Función de las Grasas en la Panificación

- Mejora la conservación física: Forma una capa impermeable entre agua, almidón y gluten lo cual permite que conserve humedad por consecuencia fresca.
- Volumen: La grasa lubrica al gluten dándole mayor elasticidad, permitiendo que retenga más gas lo que le da mayor volumen al pan.
- Apariencia: Al amasar la grasa se reparte entre el gluten dando como resultado una masa suave y una miga uniforme.

1.6.6.5 Cantidades a Utilizar

Cuadro 3. Cantidades a utilizar

Pan francés	0 – 6%
Pan de molde	3 - 6%
Pan integral	2 – 6%
Pan dulce	16-20%
Pan blando	6 12%

Elaborado por: Chef Jorge Gallegos

1.6.7 Levadura

Principal responsable de la fermentación del pan. La levadura es un microorganismo que se alimenta, se reproduce y muere, por lo cual es importante saber y controlar las temperaturas a la que se somete. La levadura de panificación se alimenta de azúcares y las convierte en gas y alcohol.

1.6.7.1 Tipos de Levaduras

1. Levadura Biológica: Levaduras naturales.
2. Levaduras Químicas: son gasificantes como por ejemplo bicarbonato de sodio.
3. Levadura Prensada: Levadura natural la más utilizada por panadería y pastelería. Se vende compactada y se debe mantener refrigerada.
4. Levadura Deshidratada: Tiene bajo contenido de humedad. Aumenta gramo a gramo su poder leudante hasta triplica. Se encuentra en polvo o esferas.

1.6.7.2 Requisitos de Calidad de la Levadura

Fuerzas

Uniformidad

Pureza

Apariencia

- Color: Debe ser crema claro o blanco.
- Olor: Inodora.
- Gusto: Agradable
- Textura: Consistencia firme
- Debe diluirse sin formar grumos

1.6.7.3 Función en Panificación

La levadura al mezclarse con agua y alimentarse con los azúcares del almidón y/o de los demás azúcares de la masa empieza su ciclo de vida, esto quiere decir que se alimentara, reproducirá y morirá. La levadura en este proceso libera alcohol y CO₂ (gas) que levanta al pan y hará su proceso de fermentación y una serie de procesos químicos; que aportaran el sabor característico del pan.

1.6.7.4 Que necesita la Levadura para Actuar

Para actuar o activar la levadura se necesita de humedad, azúcar, proteínas, minerales y temperaturas adecuadas que son entre 25 a 28 grados Celsius.

1.6.7.5 Temperaturas Importantes para la Levadura

La temperatura de la levadura es importante pocos grados de diferencia pueden cambiar el resultado.

Cuadro 4. Temperatura de la levadura

Temperaturas	Características
Bajo 0	Suele matar un pequeño porcentaje de levadura
4C	Se detiene
15C	Fermentaciones largas con tiempo
25C a 28C	Óptima para fermentación de masas
45C	La fermentación termina
55C	La levadura muere.

Elaborado por: La autora

1.6.7.6 Las Enzimas de la Levadura

La levadura emite ciertas enzimas durante ciclo de vida que son usados como catalizadores.

- Proteasa actúa sobre el gluten.
- Invertasa actúa sobre azúcares compuestos.
- Maltasa actúa sobre la masa.
- Zymasa actúa sobre azúcares simples.

1.6.7.7 Cantidades que se debe Utilizar

Cuadro 5

Tipo de Levadura	Porcentaje x Kilo
Levadura Fresca	5% (50 gr x kg de harina)
Levadura deshidratada	170% (17 gr x kg de harina)

Elaborado por: La autora

1.6.8 Huevo

1.6.8.1 Constitución del Huevo

El huevo está constituido por la cáscara, clara, yema y chalazas.

1.6.8.2 Constitución Porcentual

- Yema: 34%
- Clara: 58%
- Cáscara: 8%

1.6.8.3 Composición de las Partes Principales del Huevo

- La Cáscara: Está formada por fibras entrelazadas de naturaleza proteica, de carbonato de calcio y de algunos minerales como son: calcio, magnesio y fósforo.
- Clara: Está compuesta por agua, lípidos en niveles muy bajos, glucosa, minerales tales como potasio y sodio; y en su mayor parte está constituida por proteínas.
- Yema: Constituida por lípidos en mayor cantidad, proteína y vitaminas.

1.6.8.4 Cáscara

La dureza de la cáscara depende de la cantidad de magnesio que posee. La cáscara es la primera barrera de defensa que posee un huevo. La cáscara tiene poros y no es impermeable; con el tiempo se van abriendo más poros. En la cáscara se puede encontrar unas cutículas que no es soluble en agua y sirve para proteger la yema y clara de bacterias; esta cutícula se va perdiendo con el tiempo conforme el huevo pierde frescura.

1.6.8.5 Clara

Las claras tienen dos condensaciones cuya misión es mantener a la yema sostenida en el centro, estas chalazas están situadas a cada polo del huevo, las chalazas son más provenientes dependiendo de la frescura del huevo. El

objetivo de la clara es proteger como un colchón a la yema de los golpes. La clara es una gran fuente de proteína ya que contiene cuatro tipos de proteínas, la más importante es la albúmina que constituye el 60% del peso proteico; la albúmina tiene propiedades gelificantes y espumantes.

1.6.8.6 Yema

Mayormente compuesto de lípidos que de proteína. Los minerales que contiene la yema son: calcio, potasio y fósforo. Los lípidos de la yema aportan ácidos grasos a la alimentación del humano.

1.6.8.7 Conservación

Los huevos se deben conservar en un sitio fresco, seco y con una temperatura constante. Es por eso que la refrigeración es la mejor opción ya que la temperatura será siempre constante y ubicarlos en el espacio designado para ellos. El cambio brusco de temperatura afecta mucho a la cáscara y se facilita al acceso de bacterias dentro de él.

1.7 PROCESOS DE ELABORACIÓN DEL PAN

Para la elaboración del pan no existe un solo proceso de elaboración, cada panadero se acomoda a la técnica de su gusto y necesidad.

1.8 ETAPAS DEL PROCESO PARA LA ELABORACIÓN DEL PAN

1.8.1 Pesado Correcto de Ingredientes de Acuerdo a la Receta

El pesado de los ingredientes en la panadería es muy importante, se necesita que las cantidades sean exactas para que se pueda tener un buen amasado, buena fermentación y un excelente producto final.

1.8.2 Mezcla y Amasado

Para conseguir una buena masa elevada se debe mezclar los ingredientes según la receta lo exija.

El amasado garantiza la mezcla íntima de los ingredientes. Al amasar se incorpora aire a la masa, este aire se disuelve y otra parte pasa a formar los futuros alvéolos de la miga. Al unir el agua y la harina tenemos como resultado las primeras transformaciones de las proteínas, la glutenina y la gliadina absorben la misma cantidad de almidón que de agua; formando la red de gluten. El resto del agua se queda en estado libre y hace soluciones con el azúcar y la sal. La grasa como agente humectante facilita la hidratación de la masa. Si el amasado no es correcto, siendo insuficiente el resultado no sería homogéneo dando un pan con poco volumen por otro lado si el amasado es intenso se obtiene mayor volumen pero una miga muy blanca y sinsabor.

1.8.3 Fermentación en Conjunto

La fermentación funciona por dos etapas, fermentación primera y fermentación. Durante la primera fermentación la masa comienza a sentir una serie de procesos químicos que provienen de la fermentación de la levadura, la levadura va soltando alcohol y gas; las enzimas generan azúcares fermentables por las levaduras, como resultado la masa va creciendo y sigue atrapando gas. El gluten pierde tenacidad, lo cual ayuda a que se pueda manipular la masa posteriormente.

La fermentación puede llevar minutos u horas dependiendo de la masa y la cantidad que se trabaja, pueden durar desde pocos minutos a 48 horas.

Se producen dos fenómenos, la producción de gas que forma los alveolos y el crecimiento de la masa y la producción de ácidos orgánicos que darán como resultado la maduración de la masa obteniendo sabores y aromas. Las

fermentaciones que pueden ocurrir en la panificación son: alcohólica, acética, láctica y butírica (se produce a los 40C, es una fermentación no deseada ya que da un sabor amargo y ácido, con migas secas)

1.8.4 División y Boleo

La división es el momento en que se cortan los panes en el gramaje requerido por la receta o por la cantidad de unidades que se desean por kilo de masa. Una vez obtenido el gramaje deseado se procede con un boleo de la masa que es dar una forma esférica y una superficie lisa de la misma. El boleo ayudará a la masa produciendo burbujas de gas y reteniéndolas.

1.8.5 Reposo Intermedio

Este sirve para que la masa descansa, se relaje y pierda tenacidad, haciendo que la manipulación para el formato final sea fácil y se la pueda manejar.

1.8.6 Formación de la Masa

Un reposo de 5 a 20 minutos, puede ser tres procesos:

- Laminado: pasar la masa por una amasadora dejándola lisa.
- Enrollado: enrollar la masa.
- Alargamiento: darle un largo de una longitud deseada.

1.8.7 Crecimiento en Cámara

La cámara de leudado es una cámara cerrada, con un control exacto de temperatura y humedad. Dando a los panes la temperatura y humedad perfecta para que pueda leudar de una manera óptima. Esta temperatura y humedad se pueden regular de acuerdo al alimento.

1.8.8 Horneo

En el horneado los procesos químicos continúan. Es aquí donde el gas producido por la levadura se expande por el calor, haciendo que el pan crezca, los almidones absorben la humedad y se vuelven firmes, al igual que el gluten y las proteínas del huevo este proceso empieza a los 74C. La temperatura del horneado es muy importante: si es muy fuerte la temperatura la solidificación y coagulación de los almidones, proteínas y del gluten, se producirá antes de la expansión del pan que da como resultado un pan pesado, poco volumen y una costra estriada. Si la temperatura es muy baja las proteínas no se coagularán y el pan puede colapsarse.

Durante el horneado el pan pierde peso, ya que el agua se evapora. En el horneado el pan sufre dos reacciones químicas muy importantes la caramelización de los polisacáridos y disacáridos que por el calor se rompen y dan una característica de sabor y color; reacción de maillard que le da el color dorado característico a la corteza, ambas reacciones dan color y sabor al pan.

1.8.9 Enfriamiento del Pan

Después del horneado, se debe colocar el pan en una placas metálicas con agujeros que le permita transpirar al producto estas placas deben llevarse a un cuarto climatizado con una temperatura de 20C con humedad del 65%, cuando el pan se encuentre a los 33C puede ser empacado.

1.8.10 Empacado

El empacado del pan se debe hacer cuando el pan este frío, las bolsas, cajas, latas y/o espumas, etc. deben estar esterilizados. Al momento de sellar el producto dentro del empaque se debe evitar la mayor cantidad de aire dentro del empaque. Con esto se evita el crecimiento de microorganismos y mayor duración del pan.

2 CAPITULO II. ESTUDIO DE MERCADO

2.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO

Es una herramienta del mercadeo que se utiliza para ver las oportunidades y debilidades del mercado. Permite y facilita la obtención de datos y resultados que ayudaran a analizar mediante la estadística, la aceptación del producto o servicio. El mercadeo tiene tres objetivos: el consumidor, el producto y el mercado; estos ayudaran resolver problemas y definir a la empresa.

2.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN E INFORMACIÓN A UTILIZAR

Tipos de Investigación:

- **Investigación Exploratoria:** Tiene como objetivo una investigación inicial de la situación en la que se encuentra el proyecto, esta investigación minimiza dinero y tiempo; es una investigación flexible por lo cual está preparada a cambios inesperados. Esta enfocada a la busca de problemas, variables y oportunidades de nuevos enfoques.
- **Investigación Concluyente:** Facilita información que ayuda a evaluar a determinar acciones dentro de un proyecto; se define por tener objetivos. Estos pueden ser encuestas, simulaciones, experimentos, etc.
- **Investigación de Desempeño:** Verifica que los planes y programas de mercadeo tengan una correlación, un cambio o un mal desempeño en alguno de esos factores puede dañar el resultado del proyecto

Información a Utilizar:

- **Geográfico:** Región del mundo, país, ciudad, etc. Tamaño de zona, clima.
- **Demográfico:** Edad, sexo, ingreso, ocupación, etc.

