

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO  
DE TECNOLOGÌA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,  
ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS**

**PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**

TEMA:

**PLAN DE CONTROL Y MEJORA DE PROCESOS DE  
CALIDAD EN EL INCREMENTO DE CLIENTES Y  
RENTABILIDAD DE LA PANADERÍA  
“SU ÍDOLO”.**

Autora:

**Valarezo Solís Shirley Sugedy**

Tutor:

**PhD. Simón Alberto Illescas Prieto**

Guayaquil, Ecuador

**2018**

## **DEDICATORIA**

Con todo el esfuerzo realizado en estos años de estudio, Dedico este proyecto a Dios y a mi madre, familiares, amigos y novio. A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, mi madre y Vicente Bravo quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. Es por ellos que soy lo que soy ahora. Los amo con mi vida.

**Shirley Sugedy Valarezo Solís**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por darme salud, vida y sabiduría. A mis familiares, amigos y novio quienes a lo largo de toda mi vida me han apoyado y motivado, Mi madre apoyo incondicional. Agradecida especialmente con el Instituto Tecnológico Bolivariano por brindarme la oportunidad de haber sido parte de esta prestigiosa institución quien día a día abre sus puertas para preparar jóvenes profesionales, mis estimados profesores quienes impartieron sus sabios conocimientos gracias por su paciencia y saber.

**Shirley Sugedy Valarezo Solís**

## **INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

### **CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Plan de control y mejora de procesos de calidad en el incremento de clientes y rentabilidad de la panadería “Su Ídolo” 2018”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

#### **TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**

El problema de investigación se refiere a: **¿Cómo contribuir a mejorar el control de los procesos de calidad y presentación de productos, para incrementar la satisfacción de los clientes y de rentabilidad de la panadería “Su Ídolo”, ubicada en la ciudad de Guayaquil, ¿en el año fiscal 2018?**

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por la Egresada: **Valarezo Solís Shirley Sugedydy**

Tutor: **PhD. Simón Alberto Illescas Prieto**

## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Shirley Sugedy Valarezo Solís** en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **Plan de control y mejora de procesos de calidad en el incremento de clientes y rentabilidad de la panadería “Su Ídolo”**, de la modalidad de semipresencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Administración de empresas, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos. Asimismo, autorizo al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

**Shirley Sugedy Valarezo Solís**

Nombre y Apellidos de la Autora

No. de cédula: **120776856-3**

\_\_\_\_\_

Firma

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT**

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

### **CERTIFICO:**

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES** del ITB.

---

Nombre y Apellidos del Colaborador  
CEGESCYT

---

Firma

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO  
DE TECNOLOGÌA**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**

TEMA:

**PLAN DE CONTROL Y MEJORA DE PROCESOS DE  
CALIDAD EN EL INCREMENTO DE CLIENTES Y  
RENTABILIDAD DE LA PANADERIA  
“SU IDOLO”.**

Autora: **Valarezo Solís Shirley Sugeydy**

Tutora: **PhD. Simón Alberto Illescas Prieto**

**RESUMEN**

Este proyecto se realizó en la Panadería “Su Ídolo”. Según estudios realizados se comprobó la inexistencia de control de materia prima, regulación del proceso de producción y producto terminado. El objetivo general fue diseñar un sistema de control para mejora de procesos de calidad e incremento de clientes y rentabilidad de la panadería “Su Ídolo”. Para el crecimiento y competitividad de la empresa se utilizó técnicas de investigación como, entrevista al propietario, encuestas al personal y clientes. De acuerdo a los resultados obtenidos se verificó que no aplican herramientas de control de calidad apropiada en materia prima, desconocen de controles, utensilios e instrucciones específicas desde el proceso de producción hasta la entrega al consumidor final, según lo observado. Se utilizó el método empírico basado en la experiencia laboral y método analítico para examinar las causas y efectos de la investigación. Acorde a los resultados obtenidos se generó la propuesta de diseñar un sistema de control de producción que está orientado a garantizar la calidad del producto y servicio que permitió influir en la mejora continua siendo beneficiado directamente el propietario y los clientes.

Control

Proceso

Calidad

Rentabilidad

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO  
DE TECNOLOGÌA**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**

TEMA:

**PLAN DE CONTROL Y MEJORA DE PROCESOS DE  
CALIDAD EN EL INCREMENTO DE CLIENTES Y  
RENTABILIDAD DE LA PANADERIA  
"SU IDOLO".**

Autora: **Valarezo Solís Shirley Sugeydy**

Tutora: **PhD. Simón Alberto Illescas Prieto**

**ABSTRACT**

This project was realized in the "Su Ídolo" bakery. According to studies, it was found the lack of control of raw materials, the production process and finished product regulation. The general objective was to design a system of control and process improvement of quality and increase of customers and profitability of the bakery "Your Idol". Research techniques, interview the owner, surveys of staff and customers as was used for the growth and competitiveness of the company. According to the results it was verified that they do not apply appropriate in raw material quality control tools, unaware of controls, tools, and specific instructions from production to delivery to the final consumer, according to the observed. We used empirical method based on the work experience and analytical method to examine the causes and effects of the research. According to the results generated the proposal of designing a control system of production which is oriented to guarantee the quality of the product and service that allowed influence continuous improvement being directly benefited the owner and the customers.

Control

Process

Quality

cost effectiveness



# ÍNDICE GENERAL

<b>CONTENIDOS:</b>	<b>PÁGINAS:</b>
PORTADA.....	i
DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	iv
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN.....	v
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT .....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT .....	viii
ÍNDICE GENERAL .....	ix
ÍNDICE DE CUADROS.....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
<b>CAPÍTULO I</b> .....	<b>1</b>
<b>EL PROBLEMA</b> .....	<b>1</b>
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	<b>1</b>
Ubicación del problema en un contexto.....	1
Situación Conflicto .....	2
Delimitación del problema .....	3
Formulación del problema .....	3
Variables de investigación .....	3
Evaluación del problema.....	4
Interrogantes de la investigación .....	4
Objetivos de la investigación .....	4
Justificación e importancia.....	5
<b>CAPÍTULO II</b> .....	<b>7</b>
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>7</b>
<b>FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA</b> .....	<b>7</b>
Antecedentes Históricos .....	7
Antecedentes Referenciales .....	9
<b>FUNDAMENTACIÓN LEGAL</b> .....	<b>11</b>
<b>VARIABLES DE INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>14</b>
Variable independiente.....	14
Variable dependiente: .....	14
<b>DEFINICIONES CONCEPTUALES</b> .....	<b>16</b>

<b>CAPÍTULO III</b> .....	26
<b>METODOLOGÍA</b> .....	26
Presentación de la empresa .....	26
Diseño de la investigación .....	33
Tipos de investigación .....	34
Población y muestra .....	35
Métodos y técnicas de la investigación .....	37
Procedimiento de la investigación .....	41
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	42
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS</b> .....	42
Aplicación de las técnicas e instrumento.....	42
Plan de mejora .....	52
CONCLUSIONES .....	59
RECOMENDACIONES .....	60
Bibliografía.....	68
<b>ANEXOS</b>	

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>TÍTULOS:</b>	<b>PÁGINAS:</b>
CUADRO 1: CONFLICTO .....	2
CUADRO 2: OPERACIONALIZACIÓN .....	15
CUADRO 3: PRODUCTOS .....	32
CUADRO 4: TIPOS .....	34
CUADRO 5: UNIVERSO .....	37
CUADRO 6: PROCESOS .....	39
CUADRO 7: EDAD .....	42
CUADRO 8: PANADERÍA .....	43
CUADRO 9: CONSUMO DE PRODUCTOS .....	44
CUADRO 10: FRECUENCIA .....	45
CUADRO 11: HORA .....	46
CUADRO 12: ALTERNATIVAS DE CONSUMO .....	47
CUADRO 13: SATISFACCIÓN .....	48
CUADRO 14: CARACTERÍSTICAS .....	49
CUADRO 15: CALIDAD .....	50
CUADRO 16: CONCURRENCIA DE CLIENTES .....	51

CUADRO 17: PLAN .....	52
CUADRO 18: MATERIA PRIMA .....	53
CUADRO 19: VENTAS .....	54
CUADRO 20: PRODUCCIÓN .....	55
CUADRO 21: PRESUPUESTO .....	55

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

TÍTULOS:	PÁGINAS:
GRÁFICO 1 EDAD .....	42
GRÁFICO 2 PANADERÍA .....	43
GRÁFICO 3 CONSUMO DE PRODUCTOS .....	44
GRÁFICO 4 FRECUENCIA .....	45
GRÁFICO 5 HORA .....	46
GRÁFICO 6 ALTERNATIVAS DE PRODUCTOS .....	47
GRÁFICO 7 SATISFACCIÓN .....	48
GRÁFICO 8 CARACTERÍSTICAS .....	49
GRÁFICO 9 CALIDAD .....	50
GRÁFICO 10 CONCURRENCIA DE CLIENTES .....	51

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **Ubicación del problema en un contexto**

La panadería “Su Ídolo” es un negocio familiar la cual basa su principal actividad comercial en productos derivados de la harina, obteniendo como resultado la elaboración de panes y repostería en general. Se encuentra ubicada en el sector céntrico de la ciudad de Guayaquil, Provincia del Guayas, en las calles Av. Quito entre Manuel Galecio y Alejo Lazcano, diagonal al Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP), frente al parque de la madre, desde hace dos años, la principal panadería se encuentra en la provincia de Santa Elena, cantón Santa Elena.

El objeto de esta empresa familiar es afincarse dentro de una actividad económica – financiera, que genere la suficiente rentabilidad para su permanencia, retribución y continuidad en el mercado. Esta pequeña empresa a pesar del tiempo que tiene en el mercado no ha incrementado su utilidad debido a la competitividad por la oferta y demanda existente, las inflaciones y devaluaciones del producto, pero principalmente a que en la actualidad no aplica un plan de control de materia prima y procesos de calidad, las cuales son importante para el crecimiento y competencia de toda empresa.

Esto se debe a la falta de capacitación al propietario, el criterio erróneo de los niveles de ganancia y al no contar con capital apto para desarrollar las actividades productivas que requiere este negocio, marca el ejemplo de contribución significativa frente a la actividad Económica ofrecida al mercado consumidor, como es la producción de panes.



• Falta de capacitación	• Bajo nivel de cumplimiento de proceso de producción.
-------------------------	--

**Elaborado por:** Shirley Sugeydy Valarezo Solís

Ante esto se propende el sentido de una práctica meramente básica que conlleva el negocio artesanal y en un sistema contable de costos, el cual, encamina información contable y financiera poco interviniente en el estado real de la empresa, teniendo una apreciación de la generación Económica superficial relativa de su actividad desde un registro elemental de ingresos y gastos; por tal en la panadería “Su Ídolo” es un aspecto limitante la aplicación de la contabilidad en la determinación de los costos de producción.

### **Delimitación del problema**

**Campo** : Administración

**Área** : Control, Ventas

**Aspectos** : Control, procesos, calidad y rentabilidad

**Tema** : Plan de control y mejora de procesos de calidad en el incremento de clientes y rentabilidad de la panadería “Su Ídolo”.

### **Formulación del problema**

¿Cómo contribuir a mejorar el control de los procesos de calidad y presentación de productos, para incrementar la satisfacción de los clientes y la rentabilidad de la panadería “Su Ídolo”, ubicada en la ciudad de Guayaquil, ¿en el año fiscal 2018?

### **Variables de investigación**

**Variable independiente:** Control, Procesos.

**Variable Dependiente** : Calidad , Rentabilidad.



## **Evaluación del problema**

- Delimitado:** La Panadería “Su Ídolo” ubicada en la ciudad de Guayaquil en el año fiscal 2018 diseñara un plan de control y mejora de procesos de calidad.
- Claro:** El problema identificado es concreto porque las ideas son concisas y van conectadas, es de fácil interpretación y comprensión.
- Evidente:** Fácilmente se puede evidenciar la anomalía de la inexistencia de control de materia prima y productos defectuosos.
- Relevante:** El plan de control de procesos de mejora de calidad es importante para el crecimiento y competitividad de la empresa.
- Original:** En la Panadería “Su Ídolo” es la primera vez que se diseña un plan de control y mejora de procesos de calidad e incremento de clientes y rentabilidad de la misma.
- Factible:** Este trabajo de investigación es factible porque cuenta con el apoyo del propietario y de los colaboradores.

## **Interrogantes de la investigación**

- ¿Cómo fundamentar teóricamente las bases necesarias de control, proceso, calidad y rentabilidad?
- ¿Cuál es la situación actual de la empresa en los procesos de calidad?
- ¿Qué sistema de control de producción está orientado a garantizar la calidad?

## **Objetivos de la investigación**

### **Objetivo general**

Diseñar un plan de control para mejorar los procesos de calidad en el incremento de clientes y rentabilidad de la panadería “Su Ídolo”

## **Objetivos específicos**

- Fundamentar teóricamente las bases necesarias de calidad, procesos, calidad y rentabilidad.
- Diagnosticar la situación actual de la empresa en los procesos de calidad.
- Proponer un plan de control de los procesos que esté orientado a garantizar la calidad.

## **Justificación e importancia**

Es importante desarrollar la presente investigación porque es necesario determinar en que influye la falta del control de materia prima, mejora de procesos de producción, calidad de productos y servicio.

Esta investigación se justifica porque propone un plan de control y procesos de mejora de calidad, que al aplicarlos contribuirá a incrementar la rentabilidad de la panadería a través de las ventas, lo que facilitará aplicar los procesos en el área de producción de la panadería.

Es necesario aplicar un plan de control de materia prima, producción y ventas porque mantenemos un control de ingresos.

Es de gran importancia el plan de control de mejora de procesos de calidad porque sirve para el crecimiento y competencia de la panadería "Su Ídolo".

Siendo beneficiado directamente el propietario Sr. José Vicente Bravo Bravo porque mejora la rentabilidad de la empresa y los clientes porque reciben un producto y servicio de calidad.

Según el análisis se puede determinar que es viable el diseño de plan de control y mejora de calidad de productos y servicio porque incrementa la producción de la panadería.

Este proyecto de investigación es factible porque cuenta con el sustento del propietario y personal de la panadería.

Para llevar a cabo la siguiente investigación se realizó un presupuesto de recursos para financiar los gastos que implica la puesta en marcha del proyecto.

