

Pregrado

Carrera: Gastronomía

Asignatura (UIC): Proyecto de Gestión Gastronómica

Trabajo de titulación previo a la obtención del

Título en: Tecnología Superior en Gastronomía

Tema: Elaboración de una línea de panes planos utilizando el pre-fermento biga en el Hotel Fiesta Galápagos

Autor/s: Viteri Molina Cristian Danny

Tutor: Mag. Andrés Rigoberto Arcos Vásquez

Fecha: 17 de marzo 2025

Autor:

Viteri Molina Cristian Danny



Título a obtener: Tecnología Superior en Gastronomía

Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico: cristiand.viteri@ister.edu.ec

Dirigido por:

Arcos Vásquez Andres Rigoberto



Título: Ing. En gastronomía
Máster en procesos alimentarios
Máster en seguridad alimentaria

Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico: andres.arcos@ister.edu.ec

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

©2025 Tecnológico Universitario Rumiñahui

SANGOLQUÍ – ECUADOR

Viteri Molina Cristian Danny

**“ELABORACIÓN DE UNA LÍNEA DE PANES PLANOS UTILIZANDO EL
PRE-FERMENTO BIGA EN EL HOTEL FIESTA GALÁPAGOS”**



CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2025-ISTER-2-2.2
Sangolquí, 17 de marzo del 2025

MSc. Elizabeth Ordoñez
DIRECTORA DE DOCENCIA

MSc. Mónica Loachamín
COORDINADORA DE TITULACIÓN

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE
UNIVERSITARIO**

Presente

Por medio de la presente, yo, Viteri Molina Cristian Danny declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: Ser autor del trabajo de titulación denominado “Elaboración de una línea de panes planos utilizando el pre-fermento biga en el Hotel Fiesta Galápagos” , de la Tecnología Superior en Gastronomía; y a su vez manifiesto mi voluntad de ceder al Instituto Superior Tecnológico Rumiñahui con condición de Universitario los derechos de reproducción, distribución y publicación de dicho trabajo de titulación, en cualquier formato y medio, con fines académicos y de investigación.

Esta cesión se otorga de manera no exclusiva y por un periodo indeterminado. Sin embargo, conservo los derechos morales sobre mi obra.

En fe de lo cual, firmo la presente.

Atentamente,



Firmado electrónicamente por:
CRISTIAN DANNY
VITERI MOLINA

Cristian Danny Viteri Molina

C.I.: 0503543555

FORMULARIO PARA ENTREGA DE PROYECTOS EN
BIBLIOTECA INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE UNIVERSITARIO

CT-ANX-2025-ISTER-3

CARRERA:

TECNOLOGÍA SUPERIOR EN GASTRONOMÍA

AUTOR:

CRISTIAN DANNY VITERI MOLINA

TUTOR (METODOLÓGICO Y ACADÉMICO):

ANDRES RIGOBERTO ARCOS VÁSQUEZ

CONTACTO ESTUDIANTE:

0981330523

CORREO ELECTRÓNICO:

dannycris1995@hotmail.com

TEMA:

“ELABORACIÓN DE UNA LÍNEA DE PANES PLANOS UTILIZANDO EL PRE-FERMENTO BIGA EN EL HOTEL FIESTA GALÁPAGOS”

OPCIÓN DE TITULACIÓN:

UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

RESUMEN EN ESPAÑOL:

Se creó una línea de panes planos en el Hotel Fiesta Galápagos, empleando el pre-fermento Biga, empelando las recetas de pan plano Ciabatta y Focaccia. Se utilizó una metodología de enfoque cuantitativo y cualitativo, investigación aplicada, experimental, de tipo descriptiva y exploratorio. Se realizó una encuesta a una muestra de 376 personas. Resultó que el proyecto se enfoca en dos productos Pan Ciabatta y Focaccia, la demanda del hotel por mes, considerando su máxima capacidad en temporada festiva es de 6000 huéspedes. La inversión inicial final es de \$ 23.330,41. El costo unitario por porción de Focaccia es de \$0,73 y el precio de venta de \$1 y Ciabatta con un costo unitario de \$0,15 y de venta de \$0,50. De esta manera, el flujo de fondos en el primer año es de \$ 7.014,16, mientras que para el 2029 es de \$ 15.477,42. El VAN de \$5.574,58, mientras que el TMAR de 25,72%, el proyecto es viable dado que el TIR fue de 37% que es mayor al TMAR. Finalmente, el periodo de retorno de la

inversión es de 2 años con 53 días. Con respecto a la prefermentación del pan al ser prolongada, se obtiene un pan con mayor profundidad aromática y una miga más ligera y alveolada

Palabras clave: Inversión, línea, panes planos, pre-fermento Biga.

ABSTRACT:

A line of flatbreads was created at the Fiesta Galapagos Hotel, using the Biga pre-ferment, using the Ciabatta and Focaccia flatbread recipes. A quantitative and qualitative approach methodology, applied, experimental, descriptive and exploratory research was used. A survey was carried out on a sample of 376 people. It turned out that the project focuses on two products Ciabatta Bread and Focaccia, the hotel's demand per month, considering its maximum capacity in the festive season is 6000 guests. The final initial investment is \$23,330.41. The unit cost per serving of Focaccia is \$0.73 and the selling price is \$1 and Ciabatta with a unit cost of \$0.15 and selling price is \$0.50. In this way, the flow of funds in the first year is \$7,014.16, while for 2029 it is \$15,477.42. The NPV of \$5,574.58, while the MARR of 25.72%, the project is viable given that the IRR was 37%, which is higher than the MARR. Finally, the investment return period is 2 years and 53 days. Regarding the pre-fermentation of the bread, when it is prolonged, a bread with greater aromatic depth and a lighter and more honeycomb crumb is obtained.

Keywords: Investment, line, flat breads, Biga pre-ferment.



Firma del Estudiante (AUTOR)

Cristian Danny Viteri Molina

C.I.: 0503543555

SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2025-ISTER-4
Sangolquí, 17 de marzo del 2025

Sres.-

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE
UNIVERSITARIO**

Presente

Yo Cristian Danny Viteri Molina, con C.I.:0503543555 alumno de la Carrera
TECNOLOGÍA EN GASTRONOMÍA, cedo al INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE UNIVERSITARIO, los derechos de publicaciones del
presente trabajo de Titulación en el Repositorio Institucional para hacer uso de todos los
contenidos con fines estrictamente académico o de investigación.

Atentamente,



Firmado electrónicamente por:
**CRISTIAN DANNY
VITERI MOLINA**

Firma del Estudiante

Cristian Danny Viteri Molina

C.I.: 0503543555

Dedicatoria

Dedico esta tesis a mis padres, quienes con su guía y valores me han acompañado en cada paso. Su esfuerzo y dedicación han sido fundamentales para apoyarme en los buenos y malos momentos, siempre siendo un ejemplo de perseverancia y sacrificio.

También quiero agradecer a mi esposa e hijos, por haber sido parte de este proceso y brindarme su apoyo incondicional.

A la vez quiero expresar mi gratitud a mis profesores, por sus enseñanzas y consejos a lo largo de este camino.

Agradecimiento

Quiero expresar mi profundo agradecimiento al Instituto Universitario Tecnológico Rumiñahui, por formarme como profesional y brindarme las herramientas para crecer en este camino. A mis profesores, por su dedicación en cada clase y por compartir sus conocimientos, ayudándome a dar lo mejor de mí a lo largo de esta carrera.

También agradezco a mi director de tesis, Mag. Andrés Arcos Vásquez, por su paciencia y orientación durante este proceso.

Y, por supuesto, a mi familia, cuyo apoyo incondicional ha sido clave en mi formación.

RESUMEN

Se creó una línea de panes planos en el Hotel Fiesta Galápagos, empleando el pre-fermento Biga, emperando las recetas de pan plano Ciabatta y Focaccia. Se utilizó una metodología de enfoque cuantitativo y cualitativo, investigación aplicada, experimental, de tipo descriptiva y exploratorio. Se realizó una encuesta a una muestra de 376 personas. Resultó que el proyecto se enfoca en dos productos Pan Ciabatta y Focaccia, la demanda del hotel por mes, considerando su máxima capacidad en temporada festiva es de 6000 huéspedes. La inversión inicial final es de \$ 23.330,41. El costo unitario por porción de Focaccia es de \$0,73 y el precio de venta de \$1 y Ciabatta con un costo unitario de \$0,15 y de venta de \$0,50. De esta manera, el flujo de fondos en el primer año es de \$ 7.014,16, mientras que para el 2029 es de \$ 15.477,42. El VAN de \$5.574,58, mientras que el TMAR de 25,72%, el proyecto es viable dado que el TIR fue de 37% que es mayor al TMAR. Finalmente, el periodo de retorno de la inversión es de 2 años con 53 días. Con respecto a la prefermentación del pan al ser prolongada, se obtiene un pan con mayor profundidad aromática y una miga más ligera y alveolada

Palabras clave: Inversión, línea, panes planos, pre-fermento Biga.

ABSTRAC

A line of flatbreads was created at the Fiesta Galapagos Hotel, using the Biga pre-ferment, using the Ciabatta and Focaccia flatbread recipes. A quantitative and qualitative approach methodology, applied, experimental, descriptive and exploratory research was used. A survey was carried out on a sample of 376 people. It turned out that the project focuses on two products Ciabatta Bread and Focaccia, the hotel's demand per month, considering its maximum capacity in the festive season is 6000 guests. The final initial investment is \$23,330.41. The unit cost per serving of Focaccia is \$0.73 and the selling price is \$1 and Ciabatta with a unit cost of \$0.15 and selling price is \$0.50. In this way, the flow of funds in the first year is \$7,014.16, while for 2029 it is \$15,477.42. The NPV of \$5,574.58, while the MARR of 25.72%, the project is viable given that the IRR was 37%, which is higher than the MARR. Finally, the investment return period is 2 years and 53 days. Regarding the pre-fermentation of the bread, when it is prolonged, a bread with greater aromatic depth and a lighter and more honeycomb crumb is obtained.

Keywords: Investment, line, flat breads, Biga pre-ferment.

ÍNDICE

Resumen	9
Abstrac	10
CAPÍTULO I: tema	15
1.1 “Elaboración de una línea de panes planos utilizando el pre-fermento biga en el Hotel Fiesta galápagos”	15
1.2 Delimitación del tema	15
1.3 Planteamiento del problema	15
1.4 Pregunta problemática	16
1.5 Objetivo	16
1.5.1 Objetivo general	16
1.5.2 Objetivos específicos.....	16
1.6 Justificación e importancia	16
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	17
2.1. HISTORIA DE LOS PANES PLANOS	17
2.2. ¿Que son los panes planos?	17
2.2.1. LA FOCACCIA.....	18
2.2.2. LA CIABATTA.....	18
2.3. Tipos de prefermento	18
2.3.1 BIGA	18
2.3.2 POOLISH.....	18

2.3.3 Esponja	19
2.4. LA HARINA	19
2.4.1. TIPOS DE HARINA	19
2.5. EL GLUTEN	19
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	20
3.1. Modalidad y Tipo de Investigación	20
Investigación aplicada	20
Investigación experimental.....	20
3.2. Tipo de Investigación	20
Investigación descriptiva	20
Investigación exploratoria	21
Investigación cuantitativa.....	21
Investigación cualitativa.....	21
3.3. Métodos de la Investigación.....	21
3.4. Población y muestra	22
3.5. Aplicación de Encuesta	23
3.6. Análisis de resultados	25
CAPÍTULO IV: DESARROLLO DE LA PROPUESTA	30
4.1. Estudio técnico	30
4.1.1. INSTALACIONES, EQUIPOS	30
4.2. Descripción física del proyecto	31
4.3. Aspecto de la localización	32

4.3.1. DISEÑO DE LA ZONA DE PRODUCCIÓN.....	33
4.4. Estudio administrativo.....	34
4.5. Marco legal.....	36
4.7. Propuesta culinaria	41
4.8. Desarrollo de recetas	41
4.9. Practica #1	48
4.10. Practica # 2.....	49
4.1.11. DISEÑO DE LA MARCA	49
CAPÍTULO V: PLAN DE MERCADEO	50
5.1. Plan de marketing.....	50
5.2. ANÁLISIS FODA	51
5.3. OBJETIVOS DE MARKETING	51
5.4. Estrategias de introducción en el mercado	52
5.4.1. PÚBLICO OBJETIVO.....	52
5.4.2. ESTRATEGIA ONLINE	52
5.4.3 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN LOCAL	53
5.4.4 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	53
5.4.5 ESTRATEGIAS DE VENTAS	54
5.4.6 CANALES DE DISTRIBUCIÓN	55
5.5. Estrategias de promoción y publicidad.....	56
5.5.1. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	56
5.5.2. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN	56

5.6. Demanda actual.....	57
CAPÍTULO VI: ESTUDIO FINANCIERO.....	59
6.1. Inversión.....	59
6.2. Ingresos y egresos	66
CAPÍTULO VII: IMPACTO AMBIENTAL.....	69
7.1. Identificación y valoración de impactos.....	69
CONCLUSIONES.....	70
BIBLIOGRAFÍA.....	72
ANEXOS.....	74

CAPÍTULO I: TEMA

1.1 “ELABORACIÓN DE UNA LÍNEA DE PANES PLANOS UTILIZANDO EL PRE-FERMENTO BIGA EN EL HOTEL FIESTA GALÁPAGOS”

1.2 DELIMITACION DEL TEMA

Este estudio se enfocará en la creación, producción y análisis de una línea de panes planos elaborados con el pre-fermento Biga, incorporados dentro de las actividades del Hotel Fiesta Galápagos, ubicado en la Isla Santa Cruz, Ecuador. La iniciativa abarcará la revisión de los procesos técnicos de panificación, la selección óptima de ingredientes y la evaluación del producto final. Para ello, se considerarán aspectos sensoriales, sostenibilidad, disponibilidad de recursos locales y las preferencias tanto de los turistas como de la comunidad residente.

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En destinos exclusivos como las Islas Galápagos, la gastronomía es un pilar fundamental en la experiencia turística. Hoy en día, los viajeros no solo buscan admirar paisajes espectaculares, sino también disfrutar de experiencias culinarias auténticas y memorables. Esta tendencia ha impulsado una creciente demanda de productos frescos, artesanales y sostenibles, alineados con el consumo responsable y la alta cocina.

En la Isla Santa Cruz, el corazón turístico de Galápagos, hoteles y restaurantes enfrentan el desafío de innovar constantemente para diferenciarse en un mercado altamente competitivo. A pesar de la importancia de la gastronomía en la satisfacción del visitante, la oferta de panes artesanales sigue siendo limitada. La mayoría de los productos panificados disponibles son de origen comercial, con poca variedad y sin cumplir los estándares de calidad que los turistas de alto nivel adquisitivo esperan.

