

ANEXOS

ANEXOS

Anexo 1 Cronograma de Gantt

Cronograma de actividades para el proyecto de investigación			
ACTIVIDADES	FECHA DE INICIO	DURACION	FECHA DE FIN
Realización y primera presentación del perfil de investigación	29/7/2019	6 días	5/8/2019
Segunda presentación del perfil de investigación	5/8/2019	2 días	8/8/2019
Tercera presentación de perfil de investigación a la dirección de departamento de Administración	8/8/2019	3 días	12/8/2019
Revisión (aprobación o rechazo de perfil de investigación presentado)	12/8/2019	48 horas	14/8/2019
Corrección de observaciones posibles de perfil	14/8/2019	3 días	17/8/2019
Revisión del perfil por tribunales designados			
Trabajo en seguimiento del proyecto de Investigación con tribunales	septiembre	2 meses	octubre
Presentación final del proyecto de investigación	-	-	29 de octubre
Segundo Memorándum	-	-	Noviembre
Defensa de proyecto de investigación	-	-	Primera semana de diciembre

Días definidos	
Días no definidos	
Días posibles	

Anexo 2 Entrevista con el propietario N° 1

ENTREVISTADORES: Aparicio Salazar Marian Dayhely

Pardo Urquiola Rodrigo Mateo

ENTREVISTADO: Aparicio Cuevas Juan Hernán

OBJETIVO DE LA ENTREVISTA: Obtener información necesaria que ayude a conocer su situación actual para poder analizar diversos factores y así realizar un proyecto de investigación referente a la Panadería Aparicio.

1. ¿Qué año empezó a funcionar Panadería Aparicio?

Panadería “Aparicio” nació el año 2013 a cargo de los dueños el señor Juan Hernán Aparicio Cuevas y su esposa la señora Blanca Salazar Rueda.

2. ¿Actualmente donde se encuentra ubicada la panadería?

La Panadería se encuentra ubicada en la ciudad de Tarija provincia Cercado, barrio Santa Rosa.

3. Detálle nos cómo funciona la panadería ¿a qué hora comienza a funcionar?

Los panaderos llegan a las seis de la mañana para sacar el pan de hasta mediodía. El trabajo en si empieza 6 am con la preparación de la masa, de los diferentes tipos de panes, luego el levantado del pan, para hornearlo y que esté listo para las 12:30 pm para la entrega de los pedidos, actualmente solo se cuenta con un solo turno. A partir de las 2:00 pm hasta aproximadamente 6:30 pm, en un vehículo particular, de acuerdo a la cantidad de pedidos que se tengan diariamente, cabe recalcar que la panadería opera de lunes a sábados.

4. ¿Cómo se maneja el negocio para que pueda seguir funcionando?

A pesar de ser una panadería pequeña que no cuenta con muchos trabajadores la labor es bastante pesada, las personas creen que el tener una panadería es fácil de atender, pero lo cierto es que todo negocio, cualquiera que sea su rubro implica una gran responsabilidad y disponibilidad de tiempo, y la relación que se tiene con los clientes

y no solo con los clientes sino también con los trabajadores siempre al margen de respeto en un clima laboral ameno.

5. ¿Su panadería posee misión, visión? y cuáles son?

Si, la Misión es ofrecer a nuestros clientes panes de distintos tipos elaborados con óptima calidad que satisfagan completamente sus necesidades, e identificándonos por ser una empresa que trabaja con esmero, carisma y alta eficacia operacional que permita crear una relación duradera con nuestros clientes.

Y su visión llegar a ser la empresa líder en la elaboración y venta de pan a tiendas de barrio y supermercados de la ciudad de Tarija, mediante la constante innovación, procesos y servicios que marquen la pauta creciendo rentablemente y logrando mayor desarrollo y bienestar para sus trabajadores.

6. ¿La panadería cuenta con estrategias que facilite el logro de la misión y visión?

Actualmente no contamos con una estrategia, que nos facilite cumplir la visión y misión de la empresa, esto de cierto modo creo que puede llegar a perjudicar nuestro crecimiento.

7. ¿Cómo realiza la adquisición de la materia prima?

La materia prima, en cuanto a harina nos la hace llegar un distribuidor directamente desde Tupiza, lo cual es favorable porque llega al precio que les llega a los que venden en el mercado campesino, lo mismo pasa con la manteca, a excepción de la manteca vegetal de palta que lo compramos del mercado campesino, después levadura, avena de la empresa kris.

8. ¿Aproximadamente cuánto es la producción diaria de la Panadería?

La cantidad de pan que la panadería elabora diariamente es aproximadamente de 3 a 4 quintales que equivalen a 55 kilos en cada quintal teniendo un total de 165 a 220 kilos al día.