La falta de control de materia prima influye en el crecimiento de la panadería “Su Ídolo” por lo que es importante una gestión eficiente y eficaz que mejore la rentabilidad de la empresa.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

### **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

#### **Antecedentes Históricos**

La aparición del pan se remonta desde la época neolítica o también conocida como edad de piedra, dónde las actividades principales de los habitantes eran: el cultivo de trigo y la cacería. En primera instancia la alimentación del ser humano se basaba en semillas y cereales de trigo, sin embargo, posteriormente descubrieron que, al triturar, mezclar con agua y cocinar sobre piedras muy calientes dichos cereales obtenían alimentos sólidos, dando como resultado una masa granulada, seca y aplastada en forma de pan.

Desde aquella época, el pan se ha sumergido a un proceso de cambios en su fabricación y comercialización. Sin embargo, fueron los egipcios quienes, desarrollaron de la mano de su civilización, los primeros panes de trigo, que eran elaborados de forma rústica, basados en un método muy simple, el cual iniciaba con la obtención del trigo que era cultivado en el Rio Nilo, y que a su vez era molido sin pasar por un proceso de refinado, para luego ser llevado al horno, resultando un alimento duro y sin ninguna elevación ya que en ese tiempo no existía la levadura.

La construcción de los primeros hornos para cocer el pan, se les atribuye a los egipcios, los mismos que, de acuerdo a investigaciones antropológicas eran fabricados a base de ladrillos y arcilla, que a su vez tenían un hueco para depositar la leña en la parte de abajo, una cavidad en el centro donde se quemaba la leña y finalmente la parte donde cocían el pan, la misma que debía permanecer cerrada con puerta.

Con el acontecer histórico, fue en Roma dónde nacieron las primeras panaderías, producto de la creación de escuelas de panaderos y de puntos comerciales de venta de pan.

Según Toussaint-Samat (1994) señala que:

En el siglo II A.C., las personas dedicadas al oficio de la elaboración de pan o también llamados “panaderos” gozaban de un gran prestigio en la sociedad romana, sin embargo, muchos historiadores consideran que los romanos adoptaron todo el conocimiento de la elaboración del pan por parte de los inmigrantes griegos que vivían en Roma.

En aquellos tiempos, los espectáculos circenses tales como los combates de los gladiadores, las luchas a muerte de los presos que eran efectuadas entre esclavos con los leones o tigres; eran el entretenimiento favorito de la población romana, la cual asistía con ansias con tal de disfrutar de un espectáculo y de probar de forma gratuita de un alimento infaltable como era el pan, todo esto era considerada una herramienta fundamental para poder obtener el control social del pueblo, es por ello que a éste evento se lo denominó la política de “pan y circo”, frase que usaban los gobernantes para decir que para mantener al pueblo contento bastaba con darles pan y espectáculos.

Para el siglo XII D.C, la comercialización del pan tuvo gran acogida en las calles y pueblos de Roma, cuando se dio inicios a las primeras panaderías, desarrollando el mismo efecto de comercialización del pan en países como Francia e Italia, donde ya registraban una variedad distinta de 20 tipos de panes, y a su vez ampliaron nuevas técnicas en el proceso de panificación.

Arteaga (2016), señala que:

En el Ecuador, la producción de pan se remonta en la década de los años 30 del siglo XVI, y se atribuye al ingreso del trigo al territorio ecuatoriano por Fray Jodoco Ricke, franciscano, quien empezó a

cultivar dicho cereal en la provincia de Cañar, y que posteriormente dio indicios a la instalación del primer molino en el año 1557, dando como resultado la elaboración de pan con harina de trigo. (p. 7)

En referencia a lo anterior, cabe suponer que la elaboración del pan, se efectuaba en los mismos hogares ecuatorianos, sin que exista por esos tiempos personas conocidas como panaderos.

### **Panadería “Su Ídolo”**

La panadería “Su Ídolo” inicia sus actividades en el año 2007 en la provincia de Santa Elena, cantón Santa Elena, para luego abrir una sucursal en la ciudad de Guayaquil en el sector céntrico ubicada en las calles Av. Quito entre Manuel Galecio y Alejo Lazcano, diagonal al Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP), frente al parque de la madre.

Es una empresa familiar dirigida por su propietario el Sr José Vicente Bravo Bravo, quien aprendió de sus parientes a temprana edad, las técnicas para la elaboración del pan.

La panadería atiende en el horario de lunes a sábado desde las 06h00 hasta las 21h00; y los días domingo desde las 09h00 hasta las 19h00, brindando a sus clientes gran variedad de productos, con alta calidad y con una atención de primera; sin embargo, el nivel de ventas de la sucursal, ha disminuido significativamente producto de la alta competencia y la presencia de vendedores ambulantes que ofertan similares productos a los de la panadería.

### **Antecedentes Referenciales**

La pastelería “Magdita” es una microempresa familiar, constituida jurídicamente el 30 de Julio de 2012. La actividad principal es la elaboración de panes, panecillos y pasteles para toda ocasión. Se encuentra ubicada en la provincia de Pichincha, Cantón Rumiñahui, parroquia Sangolquí, barrio El Turismo, en la calle Pichincha y Venezuela. El inmueble comercial es propio, cuenta con la infraestructura y las maquinarias indispensables

para la elaboración de sus productos, sin embargo la panadería durante el último año ha disminuido sus ventas, por lo que se plantea el “diseño de un plan de negocios”<sup>1</sup> para determinar nuevas estrategias que le permita incrementar sus clientes y mejorar su rentabilidad, aumentando su producción, ofreciendo nuevos productos, de mayor calidad y a precios considerablemente accesibles para el consumo de la población.

El plan de negocios indicado en párrafo anterior, tiene relación con el proyecto de investigación que se está presentando, al relacionarse con la mejora de la calidad, incremento de clientes y rentabilidad.

La panadería “Pan Pancito” ubicada en la calles Gómez Rendón, entre la Octava y la Novena, en el suroeste de Guayaquil, cuyo propietario es el señor Elkin Solórzano, y la cual posee 28 años de experiencia en la elaboración del pan, por lo que en base a dicha antigüedad en el mercado está en constante mejora de sus procesos de calidad, a su vez de que posee mano de obra calificada, por otra parte realiza publicidad y diversos programas dedicados a la clientela, como son las fiestas por ocasiones especiales tales como: día de la madre, día del padre, navidad, siendo ésta última la festividad más generadora de ingresos, ya que produce para dicha fecha hasta 1.000 panes de pascua semanales, generando que el negocio prospere y sea rentable en el mercado.

La mejora de la calidad de los procesos, es similar al proyecto de investigación que se está presentando, al relacionarse con el incremento de las ventas, mejora de la producción, e incremento de clientes, la

---

<sup>1</sup> Molina, D., Onofa, A. (2017). Plan de negocios para una panadería ubicada en el sector de Sangolquí. Memoria para optar al Título de Ingeniero en Finanzas, Escuela de Estadística Finanzas, Universidad Central del Ecuador, Quito, Ecuador.

diferencia radica en que la panadería “Pan pancito” efectúa publicidad y en la actualidad cuenta con mano de obra calificada.

## **FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

A continuación, se presentan los artículos puntuales del marco regulatorio legal de nuestro país, y que se aplica al funcionamiento y operación de las panaderías, desde el punto de vista como empresa y establecimiento alimentario.

### **Constitución de la República del Ecuador – 2008**

**Art. 13.-** Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales.

### **Reglamento de registro y control sanitario de alimentos**

**Art. 2.-** Los alimentos procesados y aditivos alimentarios, en adelante "productos alimenticios", que se expendan directamente al consumidor en envases definidos y bajo una marca de fábrica o nombres y designaciones determinadas, deberán obtener el Registro Sanitario, mismo que será expedido conforme a lo establecido en el presente Reglamento.

**Art. 3.-** Se exceptúan del cumplimiento de la obtención del Registro Sanitario, pero están sujetos al control y vigilancia sanitaria por parte de la autoridad de salud correspondiente, los siguientes productos:

1. Productos alimenticios en su estado natural (producción primaria) como: frutas, hortalizas, verduras frescas y otros de origen agrícola, que no hubieren sido sometidos a proceso alguno de transformación, modificación y conservación;
2. Los de origen animal, sean estos crudos, refrigerados o congelados,



- que no hubieren sido sometidos a proceso alguno de transformación, modificación y conservación. Se incluye huevos en estado natural;
3. Granos secos en cualquier presentación, excepto arroz precocido;
  4. Semillas como ajonjolí, girasol, pepas de zambo, otras similares que no hubieren sido sometidos a proceso alguno de transformación, modificación y conservación;
  5. Frutos secos con cáscara, como las nueces con cáscara;
  6. Miel de abeja;
  7. Materias primas alimentarias en general, producidas en el país o importadas, para su utilización en plantas procesadoras de alimentos para la elaboración de productos alimenticios que ya cuentan con el Registro Sanitario respectivo; y,
  8. Productos de panadería que por sus características de composición son de consumo diario, los cuales se comercializan sin envase definido y sin marca comercial.

**Art. 56.-** Los productos que se importen al país requieren contar obligatoriamente con Registro Sanitario Nacional.

**Art. 57.-** La importación de muestras sin valor comercial destinadas a estudios de mercado, investigación, desarrollo, pruebas de laboratorio, ensayos u obtención de documentos de control previo será autorizada por la ARCSA, incluyendo las materias primas que se utilizarán para la producción de productos de panadería considerados en el presente Reglamento.

### **Codificación a ley de defensa del artesano**

**Art. 1.-**Esta Ley ampara a los artesanos de cualquiera de las ramas de artes, oficios y servicios, para hacer valer sus derechos por sí mismos o por medio de las asociaciones gremiales, sindicales e interprofesionales existentes o que se establecieren posteriormente.

**Art. 2.-**Para los efectos de esta Ley, se definen los siguientes términos:

- a) **Actividad Artesanal:** La practicada manualmente para la transformación de la materia prima destinada a la producción de bienes y servicios, con o sin auxilio de máquinas, equipos o herramientas;
- b) **Artesano:** Al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y registrado en el Ministerio del Trabajo y Recursos Humanos, desarrolle su actividad y trabajo personalmente y hubiere invertido en su taller, en implementos de trabajo, maquinarias y materias primas, una cantidad no superior al veinticinco por ciento (25%) del capital fijado para la pequeña industria. Igualmente se considera como artesano al trabajador manual, aunque no haya invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o carezca de operarios;
- c) **Maestro de Taller:** Es la persona mayor de edad que, a través de los colegios técnicos de enseñanza artesanal, establecimientos o centros de formación artesanal y organizaciones gremiales legalmente constituidas, ha obtenido tal título otorgado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y refrendado por los Ministerios de Educación y Cultura, y del Trabajo y Recursos Humanos;
- d) **Operario:** Es la persona que sin dominar de manera total los conocimientos teóricos y prácticos de un arte u oficio y habiendo dejado de ser aprendiz, contribuye a la elaboración de obras de artesanía o la prestación de servicios, bajo la dirección de un maestro de taller;
- e) **Aprendiz:** Es la persona que ingresa a un taller artesanal o a un centro de enseñanza artesanal, con el objeto de adquirir conocimientos sobre una rama artesanal a cambio de sus servicios personales por tiempo determinado, de conformidad con lo dispuesto en el Código del Trabajo; y,

- f) Taller Artesanal: Es el local o establecimiento en el cual el artesano ejerce habitualmente su profesión, arte u oficio y cumple con los siguientes requisitos:
1. Que la actividad sea eminentemente artesanal;
  2. Que el número de operarios no sea mayor de quince y que el de aprendices no sea mayor de cinco;
  3. Que el capital invertido no sobrepase el monto establecido en esta Ley;
  4. Que la Dirección y responsabilidad del taller estén a cargo del maestro de taller; y,
  5. Que el taller se encuentre debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano. Los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano, así como las sociedades de talleres artesanales que, para lograr mejores rendimientos económicos por sus productos, deban comercializarlos en un local independiente de su taller, serán considerados como una sola unidad para gozar de los beneficios que otorga esta Ley.

**Art. 3.-**La formación profesional a nivel artesanal incluye el ciclo básico con tres años de estudio. Se aplicará de conformidad con el respectivo Reglamento.

## **VARIABLES DE INVESTIGACIÓN**

### **Conceptualización de variables**

Variable independiente: **Control - Procesos**

El control es una tarea de comprobación para evaluar el desempeño general frente a un plan estratégico. El proceso es un conjunto de pasos a seguir para darle solución a un problema.

Variable dependiente: **Calidad – Rentabilidad**

La calidad es un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado. La rentabilidad es la relación de la utilidad y la inversión la q mide la efectividad de una empresa.

**Cuadro 2****Operacionalización**

<b>Variable</b>	<b>Tipo de variable</b>	<b>Indicador</b>	<b>Conceptualización</b>
Proceso de control	Independiente	Porcentaje de cumplimiento de los procesos de control	Mejora de la calidad de los procesos
Medición de la rentabilidad	Dependiente	Porcentaje de cumplimiento de la utilidad obtenida versus la proyectada	Medición frecuente. Rendimiento económico
<b>Hipótesis 1</b> Proceso de control de proveedores	Independiente	Nivel de cumplimiento del proceso de control	Análisis de los ingresos y costos de la producción
Calidad de la materia prima	Dependiente	Verificación de la calidad de la materia prima adquirida	Ejecución de un proceso de control de calidad de la materia prima. Frecuentemente
<b>Hipótesis 2</b> Plan anual de compras de materia prima	Independiente	Porcentaje de representación mensual de las compras de materia prima	Instrumento de planificación del costo de materia prima
Eficiencia de la producción	Dependiente	Porcentaje de unidades vendidas/ unidades producidas	Adecuado control de los productos vendidos evita afectación al costo de producción
<b>Hipótesis 3</b> Manual de procedimientos	Independiente	Elaboración de un manual de procedimientos	Política y estrategia para mejorar las actividades
Satisfacción de los clientes	Dependiente	Verificación del producto terminado cumpla los estándares de calidad incluidos en el manual de procedimientos	Incrementa la rentabilidad de la empresa

**Elaborado por:** Shirley Sugedy Valarezo Solís

## **DEFINICIONES CONCEPTUALES**

### **Definición de plan**

Para Rodríguez (1991), al respecto señala que:

La finalidad de los planes, es hacer posible el cumplimiento de los objetivos. Estos son la expresión concreta del objeto que persigue una empresa, es decir lo que se propone hacer y lo que piensa obtener con esta acción. (p. 4)

Según Ayala (1982 citado en González, 2015), señala que plan es el conjunto coherente de metas e instrumentos que tiene como fin orientar una actividad humana en cierta dirección anticipada.