El Hotel Fiesta Galápagos, ubicado en Santa Cruz, busca fortalecer y diversificar su propuesta gastronómica para ofrecer una experiencia más completa a sus huéspedes. Actualmente, no cuenta con una línea de panes planos que combine calidad, frescura y originalidad, lo que representa una oportunidad clave para destacar en el sector hotelero. La incorporación del pre-fermento Biga en la elaboración de panes planos no solo permitiría ofrecer un producto con mejor sabor y textura, sino que también reforzaría el compromiso con la sostenibilidad y la identidad culinaria local, convirtiéndose en un valor diferenciador en la oferta gastronómica del hotel.

1.4 PREGUNTA PROBLEMÁTICA

¿Cómo puede la implementación de la técnica de pre-fermentación Biga contribuir al desarrollo de una línea de panes planos que enriquezca la oferta gastronómica del Hotel Fiesta Galápagos, garantizando altos estándares de calidad, sostenibilidad y aceptación en el mercado local?

1.5 OBJETIVO

1.5.1 Objetivo general

Crear una línea de panes planos en el Hotel Fiesta Galápagos, empleando el pre-fermento Biga, empleando las recetas de pan plano Ciabatta y Focaccia.

1.5.2 Objetivos específicos

1. Estudiar las propiedades y ventajas del pre-fermento Biga para su uso en la elaboración de panes planos, teniendo en cuenta tanto los aspectos técnicos como los sensoriales.
2. Desarrollar recetas de panes planos que se adapten a los recursos locales del archipiélago, asegurando su viabilidad técnica y económica.
3. Analizar la aceptación de los panes planos por los clientes del Hotel Fiesta Galápagos mediante evaluaciones sensoriales y encuestas de satisfacción.
4. Crear una identidad de marca distintiva para los panes planos, que incluya un nombre atractivo, logotipo y un empaque único.
5. Diseñar una campaña publicitaria para dar a conocer los nuevos productos que se ofrecerán potencialmente.

1.6 JUSTIFICACION E IMPORTANCIA

El proyecto de implementar una línea de panes planos elaborados con el pre-fermento Biga en el Hotel Fiesta Galápagos tiene como objetivo diversificar y enriquecer la oferta gastronómica en la isla Santa Cruz. Responde a la creciente demanda de los turistas por productos frescos, artesanales y sostenibles, lo que no solo mejora la experiencia del cliente, sino que posiciona al hotel como un referente culinario en el archipiélago.

Este proyecto también tiene un valor académico al investigar y aplicar el uso del pre-fermento Biga, una técnica conocida por mejorar las propiedades organolépticas del pan, como su sabor y textura, pero aún poco explorada en Ecuador. Además, ofrece un enfoque

técnico, sensorial y económico que puede servir como modelo para otros proyectos gastronómicos que buscan integrar calidad y sostenibilidad en destinos turísticos de alto nivel.

La iniciativa responde a una necesidad clara del mercado local, donde la oferta de panes frescos y de alta calidad es limitada, y predominan productos comerciales que no cumplen con las expectativas de los consumidores. Al incorporar la técnica de prefermento Biga, utilizar recursos locales y adoptar un enfoque sostenible, el Hotel Fiesta Galápagos mejora su oferta culinaria, refuerza su identidad como un establecimiento innovador y disminuye su dependencia de proveedores externos.

El uso de ingredientes locales no solo apoya la economía de la región, sino que también reduce el impacto ambiental del transporte de insumos. Además, la producción de panes planos con técnicas tradicionales fomenta la capacitación del personal, mejorando sus habilidades culinarias y fortaleciendo su compromiso con la excelencia. Este proceso no solo eleva la calidad del servicio, sino que también tiene un impacto positivo en la comunidad local, promoviendo un sentido de pertenencia.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. HISTORIA DE LOS PANES PLANOS

El pan plano es uno de los alimentos más antiguos, pues su origen se remonta a cuando el ser humano comenzó a triturar granos de cereal, convertirlos en harina, mezclarlos con agua y cocer la masa sobre piedras calientes. Desde su aparición, estos panes han sido enriquecidos con distintos ingredientes para aportarles mayor sabor y variedad.

Este alimento está presente en casi todas las culturas del mundo, adoptando distintas formas y texturas según los ingredientes disponibles en cada región. Dependiendo del lugar, puede elaborarse con maíz, trigo, centeno o arroz, así como con tubérculos como la patata, la yuca, el nabo o la remolacha. (Soplosviajeros.com, 2020)

2.2. ¿QUE SON LOS PANES PLANOS?

Los panes planos son una categoría de panes caracterizados por su delgada y uniforme estructura, elaborados principalmente con harina, agua y sal. En algunos casos, se incorporan ingredientes adicionales como yogur o leche para enriquecer la masa. Aunque muchos de estos panes no requieren levadura, algunas variedades, como el pan de pita y el naan, incluyen agentes leudantes para obtener una textura específica. Estos panes han sido fundamentales en

diversas culturas culinarias, sirviendo tanto como alimento básico como utensilio para acompañar otros platos. (Couto, 2024)

2.2.1. LA FOCACCIA

La Focaccia es un tipo de pan plano italiano conocido por su textura suave y su sabor ligeramente dulce. Este pan crujiente se cocina en un horno y se utiliza comúnmente para acompañar platos como la pizza o la bruschetta. La preparación de la Focaccia implica una mezcla de harina, agua y aceite que luego se hornea hasta que esté dorada.

La Focaccia es un ingrediente fundamental en la cocina italiana, donde se utiliza para acompañar platos emblemáticos como la pizza o el pan con tomate. Además, su versatilidad permite que se utilice como base para ensaladas o como acompañamiento para platos salados. (Couto, 2024)

2.2.2. LA CIABATTA

La Ciabatta es un pan de costra fina, lisa, crujiente y con un color dorado avellanado; su miga es suave y muy alveolada. La masa es muy húmeda y para su elaboración se utiliza una biga, que es el término italiano para designar una masa madre de poca levadura y fermentación prolongada; el resultado final es un pan de sabor profundo y aromático. La Ciabatta se utiliza en rebanadas tostadas para preparar bruschettas o untarles paté y quesos cremosos como, gorgonzola y de cabra; también se presta para acompañar preparaciones jugosas con carne y pescado o salseadas, y es ideal para preparar sándwiches. (Cocina, 2025)

2.3. TIPOS DE PREFERMENTO

2.3.1 BIGA

La Biga es un prefermento originario de Italia, obtenido al mezclar harina de trigo, agua y una pequeña cantidad de levadura. Esta mezcla se deja fermentar a unos 15°C durante aproximadamente 15 horas. Es el proceso tradicional para la Ciabatta italiana, proporcionando gran fuerza a las piezas y un sabor característico, sin dejar rastros de acidez. (Roldan, 2024)

2.3.2 POOLISH

El polish se obtiene al mezclar agua y harina en partes iguales, con un 1% de levadura. Se deja fermentar durante una hora a temperatura ambiente y luego se refrigera por al menos

12 horas. Este pre-fermento es muy fuerte y mejora el volumen y sabor del pan, siendo especialmente utilizado en la elaboración de la baguette tradicional francesa. (Roldan, 2024)

2.3.3 Esponja:

El método esponja consiste en retirar una parte de harina de la receta, mezclarla con parte o toda la levadura, y dejarla fermentar. Este pre-fermento es rápido y eficaz, especialmente en masas dulces como el brioche, ya que le otorga la fuerza necesaria para lograr un buen volumen en las piezas finales. (Roldan, 2024) (ARCSA, 2015)

2.4. LA HARINA

La harina es un término amplio que hace referencia al polvo resultante de la molienda de cereales u otros alimentos con alto contenido de almidón. Aunque la más común es la harina de trigo, también se pueden obtener harinas de otros cereales como centeno, cebada, avena y maíz. Además, existen variedades elaboradas a partir de legumbres y frutos secos, como la harina de garbanzo y la de almendra. (S.L, n.d.)

2.4.1. TIPOS DE HARINA

Tabla 1 Tipos de harina

Tipo de harina	Descripción	Contenido Proteína	de	Usos Comunes
Tipo 0	Harina menos refinada, con mayor cantidad de salvado de trigo y nutrientes	11-13%		Panes rústicos, masas con alta hidratación
Tipo 00	Harina muy fina y blanca, con bajo contenido de salvado	9-11%		Pastas frescas, panes suaves y pizza tipo napolitano
Tipo 000	Harina de molienda más fina y contenido medio en proteína	10-12%		Panificación general, facturas, bollería
Tipo 0000	Harina extremadamente refinada y con bajo contenido de gluten	8-10%		Pastelería fina

Obtenido por el investigador

2.5. EL GLUTEN

El gluten es una proteína presente en la semilla de diversos cereales, como trigo, cebada, centeno, espelta y algunas variedades de avena, así como en sus híbridos y

derivados. El gluten juega un papel clave en la panificación, ya que aporta elasticidad a la masa y contribuye a la textura esponjosa de los panes y productos horneados. Debido a su capacidad espesante, es un ingrediente valorado en la industria alimentaria. (España, n.d.)

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

Para el desarrollo de este proyecto, se ha seleccionado una metodología que permite abordar de manera integral el diseño, elaboración y evaluación de una línea de panes planos utilizando el pre-fermento Biga. La investigación combina enfoques cualitativos y cuantitativos con el objetivo de garantizar un análisis riguroso de los diferentes aspectos del producto, desde su viabilidad técnica hasta su aceptación en el mercado local.

3.1. MODALIDAD Y TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación se enfoca en una modalidad aplicada y experimental, ya que busca generar un producto innovador basado en técnicas de panificación especializadas y evaluar su impacto en un contexto real, como es la oferta gastronómica del Hotel Fiesta Galápagos.

Investigación aplicada. - este proyecto se fundamenta en la aplicación de conocimientos teóricos y técnicos sobre la panadería artesanal, específicamente en el uso del pre-fermento Biga. Su finalidad es desarrollar un producto que no solo cumpla con altos estándares de calidad, sino que también se integre en la identidad gastronómica del hotel, ofreciendo una alternativa diferenciadora en su menú.

Investigación experimental. - La experimentación juega un papel clave en este estudio, ya que se llevarán a cabo diversas pruebas para determinar la mejor formulación de los panes planos. Esto incluye la variación en proporciones de ingredientes, tiempos de fermentación y métodos de cocción, con el fin de optimizar la textura, sabor y conservación del producto. Además, se evaluará el desempeño del pre-fermento Biga en condiciones específicas del entorno del hotel, considerando factores como la temperatura y humedad del archipiélago.

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para alcanzar los objetivos planteados, se emplean diferentes enfoques metodológicos que permiten analizar el impacto del proyecto desde múltiples perspectivas.

Investigación descriptiva. - Se utilizará este enfoque para caracterizar los elementos esenciales del estudio, como los ingredientes locales disponibles, las técnicas de panificación

utilizadas y las propiedades del pre-fermento Biga. También se describirá el contexto gastronómico del Hotel Fiesta Galápagos y la demanda de productos artesanales en la isla.

Investigación exploratoria.- debido a que la aplicación del pre-fermento Biga en panes planos es poco común en la panadería ecuatoriana, este estudio tiene un componente exploratorio. Se analizarán referencias internacionales y se realizarán pruebas iniciales para identificar los parámetros óptimos en la elaboración de los panes.

Investigación cuantitativa.- se aplicarán herramientas de análisis estadístico para evaluar la aceptación del producto entre los clientes del hotel. Mediante encuestas de satisfacción y pruebas sensoriales, se recopilarán datos sobre la percepción del sabor, textura y presentación de los panes planos.

Investigación cualitativa.- además de los datos numéricos, se realizarán entrevistas con chefs, panaderos y huéspedes del hotel para obtener opiniones más detalladas sobre la experiencia de consumo y el impacto de la nueva propuesta gastronómica.

3.3. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo de este proyecto, se empleará una combinación de métodos de investigación que permitan analizar de manera integral la viabilidad, producción y aceptación de una línea de panes planos elaborados con el pre-fermento Biga en el Hotel Fiesta Galápagos. Estos métodos facilitarán la obtención de información precisa y relevante para cada fase del estudio, desde la formulación de recetas hasta la evaluación del impacto en los clientes.

Método Experimental. - este método es fundamental en la investigación, ya que se realizarán diversas pruebas para optimizar la elaboración de los panes planos con pre-fermento Biga. Se llevarán a cabo ensayos en los que se variarán proporciones de ingredientes, tiempos de fermentación, temperaturas de cocción y métodos de conservación. El objetivo es determinar las condiciones óptimas para obtener un producto con las mejores características en sabor, textura y durabilidad.

Método Cuantitativo. - se aplicarán encuestas de satisfacción y pruebas sensoriales a los clientes del Hotel Fiesta Galápagos para recopilar datos sobre su percepción del producto. Mediante técnicas estadísticas, se evaluará la aceptación de los panes planos en función de su sabor, presentación y relación calidad-precio. Además, este método permitirá medir la intención de compra y la posible demanda del producto dentro del menú del hotel.

Método Investigativo. - durante el desarrollo del estudio, se llevarán a cabo la producción y evaluación de los panes planos, permitiendo analizar los resultados obtenidos y realizar los ajustes necesarios para optimizar los procesos, siempre en función de los objetivos planteados en el proyecto.

Método de Encuesta. - se elaborará un cuestionario estructurado dirigido a los posibles clientes del Hotel Fiesta Galápagos, con preguntas cerradas que permitan conocer sus preferencias, interés en probar nuevas opciones y percepción sobre los panes planos elaborados con pre-fermento Biga. Esta herramienta facilitará la recopilación de datos clave para evaluar la aceptación del producto y su potencial inclusión en la oferta gastronómica del hotel.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

Para determinar el tamaño de la muestra y la cantidad de encuestas necesarias, se recopiló información sobre la población en las principales parroquias de la Isla Santa Cruz, donde se prevé la comercialización de los panes planos con pre-fermento Biga. A partir de estos datos, se podrá identificar el perfil de los consumidores potenciales y su interés en el producto.

Numero de muestra

Tabla 2 Población y muestra

Datos Generales de la Población	
Provincia	Galápagos
# de habitantes	28583
Ciudad	Santa Cruz
# de habitantes	17233
Total	17233

Obtenido por el investigador

Calculo para el Tamaño de Muestra para una Población Finita

Para este análisis, se empleará una muestra probabilística con el fin de garantizar resultados precisos y confiables. Para ello, se utilizará la fórmula siguiente:

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

Tabla 3 Datos para la fórmula

Datos para la Formula	
n	?
N	17.233
Z²	(1.96) ²
p	0.5
e²	0.5

Obtenido por el investigador

$$Z^2 \times p \times q = (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5 = 3.8416 \times 0.25 = 0.9604$$

$$N \times 0.9604 = 17233 \times 0,9604 = 16551.4$$

$$;e^2 \times (N - 1) < + 0.9604 = (0.05^2 \times 17232) + 0.9604$$

$$(0.0025 \times 17232) + 0.9604 = 43.08 + 0.9604 + 44.04$$

$$n = \frac{16551.4}{44.04} = 376$$

3.5. APLICACIÓN DE ENCUESTA

Modelo de la encuesta:

INSTITUTO UNIVERSITARIO RUMIÑAHUI

TECNOLOGÍA SUPERIOR EN GASTRONOMÍA

Encuesta dirigida a posibles clientes

Objetivo: encuesta orientada a potenciales clientes con el propósito de recoger opiniones sobre la introducción de una nueva línea de panes elaborados con pre-fermento biga, adaptada al mercado de la Isla Santa Cruz.