- Psicográficas: Clase social, estilo de vida, etc.
- Religión
- Conductual: Ocasiones, lealtad a una marca, actitud hacia el producto, interés, beneficios de calidad, comodidad, etc.

2.2.1 Determinación del Tipo de Información a Aplicar

Ya que “Caserito” es un proyecto con un producto nuevo que le convendría aplicar una investigación concluyente, lo cual le ayudara al proyecto proporcionándole información mediante una encuesta. Esta encuesta tendrá información demográfica, psicográfica y conductual.

2.2.2 Determinación del Tipo de Información a Utilizar

Al utilizar la investigación concluyente y una encuesta se podrá determinar criterios y factores que llevan a nuestro producto nuevo al fracaso. Dentro de los criterios se podrá encontrar: si el producto tendrá una demanda suficiente en el mercado elegido y si satisface la demanda. En los factores de causas de fracaso se puede hallar que el producto no satisface una necesidad, no se percibe como algo nuevo o llamativo y que la estrategia este mal diseñada.

2.3 MÉTODO, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN

El método de este proyecto se llamara: “Estrategia de Introducción”. Es una estrategia que ayude a nuestro nuevo producto entrar al mercado deseado (familias) llamando la atención de la mayor parte de posibles consumidores y dejar la marca y el producto en la mente de los consumidos. Estudiar e investigar nuestro precio, plaza, producto y promociones para tener un target al cual queremos llegar. Y así junto a la encuesta obtener información que nos ahorre tiempo y dinero.

2.4 SEGMENTO DEL MERCADO

Sirve para dividir un mercado total en varios y poder enfocarse en uno solo para poder ofrecer un bien o servicio. Se agrupa personas con necesidades semejantes, es un grupo grande y homogéneo de consumidores con los mismos deseos, poder de compra, situación geográfica, edad, actitudes, hábitos, etc. Caserito se dirige a personas de quince años a edad adulta (familias), de economía media a alta, cuyos hábitos de compra sea en los supermercados de la ciudad y valles de la provincia de pichincha y que gusten de un pan fresco y comodidad.

2.5 DETERMINACIÓN Y DELIMITACIÓN DEL UNIVERSO DE ESTUDIO

Un universo es un conjunto de objetos o elementos del cual se quiere obtener una información, para definir un universo se necesita definir que o quienes van hacer los elementos u objetos y delimitar una población como por ejemplo: homogeneidad (una misma característica), tiempo (el periodo de tiempo que se halla la población en un lugar), espacio (lugar donde radica), capacidad (tamaño de la población).

La delimitación del universo también se conoce como la delimitación de la muestra que es un subconjunto dentro del universo; existen dos tipos de muestras la probabilística que puede ser una elección mecánica, por lugares físicos o de acuerdo a la característica de investigación y la no probabilística que depende solo del criterio del investigador

2.6 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para determinar el tamaño de la muestra del proyecto en estudio se empleó la fórmula poblaciones finitas (menos de 100.000 habitantes).

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Para la aplicación de la formula se consideraron los siguientes elementos:

Número de elementos de la muestra	n= ¿?
Número de elementos del universo	N= 5.114
Valor crítico: Nivel de confiabilidad	Z _α =90% Factor= 1.64
Posibilidad de éxito	p = 5%
Posibilidad de fracaso	q = (1-p)
Precisión	d = 3%

$$n = \frac{5114 * (1.64)^2 * (.05 * .95)}{(.03)^2 (5114 - 1) + (1.64)^2 (.05 * .95)}$$

$$n = \frac{653.344184}{4.729456} = 138.1436224$$

2.7 MODELO DE ENCUESTA

1. ¿Qué actividad desempeña usted?

Estudiante _____ Profesional _____ Ama de casa _____

2. ¿Edad?

15- 30 _____

30-45 _____

45-60 _____

3. ¿Le gustaría a usted tener pan fresco en casa?

Sí _____ No _____

4. ¿Le gustaría que el mercado le ofrezca pan congelado?

¿Donde le gustaría en contarlo?

Supermercados _____

Tiendas de barrio _____

5. ¿Que panes le gustaría más?

* Pan de Rosa _____

* Pan Saborizado _____

* Croissant _____

* Croissant Integral _____

* Pan Integral _____

¿Cuál de ellos no y por qué? _____

6. ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar?

1.20 _____

1.98 _____

1.47 _____

2.8 APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

Las encuestas fueron aplicadas en varios sectores de la ciudad de Quito y Sangolquí, donde se puede encuestar al target en el que Caserito está interesado en ofrecer y vender su producto. Aquí encontraremos nuestro segmento de mercado, producto estrella y valor del mismo.

2.9 RESULTADO DE LA ENCUESTA

1. ¿Qué actividad desempeña usted?

Estudiante #:	(11)
Profesional #:	(70)
Ama de casa #:	(7)

2. ¿Edad?

15- 30 #:	(16)
30-45 #:	(37)
45- en adelante #:	(34)

3. ¿Le gustaría que el mercado le ofrezca pan congelado?

¿Donde le gustaría en contarlo?

Supermercados #:	(50)
Tiendas de barrio #:	(48)

4. ¿Que panes le gustaría más?

* Pan de Rosa #:	(37)
* Pan Saborizado #:	(10)
* Croissant #:	(25)
* Croissant Integral #:	(18)
* Pan Integral #:	(43)

5. ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar?

1.20 #:	(63)
1.47 #:	(14)
1.98 #:	(8)

2.10 CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

En base a las encuestas que fueron realizadas a cien personas, tenemos como resultado que Caserito "Pan Congelado" será aceptado bien por el target que nos interesa. El producto estrella es el pan integral por lo cual se lanzara el pan integral en mayor cantidad y el pan de rosa. Debido a que Caserito es una empresa que esta empezando el canal de distribución será las tiendas de barrio: mediante las encuestas pudimos observar que el producto será buscado y comprado en tiendas de barrio sin ningún problema.

3 CAPITULO III. PLAN DE MERCADO

3.1 OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO

Los objetivos de un plan de mercado deben ser realistas y alcanzables, se deben basar en planes y estrategias hechas con varias herramientas del marketing.

3.2 MISIÓN

Pan Fresco dentro de los 3 años de trabajo va a mantener un excelente producto, nutritivo, sano, sin perder el toque de un pan artesanal; para que en su mente quede la marca, el sabor y recuerde la satisfacción.

3.3 VISIÓN

Pan Fresco en el periodo de 3 años estará posicionado en los supermercados más importantes de la ciudad de Quito. Manteniendo un compromiso con la calidad y el cuidado del medio ambiente.

3.4 OBJETIVOS

3.4.1 Corto Plazo

Caserito "Pan Congelado" en el plazo de un año recuperara la inversión, invertida en la empresa. Se estará vendiendo en la mayoría de tiendas de barrio de San Rafael, Sangolquí.

3.4.2 Mediano Plazo

En cinco años se espera llegar a todo Sangolquí ofreciendo más de dos productos congelados. Obteniendo mayores ventas. Siendo nuestro logo el que ocupe la mente del consumidor.

3.4.3 Largo Plazo

En el plazo de doce años Caserito “Pan Congelado” ya será una marca reconocida, buscada por los consumidores. Los ingresos obtenidos los años anteriores será destinados a mejorar la maquinaria para poder llegar a más lugares de la provincia de Pichincha y si es el caso a todo el Ecuador.

3.5 ANÁLISIS DE FODA

3.5.1 Fortaleza

- Producto nuevo y único en el mercado
- Altos estándares de calidad
- Producto orgánico
- Comodidad para los consumidores

3.5.2 Oportunidades

- Infraestructura propia
- Varios canales de distribución existentes
- Posibilidades de aprovechar beneficios de la campaña “Primero Ecuador”
- Facilidad de acceso a materia prima

3.5.3 Debilidades

- Producto nuevo y desconocido
- Recursos ilimitados

3.5.4 Amenazas

- Limitaciones de logística y distribución.

- Idea sea aprovechada por grandes empresas con capacidad de implementación inmediata

3.6 ESTRATEGIAS

3.6.1 Fortalezas – Oportunidades

- Producto nuevo y único. Con localidad propia.
- Producto orgánico, ya que se posee facilidad de conseguir la materia prima fresca y de buena calidad.
- Altos estándares de calidad ya que se capacita al trabajador.
- Comodidad para los consumidores, “Primero Ecuador”.

3.6.2 Fortalezas – Amenazas

- Producto nuevo y único, esta idea puede ser aprovechador por grandes empresas, que pueden desaparecer a Caserito en el mercado.

3.6.3 Debilidades – Oportunidades

- El producto es nuevo y desconocido pero cuenta con la ayuda de la publicidad “Primero Ecuador”
- Los recursos son limitados, pero se cuenta con localidad propia que rebaja varios costos.

3.6.4 Debilidades – Amenazas

- Limitación de recursos, logística y distribución.

- Empresas grandes pueden aprovecharse de la idea ya que Caserito “Pan Congelado” es nuevo y desconocido.

3.7 PLAN DE ACCIÓN

3.7.1 Estrategia 1

Ofrecer a las tiendas de barrio un contrato de dos años con el cual recibirán un congelador con publicidad de Caserito “Pan Congelado”, solo para nuestro producto.

3.7.2 Estrategia 2

Sacar al mercado primero el pan integral y el de rosa, hasta que la gente nos conozca y reconozca. Una vez de que nuestro producto ya haya ganado terreno y sea conocido, sacar otra variedad del pan de trigo congelado.

3.7.3 Estrategia 3

Ofrecer a los dueños de las tiendas con las que trabajaremos visitas a nuestra planta y darles una demostración del producto. Con esto conseguiremos que los dueños sepan como funciona nuestro producto, se interesen y hablen de ellos con sus clientes.

3.8 ESTRATEGIAS INTERNAS

3.8.1 Estrategia del Producto

Caserito “Pan Congelado” promocionara a sus productos incluyendo en su empaque pequeños manuales de información nutritiva así nuestros clientes sabrán que el producto es orgánico. Estos folletos también indicaran al consumidor como hornear el pan, para su comodidad.

3.8.1.1 Lista de Productos a Escoger

- Rosa de Agua
- Pan Saborizado
- Croissant
- Croissant Integral
- Pan Integral

3.8.2 Políticas de Fijación

- Precios asequibles tanto como para el vendedor y el consumidor. Cuidando ambas economías, así la oferta del producto se mantendrá y ninguno de nuestros clientes abandonara el producto.
- Los precios de la materia prima no puede afectar a la calidad del producto y por lo tanto no afectara al precio venta al público.

3.8.2.1 Precios de los Productos

Cuadro 6. Tabla de Competencia

Tabla de Competencia								
Ítems	Megamaxi	Hiper Market	Caserito	I.V.A	Precio Final	VMP.Pqt. 6 und.	Precio Pqt.	% Pqt.
Rosa de Agua	0.2	0.18	0.22	0.03	0.25	1.50	1.92	12.85
Pan Saborizado	-	-	0.19	0.02	0.21	1.27	1.98	10.76
Croissant	0.43	0.4	0.23	0.03	0.26	1.59	2.47	10.45
Croissant Integral	0.43	0.4	0.21	0.03	0.24	1.49	2.32	10.15
Integral	0.2	0.2	0.19	0.02	0.21	1.30	1.66	12.79

Elaborado por: La autora

Formas de Pago

Las formas de pago será al corriente, el comprador del producto pagara inmediatamente de acuerdo al pedido. Los pagos se recibirán solamente en efectivo.

3.8.3 Estrategias de Promoción

Caserito “Pan congelado” se venderá en un paquete de seis unidades de treinta gramos cada uno. El paquete contendrá el logo de la empresa, con el nombre del producto, información de los ingredientes, valor nutricional, fecha de elaboración/ vencimiento y un pequeño manual de como hornear el pan a la temperatura y tiempo adecuado.

Como parte de promoción en el paquete de seis unidades se regalara un pan sea de integral en caso de ser pan de rosa de igual manera con el paquete de pan integral se regalara un pan de rosa. Así nuestros clientes podrán conocer y saborear nuestros productos.

3.8.3.1 Estrategia de Venta

Se les ofrecerá a los clientes promociones por la compra de cierta cantidad máxima del producto, las congeladoras para mantener el producto en buenas condiciones y una capacitación donde asistirán a la planta de Caserito “Pan Congelado” y podrán observar como se produce nuestro pan.