9. ¿Cuáles son los productos que ofrece?

Ofrecemos diferentes tipos de panes como pan galleta, pan integral, pan con queso, pan K'aspa pan de maíz.

10. ¿Produce a su máxima capacidad?

No ya que solo se trabaja un turno que es en la mañana y el turno de la tarde y noche son vacíos.

11. ¿Considera algún factor el cual no le permite crecer, es decir, incrementar las ventas?

La competencia existente, ya que muchos vieron que es un buen negocio, la necesidad hace que las personas ingresen en donde ve que va bien. Pero en si la competencia, es demasiada y hay panaderías grandes y muy reconocidas como Viena.

12. ¿Si compara las ventas con la gestión pasada que comportamiento tuvieron, es decir; aumentaron o disminuyeron?

Las ventas aumentaron, de varios de nuestros productos en general de una gestión a otra, aunque estas dependen de las temporadas, cuando hace frio las ventas suben y cuando hace calor bajan, pero haciendo una comparación aproximada incrementan de año a año.

13. ¿Cuenta con algún símbolo o logotipo propio que los identifique o que facilite el contacto con la panadería?

No, no contamos con ningún tipo ya que nos encargamos de la distribución directa con las tiendas y supermercados con los que trabajamos que son 52.

14. ¿Realiza algún tipo de promoción o publicidad para sus productos?

No, pero a nuestros clientes más fieles a fin de año regalamos un panetón con una tarjeta que tiene toda la información de la panadería como el número de celular los tipos de panes que se hacemos

15. ¿Cuál de sus productos considera usted que es el producto más vendido?

El pan de batalla, o pan de caspa como le llaman comúnmente, a la gente le gusta más, lo compra más, quizás por el tamaño o por el sabor, pero es el que más se vende además que tengo clientes fieles en su mayoría por que todo el pan que hacemos es natural y ninguno es hecho con bromato.

Anexo 3 Imagen capturada de la página de FUNDAEMPRESA

Imagen Capturada de la página de FUNDAEMPRESA donde se ven las panaderías habilitadas legalmente para funcionar en la ciudad de Tarija.

"PALACIO DE LAS MASAS " en Tarija

Matrícula: ACTUALIZADA

Ver Mas

"PANADERIA Y REPOSTERIA VIENA-WIENER BÄCKEREI " en Tarija

Matrícula: ACTUALIZADA

Ver Mas

"JAVIER MARTINEZ ESPINOZA " en Tarija

Matrícula: ACTUALIZADA

Ver Mas

"YENNY LEMA PASTELERIA " en Tarija

Matrícula: ACTUALIZADA

Ver Mas

"PANIFICADORA GUTIERREZ " en Tarija

Matrícula: ACTUALIZADA

Ver Mas

"PANIFICADORA SANCHEZ " en Tarija

Matrícula: ACTUALIZADA

Ver Mas

"FERNANDO AURELIO ARAMAYO WAYAR " en Tarija

Matrícula: ACTUALIZADA

Ver Mas

"ERIKA NELLY ORTEGA ARIAS " en Tarija

Matrícula: ACTUALIZADA

Ver Mas

"P Y E PROCESADORA DE ALIMENTOS LIBRES DE GLUTEN " en Tarija

Matrícula: ACTUALIZADA

Ver Mas

"JUAN MIRANDA PAREDES " en Tarija

Matrícula: ACTUALIZADA

Ver Mas

"JEFE REYES HEREDIA " en Tarija

Matrícula: ACTUALIZADA

Ver Mas

"LIDIA VASQUEZ RIOS " en Tarija

Matrícula: ACTUALIZADA

Ver Mas

Anexo 4 Entrevista con el propietario N°2

ENTREVISTADORES: Aparicio Salazar Marian Aparicio.

Pardo Urquiola Rodrigo Mateo.

ENTREVISTADO: Aparicio Cuevas Juan Hernán.

OBJETIVO DE LA ENTREVISTA: Obtener datos e información para realizar el diagnóstico de la panadería Aparicio.

1. ¿Cuáles fueron sus ventas anuales en las últimas gestiones?

Según los datos que tenemos las ventas en el año 2017 fueron de 911.808 bs. Y en el año 2018 fueron de 979.200 bs.

2. ¿cuáles son sus utilidades anuales?

No se sabe con precisión, pero el costo que tenemos para producir y en la adquisición de materiales es un poco menos de la mitad aproximadamente un 45% del total. Además, que se pagan los impuestos a las utilidades que son 25% el restante vendría a ser nuestras ganancias.