1) Por favor indique su género

- Masculino
- Femenino

2) Defina su rango de edad

- 18-30 años
- 31-40 años

- 41-50 años
 - 50+ años
- 3) **¿Con que frecuencia consume pan?**
- Diario
 - De 1 a 3 veces por semana
 - De 3 a 5 veces por semana
 - De 5 veces o más por semana
- 4) **¿Qué característica valora más en un pan?**
- Sabor
 - Textura
 - Apariencia
 - Frescura
- 5) **¿Conoce o ha escuchado hablar acerca de los pre-fermentos?**
- Poolish
 - Biga
 - Esponja
 - Masa madre
- 6) **¿Conoce o que es un pan plano?**
- Si
 - No
- 7) **¿Estaría dispuesto a pagar un precio más alto por panes planos artesanales hechos con BIGA?**
- Sí
 - No
- 8) **¿Qué presentación le parece más atractiva para un pan con Pre-fermento?**
- Normal
 - Integral
- 9) **¿Prefiere panes planos servidos como acompañamiento de platos o como opción para sándwiches?**
- Acompañamiento
 - Sándwich
- 10) **¿Qué tan importante es para usted que los panes planos sean bajos en grasas y conservantes?**

- Poco importante
- Muy importante

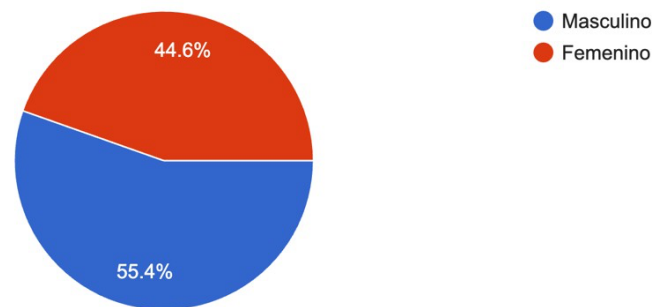
3.6. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Este proyecto tiene como objetivo obtener los mejores resultados mediante un análisis enfocado en el producto. Se utilizarán métodos estadísticos para organizar, sintetizar y presentar la información de manera clara. Para llevar a cabo la encuesta, se utilizará Google Forms, lo que permitirá recolectar, procesar y resumir los datos obtenidos, y luego mostrar estadísticas descriptivas con el fin de extraer conclusiones significativas.

Resultados de encuestas

Ilustración 1 Estadística de encuesta pregunta 1

Por favor indique su género
379 respuestas



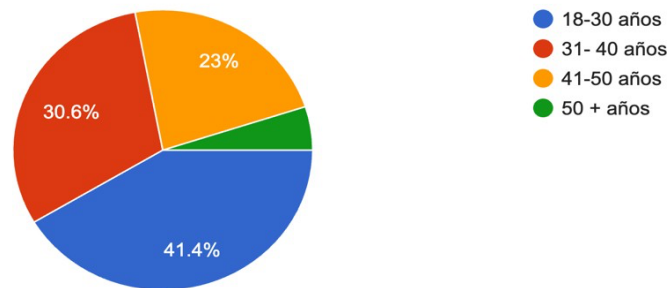
Obtenido de Google Forms 2025

Las respuestas obtenidas reflejan que el 55.4% de la población son de género masculino, mientras que el 44.6% pertenecen al género femenino, con esta información nos permitirá consolidar una mejor relación con el cliente.

Ilustración 2 Estadística de encuesta pregunta 2

Defina su rango de edad

379 respuestas



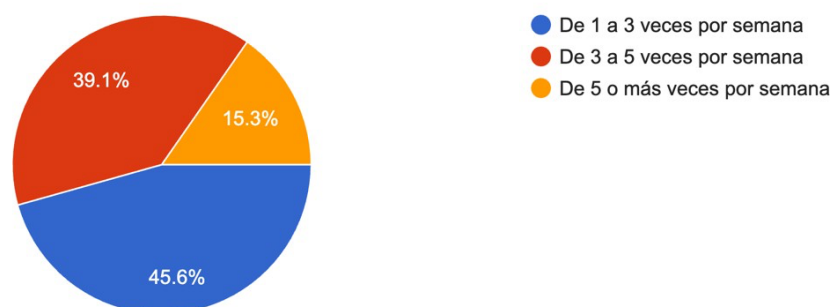
Obtenido de Google Forms 2025

En el presente gráfico se demuestra que el 41.4% de los posibles clientes están en un rango de edad de 18 a 30 años, seguido por el 30.6% de personas que están entre los 31 a 40 años y el 23% están entre los 41 a 50 años, por ende, nuestro público objetivo para la segmentación de mercado está entre los 18 a 30 años.

Ilustración 3 Estadística de encuesta pregunta 3

¿Con que frecuencia consume pan?

379 respuestas



Obtenido de Google Forms 2025

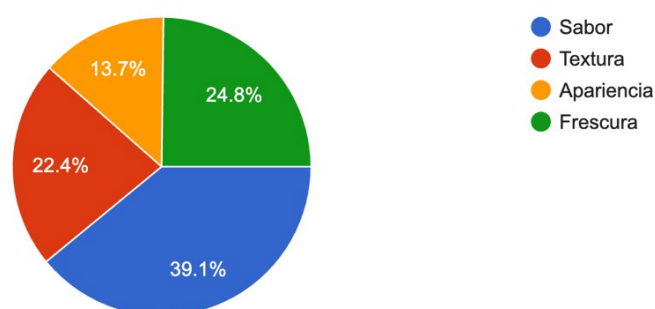
De acuerdo con las respuestas obtenidas en la encuesta se demostró que el 45.6% de los posibles clientes consumen pan de 1 a 3 veces por semana, seguido de un 39.1% de personas

que consumen de 3 a 5 veces por semana, también encontramos personas que consumen pan de 5 o más veces por semana con un 15.3%.

Ilustración 4 Estadística de encuesta pregunta 4

¿Qué característica valora más en un pan?

379 respuestas



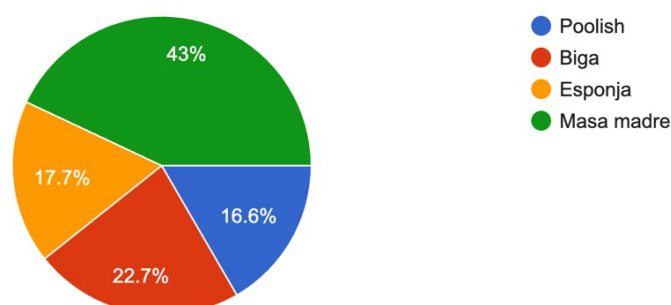
Obtenido de Google Forms 2025

El presente gráfico demuestra que el 39.1% de la población prefiere un pan con buen sabor, un 24.8% prefiere un pan fresco y un 22.4% lo consume por su textura y también tenemos con un 13.7% de persona que consumen pan por su apariencia, esta información es muy importante ya que nos ayuda a identificar en que debemos enfatizar nuestro producto.

Ilustración 5 Estadística de encuesta pregunta 5

¿Conoce o ha escuchado hablar acerca de los pre-fermentos?

379 respuestas



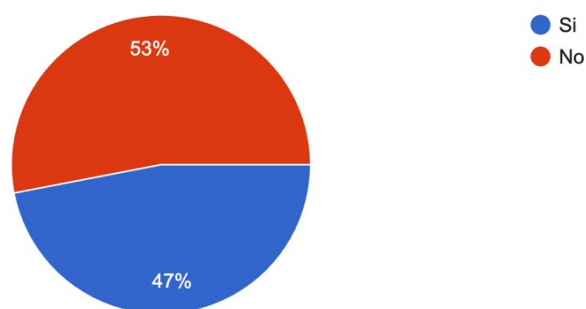
Obtenido de Google Forms 2025

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta vemos que un 43% de posibles clientes conocen o han escuchado sobre la masa madre, seguidos con un 22.7 % de personas que conocen o han escuchado lo que es la Biga, además tenemos un 17.7% de la población que conoce la Esponja, y un 16.6% son conocedores del poolish.

Ilustración 6 Estadística de encuesta pregunta 6

¿Conoce que es un pan plano?

379 respuestas



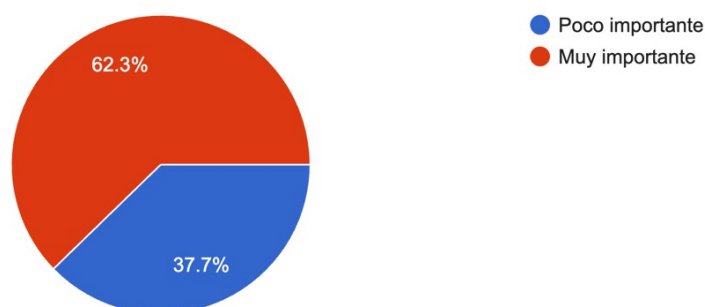
Obtenido de Google Forms 2025

El presente gráfico demuestra que la mayoría de nuestros posibles clientes tienen un desconocimiento de lo que es un pan plano con un 53%, mientras que el 47% conocen del producto, este resultado es una gran oportunidad para educar al público sobre que es un pan plano y sus usos.

Ilustración 7 Estadística de encuesta pregunta 7

¿Qué tan importante es para usted que los panes planos sean bajos en grasas y conservantes?

379 respuestas

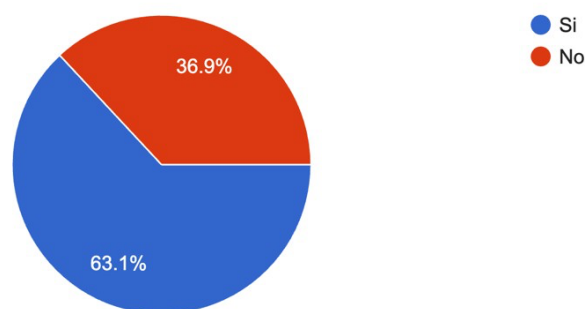


Obtenido de Google Forms 2025

De acuerdo con los resultados observamos que un 62.3% de posibles clientes admiten que es muy importante que un pan sea bajo en grasas y conservantes, y un 37.7% opinan que no es muy importante, esto nos demuestra que la mayoría de nuestros posibles clientes llevan o buscan una dieta más saludable.

Ilustración 8 Estadística de encuesta pregunta 8

¿Estaría dispuesto a pagar un precio más alto por panes planos artesanales hechos con BIGA?
379 respuestas

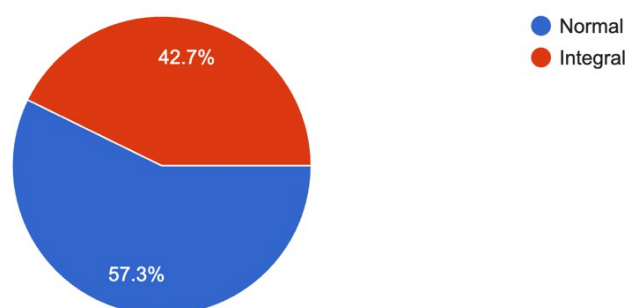


Obtenido de Google Forms 2025

En el presente gráfico de la encuesta realizada observamos que en su mayoría con un 63.1% de nuestros posibles clientes estarían dispuestos a pagar un precio más elevado por nuestro producto, y con un 36.9% que posiblemente no pagaría más.

Ilustración 9 Estadística de encuesta pregunta 9

¿Qué presentación le parece más atractiva para un pan con pre-fermento ?
379 respuestas



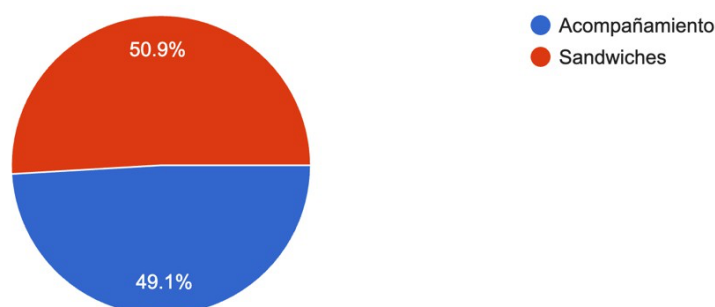
Obtenido de Google Forms 2025

De acuerdo con la encuesta realizada observamos que un 57.3% de las personas encuestadas prefieren un pan normal o blanco, mientras que el 42.7% de personas desean un pan plano integral, con esta información sabemos que podemos ofrecer las dos variedades de productos.

Ilustración 10 Estadística de encuesta pregunta 10

¿Prefiere panes planos servidos como acompañamiento de platos o como opción para sándwiches?

379 respuestas



Obtenido de Google Forms 2025

Con un resultado muy parejo observamos que un 50.9% de las personas encuestadas prefieren un pan plano como acompañamiento, y por otro lado tenemos un 49.1% que preferirían el pan para realizar un sándwich.

CAPÍTULO IV: DESARROLLO DE LA PROPUESTA

4.1. ESTUDIO TÉCNICO

Para el desarrollo de este proyecto de panadería artesanal, es fundamental considerar todos los aspectos necesarios para la producción de panes de alta calidad. Esto implica la aplicación de diversos métodos de fermentación y conservación, así como la adquisición de la maquinaria adecuada para optimizar el proceso de elaboración. Además, es clave contar con proveedores que suministren ingredientes frescos y de primera calidad, garantizando así un producto final auténtico y artesanal.

4.1.1. INSTALACIONES, EQUIPOS

Instalaciones

- Para llevar a cabo este proyecto de panadería, es esencial contar con un espacio de trabajo adecuado, por ello se debe considerar los siguientes equipos:
- Zona de producción que contenga las siguientes áreas: producción, almacenamiento y congelación, recepción de mercadería, limpieza, baterías sanitarias, bodega y área administrativa.
- Equipos Gastronómicos (Panadería)
- Utensilios

Equipos

El equipamiento necesario incluye:

Tabla 4 equipos y utensilios para la zona de producción

Equipos y utensilios para el área de producción	
Equipos	Utensilios
Balanza	Bowls
Amasadora	Cucharetas
Leudadora	Termómetro
Horno	Tablas de picar
Gradillero	Cuchillo de acero inoxidable
Refrigerador	Rasqueta
Congelador	Bolillo
Mesón de acero inoxidable	Cernidor
Fregadero	Regla
Lavamanos	Jarra medidora
	Cuchillo tipo sierra
	Brocha
	Bandejas para hornear

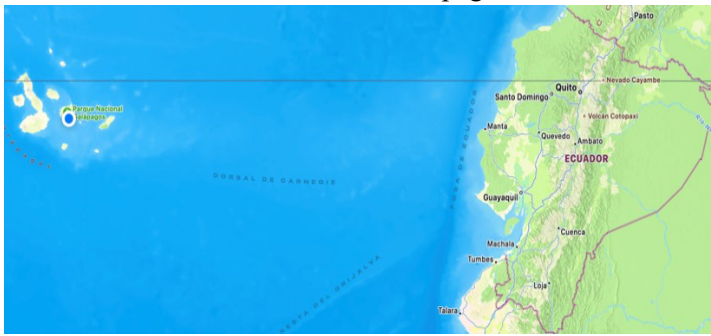
Obtenido por el investigador

4.2. DESCRIPCIÓN FÍSICA DEL PROYECTO

Para llevar a cabo el proyecto, es esencial disponer de una zona de producción donde se ejecutarán todos los procesos de elaboración necesarios. Actualmente, el Hotel Fiesta ya cuenta con un área destinada para la producción, la cual se encuentra en la parroquia de Puerto Ayora, a 5 minutos del puerto principal.