3.8.3.2 Estrategia de Publicidad

- Se expondrá el producto en eventos, donde se incluirá trípticos y muestras del producto. (Anexo # 1)
- Una pagina Web donde tendremos información sobre donde conseguir el producto y que nos diferencia de las grandes empresas de panificados.

3.8.3.3 Estrategia de Marketing

- Impulsar a clientes potenciales a comprar nuestro producto, regalando el mismo para su consumo.

- Atraer los clientes de la competencia, ofreciéndoles lo exquisito que es tener el olor de pan en casa.

3.8.3.4 Estrategia de Fuerza de Venta

- Los vendedores que representaran a Caserito “Pan Congelado” tendrán una capacitación previa para poder responder cualquier duda, que tenga un futuro cliente potencial.
- Los vendedores visitaran a los futuros clientes: hablaran del producto e informaran de las promociones que obtienen los clientes por la compra del producto.

3.8.3.5 Canales de Distribución

Definen las diferentes etapas que el producto pasa desde su elaboración hasta llegar a las manos del cliente, son áreas económicas que son totalmente activas. En un canal de distribución existe el fabricante, intermediario y consumidor final, dependiendo el recorrido que sufre el producto hasta el consumidor final tiene diferentes denominaciones.

1. Directo: del fabricante al consumidor final
2. Corto: del fabricante a una tienda y al consumidor final
3. Largo: fabricante => mayorista => tienda => consumidor final
4. Doble: fabricante => agente exclusivo => mayorista => tienda => consumidor final

El canal de distribución de “Caserito pan congelado” será corto. El producto final será entregado en las tiendas y a través de las tiendas llegara al consumidor final

3.8.4 Ventajas Competitivas

A Caserito “Pan Congelado” lo que le hace diferente a su competencia también es su ventaja. Caserito “Pan Congelado” es un producto congelado de trigo, que tiene estándares altos de calidad, ingredientes orgánicos y ofrece el olor del pan recién horneado en casa. Además Caserito “Pan Congelado” le interesa dar calidad no cantidad.

3.8.5 Estrategias de Posicionamiento

Para el posicionamiento “Caserito pan congelado” debe saber cuantas y cuales son las diferencias que lo destaquen de cualquier otra empresa.

- Atributo: Ser pioneros en ofrecer pan de trigo congelado.
- Ventaja: Un producto orgánico que le interesa mantenerse así.
- Aplicación: y uso: Personas que buscan comodidad, frescura y calidad.
- Competencia: Pionero y única empresa.
- Calidad y Precio: un producto nuevo orgánico a un buen precio asequible a las familias ecuatorianas.

3.9 DEFINICIÓN DE SERVICIO AL CLIENTE

Es la interacción entre el proveedor y el cliente en el cual, el proveedor puede conocer de mejor manera a su cliente y así llegar a satisfacer sus necesidades; haciendo llegar el producto en el momento y lugar adecuado.

3.9.1 Servicio al Cliente

- Por medio de la página Web el distribuidor y cliente final podrán dejar preguntas y recomendaciones para un mejor servicio.

- Contara con un número de teléfono, de línea abierta para contestar cualquier pregunta.
- Dentro de la planta de producción existirá un counter para servicio al cliente.

3.9.2 Marca

“Caserito Pan Congelado”

3.9.3 Slogan



- Gris: Aporta creatividad y significa éxito.
- Amarillo: Es alentador y ayuda a estimular la mente
- Rojo: Ayuda a estimular el metabolismo del cuerpo
- Oro: Significa fortaleza, riqueza
- Verde: Tradicional y equilibra las emociones.

El slogan de caserito lleva un horno y un croissant, con esto se quiera dar la idea que en cualquier horno es fácil de prepararlo y que la tradición de un pan típico artesanal lo llevara a casa.

4 CAPITULO IV. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 MAPA DE UBICACIÓN

Gráfico 1. Ubicación



Fuente: googleearth, imagen 2011 digital globe

4.2 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Caserito “Pan Congelado” es un producto nuevo, que ofrece pan de trigo congelado para hornear en casa; este pan de trigo esta hecho con productos orgánicos y sin persevantes. El paquete lleva seis unidades de pan congelado sea pan de rosa o pan integral, dentro del paquete se encontrara un pequeño manual donde habrá indicaciones de preparación, el tiempo de horneado es aproximadamente de 20 min. o menos y el pan congelado tiene un tiempo útil de 15 días.

4.3 PROCESO TÉCNICO DE PANIFICACIÓN

4.3.1 Análisis de Materias Primas

- Harina:
 - Harina Integral: Proviene de la molienda de todo el grano de trigo.
 - Harina 000: Se obtiene del endospermo. Esta harina contiene mayor cantidad de gluten.
- Azúcar: Sacarosa, su fórmula es $C_{12}H_{22}O_{11}$. Es un disacárido formado por una molécula de glucosa y una de fructosa.
- Sal: Cloruro de Sodio, Na Cl, extraída mayormente del océano.
- Levadura: Es un microorganismo que se alimenta, reproduce y muere. Se alimenta de azúcares que los transforma en gas y alcohol.
- Leche: Producida por las glándulas mamarias, es un alimento complejo y nutritivo. Sus componentes son caseína, proteína, vitaminas y lactosa.
- Agua: Su fórmula H_2O El agua hidrata los almidones, las proteínas y permite la formación de gluten.
- Mantequilla: Grasa que proviene de origen animal, una grasa sólida a temperatura ambiente.
- Huevos: El huevo está compuesto de yema, clara y cáscara; cada uno de estos ocupa el siguiente valor porcentual.
 - Yema: 34%
 - Clara: 58%
 - Cáscara: 8%

4.3.2 Receta Estándar

Cuadro 7. Receta 1

Rosa de Agua (40u)										
Insumo	Unidad	Costo	Cantidad	Factor Desecho	Costo Receta	Peso Desecho	Peso Util	Cant + Desecho	Costo + Desecho	Factor Recargo
Harina	K	1.39	1		1.39					1.83
Levadura	K	3.9	0.03		0.117					0.15
Azúcar	K	0.86	0.1		0.086					0.11
Sal	K	0.36	0.04		0.0144					0.02
Huevo	u	0.12	2		0.24					0.32
Leche	Lt	0.69	0.1		0.069					0.09
Agua	Lt	0.44	0.4		0.176					0.23
									Total	2.76
									360%	9.94
									Total	12.71

Elaborado por: La autora

Cuadro 8. Receta 2

Pan Saborizado (40)										
Insumo	Unidad	Costo	Cantidad	Factor Desecho	Costo Receta	Peso Desecho	Peso Util	Cant + Desecho	Costo + Desecho	Factor Recargo
Harina	K	1.39	1		1.39					1.83
Levadura	K	3.9	0.03		0.117					0.15
Agua	Lt	0.44	0.6		0.264					0.35
Manteca	K	2.21	0.04		0.0884					0.12
Sal	K	0.36	0.04		0.0144					0.02
Tocino	K	10.62	0.1		1.062					1.40
Queso	K	6.3	0.1		0.63					0.83
									Sub Total	4.71
									360%	16.94
									Total	21.65

Elaborado por: La autora

Cuadro 9. Receta 3

Croissant (40)										
Insumo	Unidad	Costo	Cantidad	Factor Desecho	Costo Receta	Peso Desecho	Peso Util	Cant + Desecho	Costo + Desecho	Factor Recargo
Harina	K	1.39	1		1.39					1.83
Levadura	K	3.91	0.05		0.1955					0.26
Agua	Lt	0.44	0.15		0.066					0.09
Leche	Lt	0.69	0.15		0.1035					0.14
Sal	K	0.36	0.01		0.0036					0.00
Huevos	Unidad	0.12	4		0.48					0.63
Mantequi	K	4.74	0.1		0.474					0.63
Azúcar	K	0.86	0.15		0.129					0.17
Empaste										
Mantequi	K	4.74	0.2		0.948					1.25
Margarina	K	3.29	0.2		0.658					0.87
									Sub Total	5.87
									360%	21.13
									Total	27.01

Elaborado por: La autora

Cuadro 10. Receta 4

Croissant Integral (40)										
Insumo	Unidad	Costo	Cantidad	Factor Desecho	Costo Receta	Peso Desecho	Peso Util	Cant + Desecho	Costo + Desecho	Factor Recargo
Harina Int	k	1.01	0.7		0.707					0.93
Harina	K	1.39	0.3		0.417					0.55
Levadura	K	3.91	0.05		0.1955					0.26
Agua	Lt	0.44	0.15		0.066					0.09
Leche	Lt	0.69	0.15		0.1035					0.14
Sal	K	0.36	0.01		0.0036					0.00
Huevos	Unidad	0.12	4		0.48					0.63
Mantequi	K	4.74	0.1		0.474					0.63
Azucar	K	0.86	0.15		0.129					0.17
Empaste										
Mantequi	K	4.74	0.2		0.948					1.25
Margarina	K	3.29	0.2		0.658					0.87
Sub Total										5.52
360%										19.87
Total										25.39

Elaborado por: La autora

Cuadro 11. Receta 5

Pan de Integral (40u)										
Insumo	Unidad	Costo	Cantidad	Factor Desecho	Costo Receta	Peso Desecho	Peso Util	Cant + Desecho	Costo + Desecho	Factor Recargo
Harina Int	K	1.01	0.7		0.707					0.93324
Harina	K	1.39	0.3		0.417					0.55044
Levadura	K	3.9	0.03		0.117					0.15444
Azúcar	K	0.86	0.1		0.086					0.11352
Sal	K	0.36	0.04		0.0144					0.019008
Huevo	u	0.12	2		0.24					0.3168
Leche	Lt	0.69	0.1		0.069					0.09108
Agua	Lt	0.44	0.4		0.176					0.23232
Sub Total										2.41
360%										8.68
Total										11.09

Elaborado por: La autora

4.3.3 Inspección de Producto

Cuadro 12. Inspección del producto

INSPECCIÓN DEL PRODUCTO									
Persona Encargada	Hora	Fecha	Peso	Libre de Impurezas	Empaque Limpio	PRE-Leudado	Congelado	Temp.	Firma
* Calificación 1-5 siendo 5 la mejor nota y 1 la peor.									
* Cada evaluación debe tener un puntaje mayor de 2 para que el producto tenga visto bueno.									

Elaborado por: La autora

4.3.4 Evaluación del Costo de los Ingredientes

Cuadro 13. Costo ingredientes

Costo Materia Prima		
Insumo	Unidad	Costo
Harina	Kg	1.80
Azúcar	Kg	2.10
Sal	Kg	1.30
Levadura	Kg	4.10
Agua	Lt	2.00
Leche	Lt	2.10
Manteca	Kg	4.08
Huevos	u	0.12

Elaborado por: La autora

4.3.5 Perdida de Ingredientes y Producto

Las recetas estándar están hechas para sacar cuarenta unidades de pan por kilo de harina. Antes de la preparación se deberá hacer un mise and place: esto quiere decir que se deberán pesar adecuadamente todos los ingredientes, antes de hacer la masa. Una vez hecha la masa se deberá pasar a proporcionar los panes, pesando cada uno veinticinco gramos. Si es que llegase a existir algún sobrante se juntara con la siguiente masa.

4.3.6 Labor de Investigación Experimental

Con las encuestas se pudo conocer que el mercado ahora busca harinas como la integral y centeno; se podría sacar un producto a base de las dos harinas. Y adicionar a un paquete de 6 unidades para que la gente lo pruebe.