Un plan es la consecuencia de una idea, es el conjunto de metas y objetivos que persigue una empresa para poder orientarse en el desarrollo de sus actividades, logrando la optimización de sus recursos operativos, a través del control y seguimiento de procesos, los cuales deben estar encaminados con la estrategia de la organización.

Es por ello, que se puede indicar que un plan debe ser dinámico, flexible, acorde, en vista de que su rigidez o su actuación estática, causaría que la empresa no pueda enfrentar los diferentes obstáculos que se le presenten en la consecución de sus objetivos, por lo tanto, la puesta en marcha y ejecución de un plan no es tarea sencilla, ya que el mismo debe ir de la mano con las innumerables modificaciones que se presenten a la organización durante la consecución de los resultados.

En el caso de la panadería “Su Ídolo”, la clave es maximizar su rentabilidad, es por ello que, necesita atraer la atención de los clientes a través de un plan de control y mejora de procesos de calidad que influyan de manera satisfactoria en el consumo de los diferentes productos que son elaborados en la panadería.

### **Definición de control**

Según Fayol, (2009) al respecto, señala que:

El control en una empresa consiste en que todo se efectúe de acuerdo al plan que ha sido adoptado, a las órdenes dadas y a los principios establecidos. Su objeto es señalar los errores a fin de que sean rectificadas y prevenir de que ocurran nuevamente. (p. 89)

Los autores Eckles, Carmichael y Sarchet (2010) definen al control como “la regulación de las actividades, de conformidad con un plan creado para alcanzar ciertos objetivos que beneficiaran a la organización” (p. 25).

En términos generales se puede determinar que el control es el proceso de revisión, verificación y confirmación del correcto funcionamiento de las diferentes áreas y procesos de una organización. Comúnmente toda organización debe efectuar un índice de comparación entre los objetivos planteados desde inicios de año y los alcanzados de forma mensual, esto permitirá controlar de forma eficaz, si se está cumpliendo con el rendimiento esperado, y en su defecto poder tomar las acciones correctivas necesarias en caso de que así lo amerite.

### **Definición de proceso**

Pall (1987) define al proceso como la organización racional de personas, materiales, energía, equipos y procedimientos en actividades concebidas para producir un resultado final específico.

Por su parte Davenport (1990) opina que el proceso es un conjunto de tareas relacionadas en forma lógica, que se desarrollan para obtener un resultado definido.

Bendell (1994 citado en Medina 2015), al respecto señala que:

La mayoría de los procesos fluyen a través de la empresa, pasan de departamento a departamento o de persona a persona, por tanto, no es extraño que, frecuentemente, los clientes externos no reciban lo que han pedido. Esta situación es comparable con una carrera de relevos, donde el testigo pasa de persona a persona dentro de la empresa. Al igual que ocurre en la carrera, en la vida empresarial los problemas ocurren en el momento del cambio, cuando el testigo se cae al suelo. (pp. 65-71)

Para Nogueira y Medina (2004) definen al proceso como la:

Secuencia ordenada de actividades repetitivas que se realizan en la organización por una persona, grupo o departamento, con la capacidad de transformar unas entradas (inputs) en salidas o resultados programados (outputs) para un destinatario (dentro o fuera de la empresa que lo ha solicitado y que son los clientes de cada proceso) con un valor agregado. Los procesos, generalmente, cruzan repetidamente las barreras funcionales, fuerzan a la cooperación y crean una cultura de la empresa distinta (más abierta, menos jerárquica, más orientada a obtener resultados que a mantener privilegios). (p. 104)

Según la revisión de los criterios desarrollados por Lorino (1993), Harrington (1997), Trischler (1998), Zaratiegui (1999), Amozarrain (1999), Ortega Rodríguez (2002), Nogueira Rivera (2003); plantea Herrera Muñoz (2011), que es posible resumir que el enfoque en procesos se fundamenta en:

- La estructuración de la organización sobre la base de procesos orientados a clientes.
- El cambio de la estructura organizativa de jerárquica a plana.
- Los departamentos funcionales pierden su razón de ser y existen grupos multidisciplinarios que trabajan sobre el proceso.

- Los empleados se concentran más en las necesidades de sus clientes y menos en los estándares establecidos por su jefe.
- Utilización de tecnologías para eliminar actividades que no añadan valor.

De acuerdo a los criterios anteriores, se puede definir a los procesos como el conjunto de actividades que son desarrolladas de forma organizada y secuencial por un trabajador, o un grupo de trabajadores enfocados en la obtención de un resultado de calidad.

### **Definición de calidad**

**“Cuando se habla de calidad se debe considerar ocho puntos importantes: satisfacción del cliente, prevención, atención a los clientes internos, productividad, flexibilidad, eficiencia, proceso, inversión e imagen hacia el exterior”** (Galvano, 1995, p.16).

Según Bateman y Snell (2000) señalan que la calidad es la excelencia de su producto, lo que incluye su atractivo, su falta de defectos, su confiabilidad y durabilidad.

Es importante que se mejoren constantemente los procesos de calidad, permitiendo así poder controlar de forma satisfactoria la atención brindada hacia el cliente y el grado de complacencia de los mismos al momento de adquirir un producto de la panadería “Su Ídolo”.

### **Definición de cliente**

Según el Nuevo Diccionario Ilustrado Sopena (1980) define al cliente como la persona que está bajo la protección o tutela de otra. Respecto del que ejerce una profesión, persona que utiliza sus servicios.

Por su parte, Barquero (2007) señala que los clientes son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que la empresa puede satisfacer.



Dentro de una organización se pueden encontrar dos tipos de clientes: internos, aquellos que trabajan diariamente en la ejecución de los procesos dentro de la organización para ofertar los productos y/o servicios de la empresa. Y los otros clientes son los externos, los cuales adquieren los productos y/o servicios que ofrece la compañía.

En el caso de la panadería “Su Ídolo”, los clientes internos son sus trabajadores empezando desde el nivel inferior de jerarquía hasta el nivel superior, los cuales deben estar en constante inducción y actualización en lo que concierne a los procesos operativos que conllevan la fabricación de los productos ofertados por la panadería, asegurando de esta manera la calidad de los mismos.

### **Definición de satisfacción del cliente**

Según Chris (2006) define la satisfacción del cliente como el término económico que mide cómo un producto o servicio alcanza o sobrepasa las expectativas del cliente.

Kotler (1967) define la satisfacción del cliente como **"el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas"** (pp. 40-41).

Mientras la organización se oriente en el cliente y se organiza en torno a éste, entonces llegará a conocer perfectamente a sus clientes (Whiteley y Hessian, 1996).

Durante años las organizaciones tratan de superarse constantemente para lograr que la satisfacción de sus clientes se mantenga a lo largo del tiempo, y es que la “satisfacción del cliente”, al ser considerada un estado de ánimo de las personas, resulta ser un indicador muy cambiante e influyente dentro de la organización; ya que un cliente satisfecho genera la captación de nuevos clientes logrando aumentar el nivel de ventas de una empresa, y lo

contrario de aquello acarrea la disminución de los rendimientos económicos lo cual conlleva en ocasiones a la quiebra de la empresa.

Es por ello, que la panadería “Su Ídolo” ha determinado un plan de control y mejora de procesos de calidad que permitan cumplir con los estándares exigidos por los clientes en la fabricación de sus productos, permitiendo el incremento de nuevos clientes y a su vez mejorando los niveles de ingresos del negocio.

### **Definición de administración**

**"El proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales"** (Chiavenato, 1999, p.10).

Ordway (1956) señala que la administración es el conjunto de actividades propias de ciertos individuos que tienen la misión de ordenar, encaminar y facilitar los esfuerzos colectivos de un grupo de personas reunidos en una entidad, para la realización de objetivos previamente definidos.

Omarov (1980) concibe la administración como la influencia consciente de los órganos de dirección sobre los colectivos humanos, con el fin de asegurar la consecución de los objetivos planteados, organizando y orientando correspondientemente su actividad.

Por su parte, Koontz y Weihreich (1987) plantean que:

La administración es una actividad esencial; asegura la coordinación de esfuerzos individuales para el logro de metas grupales. El propósito de todo administrador es establecer un medio ambiente en el cual las personas puedan lograr metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales e insatisfacciones personales. (p. 4)

Stoner y Freeman (1995) definen la administración como el proceso de planear, organizar, liderar y controlar el trabajo de los miembros de la organización y de utilizar todos los recursos disponibles de la empresa para alcanzar los objetivos organizacionales establecidos.

Hitt, Black y Porter (2005) señalan que la administración es el proceso de estructurar y utilizar conjuntos de recursos orientados hacia el logro de metas, para llevar a cabo las tareas en un entorno organizacional.

La administración concierne a todos los niveles jerárquicos de una empresa, es el arte de planear, dirigir, integrar y controlar todas las operaciones dentro de la organización de forma eficiente y eficaz, logrando cumplir los objetivos y metas planteadas, generando un beneficio económico para la empresa.

#### **Definición de rentabilidad**

“La rentabilidad es una medida que relaciona los rendimientos de la empresa con las ventas, los activos o el capital. Esta medida permite evaluar las ganancias de la empresa con respecto a un nivel dado de ventas, de activos o la inversión de los dueños. La importancia de ésta medida radica en que para que una empresa sobreviva es necesario producir utilidades. Por lo tanto, la rentabilidad está directamente relacionada con el riesgo, si una empresa quiere aumentar su rentabilidad debe también aumentar el riesgo y, al contrario, si quiere disminuir el riesgo, debe disminuir la rentabilidad” (Gitman, 1992, p. 62).

Según Aguirre et al. (1997) consideran la rentabilidad como un objetivo económico a corto plazo que las empresas deben alcanzar, relacionado con la obtención de un beneficio necesario para el buen desarrollo de la empresa.

La definición precisa de rentabilidad ha ido evolucionando en el transcurso del tiempo, en donde se le ha dado diferentes denominaciones, tales como beneficio económico, ventaja competitiva e indicador de éxito.

Actualmente la rentabilidad está ligada estrictamente con la capacidad de la empresa para generar ingresos, cubrir sus costos operativos y alcanzar un excedente económico que le permita reinvertir o recuperar las inversiones ocasionadas de la puesta en marcha de la organización.

Alcanzar la rentabilidad sostenida dentro de una organización no es tarea sencilla, implica mejora de procesos, actualización de tecnología, utilización de recursos materiales y humanos, capacitación constante del personal, calidad de los productos, satisfacción de los clientes y sobre todo el crecimiento acelerado de los ingresos, fruto de una administración competente, una planeación integral y el empoderamiento de todo el equipo organizacional encaminados hacia el éxito de la empresa.

### **Definición de materia**

Según la UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID, 2010 se define por materia prima a todos los Elementos obtenidos directamente de la naturaleza, sean sustancias líquidas, sólidas o gaseosas y que se utilizarán como material para la elaboración de un producto.

Las materias primas junto con el trabajo y el capital son los tres soportes de cualquier actividad encaminada a la obtención de bienes o servicios. Las materias primas sufren una serie de transformaciones mediante la realización de operaciones y procesos, en los cuales se emplea energía para cuya obtención también se necesita el uso de materias primas, que da lugar a una serie de productos – aquellos compuestos, elementos, objetos, etc. deseados – y residuos (todo aquello que se produce durante cualquier etapa del proceso de fabricación que no es deseado).

## Definición de producto

Según Stanton, Etzel y Walker, autores del libro "Fundamentos de Marketing", definen el **producto** como "un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea" (p.221).

Según Philip Kotler y Kevin Lane Keller, un producto "es todo aquello que se ofrece en el mercado para satisfacer un deseo o una necesidad" (p.372)

Para Kerin, Hartley y Rudelius, un producto es "un artículo, servicio o idea que consiste en un conjunto de atributos tangibles o intangibles que satisface a los consumidores y es recibido a cambio de dinero u otra unidad de valor" (p.254).

La American Marketing Association (A.M.A.), define el término producto, como

Un conjunto de atributos (características, funciones, beneficios y usos) que le dan la capacidad para ser intercambiado o usado. Usualmente, es una combinación de aspectos tangibles e intangibles. Así, un producto puede ser una idea, una entidad física (un bien), un servicio o cualquier combinación de los tres. El producto existe para propósitos de intercambio y para la satisfacción de objetivos individuales y de la organización.

El producto es el resultado de un esfuerzo creador que tiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles (empaque, color, precio, calidad, marca, servicios y la reputación del vendedor) los cuales son percibidos por sus compradores (reales y potenciales) como capaces de satisfacer sus necesidades o deseos. Por tanto, un producto puede ser un bien (una guitarra), un servicio (un examen médico), una idea (los pasos para dejar

de fumar), una persona (un político) o un lugar (playas paradisíacas para vacacionar), y existe para:

- 1) Propósitos de intercambio,
- 2) La satisfacción de necesidades o deseos.
- 3) Para cooperar con el logro de objetivos de una organización (lucrativa o no lucrativa)

## **CAPÍTULO III METODOLOGÍA**

### **Presentación de la empresa**

#### **Datos de la empresa**

**Nombre de la empresa:** Panadería “Su Ídolo”

**Nombre comercial:** Panadería y pastelería “Su Ídolo”

**Fecha de la constitución:** 13 de abril de 2016

**Registro único de contribuyente:** 1302552722001

#### **Objetivo social**

Negocio familiar dedicado a la elaboración y comercialización de productos derivados de la harina como Panes y repostería en general. Brindando a sus clientes una atención de primera.

La Panadería “Su Ídolo” se encuentra ubicada en el sector céntrico de la ciudad de Guayaquil, Provincia del Guayas, en las calles Av. Quito entre Manuel Galecio y Alejo Lazcano, diagonal al Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP), frente al parque de la madre desde hace dos años, la principal panadería se encuentra en la provincia de Santa Elena, cantón Santa Elena. La cual cuenta con 7 trabajadores dentro de sus actividades comerciales esta la elaboración y comercialización de panes y repostería en general.

#### **Visión**

Ser una empresa altamente competitiva, sobresaliente y líder por su innovación en el mercado nacional en la producción, comercialización de productos y servicios de calidad, alcanzando un alto nivel de desarrollo humano.

## **Misión**

Somos una empresa que elabora y comercializa productos de panadería y pastelería, con estándares de calidad y con la tradición del sabor artesanal, que satisfaga los gustos de los clientes que demandan un sabor casero y aquellos con gustos más simultáneos, contribuyendo con el desarrollo sostenible y garantizando con el uso de materia prima de calidad, la tecnología, y con fuerza laboral calificada, comprometida con la visión empresarial.