- **Macro ubicación:** El proyecto se realizará en la Región Insular de Ecuador, Provincia de las Galápagos.

Ilustración 11 Provincia de las Galápagos



Fuente: Google Maps, 31/Ene/2025

- **Micro ubicación:** la zona de producción estará ubicada en el Hotel Fiesta Galápagos en la Isla Santa Cruz, Parroquia Puerto Ayora, Barrio las Ninfas.

Ilustración 12 Hotel Fiesta



Fuente: Google Maps, 31/Ene/2025

4.3. ASPECTO DE LA LOCALIZACIÓN

Obras de infraestructura. – en la localización donde se llevará a cabo el proyecto, se dispone de todos los servicios básicos necesarios como son: agua, luz, alcantarillado, alumbrado público, internet.

Además, dentro de la localización del proyecto las vías de acceso son adoquinadas y se encuentran en perfecto estado, lo que permite el ingreso de todo tipo de transporte terrestre y así no tener complicaciones en el desplazamiento de productos.

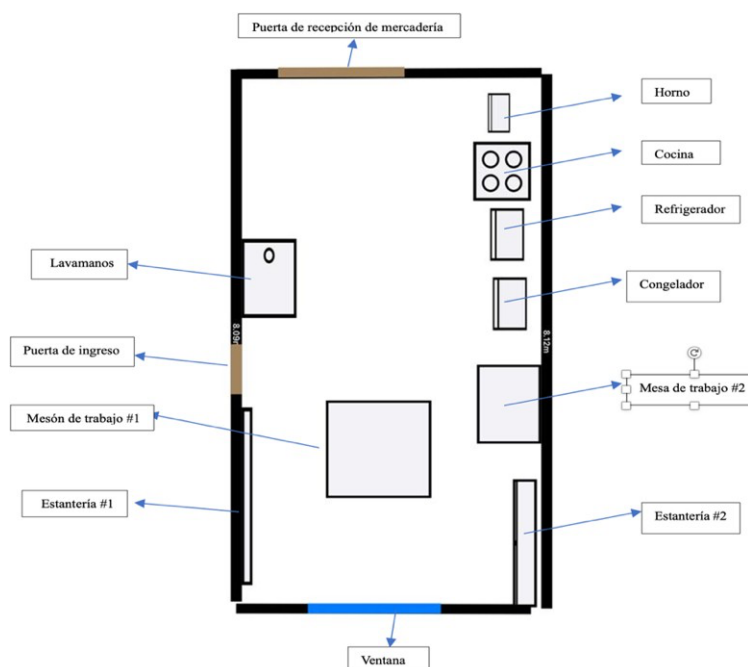
Factores clave:

- ✓ Infraestructura con servicios básicos
- ✓ Proveedores confiables y de calidad
- ✓ Accesibilidad a través de vías adecuadas
- ✓ Disponibilidad de opciones de transporte

- A. Diseño de la Zona de Producción
- B. Gerencia
- C. Oficinas (secretaría y contabilidad)
- D. Área de recepción de mercadería
- E. Área de producción
- F. Área de control de calidad
- G. Área de almacenamiento para el despacho
- H. Área de etiquetado y empaquetado
- I. Vías de acceso

4.3.1. DISEÑO DE LA ZONA DE PRODUCCIÓN

Ilustración 13 diseño de la zona de *producción*



Obtenido por el investigador

Ilustración 14 diseño de zona de producción en 3D



Obtenido por el investigador

4.4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Nombre de la Marca: Los Sojos

Producción: “Elaboración de una línea de Panes Planos utilizando el PRE-FERMENTO BIGA en el Hotel Fiesta Galápagos”

Naturaleza del negocio

Nuestro emprendimiento está enfocado en la panadería artesanal, con un fuerte compromiso en ofrecer productos frescos, de alta calidad y elaborados con ingredientes locales. Buscamos rescatar y destacar los sabores tradicionales ecuatorianos, combinándolos con técnicas modernas para brindar una experiencia única a nuestros clientes.

Más allá de ofrecer pan y productos horneados, queremos fomentar el consumo de ingredientes autóctonos y saludables, promoviendo una alimentación más natural. Para garantizar la calidad y seguridad de nuestros productos, nos aseguramos de cumplir con todas las normativas legales y requisitos administrativos establecidos por las entidades de control.

Misión

Nuestra misión es elaborar panes planos artesanales con pre-fermento BIGA, destacando su calidad y sabor tradicional. Inspirados en la cultura de Santa Cruz, buscamos

innovar en el Hotel Fiesta Galápagos con altos estándares en producción y distribución, comprometidos con la honestidad y dedicación.

Visión

Ser una marca reconocida en las Galápagos por la calidad de nuestros panes planos con BIGA, innovando en la gastronomía y beneficiando a visitantes y comunidad local.

Valores

Para fomentar una cultura corporativa sólida y armoniosa entre trabajadores y empleadores, nuestra empresa basa sus valores en la ética, el compromiso, la productividad y la responsabilidad social. Actuamos con transparencia en cada proceso, garantizamos calidad en nuestros productos, optimizamos recursos sin perder nuestra esencia artesanal y contribuimos al desarrollo local con prácticas sostenibles.

OBJETIVOS

Objetivo General

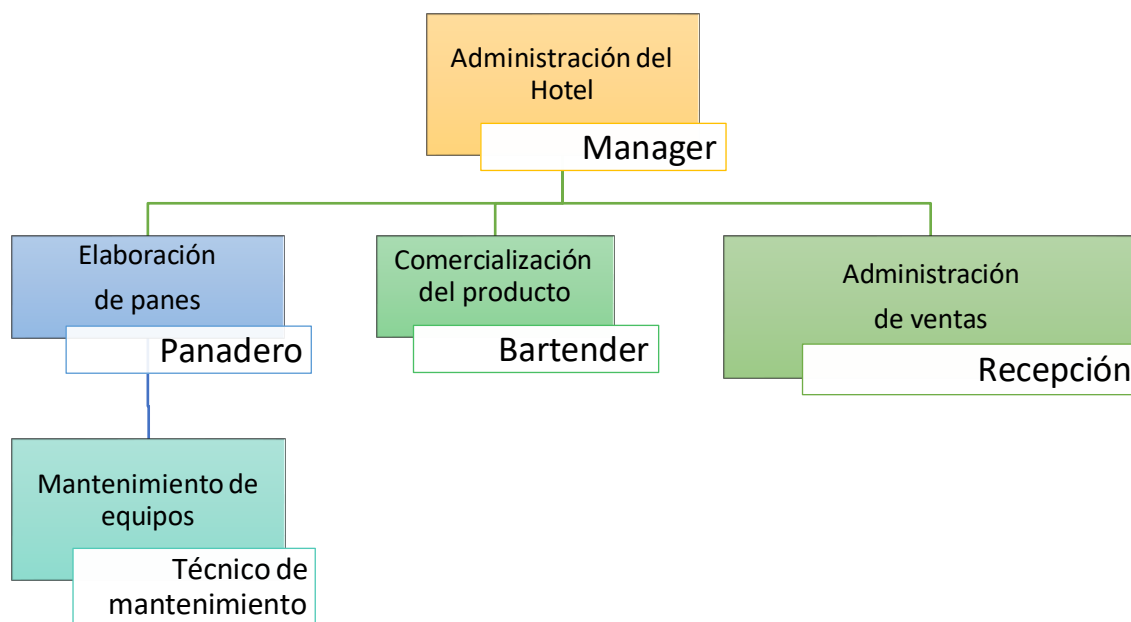
- Posicionar la línea de panes planos del Hotel Fiesta Galápagos como una de las referencias en el mercado local, mediante la creación de productos artesanales de alta calidad.

Objetivos Específicos

- Elaborar panes planos de alta calidad
- Diseñar y optimizar los procesos de producción
- Implementar controles de calidad efectivos
- Fomentar el uso de insumos sostenibles
- Desarrollar una estrategia de crecimiento

Organigrama funcional

Tabla 5 organigrama funcional



Obtenido por el investigador

4.5. MARCO LEGAL

Este proyecto tiene como finalidad garantizar el cumplimiento de todas las normativas y requisitos legales necesarios para llevar a cabo los procesos de producción de manera adecuada. Para su correcto funcionamiento, la marca debe obtener todas las certificaciones y regulaciones exigidas. El Gobierno del Régimen Especial de las Galápagos solicita la siguiente documentación para la apertura de Locales de Consumo de Alimentos Preparados:

1. Registro del representante legal del establecimiento en la página web del Ministerio del Interior
2. Cédula de identidad en el caso de personas ecuatorianas y pasaporte para las y los extranjeros, nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil o poder notariado, en el caso de que actúe en representación del propietario
3. Registro único de contribuyentes (RUC)
4. Patente Municipal, licencia única de actividades económicas o su equivalente;
5. Permiso del Cuerpo de Bomberos
6. Permiso de la Agencia Nacional de Regulación y Control Sanitario
7. Comprobante de pago por recuperación de costos administrativos por concepto de otorgamiento del Permiso Anual de Funcionamiento (Galapagos G. d., n.d.)

1. Registro del representante legal del establecimiento en la página web del Ministerio del Interior

Requisitos Obligatorios:

- Presentar al menos tres ejemplares de los nombramientos con firmas originales.
- Copias de cédulas y certificados de votación de quienes intervienen en acta, de quien cursó el nombramiento y del designado.
- Original del Acta de Junta General sea Ordinaria o Extraordinaria, si es Junta General Extraordinaria Universal debe estar debidamente fundamentada. (Art. 238 Ley de Compañías)
- Publicación por prensa o convocatoria según estatutos para llevar a efecto la junta, en originales o debidamente certificados.
- Tratándose de nombramientos de miembros principales o suplentes de directorios o de organismos que hagan sus veces, o de nombramientos de representantes legales o de quienes les subroguen estatutariamente, de instituciones del sistema financiero o de empresas de seguros y reaseguros, se deberá adjuntar la resolución de calificación emitida por la Superintendencia de Bancos y Seguros.
- En el caso de las sociedades sujetas a control de la Superintendencia de Bancos, revisar si es necesario el certificado de idoneidad de la persona que va a desempeñar el cargo. (Resolución de la Superintendencia de Bancos 306, RO 5 julio 2006).
- RUC original o debidamente certificado en caso de inscribir por primera vez. ((RPMR), n.d.)

2. Cédula de identidad en el caso de personas ecuatorianas y pasaporte para las y los extranjeros, nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil o poder notariado, en el caso de que actúe en representación del propietario

3. Registro único de contribuyentes (RUC)

Como obtener el RUC

Requisitos Obligatorios:

Requisitos (básicos) para realizar el trámite a través del canal presencial:

- Cédula de identidad (Presentación física o digital)
- Certificado de votación (Presentación)
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente

- Calificación artesanal emitida por el organismo competente

Requisitos alternativos para el canal presencial (suplen la presentación de un requisito básico):

- Pasaporte ordinario (Presentación)
- Certificado de presentación (Presentación)
- Certificado de exención (Presentación)
- Licencia de conducir (Presentación)
- Requisitos para realizar el trámite en línea:
- Número de identificación del contribuyente
- Clave de acceso a servicios en línea

Requisitos para ingresar el trámite a través del Portal SRI en línea:

- Número de identificación del contribuyente
- Clave de acceso a servicios en línea
- Solicitud de inscripción de RUC naturales
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente
- Calificación artesanal emitida por el organismo competente

Requisitos Especiales:

- Segmentos específicos o terceros autorizados:
- Carné de refugiado
- Carta de autorización en línea
- Poder general o especial

Canales de atención: En línea (Sitio / Portal Web / Aplicación web), Presencial.

¿Cuál es el costo del trámite?

El trámite no tiene costo

¿Dónde y cuál es el horario de atención?

Para el trámite presencial el horario de atención a nivel nacional es de 08:00 a 17:00.

Para conocer la dirección de los centros de atención y ventanillas únicas del Servicio de Rentas Internas puede ingresar al enlace: <https://www.sri.gob.ec/mapa-de-agencias>

Para trámite en línea el servicio se encuentra habilitado las 24 horas a través del siguiente enlace: <https://srienlinea.sri.gob.ec/sri-gestion-tramites-web-internet/>

Contacto para atención ciudadana

Contacto: SRI Telefónico

Teléfono: 1700 774 774 / 042 598 441 / 032 998 100 ((SRI), n.d.)

4. Patente Municipal, licencia única de actividades económicas o su equivalente

Personas naturales por primera vez:

- Formulario de declaración de patente con la declaración patrimonial de la actividad desarrollada, firmado por el contribuyente
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada a colores
- Copia a color del carné de residencia permanente o temporal (en el caso de ser cónyuge de un residente permanente)
- R.U.C vigente de la última actualización que conste en el SRI
- Contrato de arriendo, en caso de no poseer local propio, los documentos que lo faculte (avalúo especial del local donde ejerce la actividad económica si el caso amerita)
- Copia del permiso de Cuerpo de Bomberos, siempre y cuando la actividad económica requiera un espacio físico, como edificios, locales e inmuebles en general que sean idóneos.
- Inventario del patrimonio con el que ejerce su actividad económica con la respectiva firma de responsabilidad.
- En el caso de ser artesano calificado deberá presentar la calificación artesanal vigente otorgada por el organismo competente
- Certificado de no adeudar al Municipio de Santa Cruz ((GADMSC), n.d.)

5. Permiso del Cuerpo de Bomberos

EMISIÓN DE PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO

El permiso de funcionamiento es la autorización que el Cuerpo de Bomberos emite a todo local para su funcionamiento y que se enmarca en la actividad. De acuerdo con el marco legal vigente en el Reglamento de Prevención, Mitigación y Protección Contra Incendios del Registro Oficial Edición Especial N.º 114 del jueves 2 de abril de 2009, para la obtención del referido permiso se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Adquirir en ventanilla formulario para solicitud para permiso de funcionamiento:
- Informe favorable de inspección sobre instalaciones y seguridad contra incendios
- copia del RUC.
- copia del pago del impuesto predial.
- copia del permiso de funcionamiento del año anterior.
- Copia de cedula de identidad del propietario o representante legal.
- Plan de emergencia y autoprotección, obligatoriedad a establecimientos que determina la ley. (Cruz, n.d.)