4.4 LISTADO DE MENAJE Y EQUIPOS

4.4.1 Menaje

Cuadro 14. Menaje

MENAJE DE COCINA				
ITEM	Valor U	CANT.	Total	DESCRIPCIÓN
Bandeja de Pan	27.80	10	278	bandeja para pan
Tazón 16 Qt.	13.75	5	68.75	acero inoxidable
Tazón 8 Qt.	6.91	5	34.55	acero inoxidable
Tazón .75 Qt.	1.40	5	7	acero inoxidable
Tabla Roja	27.46	2	54.92	45.72x60.96x1.3
Tabla Blanca	26.11	2	52.22	45.72x60.96x1.3
Cuchillo 30"	12.41	2	24.82	cebollero, mango plástico
Rallador	8.55	3	25.65	4 lados; 10x10x23cm
Batidor Piano	14.33	1	14.33	acero inoxidable 46 cm
Colador	10.74	3	32.22	malla fina, 26 cm de diámetro
Cucharon	27.01	2	54.02	capacidad 8oz
Olla Ancha	52.94	2	105.88	14 Qt de capacidad
Bolillo	41.06	2	82.12	longitud 45.7
Cortador	97.52	2	195.04	de 6 ruedas 21/8"
		Total	1029.52	

Elaborado por: La autora

4.4.2 Equipos

Cuadro 15. Equipos de Cocina

EQUIPOS DE COCINA				
ITEM	CANT.	valor u	total	DESCRIPCIÓN
Coche Porta Ban	2	387.50	775	acero inoxidable; sobre ruedas
Balanza	2	412.72	825.44	Capacidad de 60 lb.
Amasadora	2	3.18	6.35	30 cuartos de galón
Congelador	1	2,401.44	2401.44	21 pies cúbicos de capacidad
Atrapa Grasas	1	550.00	550	acero inoxidable, 150Lt
Quemador	1	650.00	650	3 quemadores, 40x40
Campana	1	300.00	300	2 lámparas acero inoxidable
Mesa de Trabajo	3	669.00	2007	200x100x90
Fregadero	1	880.00	880	2 pozos; 150x70x90
		Total	8395.23	

Elaborado por: La autora

4.5 TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN

1. Recepción de la materia prima: La recepción de la materia prima deberá ser cada quince días, cada proveedor tendrá un horario asignado de un rango de una hora para que la persona encargada pueda tomarse el tiempo de revisar que no tenga golpes, este en buen estado, peso y temperatura en caso necesario.
2. Almacenamiento: El almacenamiento debe ser controlado por el jefe de bodega y el gerente; llevando siempre un control de kárdex en cada ingreso y egreso de todos los insumos.
3. Producción: La producción se hará siempre con las recetas estándar y bajo la supervisión del Chef Panadero.

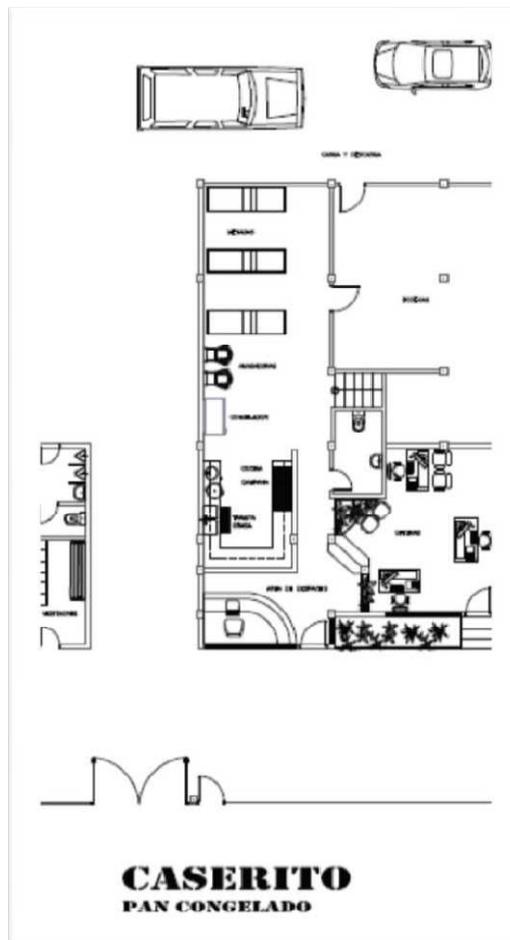
Se deberá seguir la receta estándar, hacer un mise and place antes de empezar la mezcla.

- Amasar
- Proporcionar
- PRE-leudado
- Empacar
- Congelar

4.6 DISEÑO DE INSTALACIONES

4.6.1 Plano Arquitectónico

Gráfico 2. Plano



Elaborado por: La autora

5 CAPITULO V. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

5.1 REQUISITOS PARA EL FUNCIONAMIENTO

Para obtener la patente se debe llenar una solicitud de patente otorgado por el municipio del cantón Rumiñahui a esta solicitud se adjunta la copia a color de la cedula y papeleta de votación. (Anexo 2)

Los permisos de funcionamiento se los dará una vez que se tenga la inspección de los bomberos, patente y clave catastral que se refiere a la ubicación del predio.

5.1.1 Requisitos Dirección de Higiene del Municipio

- Carnet de salud de cada empleado.
- Certificado de manipulación de alimentos: cursos dictados por la Dirección Provincial de Salud

5.1.2 Permiso de Funcionamiento Dirección Nacional de Salud

Para obtener el Permiso de Funcionamiento se debe presentar los siguientes requisitos:

- Planilla de inspección.
- Copia de la cedula de identidad y papeleta de votación.
- Copia de la licencia metropolitana.
- Copia del carnet de salud.
- Copia del certificado de manipulación de alimentos

Una vez presentado todos estos documentos, se procede a pagar un monto que puede ir desde los sesenta y cinco dólares hasta los ciento veinte y seis dólares.

5.1.3 Personal, Elaboración de Contratos

Modelo de Contrato

CONTRATO DE EMPLEADOS

Comparecen a la suscripción del presente contrato, en calidad de EMPLEADORA la compañía CASERITO CIA. LTDA., con RUC, debidamente representada por la, con cédula de identidad, en calidad de Gerente General; y, en calidad de TRABAJADORA la señor(a),..... con cédula de identidad, legalmente capaz para contratar y por sus propios derechos.

PRIMERA.- ANTECEDENTES:

LA EMPLEADORA requiere la contratación de una persona para empresa de panes congelados en lugar ubicado en la Av. General Rumiñahui y Calle Leopoldo Mercado, en la ciudad de Sangolquí, cantón Rumiñahui.

SEGUNDA.- OBJETO DEL CONTRATO:

Con los antecedentes expuestos, la EMPLEADORA contrata los servicios personales de la TRABAJADORA, para que realice las labores de fabricación de pan, en la mencionada dirección.

La TRABAJADORA se obliga con la EMPLEADORA a prestar sus servicios lícitos y personales para brindar de elaboración de panes.

TERCERA.- OBLIGACIONES DE LA EMPLEADORA:

La EMPLEADORA se obliga para con la TRABAJADORA a:

1. Facilitar su labor, dotándole de todos los útiles e instrumentos que se requieran para el cumplimiento de sus funciones;
2. Pagar puntualmente la remuneración convenida y demás beneficios de ley;
3. Afiliarla al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social;
4. Proveer de uniforme.
5. Las demás establecidas en la Ley.

CUARTA.- OBLIGACIONES DE LA TRABAJADORA:

La TRABAJADORA se obliga para con la EMPLEADORA a:

1. Cumplir las instrucciones que emita la EMPLEADORA;
2. Emplear en el desempeño de su trabajo el cuidado y diligencia necesarios;
3. Cuidar y mantener en debida forma los bienes, herramientas, y útiles que le fueren entregados para la ejecución de su trabajo, o estén a su cuidado;
4. Mantener reserva y no divulgar la información personal de la EMPLEADORA y de sus familiares;
5. Las demás establecidas en la Ley.

QUINTA.- HORARIO:

La TRABAJADORA se obliga a laborar de lunes a viernes, por ocho horas diarias, desde las ocho horas a las dieciséis horas treinta.

SEXTA.- REMUNERACIÓN:

La EMPLEADORA se obliga para con la TRABAJADORA a pagarle como remuneración mensual establecida por la ley, que en la presente fecha asciende a DOS CIENTOS CUARENTA DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA (USD.....), más los beneficios que le corresponden por ley y menos el descuento por el aporte a la seguridad social que corresponde a la trabajadora.

SÉPTIMA.- DURACIÓN DEL CONTRATO:

El presente contrato tendrá un plazo de duración de UN AÑO, siendo los primeros quince días de servicio como período de prueba, durante el cual cualquiera de las partes puede dar por terminado el contrato, previo aviso de tres días conforme lo establecido en el Art. 264.

Este contrato podrá terminar por las causales establecidas en el Art. 169 del Código de Trabajo.

OCTAVA.- LUGAR DE TRABAJO:

Las labores materia de este contrato, se las ejecutará en el Av. General Rumiñahui y Calle Leopoldo Mercado Esq. En la ciudad de Sangolquí, cantón Rumiñahui.

NOVENA.- DECLARACIÓN DE CONOCIMIENTO

Ambas partes declaran que el presente contrato no es de tercerización ni de intermediación laboral, puesto que se trata de un contrato de trabajo individual de prestación de servicios laborales. Adicionalmente, declaran estar conscientes que la compañía CASERITO CIA. LTDA. no es una empresa de intermediación ni tercerización laboral.

DÉCIMA.- LEGISLACIÓN APLICABLE

En todo lo no previsto en este Contrato, cuyas modalidades especiales las reconocen y aceptan las partes, éstas se sujetan al Código del Trabajo.

DÉCIMA PRIMERA.- JUECES COMPETENTES:

Las partes, para el caso de controversia se someten a los jueces competentes de la ciudad de Quito.

Para constancia de lo actuado, las partes firman este contrato por triplicado de igual contenido y valor, el primero de octubre de 2009.

EMPLEADORA

TRABAJADORA

5.1.4 Ministerio de Salud Pública

El Ministerio de Salud Pública del Ecuador manifiesta que los establecimientos que elaboran, almacenan, envasan y distribuyen alimentos de consumo humano deben tener normas de vigilancia y control sanitario; las cuales están dentro de las buenas prácticas de manufacturación.

El Ministerio de Salud Pública junto la Dirección Nacional de Vigilancia y Control Sanitario son las únicas entidades que emiten certificados de operación. El certificado de operación tiene una duración de tres años a partir del día de su emisión, este documento es requisito para el permiso de funcionamiento anual y registro sanitario.

5.1.5 Registro de la Razón Social

Es el nombre legal con el que se le reconoce a una persona jurídica.

La razón social será "CASERITO"

5.2 ESTATUTO DEL ARTESANO

En el Ecuador existe una institución pública que protege al artesano, esta institución se llama Junta Nacional de Defensa del Artesano, esta institución por ser pública establece leyes, normas y reglamentos para el artesano ecuatoriano.

5.2.1 Descripción

La Junta Nacional de Defensa del Artesano es una institución pública que otorga la formación, titulación y calificación del artesano. Esta institución protege los derechos profesionales y socioeconómicos.

Los objetivos de la institución son:

- Inclinar al desarrollo integral del sector artesanal
- Dar a conocer las leyes para el progreso del artesano
- Incentivar la capacitación, formación y profesionalización del artesano.

- Mejorar los niveles de producción y productividad en talleres de alta calidad.
- Organizar ferias internacionales y nacionales.
- Incentivar a los artesanos ecuatorianos a hacer planes y proyectos.
- Fortalecer la organización de los gremios.
- Apoyar el socio actividad para mejorar la oferta y generar empleos.
- Incentivar a la calificación, para que los artesanos pueda aprovechar de varios beneficios que otorga la ley vigente.

Los beneficios que concede la Junta Nacional de Defensa del Artesano al artesano titulado y calificado son:

- Asesoría legal
- Asesoría legal de proyectos
- Capacitaciones
- Exime de ser agente de Retención
- Exonera:
 - Importación de materias primas que no exista en el país
 - Impuestos que graven la exportación maquinaria
 - Del pago de impuestos, derechos y servicios para la obtención de la patente municipal y del permiso de funcionamiento.

5.2.2 Requisitos

Los requisitos establecidos por la Junta Nacional de Defensa del Artesano están establecidos para calificar como artesano. Los requisitos son los mismos

para toda actividad, solo se diferencia el título de artesano de la actividad que se desempeña.

5.3 CALIFICACIÓN ARTESANAL

5.3.1 Requisitos para la Calificación Artesanal

Calificación Artesanal Autónoma

- Solicitud de la Junta Nacional de Defensa del Artesano
- Declaración Juramentada
- Copia de la cedula de identidad
- Copia del Certificado de votación hasta 65 años
- Foto a color tamaño carnet actualizada
- Tipo de sangre (copia)

Calificación Taller Artesanal

- Solicitud de Junta Nacional de Defensa del Artesano
- Copia del Título Artesanal. (Anexo 3)
- Copia de la cedula de ciudadanía
- Copia de Certificado de votación hasta 65 años
- Tipo de Sangre Copia

5.4 NORMAS A CUMPLIR PARA ESTABLECIMIENTOS ARTESANALES EN EL SECTOR PANADERO

Se necesita pertenecer a un gremio de artesanos para poder calificar como un artesano dentro de la Junta Nacional de Defensa del Artesano. Dentro de Pichincha el único gremio de panadería artesanal es el Gremio de Maestros de Taller en Panadería, Pastelería y Afines de Pichincha.