## **Valores de la Panadería “Su Ídolo”**

Nuestros valores representan nuestra identidad como empresa y hacen de ella un proyecto con personalidad propia. Somos un gran equipo que trabaja de forma constante e innovadora buscando el compromiso en la elaboración de un producto de forma excelente.

### **EQUIPO**

Somos una empresa que valora el aporte de cada uno de sus miembros, pero está principalmente orientada a la consecución de objetivos comunes. Buscamos un espacio de trabajo con clima de confianza y respeto mutuo. Creemos en la motivación individual, anclada en la cooperación de los distintos componentes del equipo a través de la responsabilidad, disciplina y eficiencia para obtener un mejor resultado.

### **CONSTANCIA**

Sentimos una necesidad de mejora constante, que parte de la observación y desemboca en la optimización de los procesos, en la elaboración diaria del producto como un gran proceso, suma de pequeños procesos en los que la constancia y el valor del detalle es de suma importancia.

### **INNOVACIÓN**

Con una gran base de tradición, nuestro trabajo es un trabajo vivo,



en continuo cambio, pero con una importante capacidad de adaptación a nuevas necesidades en nuevos tiempos, en un entorno innovador y dinámico, alineado con las demandas de nuestros clientes.

### **COMPROMISO**

Comprometidos con la buena ejecución de nuevos procesos, con el trabajo bien realizado, con la calidad del producto y su elaboración, con el empeño de revalorizar el pan como producto esencial de nuestra dieta y la satisfacción de nuestros clientes. Trabajamos en el más estricto sentido de la ética profesional.

### **EXCELENCIA**

La percibimos en la fabricación de las diversas formas y tipos de pan de gran calidad y de manera excelente, entendiendo como excelencia, la demanda de superación y de las expectativas de nuestros clientes, así como las nuestras en todo momento.

Figura 2 Valores

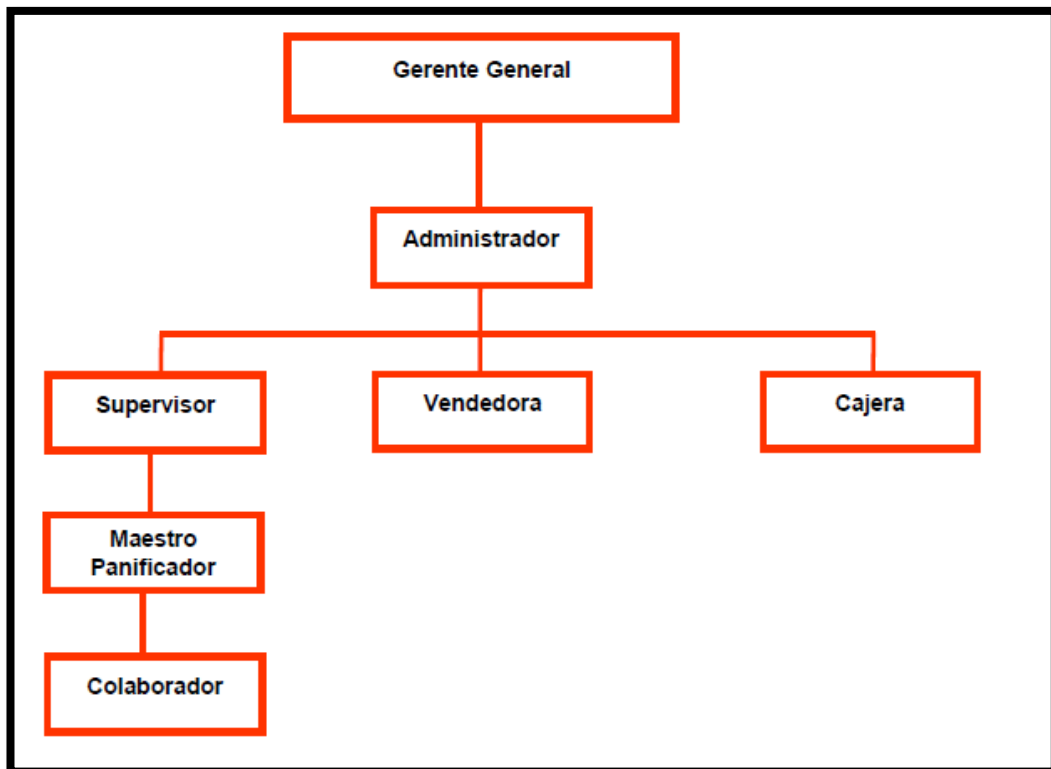


**Elaborado por:** Shirley Sugedy Valarezo Solis

## Logotipo



## Organigrama



## **Manual de las actividades de los colaboradores:**

Descripción de las Funciones internas de los colaboradores de la panadería “Su Ídolo”

### **Gerente general**

Encargada de la dirección de las actividades, coordinación y funciones de un equipo de trabajo.

- Manejar el capital de la empresa
- Mantener en regla los permisos y documentación legal de la empresa
- Vigilar cumplimiento del plan de producción y comercialización
- Mantener un ambiente de trabajo positivo
- Supervisar que los empleados cumplan sus funciones

### **Administrador**

Según Henry Sisk y Mario Sverdlik **“Es la coordinación de todos los recursos a través del proceso de plantación, dirección y control, a fin de lograr objetivos establecidos”**.

- Cancelar facturas a proveedores
- Programar la cantidad de producción
- Supervisar el proceso de elaboración
- Realizar pago de salarios a los trabajadores

### **Supervisor**

Dirige y evalúa las actividades del equipo de trabajo de el depende el desarrollo de la producción y calidad de los productos.

- Verificar estado de la materia prima
- Revisar la elaboración de los productos
- Recibir materia prima
- Supervisar la limpieza diariamente
- Revisar el estado de las maquinarias

## **Vendedora**

Delegada de comercializar y organizar los productos de la panadería.

- Servicio al cliente
- Venta de productos
- Limpieza de estanterías
- Limpieza área de estanterías
- Arreglo de productos en estanterías

## **Cajera**

Encargada de cierre de caja.

- Servicio al cliente
- Colocar etiqueta de precios
- Venta de productos
- Balance y cierre de caja

## **Maestro panificador**

Encargado de la producción y elaboración diaria de los productos.

- Verificar el estado de las maquinarias
- Elaboración y diseño de productos
- Ubicar los productos en las latas
- Cocción de productos
- Entrega de producto terminado

## **Auxiliar**

Servicios varios

- Limpieza de utensilios
- Limpieza de maquinarias
- Organización de herramientas
- Limpieza área de trabajo



## **Diseño de la investigación**

**(Sabino, 2002). “Una investigación puede definirse como un esfuerzo que se emprende para resolver un problema, claro está, un problema de conocimiento.” (p. 34)**

La investigación nos permite diseñar un plan o estrategia pensada para obtener la información que se desea, con el objetivo de responder a las preguntas de sondeo planteadas y cumplir con los objetivos del estudio, siendo el investigador quien selecciona o desarrolla un diseño de investigación específico.

Una vez seleccionado o desarrollado el diseño los utiliza para analizar lineamientos de la investigación.

Los diseños sirven también para someterlas a prueba.

## **Diseño de Campo**

Según el autor Fidias G. Arias (2012), define: La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental. (p.31)

Estudia la situación actual de la empresa diagnostica los problemas y necesidades que existe en la panadería “Su Ídolo” porque voy al lugar de los hechos, donde se desarrolla la investigación. Se utiliza con el fin de describir de qué modo o porque causa se produce los hechos, crea una situación de control con la variable dependiente (efecto). Este proceso nos permite obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad social.

## Tipos de investigación

Según Sampieri H (2014) define la investigación como “**un conjunto de procesos sistemáticos y empíricos que se aplica al estudio de un fenómeno**”. (p4)

Este tipo de estudio tiene como objetivo conocer el grado de asociación o la relación que exista entre dos o más criterios, las variables e un argumento en particular o categorías. Sólo se analiza en ocasiones la relación entre dos variables, pero con frecuencia se ubican en el estudio relaciones entre tres, cuatro o más variables.

**Cuadro 4** **Tipos**

<b>Exploratoria</b>	Define: La investigación exploratoria es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimientos. (p23)
<b>Explicativa</b>	Define: La investigación explicativa se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas (investigación post facto), como de los efectos (investigación experimental), mediante la prueba de hipótesis. sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimientos. (p26)
<b>Descriptiva</b>	Define: la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere. (p24)

<b>Correlacional</b>	<p>Su finalidad es determinar el grado de relación o asociación (no causal) existente entre dos o más variables. En estos estudios, primero se miden las variables y luego, mediante pruebas de hipótesis correlacionales y la aplicación de técnicas estadísticas, se estima la correlación. Aunque la investigación correlacional no establece de forma directa relaciones causales, puede aportar indicios sobre las posibles causas de un fenómeno. (p25)</p>
----------------------	---

**Fuente:** Fidias G. Arias (2012)

Descriptiva es el tipo de investigación que se utilizará en el proyecto porque permitirá analizar y describir situaciones o sucesos, recopila información de manera independiente y las somete a un análisis.

Correlacional porque describe las relaciones entre variables en un momento determinado, este estudio tiene como finalidad conocer y analizar la relación que existe entre las variables dependiente e independiente (Control – Proceso, Calidad - Rentabilidad) este tipo de investigación permite determinar si las variables están relacionadas lo que significa que la una varia si la otra también lo hace. Su finalidad es conocer la relación o vinculación que existe entre las variables.

## **Población y muestra**

### **Población**

Según Fidias G. Arias (2012)

La población, o en términos más precisos población objetivo, es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Ésta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio. (p81)



Según Tamayo y Tamayo, (1997), **“La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación”** (P.114)

La población es la mezcla de todas las cosas que coinciden con una serie precisa de especificaciones. En un censo, por ejemplo, es el recuento de todos los elementos de una población.

Población finita

Según Fidias G. Arias (2012)

**“Agrupación en la que se conoce la cantidad de unidades que la integran. Además, existe un registro documental de dichas unidades”**. (p82)

La autora expresa que una población es finita cuando tiene una representación limitado de personas.

Población infinita

Según Fidias G. Arias (2012)

**“Es aquella en la que se desconoce el total de elementos que la conforman, por cuanto no existe un registro documental de estos debido a que su elaboración sería prácticamente imposible”**. (p82)

La autora opina que una población es infinita cuando existen números ilimitados, no se puede contabilizar los elementos.

En la presente investigación la población que se va utilizar es finita porque son treinta y dos personas en el universo del problema. Tiene una representación limitada de elementos.

**Cuadro 5****Universo**

<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Gerente General	1
Administrador	1
Supervisor	1
Vendedora	1
Cajera	1
Maestro Panificador	1
Auxiliar	1
Clientes	25
<b>Total</b>	<b>32</b>

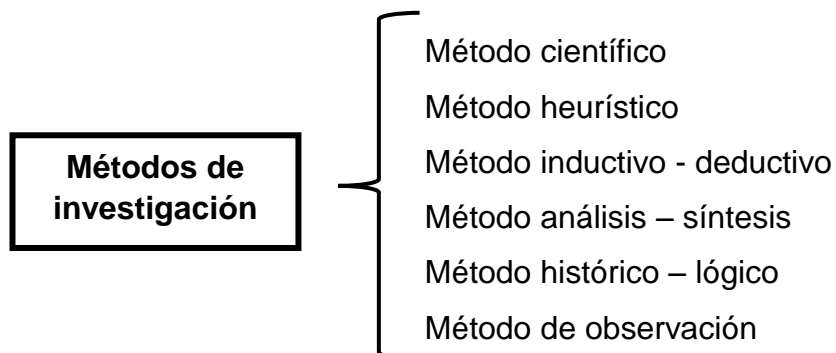
**Elaborador por:** Shirley Sugedy Valarezo Solís

**Muestra:** Según Fidias G. Arias (2012), “**La muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible**”. (p83)

Es la que puede definir la problemática ya que les apto de generar los datos detallados con los cuales se identifican las faltas dentro del proceso.

Según Tamayo y Tamayo, M. (1997), afirma que la muestra “**es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico**” (p.38)

En esta investigación no se utilizará muestra porque la investigación es finita lo que significa que se conoce la cantidad de unidades a evaluar. Existe un registro documental.

**Métodos y técnicas de la investigación**

### **Método inductivo y deductivo**

Se utilizará este método porque a través de la observación repetida de los objetos de estudio; y la información recolectada encontraremos las conclusiones para la factibilidad de nuestro trabajo investigativo.

**Método deductivo** determina el problema mediante información recolectada

**Método inductivo** método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares.

### **Método Científico**

Describen Martínez, R y Rodríguez, E (s/f) **“El Método Científico está constituido por un conjunto de pasos o etapas bien establecidas que posibilitan dirigir el proceso de investigación de forma óptima, de modo que permita alcanzar su propósito, el conocimiento científico, de la manera más eficiente”**. (p. 2)

Este método nos permite detectar nuevos problemas que lleguen a surgir en el proyecto en el cual, con nuevas ideas se pueden solucionar dándole nuevas opciones al problema expuesto, realizando un método adecuado que nos permita obtener nuevas metas.

### **Método analítico**

Se utilizará para observar las causas y efectos de nuestro trabajo de investigación.

Según Fideas G. Arias **“Las técnicas son particulares y específicas de una disciplina, por lo que sirven de complemento al método científico, el cual posee una aplicabilidad general”**. (p67)

**Cuadro 6****Proceso**

<b>Técnicas</b>	<b>Herramientas</b>
Entrevista	Formularios
Encuesta	Cuestionario

**Elaborado por:** Shirley Sugeydy Valarezo Solís

### **Definición de encuesta**

Según Gutiérrez, Vázquez y Laurentino, 2005, **“Son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar a priori las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo.”** (p. 96)

Según Méndez (1995), señala que:

Tiene aplicación en aquellos problemas que se pueden investigar por método de observación, análisis de fuentes documentales y demás sistemas de conocimiento. La encuesta permite el conocimiento de las motivaciones, actitudes, opiniones de los individuos con relación a su objeto de investigación. (p.106)

Para Naresh (2004) las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado. De acuerdo a lo indicado por el autor, este cuestionario estructurado debe estar diseñado para obtener información específica, el cual debe ser entregado a los encuestados, con la finalidad de poder recoger información de carácter valioso para la investigación.

Dependiendo del tamaño de la muestra en el propósito del estudio, las encuestas recogen información de una porción de clientes de interés, a diferencia de un censo, donde todos los miembros de la población son estudiados. Usando procedimientos estandarizados la información es

recogida de manera que a cada persona se le hacen las mismas preguntas en más o menos la misma manera. El objetivo no es describir los individuos particulares los cuales, por azar, son parte de la muestra, sino obtener un perfil compuesto del producto en consumo.