6. Permiso de la Agencia Nacional de Regulación y Control Sanitario (en el caso que fuere aplicable)

Emisión de Permisos de Funcionamiento

Descripción:

El Permiso de Funcionamiento es el documento otorgado por la ARCSA a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la normativa vigente, a excepción de los establecimientos de servicios de salud.

Procedimiento de Obtención de Permiso de Funcionamiento:

- Ingresar al sistema informático de la ARCSA permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec, con su usuario y contraseña; en caso de no contar con el usuario, deberá registrarse [aquí](#).
- Una vez registrado, usted podrá obtener el permiso de funcionamiento, en base a las siguientes instrucciones: [Obtención Permiso de funcionamiento](#) (descarga PDF).
- Llenar el formulario (adjuntar los requisitos de acuerdo a la actividad del establecimiento).
- Emitida la orden de pago, usted podrá imprimir y después de 24 horas de haberse generado la orden de pago proceder a cancelar su valor.

La cuenta habiente para el pago de permisos de funcionamiento es:

- Cuenta del ARCSA – Banco del Pacífico N° 07465068.
- RUC del ARCSA: 1768169530001. (Agencia Nacional de Regulación, n.d.)

- Comprobante de pago por recuperación de costos administrativos por concepto de otorgamiento del Permiso Anual de Funcionamiento

COSTO \$50

4.7. PROPUESTA CULINARIA

PAN CIABATTA apuesta por la producción de dos tipos de líneas de pan:

- Pan Ciabatta
- Focaccia

Cada producto se encuentra disponible con su presentación que facilita el consumo, considerando el tipo de ingredientes y sus características de elaboración.

Ilustración 15 prueba #1 proceso pan Ciabatta y Focaccia



Obtenido por el investigador

4.8. DESARROLLO DE RECETAS

Tabla 6. Focaccia

FOCACCIA



CLASIFICACION	PANADERÍA	PRECIO DE VENTA	\$2,42
RECETA	ESTANDAR	COSTO UNITARIO	\$0,73
MARCA	LOS SOJOS	% COSTO	30,30%
RENDIMIENTO	G7%	% UTILIDAD	200%
NUMERO DE PORCIONES:	10	UTILIDAD DE SERVICIO	\$0,22
TEMPERATURA DEL SERVICIO	Calentar para el servicio hasta losn 60/70 grados centígrados	UTILIDAD DE GANACIA	\$1,6G
PESO X PORCION:	320 gr	COSTO TOTAL	\$7,34

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	RENDIMIENTO	IMPORTE COSTO X
HARINA	0,750	kg	\$1,42	100%	\$1,07
AGUA	0,340	ml	\$1,10	100%	\$0,37
LEVADURA SECA	0,002	gr	\$3,87	100%	\$0,01
HARINA	0,750	kg	\$1,42	100%	\$1,07
SAL	0,030	gr	\$1,25	100%	\$0,04
AGUA	0,940	ml	\$1,10	100%	\$1,03
LEVADURA SECA	0,040	gr	\$3,87	100%	\$0,15
ACEITE DE OLIVA PURO	0,060	ml	\$40,00	100%	\$2,40
TOMATE CHERRY	0,110	gr	\$8,00	100%	\$0,88
CEBOLLA PERLA	0,080	gr	\$1,00	85%	\$0,06
PIMIENTO VERDE	0,080	gr	\$2,00	80%	\$0,20
OREGANO	0,020	gr	\$1,19	100%	\$0,02
12	RENDIMIENTO TOTAL			1165%	
COSTO TOTAL DE LA RECETA					\$7,34

Como se visualiza la FOCCACIA necesita de un costo aproximado de \$7,34, lo cual da 10 porciones, es decir, se cubre 10 personas con dicho precio.

Tabla 7 Proceso Focaccia

PROCEDIMIENTO	PCC	
	Inspección/Control de calidad	Tiempo o condiciones
1. realizar la Biga con el agua, levadura, harina y reposar 12 horas	Verificar que los ingredientes estén bien mezclados y la levadura se active correctamente	12 horas de reposo a temperatura ambiente
2. disolver la Biga con una parte del agua	Asegurarse de que la Biga se disuelva sin grumos y quede bien mezclada	Disolver completamente en unos minutos
3. amasar todos los ingredientes a excepción de la levadura y el aceite de oliva	Observar que la masa esté elástica, sin grumos y bien mezclada	Amasado de 10-15 minutos hasta obtener una masa suave
4. agregar la levadura en los ultimos 4 minutos de amasado	Comprobar que la levadura se integre uniformemente en la masa	Últimos 4 minutos de amasado
5. agregar el aceite de oliva	Asegurarse de que el aceite se distribuya de manera uniforme en la masa	Al final del amasado
6. reposar la masa en bloque durante 4 horas	Verificar que la masa haya aumentado su volumen correctamente	Reposar durante 4 horas a temperatura ambiente
7. estirar la masa en una lata grande	Observar que la masa esté estirada uniformemente, cubriendo la lata sin desgarrarse	Estirar uniformemente
8. leudar los panes hasta triplicar su volumen	Observar que los panes hayan triplicado su volumen	Aproximadamente 1-2 horas a temperatura ambiente
9. agragar aceite de oliva y el tomate, cebolla y pimientos	Verificar que los ingredientes estén distribuidos de manera uniforme sobre la masa	Colocar los ingredientes de manera uniforme
10. hornear de 12 a 15 minutos a 220 grados centígrados	Asegurarse de que el horno esté a la temperatura correcta y que los panes se cocinen de manera uniforme	12-15 minutos a 220°C con buena ventilación

Tabla 8 Ciabatta

CIABATTA					
					
CLASIFICACION	PANADERÍA	PRECIO DE VENTA	\$0,19		
RECETA	ESTANDAR	COSTO UNITARIO	\$0,15		
MARCA	LOS SOJOS	% COSTO	76,92%		
RENDIMIENTO	100%	% UTILIDAD	139%		
NUMERO DE PAX:	40	UTILIDAD DE SERVICIO	\$1,19		
TEMPERATURA DEL SERVICIO	Calentar para el servicio hasta losn 60/70 grados centígrados	UTILIDAD DE GANACIA	\$0,58		
PESO PORCION: X	80 gr	COSTO TOTAL	\$5,96		
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	RENDIMIENTO	IMPORTE X COSTO

HARINA	0	1,00	gr	\$1,42	100%	\$1,42
AGUA	0	0,45	ml	\$1,10	100%	\$0,50
LEVADURA SECA	2	0,00	gr	\$3,87	100%	\$0,01
HARINA	0	1,00	gr	\$1,42	100%	\$1,42
SAL	0	0,04	gr	\$1,25	100%	\$0,05
AGUA	0	1,25	ml	\$1,10	100%	\$1,38
LEVADURA SECA	0	0,05	gr	\$3,87	100%	\$0,19
ACEITE DE OLIVA PURO	5	0,02	ml	\$40,00	100%	\$1,00
8	RENDIMIENTO TOTAL				800%	
COSTO TOTAL DE LA RECETA						\$5,96

El costo de producción de este tipo de pan es de \$5,96 que representan el valor para la producción de 40 porciones.

Tabla 9 Ciabatta

PROCEDIMIENTO	PCC	
	Inspección/Control de calidad	Tiempo o condiciones
1. Realizar la Biga con el agua, levadura, harina y reposar 12 horas	Asegurarse de que la mezcla esté homogénea y sin burbujas excesivas	12 horas de reposo a temperatura ambiente
2. Disolver la Biga con una parte del agua	Comprobar que la Biga se disuelve de manera uniforme sin grumos	Disolver completamente en unos minutos
3. Amasar todos los ingredientes a excepción de la levadura y el aceite de oliva	Verificar que la masa esté elástica, sin grumos y bien mezclada	Amasado de 10 a 15 minutos
4. Agregar la levadura en los últimos 4 minutos de amasado	Comprobar que la levadura se mezcla bien en la masa	Últimos 4 minutos de amasado
5. Agregar el aceite de oliva	Asegurarse de que el aceite se distribuya de manera uniforme en la masa	Al final del amasado
6. Reposar la masa en bloque durante 4 horas	Verificar que la masa haya aumentado de volumen	Reposo de 4 horas a temperatura ambiente
7. Estirar la masa y formar los panes	Verificar que la masa esté estirada de manera uniforme y los panes estén formados correctamente	Estirar la masa con las manos o rodillo
8. Leudar los panes hasta triplicar su volumen	Observar que los panes hayan triplicado su volumen	Aproximadamente 1-2 horas a temperatura ambiente

9. Hornear por 9 a 10 minutos a 220 grados centígrados con vapor de 3 segundos

Comprobar que el horno está a la temperatura adecuada y el vapor se aplica correctamente

9-10 minutos a 220°C

Obtenido por el investigador

4.9. PRACTICA #1

Ilustración 16 prueba #1 proceso pan Ciabatta y Focaccia



Obtenido por el investigador

Resultados: con un reposo de la Biga de 12 horas hemos obtenido este resultado, un pan bastante rico en sabor y aroma, crujiente por fuera y suave por dentro, uno de los puntos a mejorar sería en el momento de la formación del pan ya que no salieron totalmente uniformes y a la vez los alveolos están bastante irregulares. En cuestión a la Focaccia se obtuvo muy buenos resultados por lo cual queda como producto final.

4.10. PRACTICA # 2

Ilustración 17 Prueba #2 Producto Final



Resultados: en nuestra segunda práctica hemos mejorado el formado del pan plano Ciabatta, para obtener como resultado una muy buena miga y unos alveolos mucho más homogéneos.

4.1.11. DISEÑO DE LA MARCA

Ilustración 18 Logotipo de la marca



Obtenido por el investigador

CAPÍTULO V: PLAN DE MERCADEO

5.1. PLAN DE MARKETING

5.1.1. ANALISIS DEL MERCADO

La provincia de las Galápagos, reconocida por su riqueza natural y biodiversidad, presenta una oportunidad única para la elaboración de panes planos artesanales con ingredientes locales. Actualmente, el mercado actual de Santa Cruz está dominado por productos panificados tradicionales, lo que hace necesario implementar estrategias efectivas para introducir y posicionar esta nueva línea de panes artesanales dentro del sector gastronómico del Hotel Fiesta Galápagos y en el mercado turístico local.

ANALISIS DE LA COMPETENCIA

A continuación, se muestra un cuadro comparativo de las panaderías existentes y los productos que ofrecen cada una de ellas en la Isla Santa Cruz, cantón Puerto Ayora.

Tabla 10 Análisis y maquinaria

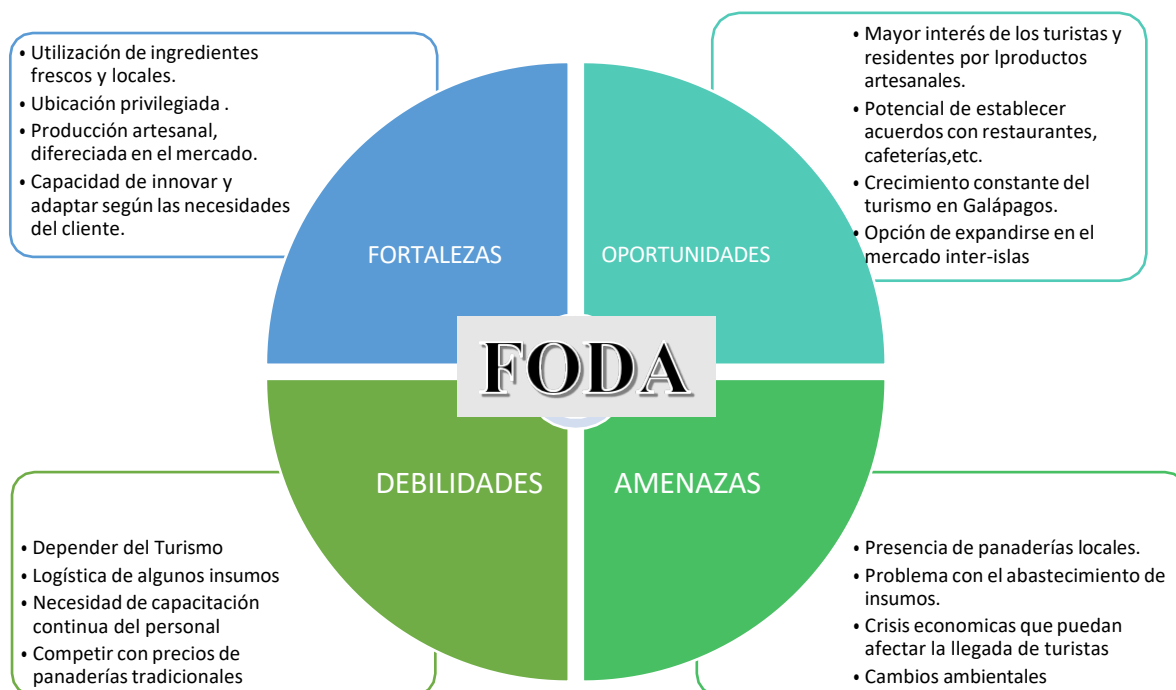
Categoría	Nuestra Compañía	Competencia 1	Competencia 2	Competencia 3
Nombre de la Empresa	Hotel Fiesta Galápagos	Pan de Casa	Buganvilla Bakery	Panadería Ambato
Ubicación	Las Ninfas	La Cascada	La Unión	Isla Duncán
Cliente Objetivo	Huespedes y gente local	Gente local	Gente local	Embarcaciones
Año de Fundación	2025	2020	2024	2019
Fortalezas	Panes planos artesanales con ingredientes locales, dirigido a turistas y locales	Panadería tradicional	Croissant	Entregas a embarcaciones
Debilidades	La gente prefiere el pan regular	Falta de innovación	Falta de personal capacitado	Ubicación
Personalidad de Marca	Artesanal	Tradicional	tradicional	Tradicional
Misión	Ofrecer panes planos de alta calidad	Ofrecer panadería tradicional a la comunidad con productos frescos	Innovar en la panadería local que busca bienestar y alimentación saludable	Proveer pan y repostería garantizando frescura y variedad

Empleados	2	2	1	3
Producto	Panes planos como ciabbata y focaccia	Enrollados	Croisant	Pan de bufett
Marketing	Redes sociales	Ofertas y promociones	Alainzas con cafeterias	Negocio a negocio

Obtenido por el investigador

5.2. ANÁLISIS FODA

Ilustración 19 Análisis de FODA



Obtenido por el investigador

5.3. OBJETIVOS DE MARKETING

Corto Plazo. - Introducir la línea de panes planos en el mercado local, alcanzando una aceptación inicial en el primer año mediante estrategias de degustación, alianzas con restaurantes y promoción en el hotel.