5.4.1 Objetivo

Consolidar a los artesanos panificadores, elevando su perfil profesional mediante la capacitación y tecnificación, preparando mano de obra competente.

5.4.2 Componentes

Para pertenecer al gremio se debe primero acudir a la Junta Nacional de Defensa del Artesano y sacar una solicitud de calificación autónoma, una vez ingresado este formulario desde el día de emisión dentro de un año se debe sacar la titulación de artesano.

Los cursos de titulación de panadero artesano, son cursos que tienen la duración de cuarenta y cinco días, para inscribirse en estos cursos se debe tener veinte y tres años en adelante y ser dueño de un local con afines a la panadería.

5.4.3 Reglas

La panadería artesanal no debe sobrepasar de 85.000 dólares americanos entre maquinaria y materia prima.

El Gremio de Panaderos verifica y exige mediante un censo los siguientes puntos.

- Permisos de funcionamiento
- SRI
- Patentes
- Calificación de la Junta Nacional de Defensa del Artesano
- Talleres limpios y de buena calidad
- Producción libre de impurezas y con un buen almacenamiento

5.4.4 Beneficiarios

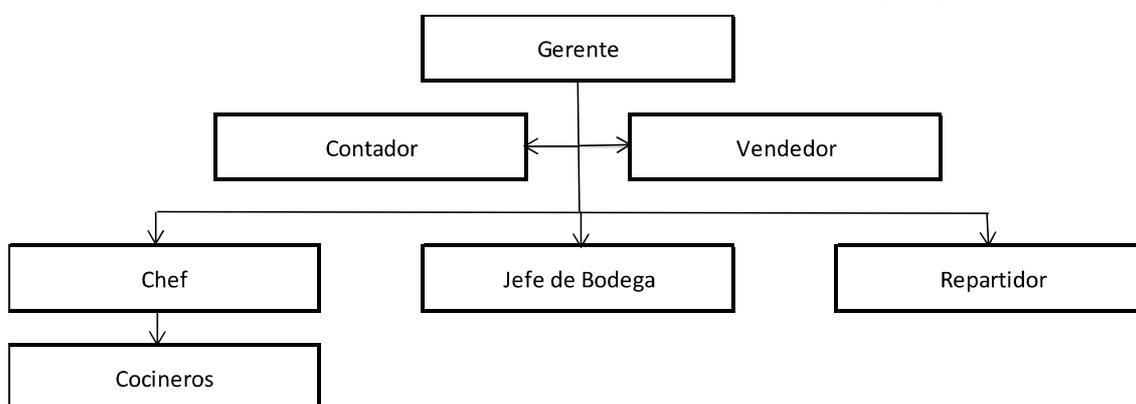
El Gremio de Maestros de Taller en Panadería, Pastelería y Afines de Pichincha solicita a todos sus socios una cuota de cinco dólares americanos al mes. Con estas cuotas el Gremio paga a su personal, los servicios y el mantenimiento del piso y de la maquinaria.

Al pertenecer al gremio y calificar como artesano se obtendrá los siguientes beneficios:

- Importación de maquinaria con baja de aranceles.
- Facturas del 0% de IVA
- Conocimiento de nuevos productos de materia prima
- Rebajas al comprar productos de las empresas aliadas al gremio.

5.5 ORGANIGRAMA FUNCIONAL

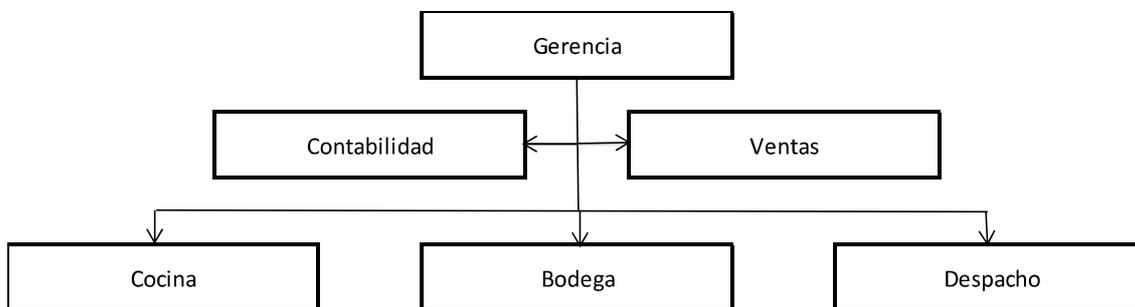
Gráfico 3. Organigrama Funcional



Elaborado por: La autora

5.6 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Gráfico 4. Organigrama Estructural



Elaborado por: La autora

5.7 CARGOS (PERFIL)

- Gerente: El gerente es responsable de toda la empresa, a su cargo está la contabilidad, ventas, bodega, despacho y cocina. Debe realizar evaluaciones periódicas para saber si cada departamento está cumpliendo con sus funciones. Tiene que planear metas de corto y largo plazo que la empresa debe cumplir también comunicarse con sus clientes y empleados para tener conocimiento si ellos se sienten a gusto con la empresa tanto como clientes internos y externos.
- Contador: Debe analizar, organizar y registrar las operaciones económicas y financieras de la empresa. En cuanto lo legal este debe estar al tanto con la ley de compañías, código de comercio, derecho labor y ley tributaria: para cumplirla.
- Vendedor: Este debe vender el producto a las grandes cadenas de supermercados y tiendas. Tiene que saber de marketing y vender el producto en volumen a los supermercados y tiendas. Esta persona debe estar siempre comunicándose con el gerente y el repartidor ya que bajo su cargo está el departamento de despacho.

- Jefe de Panadería: El chef está a cargo del personal de cocina; este debe estandarizar las recetas y la calidad de los productos. Hace la compra de los alimentos con las especificaciones adecuadas.
- Cocineros: Asistirán al jefe de cocina. Preparan junto a él los productos y también empacaran el producto para la entrega.
- Jefe de Bodega: Es su responsabilidad recibir la lista de requisición con copia. Mandar la copia a gerente a su mismo tiempo verificar los insumos y cantidades que existen en bodega, en caso de faltar insumo pasar una lista de compras a contabilidad y gerencia.
- Despachador: Este debe estar en contacto con el de ventas, ya que este le dirá que productos y las cantidades que deben entregarse a los supermercados y tiendas.

5.8 MANUAL DE FUNCIONES

1. Entrada y Salida del Personal

El personal debe llegar cuarto para las 8 de la mañana para que puede cambiarse a su uniforme y a las 8 de la mañana este bien uniformado en las instalaciones. A las 4 de la tarde el personal podrá firmar su salida, luego de la firma puede cambiar su uniforme.

2. Uniformes

El uniforme debe utilizarse solo dentro de las instalaciones de la empresa; el personal deberá llegar con su ropa, el uniforme bien lavado y cambiarse en los vestidores de la empresa. Antes de salir a las calles el personal debe cambiarse el uniforme y llevarlo en su bolso para lavarlo.

3. Higiene

Se llevara un control de sanidad rígido, ya que el pan debe ser totalmente libre de microorganismos para su durabilidad en el congelado.

- A) Usar el uniforme completo y solo dentro de las instalaciones.
- B) Lavar sus manos cada hora
- C) Achicar cocina y limpiar el lugar cada dos horas.

4. Recepci3n de materia prima

La recepci3n de la materia prima deberá ser cada quince días, cada proveedor tendrá un horario asignado de un rango de una hora para que la persona encargada pueda tomarse el tiempo de revisar que no tenga golpes, este en buen estado, peso y temperatura en caso necesario.

- A) La persona asignada de recibir la materia prima, insumos deberá tener la factura con él para que el insumo y cantidad coincida con el pedido requerido. Este debe firmar la hora en la que recibí junto que proveedor entrega y la firma del proveedor.

5. Almacenamiento

El almacenamiento debe ser controlado por el jefe de bodega y el gerente; llevando siempre un control de kárdex en cada ingreso y egreso de todos los insumos.

*La bodega debe estar constantemente limpia.

6. Producci3n

La producci3n se hará siempre con las recetas estándar y bajo la supervisi3n del Chef Panadero.

7. Recetas Estándar

Recetas estándar que estarán en el área de producción no llevarán costos. Las recetas las llevará consigo el chef.

8. Reglamento Interno:

A) PUNTUALIDAD: Los trabajadores deben llegar puntuales a las instalaciones de la empresa.

B) VISTOS BUENOS: Se utilizará los vistos buenos como llamados de atención que se ha hecho a los empleados.

Se admitirá hasta dos vistos buenos, al momento de cumplir el tercero se pedirá al empleado que firme una carta de renuncia.

5.8.1.1 Causantes

a. Faltas injustificadas.

b. Atrasos Injustificados.

c. Mal uso del uniforme: esto quiere decir estar mal uniformado, uniforme incompleto y/o sucio.

d. Varias llamadas de atención por bajo rendimiento.

e) Amabilidad: Todo el personal dentro de la empresa debe ser amigable y respetuoso.

f) Trabajo en Grupo: Se debe trabajar en equipo.

- g) Permisos: En caso de los permisos de vacaciones se deberá hablar con el Chef para que así consecutivamente el Chef hable con el Gerente sobre un remplazo.

*Para las vacaciones se pedirá el permiso un mes antes.

5.9 UNIFORMES

Gráfico 5. Uniformes

	Chaqueta francesa blanca con bordes azules, llevará el logo, nombre de la empresa y	
Pantalon a cuadros azules, tipo calentador con bolsillos a los lados y elastico de		Delantal azul, para cintura; con bolsillo en la parte de adelante. Solo para el chef y
Delantal azul para todo el cuerpo, con bolsillo en la parte de adelante y logo en lado izquierdo.		
Gorro champinon azul para todos, excepto jefe de bodega y despachador		

Elaborado por: La autora

5.10 HORARIO DE ATENCIÓN

La hora de entrada será a las ocho de la mañana y la salida a las cuatro de la tarde.

6 CAPITULO VI. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

6.1 OBJETIVOS

El objetivo del proyecto es disponer de 14,284.06 centavos de dólares americanos de utilidad, al finalizar el año 2012.

6.2 INVERSIÓN

Cuadro 16. Inversión

INVERSION	
Item	Valor Total
Equipos de Cocina	8,395.23
Menaje de Cocina	1,029.52
Equipo de Computación	3,444.74
Equipo de Oficina	1,295.00
Camioneta	16,190.00
Total de Inversion	30,354.49

Elaborado por: La autora

6.3 ACTIVOS FIJOS

6.3.1 Equipos y Menaje

Cuadro 17. Equipo de Trabajo

Eq. de Trabajo				
Ítem	Cantidad	Valor u	Valor Total	Descripción
Coche porta				acero inoxidable
Bandeja	2.00	387.50	775.00	sobre ruedas
Bandeja Pan	10.00	27.80	278.00	bandeja para pan
Tazón 16 Qt	5.00	13.75	68.75	acero inoxidable
Tazón 8 Qt	5.00	6.91	34.55	acero inoxidable
Tazón .75 Qt	5.00	1.40	7.00	acero inoxidable
Balanza Digital	2.00	412.72	825.44	capacidad de 60lb
Tabla Roja	2.00	27.46	54.92	45.72x60.96x1.3
Tabla Blanca	2.00	26.11	52.22	45.72x60.96x1.3
Cuchillo 30"	2.00	12.41	24.82	cebollero, mango plástico
Amasadora	2.00	3.18	6.35	30 cuartos de galón
Congelador I	1.00	2,401.44	2,401.44	21 pies cúbicos de capacidad
Rallador	3.00	8.55	25.65	4 lados; 10x10x23cm
Batidor Plano	1.00	14.33	14.33	acero inoxidable 46 cm
Colador	3.00	10.74	32.22	malla fina, 26 cm de diámetro
Cucharon	2.00	27.01	54.02	capacidad 8oz
Olla Ancha	2.00	52.94	105.88	14 Qt de capacidad
Bollito	2.00	41.06	82.12	longitud 45.7
Cortador	2.00	97.52	195.04	de 6 ruedas 21/8"
Trampa de G	1.00	550.00	550.00	acero inoxidable, 150Lt
Quemador	1.00	650.00	650.00	3 quemadores, 40x40
Campana	1.00	300.00	300.00	2 lámparas acero inx
Mesa de trabajo	3.00	669.00	2,007.00	200x100x90
Fregadero	1.00	880.00	880.00	2 pozos; 150x70x90
		Total	9,424.75	