### **Cuestionario**

Básicamente, es un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir. El contenido de las preguntas puede ser tan diverso como los aspectos que se vayan a evaluar. podemos hablar de dos tipos de preguntas: abiertas y cerradas.

Las preguntas cerradas contienen alternativas de respuestas o categorías que son específicas. Es decir, se presenta a los encuestados las probabilidades de respuestas y ellos deben limitarse a las mismas.

Las preguntas abiertas no delimitan las opciones de contestación, por lo cual el número de respuesta es muy alto; en teoría, es infinito.

### **Entrevista**

Sabino, (1992) comenta que la entrevista, desde el punto de vista del método es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una investigación. El investigador formula preguntas a las personas capaces de aportarle datos de interés, estableciendo un diálogo peculiar, asimétrico, donde una de las partes busca recoger informaciones y la otra es la fuente de esas informaciones. p(116)

Las técnicas que se utilizarán en el proceso de investigación son encuestas con la cual obtendremos información necesaria para nuestro trabajo, adicional realizaremos una entrevista al gerente general de la empresa con el propósito de recopilar información q nos servirá para llevar a cabo nuestra investigación.

Es una forma concreta de interacción social que tiene por objeto recoger datos para una investigación. Se formulan preguntas a los clientes capaces de aportar datos de interés, se establece un diálogo diferente, irregular, donde se busca recoger información y el cliente es la fuente de esa

información. La ventaja principal de la entrevista está en que son los mismos actores sociales quienes proporcionan datos relativos a sus gustos, opiniones, deseos y expectativas del producto, la cual es casi imposible de percibir desde fuera. Nadie mejor que el mismo cliente para hablarnos acerca de todo aquello que piensa y siente del producto, lo que ha experimentado o proyecta indicar.

### **Procedimiento de la investigación**

La panadería “Su ídolo”, con la finalidad de poder efectuar un correcto análisis de causa y efecto del decrecimiento de sus ventas en la actualidad, pretende utilizar un método de investigación confiable y muy utilizado en la investigación de mercado como lo es la encuesta, la cual le proporcionará información de fuentes primarias, en este caso de los encuestados, permitiéndole conocer con exactitud sus deseos, y las razones que lo han motivado a dejar de consumir los productos de la panadería, y con el resultado obtenido la administración podrá efectuar las correcciones necesarias, que involucren una mejora de sus procesos de calidad.

### **Proceso de la encuesta**

La encuesta contiene un cuestionario de 10 preguntas cerradas con 4 alternativas, dirigida a los clientes de la panadería “Su Ídolo”, mediante los resultados obtenemos información importante para el trabajo de investigación. El objetivo de la encuesta es identificar la calidad en los procesos y el grado de aceptación de los productos. Mediante la tabulación realizada en Excel se concluyó el análisis y se considera diseñar el plan de control y mejora de procesos de calidad, para incrementar la rentabilidad de la empresa.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### Aplicación de las técnicas e instrumentos

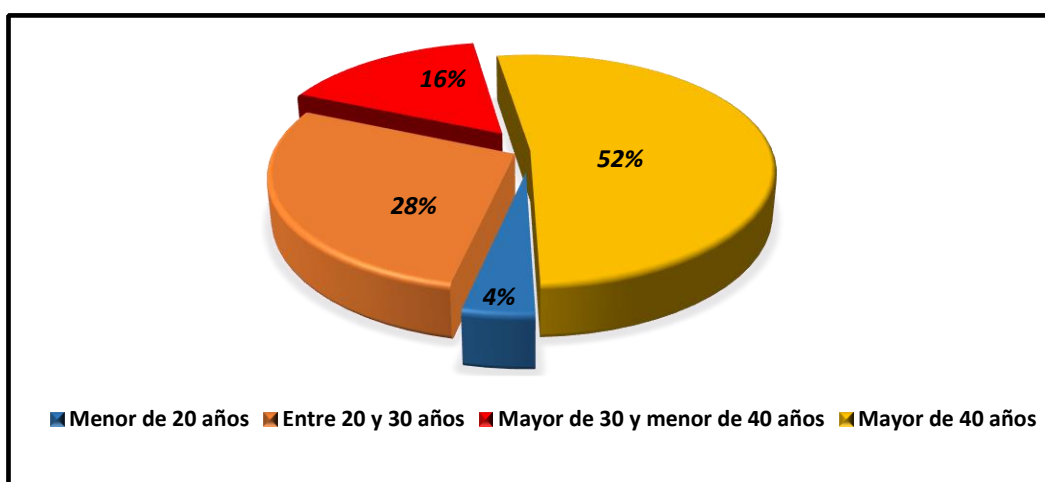
#### 1) Edad

**Cuadro 7** **Edad**

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Menor de 20 años	1	4%
Entre 21 y 30 años	7	28%
Mayor de 31 y menor de 40 años	4	16%
Mayor de 41 años	13	52%
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

Elaborador por: Shirley Sugedy Valarezo Solís

**Gráfico 1** **Edad**



Elaborado por: Shirley Sugedy Valarezo Solís

#### Análisis

De los resultados obtenidos se analizó que el 52% de los clientes que consumen los productos son mayores de 40 años. El 28% son de edad promedio entre 20 y 30 años. El 16% de los clientes son mayores de 30 menores de 40 años y el 4% son menores a 20 años. Considero que los clientes que más compran son los mayores de 40 años.

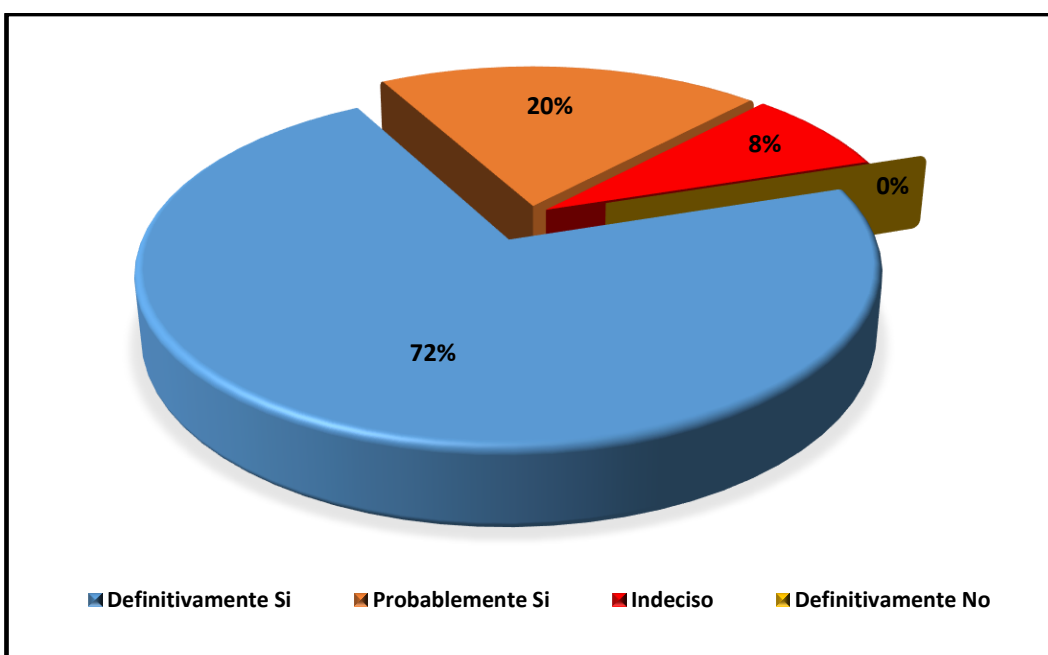
2) ¿Conoce usted la panadería "Su ídolo" ubicada en las calles Av. Quito entre Manuel Galecio y Alejo Lazcano?

**Cuadro 8 Panadería**

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Definitivamente Si	18	72%
Probablemente Si	5	20%
Indeciso	2	8%
Definitivamente No	0	0%
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Shirley Sugedy Valarezo Solís

**Gráfico 2 Panadería**



Elaborado por: Shirley Sugedy Valarezo Solís

### Análisis

Según la información proporcionada se concluye que gran porcentaje de las personas encuestadas conocen la panadería "Su Ídolo".



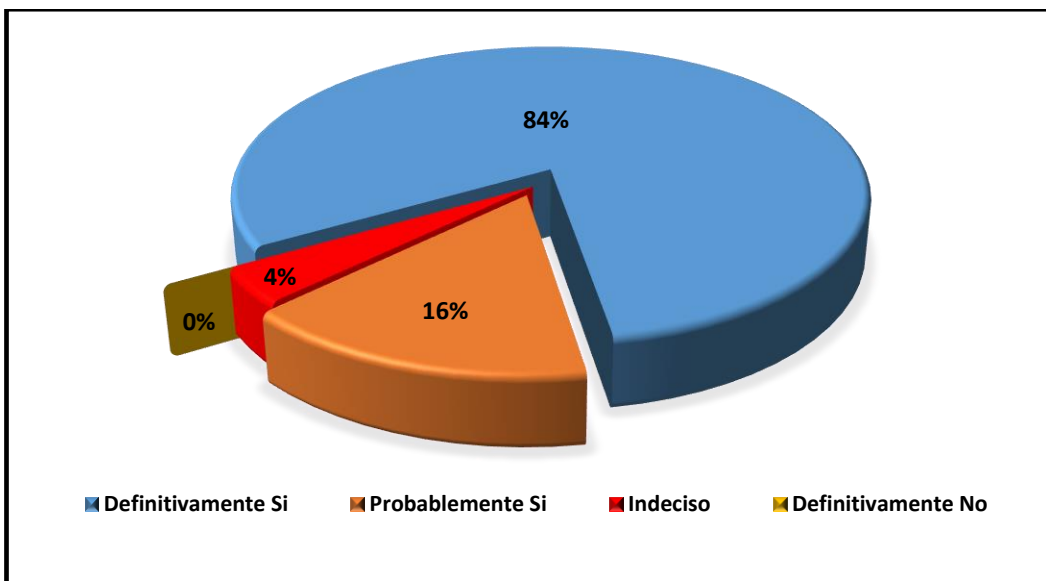
3) ¿Alguna vez ha consumido algún producto de la panadería "Su Ídolo"?

**Cuadro 9** Consumo de producto

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Definitivamente Si	21	84%
Probablemente Si	4	16%
Indeciso	1	4%
Definitivamente No	0	0%
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Shirley Sugedy Valarezo Solís

**Gráfico 3** Consumo de productos



Elaborado por: Shirley Sugedy Valarezo Solís

**Análisis**

Se puede divisar la buena aceptación de los clientes por los productos, esto es debido a la buena calidad y las mejoras constantes en cada uno de ellos.

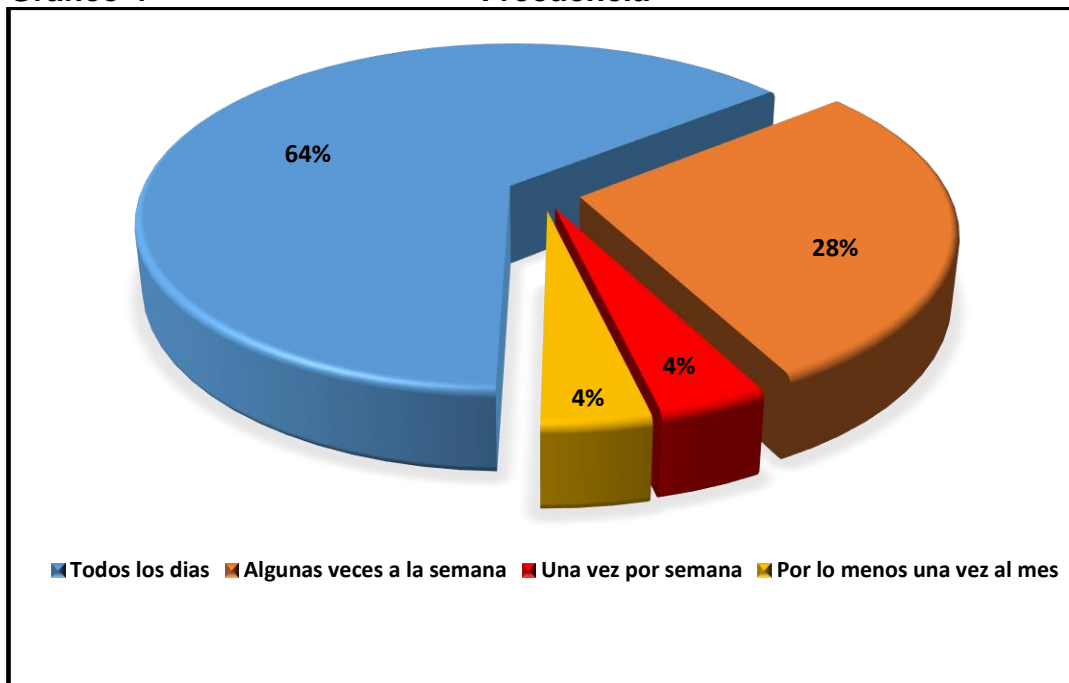
4) ¿Indique con qué frecuencia consume un producto de la panadería "Su Ídolo"?

**Cuadro 10 Frecuencia**

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Todos los días	16	64%
Algunas veces a la semana	7	28%
Una vez por semana	1	4%
Por lo menos una vez al mes	1	4%
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Shirley Sugeydy Valarezo Solís

**Gráfico 4 Frecuencia**



Elaborado por: Shirley Sugeydy Valarezo Solís

### Análisis

Se observa que el 64% de los clientes compran los productos todos los días, y el 28% de los clientes consumen algunas veces a la semana. Le sigue el 4% de los clientes compran una vez por semana otros por lo menos una vez al mes.