Mediano Plazo. - Aumentar la participación en el mercado en los próximos tres años, expandiendo la distribución a hoteles, cafeterías y comercios locales clave.

Largo Plazo: Consolidar la marca como referente en la producción de panes artesanales en la isla, con miras a la expansión a nivel inter-islas.

5.4. ESTRATEGIAS DE INTRODUCCIÓN EN EL MERCADO

Para introducir con éxito la línea de panes planos del Hotel Fiesta Galápagos en el mercado local, es esencial identificar al público objetivo, destacando las características únicas del producto, como el uso de pre-fermento Biga y técnicas artesanales que aportan sabor y textura al pan. Establecer canales de distribución, como el punto de venta dentro del hotel y alianzas con cafeterías y restaurantes locales. Generar expectativa a través de redes sociales, páginas web, degustaciones y eventos locales, resaltando la autenticidad y calidad de los panes, ayudará a captar la atención de los consumidores.

5.4.1. PÚBLICO OBJETIVO

Nuestro público objetivo de la línea de panes planos del Hotel Fiesta Galápagos está en primer lugar, los turistas y huéspedes del hotel, quienes buscan productos frescos y artesanales. En segundo lugar, la comunidad local y residentes de la isla, incluyendo cafeterías y restaurantes que pueden utilizar los panes planos en sus menús, así como consumidores que prefieren opciones naturales y saludables. Finalmente, los negocios del sector turístico y náutico, como operadores de excursiones y embarcaciones, que requieren productos prácticos y de calidad para sus clientes.

Para una de las estrategias de introducción al mercado, la marca ofrecerá al consumidor una experiencia en cada una de las etapas de consumo del producto tales como:

Experiencia de Compra para Panes Planos en el Hotel Fiesta Galápagos:

Para que los consumidores puedan adquirir los panes planos, es importante considerar los medios de distribución, tanto online como offline, los cuales determinarán la experiencia de compra.

5.4.2. ESTRATEGIA ONLINE

- **Redes Sociales:** Los consumidores podrán adquirir los panes planos a través de nuestras páginas en redes sociales.
- **Contenido Visual:** En nuestras redes sociales, los consumidores encontrarán imágenes de los productos (catálogos), reseñas de clientes, nuestra misión y visión, videos publicitarios, maridajes y distintos métodos de pago.

- **Fotografías y Foodstyling:** Publicaremos fotos atractivas de los panes planos al natural, en sándwiches y sus maridajes.
- **Promociones y Envíos Gratuitos:** Ofreceremos envíos gratuitos en compras superiores a \$100.

5.4.3 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN LOCAL

Los consumidores podrán adquirir los panes planos en el Bar del Hotel Fiesta Galápagos y otros establecimientos en la Isla Santa Cruz.

- **Puntos de Venta:** Colocaremos los panes en áreas de alto tráfico, como el área del desayuno, la recepción y el restaurante del hotel.
- **Colaboraciones Locales:** Colaboraremos con otros negocios locales, como cafeterías y tiendas de alimentos gourmet, para vender nuestros panes planos.

5.4.4 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

- **Propuesta de Valor:** A través de una estrategia de comunicación efectiva, los consumidores podrán conocer nuestra propuesta de valor, basada en la marca, productos, precios, servicios y distribución.
- **Marca y Productos:** Resaltaremos la calidad y frescura de nuestros panes planos, elaborados con el pre-fermento Biga.
- **Servicios y Distribución:** Enfatizaremos nuestro compromiso con la sostenibilidad y el uso de ingredientes locales.
- **Experiencia de Consumo para Panes Planos en el Hotel Fiesta Galápagos:** La línea de panes planos del Hotel Fiesta Galápagos se distingue por ofrecer productos frescos, artesanales y de alta calidad, elaborados con ingredientes locales y sostenibles. Es esencial que los clientes puedan percibir estas cualidades desde el momento de la adquisición.
- **Valor Percibido:** El objetivo es que los clientes del hotel puedan apreciar el sabor, aroma y la calidad excepcional de los panes planos, así como sus beneficios, incluso antes de realizar la compra. Queremos que el primer contacto con el producto ya sea visual o a través de la descripción, transmita una sensación de excelencia y autenticidad.
- **Experiencias Post Consumo:** Se espera que los panes planos no solo cumplan, sino que superen las expectativas del consumidor. La meta es que la experiencia de degustar nuestros productos deje una impresión duradera, fomentando hábitos de consumo en los clientes. Idealmente, los clientes volverán en busca de la misma calidad y frescura, creando una fidelización con el Hotel Fiesta Galápagos y su nueva propuesta culinaria única.

5.4.5 ESTRATEGIAS DE VENTAS

Demostraciones del producto

Demostrar al consumidor que los panes planos son una excelente manera de consolidar la compra. Como marca, realizaremos demostraciones de los productos con el objetivo de que los consumidores conozcan sus beneficios y usos.

Se planea realizar demostraciones de los panes planos en las ferias de emprendimiento que se llevan a cabo los fines de semana en el Paseo Turístico, ubicado en la Isla Santa Cruz, Galápagos. En estas ferias, ofreceremos muestras gratuitas de los panes planos a clientes potenciales para que puedan experimentar la calidad y sabor de nuestros productos.

Uso del Producto

La línea de panes planos del Hotel Fiesta Galápagos contiene productos artesanales que tienen una versatilidad de uso y pueden ser disfrutados de diversas maneras, no solo de forma tradicional, brindando así una experiencia de consumo única.

En este contexto, se pretende realizar colaboraciones con influencers dedicados al área gastronómica para que promuevan el uso de los panes planos a través de blogs. Esto ayudará a los consumidores a descubrir diferentes formas de disfrutar nuestros productos y a apreciar su calidad y frescura.

Fidelización

La marca pretende que nuestros consumidores se sientan parte de nuestra comunidad, por ello la marca reconocerá la fidelización del consumidor por medio de obsequios que serán entregados en fechas y temporadas especiales, el propósito es recordar al cliente los beneficios de consumir nuestro producto.

Redes Sociales

Hemos visto que en los últimos años todo se mueve por medio de las redes sociales, y específicamente en el área de Alimentos y Bebidas se obtiene un mayor número de clientes potenciales que observan contenido a diario, por lo cual el uso de estas herramientas es sumamente importante, por tal motivo se:

- **Desarrollará un Plan de Medios Sociales.** - a través del cual se definirán los objetivos y se identificará el nicho de mercado.

- **Se utilizarán herramientas de monitoreo de redes sociales.** - que ayudarán a analizar los resultados de las publicaciones y a optimizar las estrategias.

5.4.6 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

El producto debe estar disponible de la manera más cómoda para el cliente. Para eso, además de vender en el bar del hotel, otra opción es cerrar acuerdos con supermercados, cafeterías o tiendas para que vendan nuestros productos. Y para llegar a nuevos clientes, podríamos participar en ferias y mercados gastronómicos donde la gente pueda probar y comprar directamente.

La idea de la marca es ser lo más accesibles al consumidor, es por ello que la distribución del producto será mediante:

Marketing B2B

Para lograr una venta y distribución masiva de los productos, se ha optado por un enfoque de distribución de negocio a negocio (B2B). Esto permitirá que los consumidores accedan a los productos a través de diversos canales de distribución, trabajando principalmente con supermercados y negocios locales de Santa Cruz.

En la ciudad de Puerto Ayora, los consumidores podrán adquirir los productos en los supermercados Mega Primavera y Mega Pro, empresas dedicadas a la venta y distribución de productos elaborados por productores locales.

En este contexto, se seguirán las siguientes recomendaciones para promocionar los canales de distribución:

- Crear una página web bien estructurada y diseñada, que ofrezca facilidades de pago para las ventas.
- Implementar una estrategia de marketing digital efectiva.
- Mantener una imagen de marca sólida y atractiva.
- Gestionar acciones para fidelizar a los clientes.
- Producir y compartir contenido de alta calidad.

Marketing B2C

Otra forma de ofrecer los productos a los consumidores es a través de ventas directas, tanto online como offline.

Ventas Online y Redes Sociales: Los consumidores podrán adquirir los productos mediante la página web y las redes sociales, con la comodidad de entregas a domicilio, siempre y cuando la compra sea superior a \$50.

Tours y Degustaciones: La marca ofrecerá tours a los consumidores, mostrando las instalaciones del área de producción y el proceso de elaboración de los productos. Al final del tour, los consumidores podrán degustar y comprar los productos. Durante el recorrido, podrán observar todos los procesos necesarios para la elaboración, apreciando así la calidad de estos.

Atención al Cliente: Se trabajará en mejorar la atención al cliente, capacitando al personal para ofrecer soluciones durante el proceso de compra y asegurando una experiencia satisfactoria.

5.5. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

5.5.1. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Nuestra idea nace con la finalidad de trabajar desde la comunidad y para la comunidad, basándonos en principios de honestidad. Por ello, hemos desarrollado una estrategia de comunicación de responsabilidad social, diseñada para establecer un vínculo comunitario con el consumidor y mejorar la visibilidad de la marca en relación con nuestra propuesta de valor.

Objetivos:

- Conectar la marca y sus productos con la sociedad.
- Informar que la marca ofrece una solución a la iniciativa.
- Humanizar la empresa en relación con las necesidades que van más allá del consumidor.

5.5.2. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

Con el objetivo de aumentar la demanda del producto y llegar al público objetivo, se implementarán tácticas de promoción que generen conciencia sobre el producto. El objetivo principal es llegar a los clientes potenciales y convencerlos de comprar los productos.

Para ello se busca lograr esto a través de:

1. Publicidad Pagada:

- Anuncios en redes sociales.
- Anuncios en vallas publicitarias.

2. Marketing de Contenidos: La idea es educar al consumidor sobre los productos y sus beneficios, creando una red de promoción masiva que favorezca las ventas B2B de la marca mediante:

- Publicaciones en blogs.
- Videos.
- Publicaciones en redes sociales.
- Contenido optimizado para mejorar el SEO (optimización en motores de búsqueda).
- Mantener un calendario de contenidos para redes sociales.

Causa Especial: La marca está comprometida con la ayuda comunitaria, buscando que el consumidor se sienta parte de algo más grande. Esto atraerá a clientes que valoran la preservación del medio ambiente en las Islas Galápagos.

5.6. DEMANDA ACTUAL

En primer lugar, se toma como referencia la población de turistas y personas que llegan a la Isla y playa cercana al Hotel Fiesta Galápagos, que está en el centro del puerto Ayora, en la Isla Santa Cruz, de Galápagos.

De acuerdo con los datos proporcionados por el Boletín N12, en el año 2024 se tuvo un total de 279277 turistas, reflejando un incremento de al menos 4%.

$$\text{Turistas por mes} = \frac{279277 \text{ turistas}}{12 \text{ meses}} = 23,273 \text{ turistas por mes}$$

A su vez, considerando que en el mes máximo de visita como es diciembre, que representa un 10% más de turistas.

$$\text{Turistas por mes} = 23,273 \text{ turistas por mes} * 1,10 = 25600 \text{ turistas}$$

Para el estudio, se utiliza la población de 25600 turistas al mes.

Para la demanda se considera la capacidad del hotel, que tiene entre 200 habitaciones, con un promedio de 2 personas por habitación.

Capacidad del hotel = 100 habitaciones * 2 personas por habitación = 200 personas por habitación.

Demanda del hotel por mes = 200 personas por noche * 30 noches = 6000 personas al mes.

Comparación de la demanda total

Se compara que la cantidad de turistas al mes máximo (6000 turistas), con la capacidad de la demanda del hotel por mes calculada de 12000 personas.

$$\frac{6000 \text{ personas}}{25600 \text{ personas turistas}} * 100 = 23\%$$

Esto demuestra que el Hotel Fiesta Galápagos cubre entre el 23% de la demanda de turistas al mes.

De esta manera, la demanda anual era un total de 279277 turistas, y su 23% que cubre el Hotel es 64234 personas.

Con respecto a la demanda proyectada se considera el incremento del 4%, teniendo el crecimiento.

Tabla 11. Demanda proyectada

Año	Demanda Proyectada	TCP
2025	64.234	4,00%
2026	66.803	
2027	66.803	
2028	66.803	
2029	66.803	

Obtenido de la población El Chaco

De acuerdo a la tabla, la demanda es de 64234 personas en el año 2025.

Oferta

A causa de que la empresa pretende recién establecer una línea de planes planos, se tiene que empezar desde cero, por lo que dentro del Hotel no se tiene ofertas aún. Por esta razón la oferta al ser el inicio de la propuesta para el año 2025 es de 0 unidades. No obstante, la oferta se prende adquirir el primer mes, en base a los cálculos posteriores a realizar

Considerando la oferta, se calcula la demanda insatisfecha.

Tabla 12. Demanda insatisfecha

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2025	64.234	0	64.234

Obtenido por el investigador.

Dado que es una línea de emprendimiento nuevo, se tiene que la demanda insatisfecha igual a la demanda del 2025.

CAPÍTULO VI: ESTUDIO FINANCIERO

Dentro de este apartado se destaca la inversión inicial con respecto a la adquisición de activos fijos y derivados que es esencial para empezar con la elaboración de una línea de Panes Planos utilizando el PRE-FERMENTO BIGA en el Hotel Fiesta Galápagos

6.1. INVERSIÓN

Costos fijos

Dentro de los costos se ingresan aquellos que no cambian con el volumen de producción.

Inversión en activo fijo

Para la inversión en activo fijo se considera los equipos, herramientas y maquinarias distribuidas de la siguiente manera:

Tabla 13 Inversión en equipos y maquinaria

Categoría	Sub-categoría	Unidades	Valor unitario (\$)	Valor total(\$)
Activos mayores	Amasadora	1	\$ 1.390,00	\$ 1.390,00
	Leudadora	1	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00
	Horno	1	\$ 3.400,00	\$ 3.400,00
	Gradillero	2	\$ 200,00	\$ 400,00
	Refrigerador	1	\$ 800,00	\$ 800,00
	Congelador	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Equipamiento	Balanza	1	\$ 20,00	\$ 20,00
	Utencillos	1	\$ 500,00	\$ 500,00
	Meson	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
	Lavamanos	1	\$ 300,00	\$ 300,00
	Fregadero	1	\$ 200,00	\$ 200,00
			Total	\$ 12.610,00

Obtenido por el investigador

La inversión dentro de equipos y maquinaria se tiene el valor de \$12610,00.

Inversión en activo intangible

Dentro de la inversión de activo intangible, se considera el equipamiento, dentro del sistema de facturación y sistema ERP Ventas.

Tabla 14 Inversión en activo intangible

Categoría	Sub-categoría	Cantidad	Valor	Valor total
Equipamiento	Sistema facturación			
	electrónica	1	\$ 30,00	\$ 30,00
	Sistema ERP ventas	1	\$ 20,00	\$ 20,00
			Total	\$ 50,00

Obtenido por el investigador

Dentro de la inversión en activo intangible muestra el valor los costos dentro del sistema de facturación electrónica y el sistema ERP ventas, teniendo un valor total de \$50,00.