Elaborado por: La autora

6.3.2 Equipos de Oficina

Cuadro 18. Equipos de Oficina

Eq. de Oficina				
Ítem	Cantidad	Valor u	Valor Total	Descripción
CPU	4	584.32	2337.28	HP Compaq
Monitor	4	124.11	496.44	Marca OAC, 21"
Impresora	1	195.54	195.54	Impresora, copiadora, scanner
Router	1	31.25	31.25	
Teléfono/fax	1	186.61	186.61	Panasonic Fax-Teléfono
Teléfono	2	98.81	197.62	
		Total	3444.74	

Elaborado por: La autora

6.4 CAPITAL DE TRABAJO

Cuadro 19. Efectivo caja bancos

EFFECTIVO CAJA BANCOS			
	Total costos y gastos		89,700.83
(+)	Porción corriente e intereses		0.00
(-)	Depreciación y amortización		5,458.11
(=)	Total desembolsos efectivo anual		95,158.94
(/)	360 días		
(=)	Total desembolsos efectivo diario		264.33
(x)	30 días efectivo		
(=)	Efectivo Caja Bancos		7,929.91
		TOTAL	7,929.91

Elaborado por: La autora

6.4.1 Materia Prima

Cuadro 20. Materia Prima

Costo Materia Prima		
Insumo	Unidad	Costo
Harina	Kg	1.80
Azúcar	Kg	2.10
Sal	Kg	1.30
Levadura	Kg	4.10
Agua	Lt	2.00
Leche	Lt	2.10
Manteca	Kg	4.08
Huevos	u	0.12

Elaborado por: La autora

6.4.2 Sueldos y Salarios

Cuadro 21. Sueldos y Salarios

SUELDOS PERSONAL					
Administrativo		2013	2014	2015	2016
	2012	10.60%	10.60%	10.60%	10.60%
Gerente	6,000.00	6,636.00	7,339.42	8,117.39	8,977.84
Contador	4,200.00	4,645.20	5,137.59	5,682.18	6,284.49
Vendedor	3,600.00	3,981.60	4,403.65	4,870.44	5,386.70
	13,800.00	15,262.80	16,880.66	18,670.01	20,649.03
Mano de Obra Indirecta		2013	2014	2015	2016
	2012	10.60%	10.60%	10.60%	10.60%
Jefe de Bodega	3,504.00	3,875.42	4,286.22	4,740.56	5,243.06
Despachador	3,504.00	3,875.42	4,286.22	4,740.56	5,243.06
	7,008.00	7,750.85	8,572.44	9,481.12	10,486.11
Mano de Obra Directa		2013	2014	2015	2016
	2012	10.60%	10.60%	10.60%	10.60%
Chef Panadero	3,600.00	3,981.60	4,403.65	4,870.44	5,386.70
Cocinero 1	3,504.00	3,875.42	4,286.22	4,740.56	5,243.06
Cocinero 2	3,504.00	3,875.42	4,286.22	4,740.56	5,243.06
Cocinero 3	3,504.00	3,875.42	4,286.22	4,740.56	5,243.06
Cocinero 4	3,504.00	3,875.42	4,286.22	4,740.56	5,243.06
Cocinero 5	3,504.00	3,875.42	4,286.22	4,740.56	5,243.06
	21,120.00	23,358.72	25,834.74	28,573.23	31,601.99

SUELDOS PERSONAL										
Administrativo	Decimo Tercero					Decimo Cuarto				
	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2013	2014	2015	2016
Gerente	500.00	553.00	611.62	676.45	748.15	292.00	322.95	357.18	395.05	436.92
Contador	350.00	387.10	428.13	473.51	523.71	292.00	322.95	357.18	395.05	436.92
Vendedor	300.00	331.80	366.97	405.87	448.89	292.00	322.95	357.18	395.05	436.92
	1,150.00	1,271.90	1,406.72	1,555.83	1,720.75	876.00	968.85	1,071.54	1,185.15	1,310.76
Mano de Obra Indirecta	Decimo Tercero					Decimo Cuarto				
	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2013	2014	2015	2016
Jefe de Bodega	292.00	322.95	357.18	395.05	436.92	292.00	322.95	357.18	395.05	436.92
Despachador	292.00	322.95	357.18	395.05	436.92	292.00	322.95	357.18	395.05	436.92
	584.00	645.90	714.37	790.09	873.84	584.00	645.90	714.36	790.10	873.84
Mano de Obra Directa	Decimo Tercero					Decimo Cuarto				
	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2013	2014	2015	2016
Chef Panadero	300.00	331.80	366.97	405.87	448.89	292.00	322.95	357.18	395.05	436.92
Cocinero 1	292.00	322.95	357.18	395.05	436.92	292.00	322.95	357.18	395.05	436.92
Cocinero 2	292.00	322.95	357.18	395.05	436.92	292.00	322.95	357.18	395.05	436.92
Cocinero 3	292.00	322.95	357.18	395.05	436.92	292.00	322.95	357.18	395.05	436.92
Cocinero 4	292.00	322.95	357.18	395.05	436.92	292.00	322.95	357.18	395.05	436.92
Cocinero 5	292.00	322.95	357.18	395.05	436.92	292.00	322.95	357.18	395.05	436.92
	1,760.00	1,946.56	2,152.90	2,381.10	2,633.50	1,752.00	1,937.70	2,143.08	2,370.30	2,621.52

SUELDOS PERSONAL										
Administrativo	Aporte Patronal 12.15%					Aporte Personal 9.35%				
	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2013	2014	2015	2016
Gerente	729.00	806.27	891.74	986.26	1,090.81	561.00	620.47	686.24	758.98	839.43
Contador	510.30	564.39	624.22	690.38	763.57	392.70	434.33	480.36	531.28	587.60
Vendedor	437.40	483.76	535.04	591.76	654.48	336.60	372.28	411.74	455.39	503.66
	1,676.70	1,854.43	2,051.00	2,268.41	2,508.86	1,290.30	1,427.07	1,578.34	1,745.65	1,930.68
Mano de Obra Indirecta	Aporte Patronal 12.15%					Aporte Personal 9.35%				
	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2013	2014	2015	2016
Jefe de Bodega	425.74	470.86	520.78	575.98	637.03	327.62	362.35	400.76	443.24	490.23
Despachador	425.74	470.86	520.78	575.98	637.03	327.62	362.35	400.76	443.24	490.23
	851.47	941.73	1,041.55	1,151.96	1,274.06	655.25	724.70	801.52	886.48	980.45
Mano de Obra Directa	Aporte Patronal 12.15%					Aporte Personal 9.35%				
	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2013	2014	2015	2016
Chef Panadero	437.40	483.76	535.04	591.76	654.48	336.60	372.28	411.74	455.39	503.66
Cocinero 1	425.74	470.86	520.78	575.98	637.03	327.62	362.35	400.76	443.24	490.23
Cocinero 2	425.74	470.86	520.78	575.98	637.03	327.62	362.35	400.76	443.24	490.23
Cocinero 3	425.74	470.86	520.78	575.98	637.03	327.62	362.35	400.76	443.24	490.23
Cocinero 4	425.74	470.86	520.78	575.98	637.03	327.62	362.35	400.76	443.24	490.23
Cocinero 5	425.74	470.86	520.78	575.98	637.03	327.62	362.35	400.76	443.24	490.23
	2,566.08	2,838.08	3,138.92	3,471.65	3,839.64	1,974.72	2,184.04	2,415.55	2,671.60	2,954.79

SUELDOS PERSONAL					
Administrativo	Fondos de Reserva				
	2012	2013	2014	2015	2016
Gerente	0.00	552.78	611.37	676.18	747.85
Contador	0.00	386.95	427.96	473.33	523.50
Vendedor	0.00	331.67	366.82	405.71	448.71
	0.00	1,271.39	1,406.16	1,555.21	1,720.06
Mano de Obra Indirecta	Fondos de Reserva				
	2012	2013	2014	2015	2016
Jefe de Bodega	0.00	322.82	357.04	394.89	436.75
Despachador	0.00	322.82	357.04	394.89	436.75
	0.00	645.65	714.08	789.78	873.49
Mano de Obra Directa	Fondos de Reserva				
	2012	2013	2014	2015	2016
Chef Panadero	0.00	331.67	366.82	405.71	448.71
Cocinero 1	0.00	322.82	357.04	394.89	436.75
Cocinero 2	0.00	322.82	357.04	394.89	436.75
Cocinero 3	0.00	322.82	357.04	394.89	436.75
Cocinero 4	0.00	322.82	357.04	394.89	436.75
Cocinero 5	0.00	322.82	357.04	394.89	436.75
	0.00	1,945.78	2,152.03	2,380.15	2,632.45

Elaborado por: La autora

6.4.3 Gastos de Publicidad

Cuadro 22. Publicidad

Publicidad				
Ítem	Cantidad	Valor u	Valor Total	Descripción
Tríptico	1000	0.2	200	logo mas informacion
Espacio Pág Web			2.5	Costo Trimestral
Pág Web	5	25	125	5 paginas
Logo	1	250	250	full color
Tarjetas de prest	1000	0.1	100	
		Total Trimestral	675	
		Total Anual	2700	

Elaborado por: La autora

6.4.4 Suministros de Oficina

Cuadro 23. Insumos de oficina

Insumos de Of.				
Ítem	Cantidad	Valor u	Valor Total	Descripción
Resma Papel Bond	2	3.4	6.8	Resma de Papel Bond A4
Cinta Adhesiva	3	0.19	0.57	Cinta Adhesiva 18x25 cristalina
Saca Grapas	2	0.55	1.1	
Marcador Pelikan	4	0.39	1.56	Marcador Pelikan negro 420PG
Corrector Liquito	1	1.6	1.6	Corrector liquido de pluma
Bolígrafo Azul	6	0.19	1.14	Bolígrafo BIC azul
Perforadora	1	3.5	3.5	
Clips Rosary	1	0.19	0.19	
Archivador	3	1.42	4.26	Archivador ECO BENE
Total Mensual			20.72	
Total Anual			248.64	

Elaborado por: La autora

6.4.5 Suministros de Limpieza

Cuadro 24. Suministros de limpieza

Suministros de Limpieza				
Ítem	Cantidad	Valor u	Valor Total	Descripción
Detergente	1	29.23	29.23	Detergente en polvo de 10 kilos
Cloro	1	2.3	2.3	Cloro liquido, galon
Escoba	2	3.6	7.2	
Guantes	2	4	8	Guantes de caucho #7 y 8
Franela	2	2.65	5.3	
Total Trimestral			52.03	
Total Anual			208.12	

Elaborado por: La autora

6.4.6 Suministros Energéticos

Cuadro 25. Suministros de Energía

Suministros de Energía	
Ítem	Cantidad
CPU	4
Monitor	4
Impresora	1
Router	1
Teléfono Fax	1
Campana	1
Congelador	1
Amasadora	2

Elaborado por: La autora

6.4.7 Gastos de Uniforme Personal

Cuadro 26. Gastos Uniforme

Uniformes				
Ítem	Cantidad	Valor u	Valor Total	Descripción
Chaqueta	16	19.19	307.04	chaqueta francesa, con bordes azules
Pantalón	16	15.17	242.72	pantalón cuadros tipo pantalon
Delanatal	14	6.92	96.88	delantal azul, cuerpo entero
Delantal	2	6.47	12.94	delantal azul, cintura
Gorro	7	4.2	29.4	champiñón, azul
Malla	8	1.5	12	
Total			700.98	