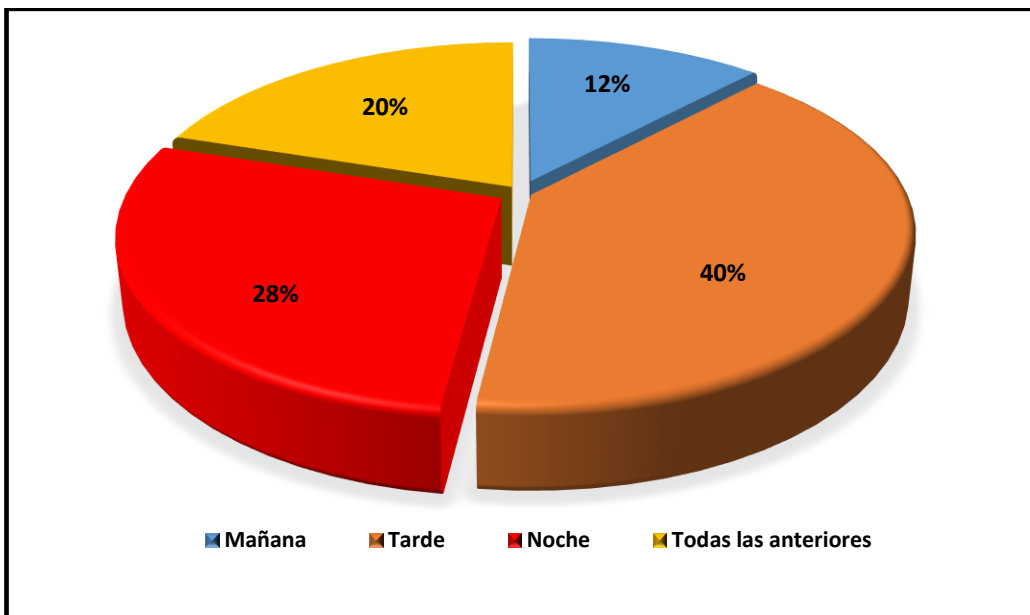
5) ¿A qué hora del día consume habitualmente el(los) producto(s) de la panadería "Su Ídolo"?

**Cuadro 11** Hora

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Mañana	3	12%
Tarde	10	40%
Noche	7	28%
Todas las anteriores	5	20%
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Shirley Sugedy Valarezo Solís

**Gráfico 5** Hora



Elaborado por: Shirley Sugedy Valarezo Solís

**Análisis**

El 40% de los clientes de la panadería "Su Ídolo" compran los productos en el transcurso de la tarde. Le sigue el 28% compran en la noche, el 12% compran en la mañana y el 20% compran todas las anteriores.

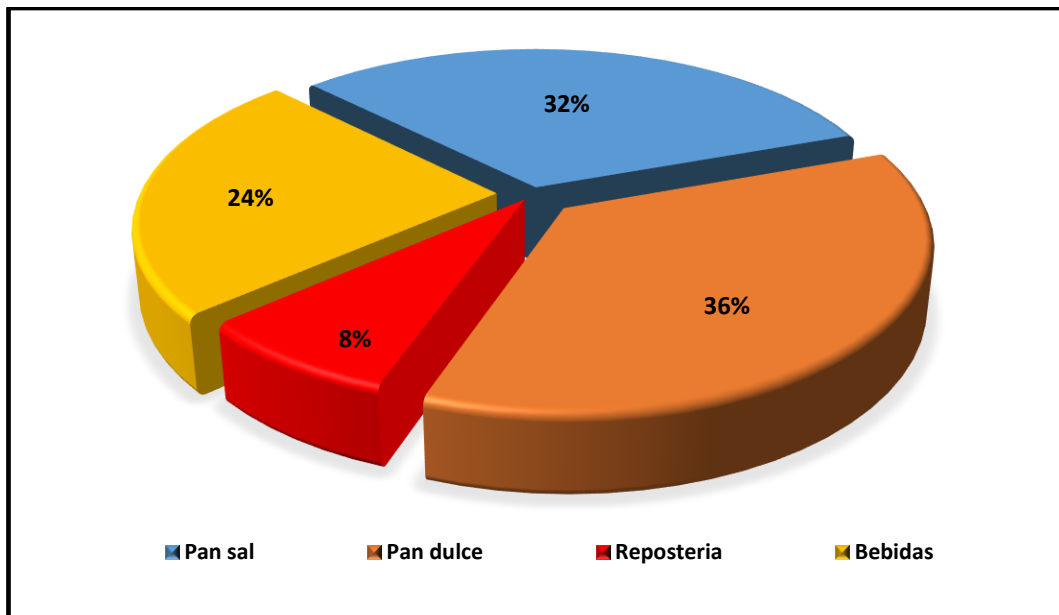
## 6) Cual es el producto que más consume?

**Cuadro 12** Alternativas de consumo

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Pan sal	8	32%
Pan dulce	9	36%
Repostería	2	8%
Bebidas	6	24%
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Shirley Sugedy Valarezo Solís

**Gráfico 6** Alternativas de consumo



Elaborado por: Shirley Sugedy Valarezo Solís

### Análisis

En la gráfica se observa que el 36% de los clientes consumen pan dulce. Le sigue el 32% de los clientes consumen pan sal, el 24% de los clientes consumen bebidas y el para finalizar el 8% de los clientes consumen repostería.

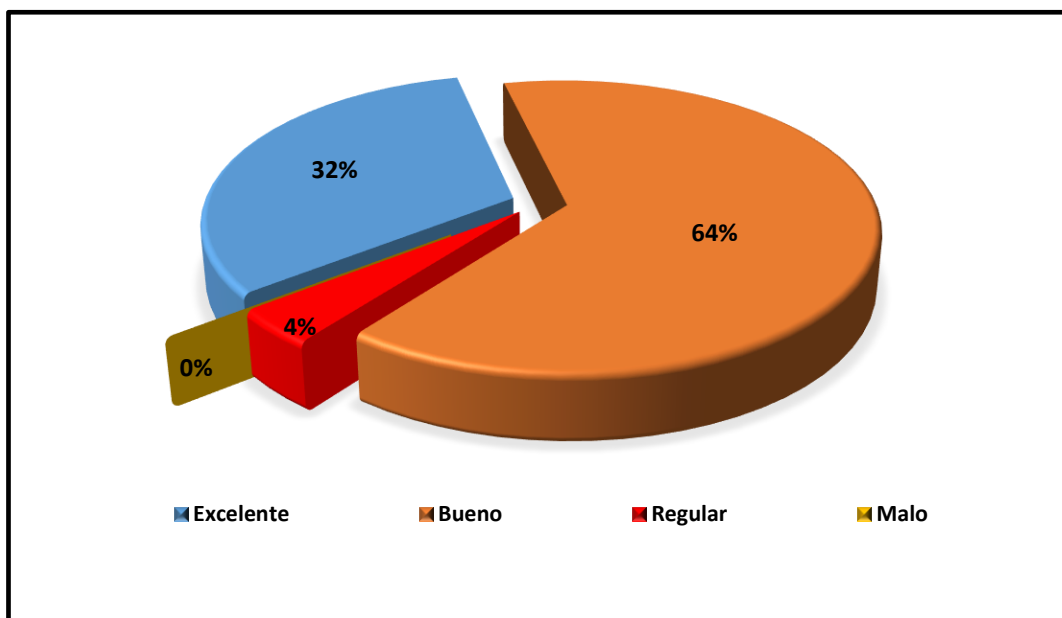
7) Califique el grado de satisfacción del (los) producto (s) consumido (s) en la panadería "Su Ídolo"

**Cuadro 13** Satisfacción

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Excelente	8	32%
Bueno	16	64%
Regular	1	4%
Malo	0	0%
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Shirley Sugeydy Valarezo Solís

**Gráfico 7** Satisfacción



Elaborado por: Shirley Sugeydy Valarezo Solís

**Análisis**

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede evidenciar que el grado de satisfacción de los productos es bueno con el 64%. Le sigue el 32% de los clientes consideran que el producto es excelente y al 4% les parece regular.

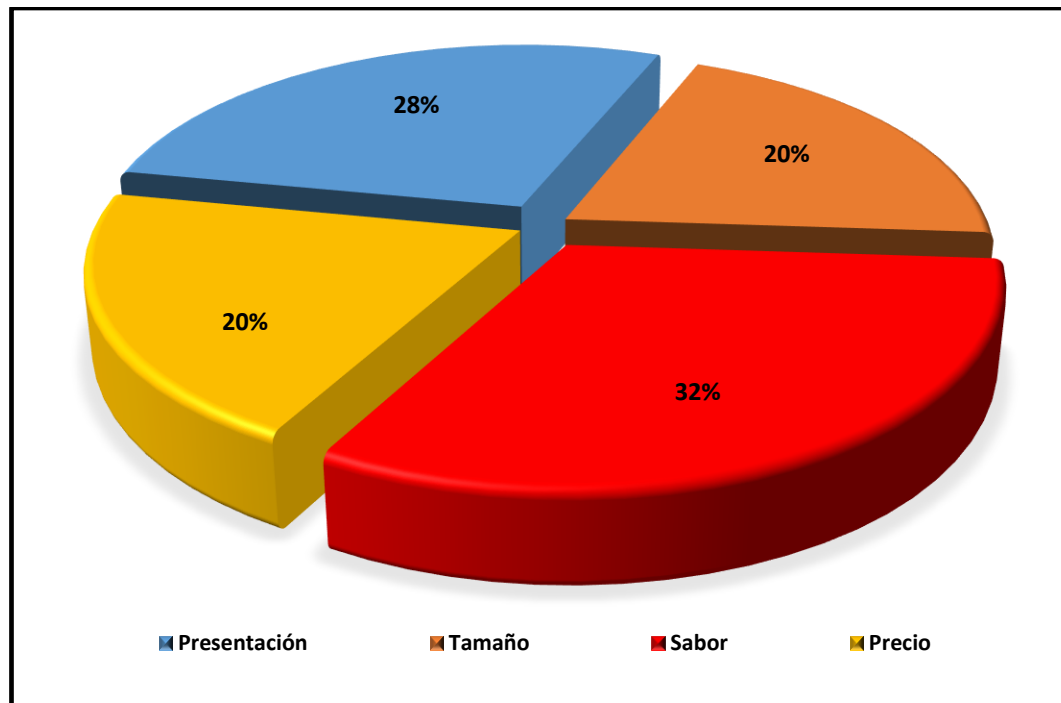
## 8) ¿Porque Ud. consume este producto?

**Cuadro 14** Características

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Presentación	7	28%
Tamaño	5	20%
Sabor	8	32%
Precio	5	20%
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Shirley Sugedy Valarezo Solís

**Gráfico 8** Características



Elaborado por: Shirley Sugedy Valarezo Solís

### Análisis

El 32% de los clientes consumen los productos por el sabor, mientras que el 28% lo consumen x la presentación. El 20% lo consumen por el precio y tamaño.

**9) Califique la calidad de atención que le fue brindada en la panadería "Su Ídolo"**

**Cuadro 15**

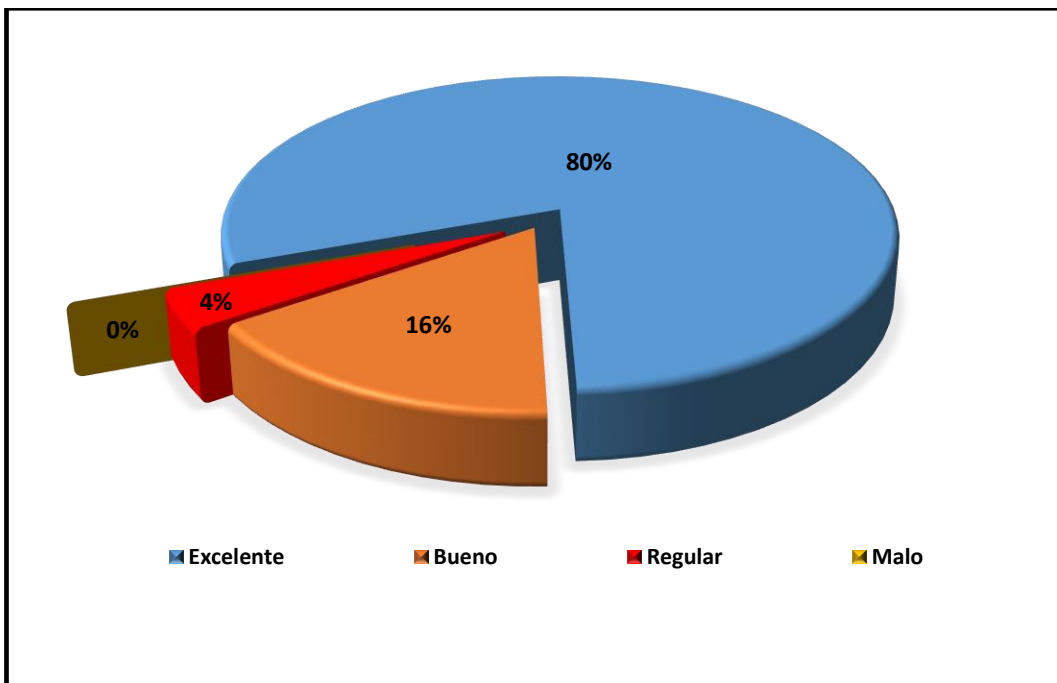
**Calidad**

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Excelente	20	80%
Bueno	4	16%
Regular	1	4%
Malo	0	0%
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Shirley Sugeydy Valarezo Solís

**Gráfico 9**

**Calidad**



Elaborado por: Shirley Sugeydy Valarezo Solís

**Análisis**

El 80 % de los clientes califican que la atención brindada del personal de la panadería "Su Ídolo" es excelente. El 16 % es bueno y el 4% consideran que es regular

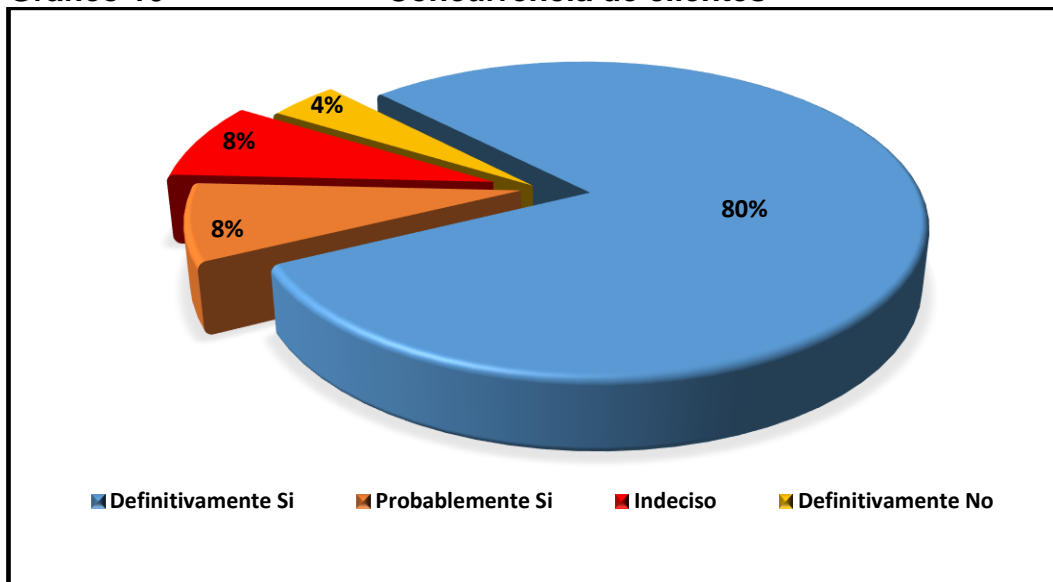
## 10) Consumiría nuevamente algún(os) producto(s) de la panadería "Su Ídolo"

**Cuadro 16** Concurrencia de clientes

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Definitivamente Si	20	80%
Probablemente Si	2	8%
Indeciso	2	8%
Definitivamente No	1	4%
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Shirley Sugedy Valarezo Solís

**Gráfico 10** Concurrencia de clientes



Elaborado por: Shirley Sugedy Valarezo Solís

### Análisis

La aceptación de los productos se evidencia debido a la afluencia de clientes que volverían a consumir los productos de la panadería "Su Ídolo".