A su vez, se considera otras inversiones iniciales.

Tabla 15 Otras inversiones iniciales

Categoría	Subcategoría	Cantidad	Valor	Valor total
Licencias	Registro único de contribuyente	1	\$ 80,00	\$ 80,00
	Registro representante legal	1	\$ 40,00	\$ 40,00
	Patente municipal	1	\$ 300,00	\$ 300,00
	Permiso cuerpo bomberos	1	\$ 200,00	\$ 200,00
	Permiso ARCSA	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Asesoría legal	Constitución empresa	1	\$ 900,00	\$ 900,00
			Total	\$ 1.720,00

Obtenido por el investigador

Dentro de otras inversiones se consideró el valor inicial en registro único de contribuyente, registro representante legal, patente municipal, permiso cuerpo bomberos, permiso ARCSA y el costo en la constitución empresa con un valor de \$1720,00.

Depreciación

En primer lugar, se estableció la vida útil de los equipos y maquinaria. Luego se determinó el valor de la depreciación, considerando el valor total dividido para el número de vida útil. Cabe mencionar que este es un valor anual, por lo que tiene:

Tabla 16 Datos de la depreciación

Activos tangibles							Depreciación				
Categoría	Sub-categoría	Unidades	Valor unitario (\$)	Valor total(\$)	Vida útil (años)	Depreciación anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos mayores	Amasadora	1	\$ 1.390,00	\$ 1.390,00	5	\$ 278,00	\$ 278,00	\$ 278,00	\$ 278,00	\$ 278,00	\$ 278,00
	Leudadora	1	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	5	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00
	Horno	1	\$ 3.400,00	\$ 3.400,00	5	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00
	Gradillero	2	\$ 200,00	\$ 400,00	5	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
	Refrigerador	1	\$ 800,00	\$ 800,00	5	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00
	Congelador	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	5	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
	Balanza	1	\$ 20,00	\$ 20,00	2	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ -	\$ -	\$ -
						\$ 250,00		\$			
Equipamiento	Utencillos	1	\$ 500,00	\$ 500,00	2		\$ 250,00	\$ 250,00	\$ -	\$ -	\$ -
	Meson	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	5	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
	Lavamanos	1	\$ 300,00	\$ 300,00	5	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
	Fregadero	1	\$ 200,00	\$ 200,00	5	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00
				\$				\$	\$	\$	\$
Total				12.610,00	\$ 49,00	\$ 2.678,00	\$ 2.678,00	2.678,00	2.418,00	2.418,00	2.418,00

Obtenido por el investigador

Los datos informativos muestran que la depreciación del 2025 es de \$2.678,00, para el primer año. El valor es igual para el 2026, pero en el 2027, se termina la vida útil de elementos como balanza, utensilios, lo que significa que no tienen depreciación dichos elementos, y se tenga variaciones de la depreciación de \$2418.

Costos variables

Dentro de los costos variables se ubican aquellos que sí pueden variar de acuerdo con el volumen de producción.

Se obtuvo el valor por porción y se calculó el valor del costo máximo que se puede generar al tener su mayor demanda en el mes y su capacidad del hotel.

Tabla 17 Inversión en productos

Producto	Número de porciones	Valor	Valor por porción	Demanda insatisfecha al mes	Costo total mensual \$	Costo anual	total
Focaccia	10	\$ 7,34	\$ 0,73	6.000	4.404,00	\$ 47.147,76	
Ciabatta	40	\$ 5,96	\$ 0,15	6.000	\$ 894,00	\$ 9.570,87	
Total					\$5.298,00	\$56718,62	

Obtenido por el investigador

Dentro de la inversión en costos se en materia de ingredientes se tiene \$5.298,00.

Inversión en gastos operativos

Dentro de los gastos operativos se consideran los elementos necesarios para el funcionamiento local y maquinaria. Entre ellos se considera la energía eléctrica, agua potable, internet y arriendo del terreno.

Tabla 18 Inversión en gastos operativos

Sub-categoría	Valor mensual	Valor anual
Energía eléctrica	\$ 30,00	\$ 360,00
Agua potable	\$ 20,00	\$ 240,00
Internet	\$ 20,00	\$ 240,00
Arriendo del terreno	\$ 200,00	\$ 2.400,00
TOTAL	\$ 270,00	\$ 3.240,00

Obtenido por el investigador

Dentro de la inversión en gastos operativo se tiene la inversión mensual de \$270,00, pero considerando que este valor es similar a los 12 meses pertenecientes al año, se considera el valor anual de \$3240,00.

Inversión remuneración

Dentro de la inversión en la remuneración del personal se considera los datos salariales actuales que es de \$470, mientras que las encontrarse en Galápagos existe un factor de 1,8.

Tabla 19 Datos salariales de Galápagos

DATOS SALARIALES GALAPAGOS	
Sueldo básico Ecuador 2025	\$ 470,00
Factor Galápagos	1,8

Obtenido por el investigador

De esta manera, considerando el sueldo básico y el factor Galápagos, se tiene el sueldo para los siguientes puestos de trabajo.

Tabla 20 Remuneraciones mensual

	Cargo	Costo por hora	Presupuesto horario mensual	Presupuesto en usd por mes	Criterio
Área administrativa	Manager	\$ 7,16	4	\$ 28,65	Una hora semanal
	Recepción	\$ 7,09	14	\$ 99,31	Media hora diaria 6 horas por cada lote de producción (40 y 10)
Área operativa	Panadero	\$ 7,12	24	\$ 170,91	
	Bartender	\$ 7,09	14	\$ 99,31	Media hora diaria
	Técnico de mantenimiento	\$ 7,11	2	\$ 14,23	Al mes
			Total	\$ 412,41	

Obtenido por el investigador

Dentro del valor mensual de la remuneración de los trabajadores se tiene el valor de \$412,41.

No obstante, resulta necesario que se tenga que determinar el valor anual, para lo cual se toma en cuenta la base aportable, aporte patronal, fondos de reserva, décimo tercer y cuarto sueldo, vacaciones, costo de nómina y costo por hora.

Tabla 21 Remuneración anual

	Cargo	Salario mínimo sectorial	Base aportable	Aporte patronal	Fondos de reserva	de 13ero sueldo	14tosueldo	Vacaciones	Costo nómina	Costo de por hora	Valor anual
Área administrativa	Manager	\$ 478,84	\$ 861,91	\$ 104,72	\$ 71,80	\$ 71,83	\$ -	\$ 35,91	\$ 1.146,17	\$ 7,16	\$ 13.754,05
	Recepción	\$ 474,14	\$ 853,45	\$ 103,69	\$ 71,09	\$ 71,12	\$ -	\$ 35,56	\$ 1.134,92	\$ 7,09	\$ 13.619,05
	Panadero	\$ 476,02	\$ 856,84	\$ 104,11	\$ 71,37	\$ 71,40	\$ -	\$ 35,70	\$ 1.139,42	\$ 7,12	\$ 13.673,05
	Bartender	\$ 474,14	\$ 853,45	\$ 103,69	\$ 71,09	\$ 71,12	\$ -	\$ 35,56	\$ 1.134,92	\$ 7,09	\$ 13.619,05
Área operativa	Técnico de mantenimiento	\$ 475,55	\$ 855,99	\$ 104,00	\$ 71,30	\$ 71,33	\$ -	\$ 35,67	\$ 1.138,30	\$ 7,11	\$ 13.659,55

Obtenido por el investigador

Los datos informativos muestran que el sumatorio total de los sueldos y salarios en el primer año son de \$13,659,5.

Inversión inicial final

Considerando los valores ya determinados con anterioridad se calcula el valor inicial actual.

Tabla 22 Inversión inicial final

Tipo de inversión	Valor
Inversión en productos	\$ 5.298,00
Inversión en activo fijo	\$ 12.610,00
Inversión en activo intangible	\$ 50,00
Otras inversiones	\$ 1.720,00
Gastos operativos	\$ 3.240,00
Inversión en remuneración	\$ 412,41
Total inversión	\$ 23.330,41
Obtenido por el investigador	

Como se visualiza la inversión total inicial es de 23.330,41. De los cuáles en un inicio se estableció que se tiene un valor de \$10000 para el emprendimiento, pero acogiendo a ingresos se podría solventar con 13330,41. Por lo cual se tiene que establecer un préstamo en Banco de Guayaquil cuyo interés es el 9%. Por lo que se requiere un préstamo de 10000

Tabla 23 Amortización del préstamo

Año	Deuda	Interés	Capital	Cuota
1	10000	960	2000	2960
2	8000	768	2000	2768
3	6000	576	2000	2576
4	4000	384	2000	2384
5	2000	192	2000	2192
Total		2880	10000	12880
Obtenido por el investigador				

Ventas

En primer lugar, se establece las ventas de cada mes.

Tabla 24 Ventas mensuale

Producto	Número de porciones	Costo de inversión Unitario	Precio de venta	Demanda insatisfecha al mes	Venta mensual
Focaccia	6.000	\$ 0,73	\$ 1,00	6.000	\$ 6.000,00
Ciabatta	6.000	\$ 0,15	\$ 0,50	3.000	\$ 1.500,00
Total					\$ 7.500,00
Obtenido por el investigador					

Como se visualiza se tiene el valor de 7500,00 como ventas mensuales

De esta manera se calcula la venta anual:

$$\text{Venta anual} = \$7500 * 12 = \$90000$$

Considerando que el crecimiento de turistas al año es del 4% se considera necesario establecer la proyección de ventas de acuerdo a la demanda de productos.

Tabla 25 Proyección de ventas

Producto	Venta mensual	Venta anual	2026	2027	2028	2029
	\$		\$	\$		
Focaccia	6.000,00	\$ 72.000,00	74.880,00	77.875,20	\$ 80.990,21	\$ 84.229,82
	\$		\$	\$		
Ciabatta	1.500,00	\$ 18.000,00	18.720,00	19.468,80	\$ 20.247,55	\$ 21.057,45
	\$		\$	\$	\$	\$
Total	7.500,00	\$ 90.000,00	93.600,00	97.344,00	101.237,76	105.287,27

Obtenido por el investigador

La proyección de las ventas muestra que para el 2026 se tendrá un valor de \$74880 para Focaccia, y \$18720 PARA Ciabatta, dando un total del \$93.600, siendo mayor al \$90000 del 2025.

6.2. INGRESOS Y EGRESOS

Considerando los valores tanto de las inversiones como la proyección de venta, se realiza el estado de ingresos y egresos, permitiendo obtener valores como la utilidad, entre otros.

Tabla 26 Ingresos y egresos

	2025	2026	2027	2028	2029
Ingresos Operativos					
Ventas Totales	\$ 90.000,00	\$ 93.600,00	\$ 97.344,00	\$ 101.237,76	\$ 105.287,27
Costos Operativos					
Costo de Inventarios Vendidos (Coste de materia prima)	\$ 59.136,62	\$ 58.987,37	\$ 61.346,86	\$ 63.800,74	\$ 66.352,77
Margen Bruto	\$ 30.863,38	\$ 34.612,63	\$ 35.997,14	\$ 37.437,02	\$ 38.934,50
Gastos Operativos					
Sueldos y Salarios	\$ 13.659,55	\$ 13.659,55	\$ 13.659,55	\$ 13.659,55	\$ 13.659,55
Activos intangibles	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00

	2025	2026	2027	2028	2029
Otras inversiones	\$ 1.720,00	\$ 1.720,00	\$ 1.720,00	\$ 1.720,00	\$ 1.720,00
Arriendo	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
Energía Eléctrica	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00
Agua Potable	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
Internet	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
Prestamo	\$ 2.960,00	\$ 2.768,00	\$ 2.576,00	\$ 2.384,00	\$ 2.192,00
Depreciación	\$ 2.678,00	\$ 2.678,00	\$ 2.418,00	\$ 2.418,00	\$ 2.418,00
Total Gastos Operativos	\$ 24.307,55	\$ 24.115,55	\$ 23.663,55	\$ 23.471,55	\$ 23.279,55
Margen Bruto	\$ 30.863,38	\$ 34.612,63	\$ 35.997,14	\$ 37.437,02	\$ 38.934,50
Utilidad Operativa	\$ 3.877,83	\$ 7.819,09	\$ 9.915,59	\$ 11.547,48	\$ 13.236,96
Interes utilidad antes de impuestos y participaciones	\$ 960,00	\$ 768,00	\$ 576,00	\$ 384,00	\$ 192,00
Impuestos (15%)	\$ 581,67	\$ 1.172,86	\$ 1.487,34	\$ 1.732,12	\$ 1.985,54
Utilidad Neta	\$ 2.336,16	\$ 5.878,22	\$ 7.852,25	\$ 9.431,36	\$ 11.059,42
Primer pago préstamo	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Flujo de fondos	\$ 7.014,16	\$ 10.556,22	\$ 12.270,25	\$ 13.849,36	\$ 15.477,42

Obtenido por el investigador

Como se observa se tiene un valor de la utilidad neta de \$2336,16 en el primer año, mientras que para el 2029, se tiene el valor de 11059,42 para el 2029.

VAN Y TIR

Considerando los valores de inversión total inicial, los flujos de caja en los 5 periodos, se procedió a determinar el VAN y TIR y TMAR.

El TMAR se considera la sumatoria de la tasa activa del 9,33%, pasiva del 6,98% y riesgo país del 9,41% = 25,72%

Tabla 27 VAN Y TIR

Inversión inicial	\$ -23.330,41
Flujo de fondos 1	\$ 7.014,16
Flujo de fondos 2	\$ 10.556,22
Flujo de fondos 3	\$ 12.270,25
Flujo de fondos 4	\$ 13.849,36
Flujo de fondos 5	\$ 15.477,42
VAN	\$5.574,58
TMAR	25,72%
TIR	37%
C/B	\$1,30

Obtenido por el investigador

De acuerdo a la tabla el proyecto es rentable dado que el TIR sobre pasa el valor de TMAR, siendo un 37%.

Punto de equilibrio

Costos fijos = Inversión en equipos y maquinarias + inversión en activo intangible + otras inversiones iniciales+ depreciación

$$\text{Costos Mijos} = 12610 + 50 + 1720 + 2678 = \mathbf{\$17058}$$

Costo variable por unidad: Costo de la Focaccia \$0.73 por unidad y costo de la Ciabatta: \$0.15 por unidad, entonces el costo variable de las dos unidades es \$1,02

Precio de venta por unidad: Para la Focaccia: \$1.00 por unidad y para la Ciabatta: \$0.50 por unidad, entonces el precio de venta de los dos es \$1,50.

$$PE = \frac{CF}{P - CV}$$

$$PE = \frac{17058}{1,50 - 1,02}$$

$$PE = 35537,5 \text{ unidades}$$

Esto quiere decir que se necesita vender al año 35537,5 unidades para cubrir los costos fijos.