Elaborado por: La autora

6.5 INGRESOS

Cuadro 27. Ingresos

PLAN DE VENTAS							
CLASES DE PAN	VALOR PAQUETE	VENTA DIARIA (PAQUETES)	Proyeccion a 5 Años				
			2012	2013	2014	2015	2016
				15%	20%	25%	30%
Rosa de agua	1.92	40	20,582.40	23,669.76	28,403.71	35,504.64	46,156.03
Integral	2.00	40	21,440.00	24,656.00	29,587.20	36,984.00	48,079.20
Croissant	2.47	40	26,478.40	30,450.16	36,540.19	45,675.24	59,377.81
Croissant integral	2.32	40	24,870.40	28,600.96	34,321.15	42,901.44	55,771.87
Saborizado	1.98	40	21,225.60	24,409.44	29,291.33	36,614.16	47,598.41
TOTAL		200	114,596.80	131,786.32	158,143.58	197,679.48	256,983.32

* Se consideró 268 días laborales por año

Elaborado por: La autora

Cuadro 28

VENTAS	2013	2014	2015	2016
Incremento anual en precio	10%	10%	10%	10%
Incremento anual en producción	5%	10%	15%	20%
Total Incremento anual en ventas	15%	20%	25%	30%

Elaborado por: La autora

6.6 COSTOS Y GASTOS

Cuadro 29. Presupuesto de Egresos

PRESUPUESTO DE EGRESOS					
AÑOS	2012	2013	2014	2015	2016
COSTOS VARIABLES					
Materia prima directa	34,304.00	37,580.03	43,047.93	51,463.80	64,098.16
Mano de obra directa	21,120.00	23,358.72	25,834.74	28,573.23	31,601.99
MOD Decimo Tercero	1,760.00	1,946.56	2,152.90	2,381.10	2,633.50
MOD Decimo Cuarto	1,752.00	1,937.70	2,143.08	2,370.30	2,621.52
MOD Aporte Patronal	2,566.08	2,838.08	3,138.92	3,471.65	3,839.64
MOD Fondos de Reserva	0.00	1,945.78	2,152.03	2,380.15	2,632.45
Gas domésticos	31.20	32.62	34.10	35.66	37.28
Servicios públicos	1,006.00	1,051.77	1,099.63	1,149.66	1,201.97
Insumos de Limpieza	208.12	217.59	227.49	237.84	248.66
Uniformes	728.11	761.24	795.87	795.87	832.08
Empaques	6,673.00	6,976.62	7,294.06	7,625.94	7,972.92
TOTAL COSTOS VARIABLES (A)	70,148.51	78,646.72	87,920.75	100,485.19	117,720.17
COSTOS FIJOS					
Personal Administrativo	1,734.00	1,917.80	2,121.09	2,345.93	2,594.60
Decimo Tercero	1,734.00	1,917.80	2,121.09	2,345.93	2,594.60
Decimo Cuarto	1,460.00	1,614.75	1,785.90	1,975.25	2,184.60
Aporte Patronal	2,528.17	2,796.16	3,092.55	3,420.36	3,782.92
Fondos de Reserva	0.00	1,917.04	2,120.24	2,344.99	2,593.56
Depreciación muebles	129.50	259.00	388.50	518.00	647.50
Depreciación maquinaria y herramientas	942.48	1,884.95	2,827.43	3,769.90	4,712.38
Depreciación Vehículo	3,238.00	6,476.00	9,714.00	12,952.00	16,190.00
Depreciación equipos de computación	1,148.13	2,296.26	3,444.40	4,592.53	5,740.66
Servicios públicos (Teléfono)	376.50	393.63	411.54	430.27	449.84
Servicio de Internet	600.00	627.30	655.84	685.68	716.88
TOTAL COSTOS FIJOS (B)	13,890.78	22,100.70	28,682.58	35,380.83	42,207.53
GASTOS					
Alarma	268.80	281.03	293.82	307.19	321.16
Guardia	300.00	313.65	327.92	342.84	358.44
Matricula de Vehículo	150.00	156.83	163.96	171.42	179.22
Seguros y Reaseguros	698.02	729.78	762.98	797.70	833.99
Gasolina	1,200.00	1,254.60	1,311.68	1,371.37	1,433.76
Señalética	36.09				43.12
Promoción y Publicidad	2,700.00	2,822.85	2,951.29	3,085.57	3,225.97
Suministros de Oficina	248.64	259.95	271.78	284.15	297.08
Gastos de Constitución		123.40	123.40	123.40	123.40
Asociación Gremio Panaderos	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00
TOTAL GASTOS (C)	5,661.55	6,002.08	6,266.83	6,543.63	6,876.14
COSTO TOTAL (A+B+C)	89,700.83	106,749.50	122,870.17	142,409.65	166,803.84

Elaborado por: La autora

6.7 DEPRECIACIONES

Cuadro 30. Depreciaciones

Depreciaciones Act.Fijo	2012	Depreciación	2013	2014	2015	2016
Maquinaria y Herramientas	9,424.75	942.48	1,884.95	2,827.43	3,769.90	4,712.38
Vehículo	16,190.00	3,238.00	6,476.00	9,714.00	12,952.00	16,190.00
Eq. De Oficina	1,295.00	129.50	259.00	388.50	518.00	647.50
Eq. Computación	3,444.74	1,148.13	2,296.26	3,444.40	4,592.53	5,740.66
Total	30,354.49	5,458.11	10,916.21	16,374.32	21,832.43	27,290.53

Elaborado por: La autora

6.8 ESTADO FINANCIERO

6.8.1 Balance General

Cuadro 31. Balance General Proyecto

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
	01-01-12	31-12-12	31-12-13	31-12-14	31-12-15	31-12-16
ACTIVO CORRIENTE						
Caja Bancos	7,929.91	38,283.99	65,335.63	106,052.36	166,534.27	258,156.69
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	7,929.91	38,283.99	65,335.63	106,052.36	166,534.27	258,156.69
ACTIVOS FIJOS						
Equipo de Oficina	1,295.00	1,295.00	1,295.00	1,295.00	1,295.00	1,295.00
(-) Depreciaciones		-129.50	-259.00	-388.50	-518.00	-647.50
Equipos de Computación	3,444.74	3,444.74	3,444.74	3,444.74	3,444.74	3,444.74
(-) Depreciaciones		-1,148.13	-2,296.26	-3,444.40	-4,592.53	-5,740.66
Maquinaria y equipo	9,424.75	9,424.75	9,424.75	9,424.75	9,424.75	9,424.75
(-) Depreciaciones		-942.48	-1,884.95	-2,827.43	-3,769.90	-4,712.38
Vehículo	16,190.00	16,190.00	16,190.00	16,190.00	16,190.00	16,190.00
(-) Depreciaciones		-3,238.00	-6,476.00	-9,714.00	-12,952.00	-16,190.00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	30,354.49	24,896.38	19,438.28	13,980.17	8,522.06	3,063.96
ACTIVOS REALIZABLES						
Materia Prima						
TOTAL ACTIVOS REALIZABLES	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ACTIVOS DIFERIDOS						
Gasto de Constitución	617.00	617.00	617.00	617.00	617.00	617.00
(-) Amortización Gasto Constitución			-123.40	-246.80	-370.20	-493.60
TOTAL ACTIVO DIFERIDO NETO	617.00	617.00	493.60	370.20	246.80	123.40
TOTAL ACTIVOS	38,901.40	63,797.37	85,267.51	120,402.73	175,303.14	261,344.05
PASIVO CORRIENTE						
Cuentas por Pagar Proveedores						
Seguros por Pagar						
Aporte Patronal						
Aporte Personal						
Participación trabajadores por pagar		3,734.40	4,574.24	6,928.44	10,746.62	16,801.79
Impuesto a la renta por pagar		5,290.39	6,480.17	9,815.30	15,224.38	23,802.53
Fondos de Reserva						
TOTAL PASIVO CORRIENTE		9,024.79	11,054.41	16,743.74	25,971.00	40,604.32
PASIVO A L/P						
Proveedores	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL PASIVOS	0.00	9,024.79	11,054.41	16,743.74	25,971.00	40,604.32
PATRIMONIO						
Capital Social	38,901.40	38,901.40	38,901.40	38,901.40	38,901.40	38,901.40
Reserva Legal		1,587.12	3,531.17	6,475.76	11,043.07	18,183.83
Utilidad (pérdida) retenida			14,284.06	31,780.53	58,281.83	99,387.66
Utilidad (pérdida) neta		14,284.06	17,496.46	26,501.30	41,105.83	64,266.84
TOTAL PATRIMONIO	38,901.40	54,772.58	74,213.10	103,658.99	149,332.13	220,739.73
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	38,901.40	63,797.37	85,267.51	120,402.73	175,303.14	261,344.05

Elaborado por: La autora

6.8.2 Estado de Perdidas y Ganancias

Cuadro 32. Estado de pérdida y ganancias

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS						
	2012	2013	2014	2015	2016	
Ventas Netas	114,596.80	131,786.32	158,143.58	197,679.48	256,983.32	
Costo de producción	70,148.51	78,646.72	87,920.75	100,485.19	117,720.17	
UTILIDAD BRUTA	44,448.29	53,139.60	70,222.83	97,194.29	139,263.16	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	19,552.32	22,644.67	24,033.20	25,550.14	27,251.24	
Personal Administrativo	1,734.00	1,917.80	2,121.09	2,345.93	2,594.60	
Beneficios Sociales	3,194.00	3,532.55	3,906.99	4,321.18	4,779.20	
Aporte Patronal	2,528.17	2,796.16	3,092.55	3,420.36	3,782.92	
Fondos de Reserva	0.00	1,917.04	2,120.24	2,344.99	2,593.56	
Depreciaciones	5,458.11	5,458.11	5,458.11	5,458.11	5,458.11	
Servicios públicos (Teléfono)	376.50	393.63	411.54	430.27	449.84	
Servicio de Internet	600.00	627.30	655.84	685.68	716.88	
Seguridad	568.80	594.68	621.74	650.03	679.60	
Seguros y Reaseguros	698.02	729.78	762.98	797.70	833.99	
Combustible	1,200.00	1,254.60	1,311.68	1,371.37	1,433.76	
Promoción y Publicidad	2,700.00	2,822.85	2,951.29	3,085.57	3,225.97	
Suministros de Oficina	248.64	259.95	271.78	284.15	297.08	
Gastos de Constitución	60.00	183.40	183.40	183.40	183.40	
Otros Gastos	186.09	156.83	163.96	171.42	222.34	
UTILIDAD ANTES DE PART.	24,895.97	30,494.93	46,189.63	71,644.15	112,011.92	
15% Trabajadores	3,734.40	4,574.24	6,928.44	10,746.62	16,801.79	
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	21,161.57	25,920.69	39,261.19	60,897.53	95,210.13	
25% Impuesto a la renta	5,290.39	6,480.17	9,815.30	15,224.38	23,802.53	
UTILIDAD NETA	15,871.18	19,440.52	29,445.89	45,673.15	71,407.60	
10% Reserva legal	1,587.12	1,944.05	2,944.59	4,567.31	7,140.76	
UTILIDAD DISPONIBLE	14,284.06	17,496.46	26,501.30	41,105.83	64,266.84	

Elaborado por: La autora

6.8.3 Flujo del Proyecto

Cuadro 33. Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
	PREOPERACIONAL	2012	2013	2014	2015	2016
A. INGRESOS OPERACIONALES						
Recuperación por ventas		114,596.80	131,786.32	158,143.58	197,679.48	256,983.32
SUBTOTAL		114,596.80	131,786.32	158,143.58	197,679.48	256,983.32
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Pago a proveedores		42,950.43	46,619.87	52,499.08	61,308.76	74,391.07
Mano de obra directa		27,198.08	32,026.85	35,421.68	39,176.43	43,329.10
Mano de obra indirecta		7,456.17	10,163.55	11,240.88	12,432.45	13,750.27
Gasto de ventas		2,700.00	2,822.85	2,951.29	3,085.57	3,225.97
Gasto de administración		3,938.05	4,076.76	4,259.53	4,450.61	4,693.50
SUBTOTAL		84,242.72	95,709.89	106,372.45	120,453.82	139,389.90
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)		30,354.08	36,076.43	51,771.14	77,225.66	117,593.42
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
Crédito a contratarse a L/P	0.00					
Aportes de capital	38,901.40					
SUBTOTAL	38,901.40					
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						
Gastos de constitución	617.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Pago de crédito L/P		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Pago participación trabajadores (15%)			3,734.40	4,574.24	6,928.44	10,746.62
Pago impuesto a la renta (25%)			5,290.39	6,480.17	9,815.30	15,224.38
Equipo de Oficina	1,295.00					
Maquinaria y herramientas	9,424.75					
Equipo de computación	3,444.74					
Vehículos	16,190.00					
SUBTOTAL	30,971.49	0.00	9,024.79	11,054.41	16,743.74	25,971.00
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	7,929.91	0.00	-9,024.79	-11,054.41	-16,743.74	-25,971.00
G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)	7,929.91	30,354.08	27,051.65	40,716.72	60,481.92	91,622.42
H. SALDO INICIAL DE CAJA	7,929.91	7,929.91	38,283.99	65,335.63	106,052.36	166,534.27
I. SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	7,929.91	38,283.99	65,335.63	106,052.36	166,534.27	258,156.69