**Plan de mejora**

**Cuadro 17**

**Plan**

Objetivo	Desarrollar plan de mejora de procesos de calidad				
Meta	Incrementar Rentabilidad				
Responsable	Propietario de la panadería "Su Ídolo"				
¿Qué?	¿Porqué?	¿Cómo?	¿Cuándo?	¿Quien?	¿Dónde?
Diseño de plan de control y mejora de procesos	Incrementa la rentabilidad de la empresa	Control de materia prima Capacitaciones para mejora de procesos Control de producción Control de venta	Mediano plazo seis meses (cronograma)	El investigador y el equipo de trabajo	Panadería "Su Ídolo"

**Elaborado por:** Shirley Sugeydy Valarezo Solís

Cuadro 18

## Materia prima

CONTROL INGRESO DE MATERIA PRIMA (MENSUAL)									
FECHA	FACTURA / GUIA REMISION	PROVEEDOR	PRODUCTO	CANT.	UNIDAD	V/U	TOTAL	ESTADO DEL PRODUCTO	OBSERVACIONES
25/4/2018	001-001-000011308	Prado Guerra Jhon	Harina pan de oro	50	Q	\$ 38,00	\$ 1.900,00	BUEN ESTADO	
25/4/2018	001-001-000011308	Prado Guerra Jhon	Azúcar Valdez	12	Q	\$ 40,00	\$ 480,00	BUEN ESTADO	
25/4/2018	001-001-000011308	Prado Guerra Jhon	Margarina Marva 27,5 kg	7	KG	\$ 48,00	\$ 336,00	BUEN ESTADO	
25/4/2018	001-001-000011308	Prado Guerra Jhon	Manteca Alespan 50 kl	8	KG	\$ 75,00	\$ 600,00	BUEN ESTADO	
25/4/2018	001-001-000011308	Prado Guerra Jhon	Margarina Hojaldrina 20kg	2	KG	\$ 40,00	\$ 80,00	BUEN ESTADO	
25/4/2018	001-001-000011308	Prado Guerra Jhon	Almidón	1	Q	\$ 90,00	\$ 90,00	BUEN ESTADO	
25/4/2018	001-001-000011308	Prado Guerra Jhon	Harina integral 50 kg	1	KG	\$ 38,00	\$ 38,00	BUEN ESTADO	
25/4/2018	001-001-000011308	Prado Guerra Jhon	Sal 2kg	24	U	\$ 1,00	\$ 24,00	BUEN ESTADO	
25/4/2018	001-001-000011308	Prado Guerra Jhon	Esencias	7	U	\$ 10,00	\$ 70,00	BUEN ESTADO	
27/4/2018	001-001-00074523	Levapan	Leche entera	90	LT	\$ 1,00	\$ 90,00	BUEN ESTADO	
27/4/2018	001-001-00074523	Levapan	Crema Pastelera	30	U	\$ 2,80	\$ 84,00	BUEN ESTADO	
27/4/2018	001-001-00074523	Levapan	Chispas de Chocolate Coberchooc 2kg	2	U	\$ 9,30	\$ 18,60	BUEN ESTADO	
27/4/2018	001-001-00074523	Levapan	Levadura	50	U	\$ 2,80	\$ 140,00	BUEN ESTADO	
27/4/2018	001-001-00074523	Levapan	Piña	60	U	\$ 1,50	\$ 90,00	MAL ESTADO	Se reemplazaron 2 unidades por descomposición
27/4/2018	001-001-00074523	Levapan	Coco rallado	30	LB	\$ 2,50	\$ 75,00	BUEN ESTADO	
29/4/2018	GUIA-004257	Cajape Loor William	Postre de leche 4,7 kg	2	KG	\$ 18,00	\$ 36,00	BUEN ESTADO	
29/4/2018	GUIA-004257	Cajape Loor William	Queso 2 1/2 LB	50	U	\$ 2,60	\$ 130,00	BUEN ESTADO	
29/4/2018	GUIA-004257	Cajape Loor William	Maicena	30	LB	\$ 0,80	\$ 24,00	BUEN ESTADO	
29/4/2018	GUIA-004257	Cajape Loor William	Huevos	1800	U	\$ 0,10	\$ 180,00	MAL ESTADO	Se reemplazaron 30 unidades por ruptura
<b>TOTAL</b>							<b>\$ 4.485,60</b>		

Elaborado por: Shirley Sugeydy Valarezo Solís

## CONTROL DE VENTAS

**Cuadro 19 Ventas**

PANADERÍA	PRODUCCION DIARIA	UNI.	VALOR UNITARIO	TOTAL, DIARIO	PRODUCCION MENSUAL	TOTAL
<b>PANES</b>						
Enrollado	930	U	\$ 0,10	\$ 93,00	27900	\$ 2.790,00
Dulce	140	U	\$ 0,10	\$ 14,00	4200	\$ 420,00
Mixto	476	U	\$ 0,10	\$ 47,60	14280	\$ 1.428,00
Briollo	56	U	\$ 0,10	\$ 5,60	1680	\$ 168,00
Integral	84	U	\$ 0,10	\$ 8,40	2520	\$ 252,00
Briollo con queso	28	U	\$ 0,15	\$ 4,20	840	\$ 126,00
Integral con queso	28	U	\$ 0,15	\$ 4,20	840	\$ 126,00
Yuca	60	U	\$ 0,15	\$ 9,00	1800	\$ 270,00
Chocolate	15	U	\$ 0,30	\$ 4,50	450	\$ 135,00
Coco	15	U	\$ 0,30	\$ 4,50	450	\$ 135,00
Manjar	15	U	\$ 0,30	\$ 4,50	450	\$ 135,00
Cachos	100	U	\$ 0,10	\$ 10,00	3000	\$ 300,00
Leche	144	U	\$ 0,30	\$ 43,20	4320	\$ 1.296,00
<b>DULCES</b>						
Roscón de piña	15	U	\$ 0,30	\$ 4,50	450	\$ 135,00
Cara sucia	24	U	\$ 0,30	\$ 7,20	720	\$ 216,00
Quesadillas	30	U	\$ 0,50	\$ 15,00	900	\$ 450,00
Orejas	40	U	\$ 0,50	\$ 20,00	1200	\$ 600,00
Caracol	15	U	\$ 0,50	\$ 7,50	450	\$ 225,00
Galo plaza	32	U	\$ 0,30	\$ 9,60	960	\$ 288,00
Cake	24	U	\$ 0,30	\$ 7,20	720	\$ 216,00
Rosquitas de sal 6 Uni.	292	PAQ.	\$ 0,25	\$ 73,00	8760	\$ 2.190,00
Budín	80	U	\$ 0,30	\$ 24,00	2400	\$ 720,00
Empanaditas de piña	432	U	\$ 0,10	\$ 43,20	12960	\$ 1.296,00
Palillos de coco 5 Uni.	100	PAQ.	\$ 0,30	\$ 30,00	3000	\$ 900,00
Empanadas de queso	40	U	\$ 0,30	\$ 12,00	1200	\$ 360,00
Chocolate	15	U	\$ 0,30	\$ 4,50	450	\$ 135,00
Coco	15	U	\$ 0,30	\$ 4,50	450	\$ 135,00
Manjar	15	U	\$ 0,30	\$ 4,50	450	\$ 135,00
Hawaiano	8	U	\$ 0,50	\$ 4,00	240	\$ 120,00
<b>TOTAL</b>	<b>2091</b>		<b>\$ 7,60</b>	<b>\$ 523,40</b>	<b>62730</b>	<b>\$ 15.702,00</b>

**Elaborado por: Shirley Sugeydy Valarezo Solís**

## CONTROL DE PRODUCCION DIARIA

**Cuadro 20**

### Producción

ÍTEM	PRODUCTO	CANT.	UNIDAD
1	Harina pan de oro	1,5	Q
2	Azúcar Valdez	40	KG
3	Margarina Marva 27,5 kg	6,5	LB
4	Manteca Alespan 50 kl	13	KG
5	Margarina Hojaldrina 20kg	1,5	LB
6	Almidón	6,5	LB
7	Harina integral 50 kg	3,5	LB
8	Sal 2kg	1,5	LB
9	Esencia	15	ML
10	Leche entera	3	LT
11	Crema Pastelera	1	U
12	Chispas de Chocolate Coberchooc 2kg	4,5	OZ
13	Levadura	1,5	U
14	Piña	2	U
15	Coco rallado	1	LB
16	Postre de leche 4,7 kg	0,5	LB
17	Queso 2 1/2 LB	1,5	U
18	Maicena	1	LB
19	Huevos	60	U

**Elaborado por:** Shirley Sugeydy Valarezo Solís

**Cuadro 21**

### Presupuesto

<b>PRESUPUESTO</b>			
INGRESO		EGRESO	
Autogestión	\$ 3.000,00	Capacitaciones	\$ 3.000,00
Préstamo	\$ 2.000,00	Control de materia prima	\$ 700,00
		Control de producción	\$ 600,00
		Control de ventas	\$ 500,00
		Imprevisto	\$ 200,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5.000,00</b>	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5.000,00</b>

**Elaborado por:** Shirley Sugeydy Valarezo Solís

### Cronograma

CAPACITACIONES A PERSONAL							
TEMAS	GERENTE	ADMINISTRADOR	SUPERVISOR	CAJERO	VENDEDOR	MAESTRO PANIFICADOR	AUXILIAR
Servicio al cliente		X		X	X		
Toma de decisiones	X	X					
Manejo y control de alimentos			X		X	X	X
Motivación	X						
Conocimiento de los procesos de panificación			X			X	
Planificación y control	X	X					
Limpieza y desinfección					X		X
Manejo de personal	X	X	X				

## **DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

### **Capacitación**

Se desarrolló un plan de capacitación para todo el personal de la panadería “Su Ídolo”, con el objetivo de poner en práctica los procesos de calidad ampliando el conocimiento y el talento humano de sus integrantes, para la mejora y rentabilidad de la empresa, alcanzando de esta manera los propósitos trazados en el proyecto de investigación.

### **Plan de control de materia prima**

Se diseñó una base de datos en Excel para registrar el control de ingresos y egresos de la materia prima optimizando su contabilidad y evitar afectar el costo programado por material defectuoso, lo que favorecerá en el incremento y la eficiencia en producción.

### **Plan de control de producción**

Para obtener conocimientos en la elaboración de cada producto de la panadería “Su Ídolo”, se creó una base de datos en Excel en la que se llevará el control de salida de materia prima y control de cantidades empleadas para la creación del producto final, lo que contribuirá en la disminución de excesos por la falta de observación en las medidas, la cual afectaba la calidad del producto final.

### **Plan de control de ventas**

Se aplicó una base de datos para registrar el control de ventas diarias, misma que ayudará con el aumento o reducción en la elaboración de cierto producto y llevará un registro contable semanal de los ingresos por la venta de cada uno de ellos. Esto se debe realizar constantemente.

### **Presupuesto**

El propietario realizó una autogestión y préstamo para realizar una inversión para capacitar al personal, control de materia prima, producción y ventas. La meta es incrementar la rentabilidad de la panadería “Su Ídolo”. No se registraron pérdidas.

### **Cronograma de actividades**

Detalla las actividades a cumplir en un tiempo establecido.

### CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tiempo Actividad	2018																							
	Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre			
	Semana				Semana				Semana				Semana				Semana				Semana			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>Control de materia prima</b>				X				X				X				X				X				X
<b>Control de producción</b>	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
<b>Ventas</b>	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
<b>Capacitaciones</b>		X								X								X						

## CONCLUSIONES

- Si se fundamentaron teóricamente las bases necesarias de control, procesos, calidad y rentabilidad.
- Si se diagnosticó la situación actual de la empresa en los procesos de calidad.
- Plan de control genera rentabilidad debido a las mejoras en calidad de producción y el cumplimiento de los procesos en la panadería “Su Ídolo”
- No existe control de productos vendidos lo que genera afectación al costo de la producción.
- El plan de mejora se elaboró mediante la información proporcionada por el propietario de la panadería “Su Ídolo” y el resultado obtenido de las encuestas a clientes.
- No existe método de verificación que cumplan con los estándares de calidad del producto terminado.
- Se elaboró plan de control para evitar productos defectuosos el cual disminuía la rentabilidad de la panadería “Su Ídolo”.
- Se efectuará control de calidad de la materia prima adquirida.



## RECOMENDACIONES

- El propietario de la panadería debe tener un registro y control de todos los materiales a utilizar en la elaboración de sus productos, lo que le ayudaría a mejorar la rentabilidad.
- Elaboración de manual de procedimientos para verificar el producto terminado.
- Análisis de costos de la producción
- Verificación de la calidad de materia prima, lo cual incrementa la rentabilidad de la panadería.
- Elaboración de plan mensual de compra de materia prima.
- Diseño de plan diario de producción para tener un registro de los productos vendidos

## Bibliografía

- Arena, J. A. (23 de Septiembre de 2011). Información13. Obtenido de Información13: <http://informacione13.over-blog.com/article-conceptos-de-administracion-varios-autores-84960800.html>
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigacion*. Caracas-Republica Bolivariana de Venezuela: Episteme.
- Ayala Sánchez, Alfonso. Desarrollo regional: primera aproximación al caso Guanajuato. Guanajuato, México, Universidad de Guanajuato, 1982.
- Barquero, J. D. (2007). Marketing de clientes. Madrid. España: S.A. MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA DE ESPAÑA.
- Chiavenato, I. (2012). Introducción a la teoría general de la administración. Mexico: MCGRAW-HILL.
- CAPEL, José Carlos: El pan; Madrid: Montserrat Matéu, 1991.
- Daniel, D. (2008). *Metodología de la investigación* . Shalom 2008 .
- Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., Edición 1999, Pág. 113.
- Ecuador, A. N. (2008). *Constitucion de la republica del Ecuador*. Ecuador.
- Fayol, H. (2009) "Control Interno" Tercera Edición", Pag. 89.
- Fundamentos de Marketing, 13a. Edición, de Stanton, Etzel y Walker, Mc Graw Hill, 2004, Pág. 212.
- Goody, Jack (1982). *Cooking, cuisine, and class: A study in comparative sociology*
- Gutiérrez, J. (2005) Investigación de mercados.
- Hernández Siampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2003). Metodologia de la Investigacion. México: Mexicana.
- Hernández Siampieri (2014). Metodología de la Investigación. México: Mexicana.