Periodo de retorno de la inversión

El periodo de retorno de la inversión se determina por medio del flujo de efectivo y la inversión inicial.

Tabla 28 PRI

N. periodo	Flujo efectivo	de Flujo acumulado	Inversión inicial	PRI
1	\$ 7.014,16	\$ 7.014,16	\$23.330,41	2,53
2	\$ 10.556,22	\$ 17.570,38		
3	\$ 12.270,25	\$ 29.840,63		
4	\$ 13.849,36	\$ 43.689,99		
5	\$ 15.477,42	\$ 59.167,41		

Obtenido por el investigador

Como se visualiza el periodo de retorno de la inversión es de 2 años con 53 días.

CAPÍTULO VII: IMPACTO AMBIENTAL

7.1. IDENTIFICACIÓN Y VALORACIÓN DE IMPACTOS

Al desarrollar una línea de panes planos en el Hotel Fiesta Galápagos, es fundamental considerar los posibles impactos ambientales en las Islas Galápagos, un ecosistema de biodiversidad única y delicada. A continuación, se detallan los efectos potenciales en la calidad del aire, el entorno acústico y la calidad del agua, junto con recomendaciones para mitigar estos impactos.

Impacto en la calidad del aire:

Emisiones de gases y partículas: El proceso de horneado puede liberar gases y partículas que, en concentraciones elevadas, afectarían la calidad del aire. Aunque una panadería de pequeña escala tiene un impacto limitado, es esencial implementar sistemas de ventilación adecuados para minimizar emisiones.

Impacto acústico:

Ruido de equipos: El funcionamiento de mezcladoras, hornos y otros equipos puede generar niveles de ruido que, si no se controlan, podrían alterar la tranquilidad del entorno y afectar tanto a la fauna local como a los huéspedes del hotel.

Impacto en la calidad del agua:

Gestión de aguas residuales: La limpieza de utensilios y áreas de trabajo produce aguas residuales que, si no se tratan adecuadamente, podrían contaminar fuentes hídricas locales. Es crucial asegurar que estas aguas sean tratadas antes de su disposición final.

CONCLUSIONES

Estudio de las propiedades y ventajas del pre-fermento Biga

- El análisis del pre-fermento Biga ha demostrado que su uso en la elaboración de panes planos mejora significativamente la textura, el sabor y la durabilidad del producto. Al permitir una fermentación prolongada, se obtiene un pan con mayor profundidad aromática y una miga más ligera y alveolada.

Desarrollo de recetas adaptadas a los recursos locales

- Se han diseñado y probado recetas de panes planos aprovechando los ingredientes locales del archipiélago, logrando una combinación entre tradición e innovación, esto ha permitido enriquecer el perfil sensorial de los panes y reforzar el compromiso del hotel con la sostenibilidad y la identidad gastronómica regional.

Evaluación de la aceptación de los clientes

- Las pruebas sensoriales y encuestas realizadas a los huéspedes del Hotel Fiesta Galápagos indican una alta aceptación de los panes planos elaborados con Biga. Los consumidores valoraron positivamente la frescura, el sabor y la textura de los productos, lo que confirma el potencial de esta línea de panadería para consolidarse dentro de la oferta culinaria del hotel y diferenciarlo dentro del mercado turístico.

Creación de una identidad de marca distintiva

- El desarrollo de una identidad visual para la línea de panes planos ha sido fundamental para posicionar el producto dentro de la experiencia gastronómica del hotel. Se ha trabajado en un nombre atractivo, un logotipo y un empaque que resalten la calidad artesanal y el concepto sostenible del pan.

Diseño de una campaña publicitaria

- Se ha planteado una estrategia de promoción basada en la difusión digital y la experiencia del cliente dentro del hotel. La integración de los panes planos en desayunos y menús especiales ha permitido generar interés entre los huéspedes, mientras que la presencia en redes sociales y material impreso dentro del establecimiento ha ayudado a consolidar su imagen como un producto exclusivo y diferenciado.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda estandarizar los procesos de producción para garantizar la calidad y consistencia de los panes planos. La capacitación continua del personal en técnicas de panificación con pre-fermento Biga contribuirá a este objetivo.

- Se sugiere ampliar la variedad de panes planos incorporando ingredientes autóctonos, como harinas alternativas o hierbas aromáticas locales, para ofrecer opciones únicas y diferenciadas.
- Es clave desarrollar una estrategia de comunicación efectiva en plataformas digitales que resalte la calidad artesanal, los beneficios del pre-fermento Biga y el compromiso del hotel con la sostenibilidad.
- Se recomienda continuar con estudios de satisfacción para adaptar y mejorar continuamente la oferta en función de las preferencias del consumidor.
- Se debe priorizar la colaboración con proveedores locales para garantizar el acceso a ingredientes frescos y minimizar el impacto ambiental del transporte de insumos.

BIBLIOGRAFÍA

- INEC. (2010). [ecuadorencifras.gob.ec](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/santa_elena.pdf). Obtenido de INEC.ec: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/santa_elena.pdf
- INEC. (s.f.). censo ecuador. Obtenido de INEC.ec: https://www.censoecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2024/01/Info_Santa_Elena.pdf
- Bazurto, G. H. (2012). repositorio.ucsg. Obtenido de Universidad Catolica Santiago De Guayaquil: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/971/1/T-UCSG-PRE-TEC-AGRO-10.pdf>
- ARCSA. (2015). Agencia Nacional de Regulacion, Control y Vigilancia Sanitaria. Obtenido de ARCSA: <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/06/CLASIFICACI%C3%93N-DE-ALIMENTOS3.pdf>
- Cedeño Estrada, J. E. (2021). Repositorio institucional de la univercidad de guayaquil. Obtenido de Diseño de microempresa artesanal de embutidos de mariscos tipo paisa en el Cantón Duran Guayaquil Ecuador: <https://repositorio.ug.edu.ec/items/a9a31038-dd83-4212-80be-baf01d7b8153>
- Soplosviajeros.com. (1 de 04 de 2020). Obtenido de <https://soplosviajeros.com/pan-plano-origen-tipos-recetas>
- Couto, A. (2024). Obtenido de <https://solococinar.com/7-tipos-de-pan-plano-guia-completa>
- Cocina, L. (2025). Obtenido de <https://laroussecocina.mx/receta/ciabatta/>
- Roldan, J. (2024). Panaderia Artesanal. Bogota .
- S.L, C. d. (s.f.). Obtenido de <https://chapela.es/clasificacion-y-tipos-de-harina/#:~:text=La%20harina%20esta%20compuesta%20por,dar%20elasticidad%2C%20consistencia%20y%20esponjosidad.>
- Espana, F. d. (s.f.). Obtenido de <https://celiacos.org/enfermedad-celiaca/que-es-el-gluten/>
- Galapagos, G. d. (s.f.). Obtenido de <https://www.gobiernogalapagos.gob.ec/gobernacion-permisos-de-funcionamiento/>
- (RPMR), R. d. (s.f.). Obtenido de <https://www.gob.ec/rpmr/tramites/nombramiento-representantes-legales>
- (SRI), S. d. (s.f.). Obtenido de <https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-natural-ecuatoriana-extranjera-residente>

(GADMSC), G. A. (s.f.). Obtenido de <https://www.gob.ec/gadmsc/tramites/emision-patente-municipal>

Cruz, C. d. (s.f.). Obtenido de <https://www.bomberospuertoayora.gob.ec/wp/permisos-y-tramites/>

Agencia Nacional de Regulación, C. y. (s.f.). Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/>

Info, E. G. (2023). Obtenido de <https://ecuadorgalapagosinfo.com/parque-nacional-galapagos/amenazas/>

Galapagos, D. (s.f.). Obtenido de <https://descubriendogalapagos.ec/descubre/vida-en-las-islas/ecologia-habitats/amenazas-medio-ambiente/>

Howard, J. (Septiembre de 2024). Obtenido de <https://galapagosconservation.org.uk/wp-content/uploads/2024/09/PPFG-Report-Spanish-SEPT20-FINAL3.pdf>

2024, G. S. (03 de Mayo de 2023). Obtenido de <https://www.galapagossience.org/inventario-de-emisiones-antropogenicas-y-analisis-espacial-de-gases-de-efecto-invernadero-y-contaminantes-primarios>

galapagos.gob.ec. (s.f.). Obtenido de <https://galapagos.gob.ec/calidad-de-agua>

Mongabay. (14 de Febreo de 2022). Obtenido de <https://es.mongabay.com/2022/02/basura-con-etiquetas-asiaticas-contamina-las-islas-galapagos>

(s.f.).

ANEXOS



PROFORMA
RUC: 0500534474001

Cliente: VITERI MOLINA CRISTIAN DANNY
RUC: 0503645565
Dirección: SICHOS
Teléfono: 0981305523
Fecha: 19/01/2025

Vendedor: LADY CULQUI
Proforma: P000002574

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	MEDIDA	PRECIO	IVA	DESC.	TOTAL
1.00	186-HORNO TURBO ESTÁTICO CON LEUDADOR 8 BANDEJAS A GAS 220V	UNO	3.391,3043	15,00	0,00	3.391,30
LOS EQUIPOS DE PANADERIA SON ENTREGADOS HASTA EL PUERTO PRINCIPAL CON SU RESPECTIVO MANUAL Y VIDEOS PARA INSTALACIÓN.						
12.00	BANDEJA LISA EN ALUMINIO 65X45 CM	UNO	12,1739	15,00	100,00	0,00
2.00	BANDEJA PERFORADA EN ALUMINIO 65X45 CM	UNO	14,3478	15,00	100,00	0,00
2.00	BANDEJA BAJUQUERA EN ALUMINIO 65X45 CM	UNO	23,0435	15,00	100,00	0,00
1.00	AMASADORA RAPIDA AUTOMÁTICA 1 VELOCIDAD 30LB-220V	UNO	1.347,8261	15,00	0,00	1.347,83
1.00	LAMINADORA DE MASA MP AUTOMÁTICA 110V	UNO	2.913,0435	15,00	0,00	2.913,04
LOS EQUIPOS DE PANADERIA SON ENTREGADOS HASTA EL PUERTO PRINCIPAL CON SUS RESPECTIVOS MANUALES Y VIDEOS PARA LA INSTALACIÓN.						


LADY ROMENA CULQUI MONTALUSA
ANUAL C.A. 2025.01.18 12:03:18 -0500

ASesor COMERCIAL
OBSERVACIONES:
 FORMA DE PAGO: SU ENTRADA Y 30 MS CONTRA ENTREGA
 FORMA DE ENTREGA: COORDINAR CON EL CLIENTE
 GARANTIA: 1 AÑO
 VALOR DE LA GARANTIA: 30 DÍAS

SUBTOTAL 7.971,04
DESCUENTO 228,87
SUBTOTAL NETO 7.662,17
SUBTOTAL 0% 0,00
SUBTOTAL 15% 7.662,17
IVA 15 % 1.149,33
TOTAL 8.811,50

CUENTA BANCARIA AUTORIZADA
SR. JOSE ANIBAL CULQUI TERAN
CEDULA: 200028474
CORRIENTE: 3229672054
CORRISO: hornipan@hornipan.es

CUENCA
0981211489
Dr. Carlos A. Sarmiento

MANTO LATACUNGA
0940219621
Dr. Ana Josefina Barahona

QUITO
0940219621
Dr. Carlos A. Sarmiento

Ilustración 20 Proformas



inox HORNO Y EQUIPOS XONI CIA LTDA - RUC: 0691746186001
Dirección: Av. Edmundo Bonilla N°2 y Bogotá
Teléfono: +593 3 2378 660, Celular: +593 99 556 3604
Email: info@inox.com.ec

COTIZACIÓN N° Documento: 3726
Fecha: 22/01/2025

Cliente: VITERI MOLINA CRISTIAN DANNY
C.I / RUC: 0503645565001
Contacto:
Teléfono 1: +593 98 133 0523
Teléfono 2:
Correo: danny1996@hotmail.com
Ciudad: GALAPAGOS
Dirección: GALAPAGOS

CODIGO	DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO UNIT.	% DESC.	PRECIO UNIT. TRAS DESC.	TOTAL
AB-A111-G-55-220	Horno de Convección, American, 6-65x45, Gas 15 KW, Smart 5, 220V, 4-broiler	1	3.419,000	0,00	3.419,000	3.419,00
S-AB-A111-6	Supporte AB 45x65-6, Acero Inox 430	1	162,000	0,00	162,000	162,00
AE-35-220	Amasadora espiral, velocidad variable, 34 litros, Cap. Max. Amasado 18.75 kg-220 V	1	1.391,813	0,00	1.391,813	1.391,81
LB-A111-E-G-220	Camara de Leudo, 6-45x65, Eléctrica 0.75 KW, Digital, 220V	1	1.400,000	0,00	1.400,000	1.400,00
B-L-A111-ALUM-1	Bandeja, Lisa, Americana 45x65 cm, Aluminio-1mm	16	13,900	0,00	13,900	222,40
CHS-A111-20	Carrs, HDS, 45x65-20, Acero Inox 304-430	1	338,000	0,00	338,000	338,00
					Subtotal	USD 6.633,21
					IVA 15%	USD 1.039,98
					TOTAL	USD 7.673,19

DETALLES IMPORTANTES
 La garantía del equipo es de 1 año a partir de la fecha de facturación
 El cliente debe confirmar las adecuadas instalaciones que el equipo requiere previo a la entrega
 Cotización válida por 15 días
Forma de pago:

Lady Andrade
Celular:
Fijo: 032 378 660 ext 204
Email:
Dirección: Av. Edmundo Bonilla 2 y Bogotá
 Sucursal Quito: Av. Río Coca y 10 de Agosto
 Sucursal Guayaquil: Av. Miguel H. Acosta y Víctor Hugo

Ilustración 21 Proformas

TESIS FINAL-CRISTIAN_VITERI.pdf

 My Files My Files Instituto Superior Tecnológico Rumiñahui

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::29877:436732092

Fecha de entrega

5 mar 2025, 8:08 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

5 mar 2025, 8:21 p.m. GMT-5

Nombre de archivo

TESIS FINAL-CRISTIAN_VITERI.pdf

Tamaño de archivo

896.3 KB**72 Páginas****14,432 Palabras****82,073 Caracteres**

5% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Coincidencias menores (menos de 100 palabras)

Exclusiones

- N.º de fuentes excluidas

Fuentes principales

- 5%  Fuentes de Internet
- 0%  Publicaciones
- 3%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alerta de integridad para revisión

-  **Texto oculto**
135 caracteres sospechosos en N.º de páginas
El texto es alterado para mezclarse con el fondo blanco del documento.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Fuentes principales

5%	 Fuentes de Internet
0%	 Publicaciones
3%	 Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	Trabajos entregados	
	Instituto Superior Tecnológico Espíritu Santo on 2023-12-04	2%
2	Internet	
	instipp.edu.ec	<1%
3	Internet	
	solococinar.com	<1%
4	Internet	
	laroussecocina.mx	<1%