Elaborado por: La autora

6.9 EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

6.9.1 Razones Financieras

Cuadro 34. Indicadores

Indicador de Liquidez						
Liquidez Corriente	=	Activo Corriente	=	38,283.99	=	4.24
		Pasivo Corriente		9,024.79		

Indicador de Solvencia						
Aplacamiento	=	Activo Total	=	63,797.37	=	1.16
		Patrimonio		54,772.58		

Indicador de Gestión						
Rotación de Act. Fijo	=	Ventas	=	114,596.80	=	4.60
		Act. Fijo Neto Tangible		24,896.38		

Rotación de Ventas	=	Ventas	=	114,596.80	=	1.80
		Activo Total		63,797.37		

Indicador de Rentabilidad										
Rentabilidad Neta del Activo	=	Utilidad Neta	x	Ventas	=	15,871.18	x	114,596.80	=	24.88%
		Ventas		Act. Total		114,596.80		63,797.37		

Margen Bruto	=	Ventas - Costo de Ventas	=	114,596.80	-	89,700.83	=	21.72%
		Ventas		114,596.80				

Margen Neto	=	Utilidad Neta	=	15,871.18	=	13.85%
		Ventas		114,596.80		

Elaborado por: La autora

6.9.2 Determinación del Punto de Equilibrio

Cuadro 35. Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO (USD)		14,596.62		14,885.18		14,113.07		13,308.82		12,688.59
PUNTO DE EQUILIBRIO (UNIDADES)		38.21212553		33.8848078		26.7726359		20.1975768		14.8125496
PUNTO DE EQUILIBRIO (%)		12.74%		11.29%		8.92%		6.73%		4.94%

Elaborado por: La autora

7 CAPITULO VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

- Se determino que “CASERITO pan congelado” si es un producto de interés en el mercado ecuatoriano, al ofrecer pan listo para hornear, para las familias de clase media alta.
- Se identifico que los canales de distribución apropiados para comercializar “CASERITO pan congelado” son tiendas de barrio inicialmente y una vez que se incremente la producción se considerara las cadenas de supermercados más importantes de la ciudad de Quito y a nivel nacional.
- La rentabilidad financiera que el proyecto “CASERITO pan congelado” proporciona considerando un plan de producción y ventas para los próximos 5 anos.

7.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda hacer este proyecto ya que el producto es de interés en el mercado Ecuatoriano. La mejor manera de distribuir el producto es por medio de tiendas de barrio, hasta que se incremente la producción y se pueda considerar cadenas de supermercados.

REFERENCIAS

Libros:

- CARDOZO, Alejandro Pablo; Administración Empresarial- 1ª ed.- Buenos Aire; Argentina: Temas Grupo Editorial. 2007
- MANUAL DE PANADERÍA1, Carrera Profesional Gastronómico, IAG- Buenos Aires, Argentina: SEDCA 2005
- MANUAL MATERIAS PRIMAS1, Curso de Cultura y Tecnología Culinaria, IAG- Buenos Aires, Argentina: SEDCA 2005
- QUÍMICA PARA GASTRONOMÍA, IAG- Buenos Aires; Argentina: SEDCA2005
- ZAPATA Sánchez, Pedro; Zapata Sánchez, Mercedes; Introducción a la Contabilidad y Documentos Mercantiles - 4ª ed.- Quito; Ecuador: Maya Ediciones, 2009

Documentos de Internet:

- Alave, Carlos; Promoción de Productos, <http://www.monografias.com/trabajos/promoproductos/promoproductos.shtml>
- Banco Central del Ecuador, Tabla de Inflación, http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion
- Candeal, Características de la Harina, <http://www.candeal.eu/documentacion/mempan1.pdf>
- Catarina. UDLAP, Estudio de Mercado- Capitulo 2, http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/mgc/guevara_m_p/capitulo2.pdf
- Consultoría y Asesoría S.A, Salario Mínimo de los Últimos 5 Años, <http://fcconsultoria-asesoria.com/economia-y-finanzas/nuevo-salario-minimo-vital-en-ecuador/>
- Depreciacion.net, Porcentajes de Depreciación, <http://www.depreciacion.net/porcentajes.html>

- Dietas. Net, Composición Aproximada de la Leche, <http://www.candea.eu/documentacion/mempan1.pdf>
- Fistera.com, Determinación del Tamaño Maestral, <http://www.fistera.com/mbe/investiga/9muestras/9muestras2.asp>
- Google Earth, Mapa de ubicación, googleearth, imagen 2011 digital globe
- MECANER, Historia de la Panadería, <http://www.mecaner.com.ar/nueva/articulos1.htm>
- Ministerio de Salud, Buenas Practicas de Manufacturación, www.msp.gob.ec
- Monografias.com, Investigaciones de Campo, <http://www.monografias.com/trabajos58/investigaciones-de-campo/investigaciones-de-campo2.shtml>
- MULTIEQUIP, Panadería Artesanal, www.multiequip.com.ar/microemprendimientos/panaderia.doc
- Mundo Gourmet, Guía Para Funcionamiento de Restaurantes en Quito, www.mundogourmet.com.ec
- Municipio de Rumiñahui, Normativas y Leyes. Provincia de Pichincha- Cantón Rumiñahui- Ecuador
- Olamendi, Gabriel; Fijación de Precios, <http://www.estoesmarketing.com/Precio/Fijacion%20de%20precios.pdf>
- Panificadora Ambato, Reseña Histórica, <http://santicobomanzano.webnode.es/>
- PUC, Fuerza de Ventas, <http://www2.ing.puc.cl/ics35024/clases/FuerzaDeVentas.pdf>
- SlideShares, Objetivos Específicos y Generales, <http://www.slideshare.net/dylanysz/objetivos-objetivos-generales-y-objetivos-especificos>
- WebUsable, El Significado de los Colores, <http://webusable.com/coloursMean.htm>

ANEXOS

ANEXO1

Tríptico, Hoja Membretado, Sobre y Tarjeta de Presentación

A)

Rosa de Agua.....\$1.28
Harina de trigo, azúcar, huevo y leche
Paquete: 6 unidades.

Pan Saborizado.....\$1.74
Harina de trigo, azúcar, vegetal y queso
Paquete: 6 unidades.

Croissant.....\$2.76
Harina de trigo, leche, agua, mantequilla,
margarina y huevos
Paquete: 6 unidades

Croissant Integral.....\$2.55
Harina de trigo integral, leche, agua,
mantequilla, margarina y huevos
Paquete: 6 unidades

Pan Integral.....\$1.08
Harina de trigo integral, leche, huevo y azúcar
Paquete: 6 unidades

Caserito
Pan congelado | Luto para el horno!

"Caserito"
Pan Congelado

Contáctenos: 02-2-335-055
caserito@hotmail.com
caserito.com

Av. General Bujangabú y Leopoldo Mercado 834
Santosolquí

B)



C)



D)

Pan congelado

¡ Listo para el horno !

Caserito



Lili Maya
Av. República y Leopoldo Mercado esq.
098529124. Sangolquí, Ecuador
caserito@hotmail.com

ANEXO 2

Permiso de Patente

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN RUMINAHUI DIRECCIÓN FINANCIERA		ESPECIE VALORADA USD 1.00
SOLICITUD DE PATENTES		Nº 001371
Sangolquí, _____ de _____ del 201		
Señor _____ Director Financiero GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN RUMINAHUI Presente.-		
De conformidad con las disposiciones del Art. 546 del COOTAD y Ordenanza Municipal, publicado en el R.O. No. 361 del 12 - 01 - 2011 que regulan el IMPUESTO DE PATENTES MUNICIPALES, presento información para inscribir mi actividad económica en el registro de Contribuyentes del Impuesto de Patentes, para lo cual presento la siguiente declaración:		
Nombre o Razón Social	<input type="text"/>	
Tipo de Actividad Económica	<input type="text"/>	Patrimonio <input type="text"/>
Dirección	<input type="text"/>	
Teléfono:	<input type="text"/>	
Clave Catastral	<input type="text"/>	
R.U.C.	<input type="text"/>	
Fecha Inicio de la Actividad	Año <input type="text"/>	Mes <input type="text"/> Día <input type="text"/>
Propietario o Representante	<input type="text"/>	
Domicilio del Representante	<input type="text"/>	
Teléfono:	<input type="text"/>	
Cédula de Identidad	<input type="text"/>	
Está obligado a llevar Contabilidad	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
DECLARACIÓN		
1) Esta información es real y verdadera, sin embargo faculto a la Ilustre Municipalidad para que pueda verificar mi declaración y actuar conforme a la Ley.		
COMPROMETIMIENTO		
2) De conformidad al Art. 96 del Código Tributario, me comprometo a notificar y brindar la información necesaria sobre los cambios referentes a la presente información, así como el cierre del local.		
_____ FIRMA DEL SOLICITANTE		
C.I. _____		

BIMAHU-01 - 2011

ANEXO 3

Titulo de Panadero Artesano



LA REPUBLICA DEL ECUADOR
EN SU NOMBRE Y POR AUTORIDAD DE LA LEY
LOS MINISTERIOS DE EDUCACION y RELACIONES LABORALES; y,
LA JUNTA NACIONAL DE DEFENSA DEL ARTESANO

Y, GREMIO DE MAESTROS DE TALLER EN PANADERIA, PASTELERIA Y AFINES DE PICHINCHA

Declaran que ALOMOTO CUIMA FLABIO RENE
de nacionalidad ecuatoriana ha cumplido con los requisitos exigidos por la Ley y el Reglamento Especial de Formación y Titulación Artesanal y luego de cumplir con el proceso de enseñanza aprendizaje rindió los exámenes teóricos - prácticos de grado y fue aprobado (a) con la calificación de 20 equivalente a SOBRESALIENTE en consecuencia se le confiere el Título de :

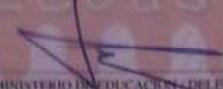
Maestro/a de Taller

en PANADERIA

que le faculta ejercer su profesión en cualquier lugar de la República, al amparo de la Ley de Defensa del Artesano y sus Reglamentos y, como tal, le sean reconocidos los derechos que le corresponden.

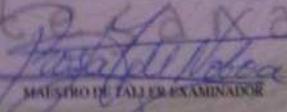
Dado y firmado en: QUITO, 7 DE OCTUBRE DEL 2011 PROV. DE PICHINCHA
EL TRIBUNAL EXAMINADOR

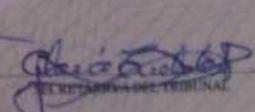

JUNTA NACIONAL DE DEFENSA DEL ARTESANO - DELEGADO


MINISTERIO DE EDUCACION - DELEGADO

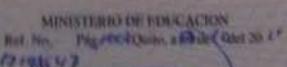

MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES - DELEGADO

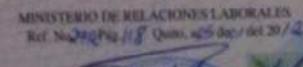

MAESTRO DE TALLER EXAMINADOR

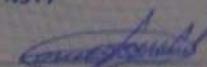

MAESTRO DE TALLER EXAMINADOR


SECRETARIO DEL TRIBUNAL


JUNTA NACIONAL DE DEFENSA DEL ARTESANO
REFRENDACION
QUITO - ECUADOR


MINISTERIO DE EDUCACION
Ref. No. Pág. 480 Quito, a 07 de Oct 20 11
7298547


MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES
Ref. No. Pág. 118 Quito, a 05 de Oct 20 11


DIRECTOR A TECNICA DIAIA


DIRECTOR A DEL INSTITUTO TECNICO


DIRECTOR DEL SECTOR ARTESANAL


INSTITUTO TECNICO
REFRENDACION
REGISTRO DE TITULOS


SECTOR ARTESANAL

VALOR \$ 12.00