Investigación de Mercados Un Enfoque Aplicado, Cuarta Edición, de Malhotra Naresh, Pearson Educación de México, S.A. de C.V., 2004, Págs. 115 y 168.

Investigación de Mercados, de Trespalacios Gutiérrez Juan, Vázquez Casielles Rodolfo y Bello Acebrón Laurentino, International Thomson Editores, 2005, Pág. 96.

Mercadotecnia, Primera Edición, de Sandhusen L. Richard, Compañía Editorial Continental, 2002, Pág. 229.

Naresh, k. (2004). *Investigación de mercado* . Mexico.

(Primera edición). Nueva York: Cambridge University Press. ISBN 0521286964.

Power, C. D. (2006). *La satisfacción del cliente*. California, EE.UU: Portfolio

Tamayo, M. (2004). *El Proceso de la Investigación Científica*. México: Limusa.

Toussaint-Samat, Maguelonne (1994). *A History of Food* (en inglés) (Primera edición). Wiley-Blackwell. p. 824. ISBN 0631194975.

**ANEXOS**

Anexo 1

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LA EMPRESA**

Guayaquil, 23 febrero de 2018

**Señores**

Instituto Superior Tecnológico Bolivariano De Tecnología

**Estimados,**

Yo JOSÉ VICENTE BRAVO BRAVO, identificado con CC 130255272-2, en mi calidad de PROPIETARIO de la empresa Panadería "SU ÍDOLO", autorizo a SHIRLEY SUGEYDY VALAREZO SOLIS, estudiante de la carrera de Tecnología en Administración de Empresas, del **INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO**, a utilizar información confidencial de la empresa para el proyecto denominado "PLAN DE CONTROL Y MEJORA DE PROCESOS DE CALIDAD EN EL INCREMENTO DE CLIENTES DE LA PANADERIA "SU ÍDOLO"". Como condiciones contractuales, el estudiante se compromete a no divulgar ni usar para fines personales la información (documentos, expedientes, escritos, artículos y demás materiales) que, con objeto de la relación de trabajo, le fue suministrada, durante la realización del proyecto.

El estudiante asume que toda información y el resultado del proyecto serán de uso exclusivamente académico. En caso de que alguna(s) de las condiciones anteriores sea(n) infringida(s), el estudiante queda sujeto a la responsabilidad civil por daños y perjuicios que cause a la empresa.

Atentamente,



JOSÉ VICENTE BRAVO BRAVO.  
CC 130255272-2

Anexo 2  
FOTO1



**Imagen 1.**

En la imagen 1 se encuentra el propietario en el establecimiento de la Panadería "Su Ídolo".

Anexo 3  
FOTO2



**Imagen 2.**

En la imagen 2 me encuentro junto al propietario en el establecimiento de la Panadería "Su Ídolo".

## Anexo 4

### LOGOTIPO



### **Visión**

Ser una empresa altamente competitiva, sobresaliente y líder por su innovación en el mercado nacional en la producción, comercialización de productos y servicios de calidad, alcanzando un alto nivel de desarrollo humano.

### **Misión**

Somos una empresa que elabora y comercializa productos de panadería y pastelería, con estándares de calidad y con la tradición del sabor artesanal, que satisfaga los gustos de los clientes que demandan un sabor casero y aquellos con gustos más simultáneos, contribuyendo con el desarrollo sostenible y garantizando con el uso de materia prima de calidad, la tecnología, y con fuerza laboral calificada, comprometida con la visión empresarial.



**Anexo 5**

**ENCUESTA**



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO  
DE TECNOLOGÌA**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE TECNÓLOGA EN  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ENCUESTA**

**Autora:**

**Valarezo Solís Shirley Sugedy**

## **Instrucciones**

1. Esta encuesta consta de 10 preguntas
2. Lea atentamente cada una de ellas, revise todas las opciones, y elija la alternativa que más lo (a) identifique
3. Marque la alternativa seleccionada con una "X"
4. Usar bolígrafo color azul
5. El tiempo para responder las preguntas es de 10 minutos

***Muchas gracias por su colaboración, se da por terminada la encuesta***

***Shirley Sugedy Valarezo Solis***

**Objetivo:** La presente encuesta tiene por objetivo identificar la calidad en los procesos y el grado de aceptación del (los) producto(s) de la panadería "Su Ídolo".

<b>1) Edad</b>			
Menor de 20 años	<input type="checkbox"/>		
Entre 20 y 30 años	<input type="checkbox"/>		
Mayor de 30 y menor de 40 años	<input type="checkbox"/>		
Mayor de 40 años	<input type="checkbox"/>		
<b>2) ¿Conoce usted la panadería "Su ídolo" ubicada en las calles Av. Quito entre Manuel Galecio y Alejo Lazcano ?</b>			
Si	<input type="checkbox"/>		
No	<input type="checkbox"/>		
<i>Nota: En caso de que su respuesta sea "No", por favor dé por terminada la encuesta</i>			
<b>3) ¿Alguna vez ha consumido algún producto de la panadería "Su Idolo"?</b>			
Si	<input type="checkbox"/>		
No	<input type="checkbox"/>		
<i>Nota: En caso de que su respuesta sea "No", por favor dé por terminada la encuesta</i>			
<b>4) ¿Indique con qué frecuencia consume un producto de la panadería "Su Idolo"?</b>			
Todos los días	<input type="checkbox"/>		
Algunas veces a la semana	<input type="checkbox"/>		
Una vez por semana	<input type="checkbox"/>		
Por lo menos una vez al mes	<input type="checkbox"/>		
<b>5) ¿A qué hora del día consume habitualmente el(los) producto(s) de la panadería "Su Idolo"?</b>			
Mañana	<input type="checkbox"/>		
Tarde	<input type="checkbox"/>		
Noche	<input type="checkbox"/>		
Todas las anteriores	<input type="checkbox"/>		
<b>6) De los productos detallados a continuación, indique ¿cuál (es) ha consumido?</b>			
pan de sal	<input type="checkbox"/>	galo plaza	<input type="checkbox"/>
pan mixto	<input type="checkbox"/>	orejita	<input type="checkbox"/>
pan dulce	<input type="checkbox"/>	caracol	<input type="checkbox"/>
pan de leche	<input type="checkbox"/>	palillos de coco	<input type="checkbox"/>
pan de manjar de leche	<input type="checkbox"/>	roscón de piña	<input type="checkbox"/>
pan de coco	<input type="checkbox"/>	cara sucia	<input type="checkbox"/>
pan de chocolate	<input type="checkbox"/>	cake	<input type="checkbox"/>
brillo	<input type="checkbox"/>	empanaditas de piña	<input type="checkbox"/>
integral	<input type="checkbox"/>	pan yuca	<input type="checkbox"/>
brillo con queso	<input type="checkbox"/>	rosas de sal	<input type="checkbox"/>
integral con queso	<input type="checkbox"/>	quesadilla	<input type="checkbox"/>
budin	<input type="checkbox"/>		
<b>7) Califique el grado de satisfacción del (los) producto (s) consumido (s) en la panadería "Su Idolo"</b>			
Excelente	<input type="checkbox"/>		
Bueno	<input type="checkbox"/>		
Regular	<input type="checkbox"/>		
Malo	<input type="checkbox"/>		
<b>8) En caso de que su respuesta no haya sido "Excelente", por favor indique ¿cuál(es) de las siguientes características no cumplía(n) con su satisfacción?</b>			
Presentación	<input type="checkbox"/>		
Tamaño	<input type="checkbox"/>		
Sabor	<input type="checkbox"/>		
Precio	<input type="checkbox"/>		
<b>9) Califique la calidad de atención que le fue brindada en la panadería "Su Idolo"</b>			
Excelente	<input type="checkbox"/>		
Satisfecho	<input type="checkbox"/>		
Aceptable	<input type="checkbox"/>		
Insatisfactorio	<input type="checkbox"/>		
<b>10) Consumiría nuevamente algún(os) producto(s) de la panadería "Su Idolo"</b>			
Si	<input type="checkbox"/>		
No	<input type="checkbox"/>		

## **ANEXO 6**

### **ENTREVISTA**

#### **FORMULARIO DE ENTREVISTA**

##### **Datos Generales**

**Nombres y Apellidos del Entrevistado:** \_\_\_\_\_

**Cargo:** \_\_\_\_\_ **Lugar:** \_\_\_\_\_

**Entrevistador:** \_\_\_\_\_

**Hora de inicio:** \_\_\_\_\_ **Hora de final:** \_\_\_\_\_

**Objetivo:** Seleccionar investigación relevante, de la situación existente en la panadería “Su Ídolo”, para aplicar plan de control y procesos de calidad que incrementará la rentabilidad de la empresa.

- 1. ¿La empresa está cumpliendo con los objetivos planteados?**
  
- 2. ¿cuenta con procesos adecuados para realizar control de materia prima, producción y venta?**
  
- 3. ¿Cree usted que es necesario implementar un plan de control de materia prima, producción y venta en la panadería?**
  
- 4. ¿Considera usted que, con el control de materia prima, producción y venta incrementara la rentabilidad de la panadería?**
  
- 5. ¿Considera usted que es rentable implementar un control de materia prima, producción y rentabilidad?**

## INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

### CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

#### CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Plan de control y mejora de procesos de calidad en el incremento de clientes y rentabilidad de la panadería “Su Ídolo” 2018”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

#### TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

El problema de investigación se refiere a: **¿Cómo contribuir a mejorar el control de los procesos de calidad y presentación de productos, para incrementar la satisfacción de los clientes y de rentabilidad de la panadería “Su Ídolo”, ubicada en la ciudad de Guayaquil, ¿en el año fiscal 2018?**

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por la Egresada:

  
Valarezo Solís Shirley Sugedydy

Tutor:

  
PhD. Simón Alberto Illescas Prieto



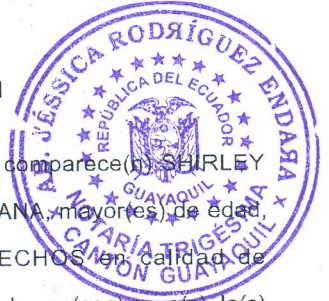
Factura: 002-003-000055424



20180901030D01121

**DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20180901030D01121**

Ante mí, NOTARIO(A) JESSICA ALICIA RODRIGUEZ ENDARA de la NOTARÍA TRIGÉSIMA , comparece(n) SHIRLEY SUGEYDY VALAREZO SOLIS portador(a) de CÉDULA 1207768563 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede , es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 19 DE JUNIO DEL 2018, (12:08).



*Sugeydy Valorezo*

SHIRLEY SUGEYDY VALAREZO SOLIS  
CÉDULA: 1207768563

*Jessica Alicia Rodriguez Endara*

NOTARIO(A) JESSICA ALICIA RODRIGUEZ ENDARA  
NOTARÍA TRIGÉSIMA DEL CANTÓN GUAYAQUIL





**REPÚBLICA DEL ECUADOR**  
 DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL  
 IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN

CÉDULA DE CIUDADANÍA  
 APELLIDOS Y NOMBRES  
**VALAREZO SOLIS SHIRLEY SUGEYDY**  
 LUGAR DE NACIMIENTO  
**GUAYAS**  
**SIMON BOLIVAR**  
**SIMON BOLIVAR**

FECHA DE NACIMIENTO **1996-10-14**  
 NACIONALIDAD **ECUATORIANA**  
 SEXO **F**  
 ESTADO CIVIL **SOLTERO**

No. **120776856-3**





INSTRUCCIÓN **BACHILLERATO** PROFESIÓN / OCUPACIÓN **BACH.TEC.COMER-ADMI.** E1333A2222

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE **VALAREZO LAVAYEN GIANI WILMER**

APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE **SOLIS MILLAN ESTHER DEL ROCIO**

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN **SANTA ELENA**  
**2014-10-21**

FECHA DE EXPIRACIÓN **2024-10-21**

*Sugedy Valarezo*

DIRECTOR GENERAL FIRMA DEL CEDULADO






**CERTIFICADO DE VOTACIÓN**  
 4 DE FEBRERO 2018

**014** JUNTA No. **014 - 162** NUMERO **1207768563** CÉDULA

**VALAREZO SOLIS SHIRLEY SUGEYDY** APELLIDOS Y NOMBRES

**SIMON BOLIVAR** PROVINCIA **CIRCUNSCRIPCIÓN:**  
**SIMON BOLIVAR** CANTÓN **ZONA:**  
**SIMON BOLIVAR** PARROQUIA







## CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



*Shirley Sugedy Valarezo*

**Número único de identificación:** 1207768563

**Nombres del ciudadano:** VALAREZO SOLIS SHIRLEY SUGEDY

**Condición del cedulao:** CIUDADANO

**Lugar de nacimiento:** ECUADOR/GUAYAS/SIMON BOLIVAR/SIMON BOLIVAR

**Fecha de nacimiento:** 14 DE OCTUBRE DE 1996

**Nacionalidad:** ECUATORIANA

**Sexo:** MUJER

**Instrucción:** BACHILLERATO

**Profesión:** BACH.TÉC.COMER.ADMI.

**Estado Civil:** SOLTERO

**Cónyuge:** No Registra

**Fecha de Matrimonio:** No Registra

**Nombres del padre:** VALAREZO LAVAYEN GIANI WILMER

**Nombres de la madre:** SOLIS MILLAN ESTHER DEL ROCIO

**Fecha de expedición:** 21 DE OCTUBRE DE 2014

Información certificada a la fecha: 19 DE JUNIO DE 2018

Emisor: ANDRES AUGUSTO CHAVEZ QUINTANA - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 30 - GUAYAS - GUAYAQUIL



N° de certificado: 184-130-65425



184-130-65425

Ing. Jorge Troya Fuertes

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación

Documento firmado electrónicamente





## CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

### CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES del ITB.**


Nombre y Apellidos del Colaborador  
CEGESCYT

Firma