3. ¿Conoce el comportamiento de venta de cada producto es decir cuánto se vende por producto al día?

En el año 2017 se vendieron aproximadamente del Pan K'ASPA 1700 unidades, del Pan con queso 620 unidades, de Pan integral 250 unidades, de Pan galleta 550 unidades y el Pan de maíz 290 unidades.

En el año 2018 aumentaron ya que nos solicitaron más unidades en el trayecto de la gestión, se vendieron aproximadamente del Pan K'ASPA 1800 unidades, del Pan con queso 700 unidades, de Pan integral 300 unidades, de Pan galleta 600 unidades y el Pan de maíz 300 unidades.

Esta es nuestra producción diaria que realizamos en un turno que es en la mañana en un día normal. Hay días en los que nos solicitan más unidades o nos encargan pedidos mayores un día antes.

4. ¿Tiene conocimiento acerca de la competencia del sector?

Si, en general todos trabajamos con las mismas máquinas y tenemos un tamaño parecido, por eso es que no existe economías a escala en este sector, además nuestros productos son similares a los de otros en lo q varia es en los ingredientes y en la textura final.

5. ¿Cuánto capital se requiere para poder abrir una panadería?

Como mínimo se requieren 20.000 dólares para acceder a maquinaria mínima para poder producir pan. Como hornos, mezcladoras, sobadoras entre otras.

6. ¿Las actividades que realizan son complejas?

No, pero se requiere de ciertos conocimientos y experiencia acerca de cómo hacer y de conocer cómo funciona el sector, esto ayuda a mejorar la calidad de los productos y que las empresas no fracasen o cierren.

7. ¿Existen productos que replacen a sus productos?

Al ser un producto básico existen varios otros, como; galletas, masas que podrían ser consumidas en lugar del pan, pero estas por lo general son más caras y son más pequeñas.

Ahora hemos podido ver que se está vendiendo más el pan integral por que los ingredientes que posee tienen mayores valores nutricionales y son más sanos.

8. ¿Qué importancia tienen los insumos o materiales que utiliza para elaborar sus productos?

Para nosotros es fundamental ya que de ellos depende la calidad de nuestros productos y poder adquirirlos a precios accesibles, existen varios lugares donde podemos adquirirlos, pero solo uno que no brinda la levadura fresca que es Kris.

9. ¿Los clientes que tienen algún poder de negociación, es decir, poder cambiar a su empresa por otra?

No, ya que por la zona en la que nos encontramos no existen muchas panaderías cerca y para poder transportar sus productos hasta esos puntos le sería un costo, elevado. Además, nosotros prestamos el servicio de entrega tienda por tienda lo que ayuda a que tengamos una mejor relación con ellos.

Anexo 5 Régimen General

1 Actividad



Debes tener una de las siguientes actividades:

- ✓ **Comerciante Minorista** (Ej.: Tiendas de barrio, venta de carne de res, pollo, cerdo en mercados)
- ✓ **Artesano** (Ej.: Hojalateros)
- ✓ **Vivandero** (Ej.: Pequeños puestos de comidas)

De no cumplir las actividades señaladas anteriormente, debes inscribirte al **Régimen General**.

2 Precio Unitario



El precio unitario de tus productos vendidos no debe ser mayor a los siguientes montos:

Comerciante Minorista	➔	Bs480.-
Artesano	➔	Bs640.-
Vivandero	➔	Bs148.-

De exceder los precios unitarios, debes inscribirte al **Régimen General**.

3 Ventas Anuales



La suma de tus ventas de todo el año no debe superar los

Bs136.000.-
(Hasta el 31 de diciembre de 2018)

Bs184.000.-
(A partir del 01 de enero de 2019)

en cualquiera de las tres actividades pertenecientes al **Régimen Tributario Simplificado**.

De exceder éste monto anual, debes inscribirte al **Régimen General**.

4 Capital De acuerdo al Capital destinado a tu actividad te asignarán una categoría y en función a ello realizarás el Pago Bimestral, tal cual como se detalla en el siguiente cuadro:

Categoría	Capital		Pago Bimestral
	DESDE	HASTA	
1	12.001	15.000	Bs47.-
2	15.001	18.700	Bs90.-
3	18.701	23.500	Bs147.-
4	23.501	29.500	Bs158.-
5	29.501	37.000	Bs200.-
6	37.001	60.000	Bs350.-

Para mas detalles sobre esta nueva recategorización dale clic [aquí](#) donde te hablamos mas al respecto:

Se deben pagar cuotas fijas cada **2 meses** de acuerdo al capital, según el siguiente detalle:

Vencimiento
ENE y FEB hasta 10 de marzo
MAR y ABR hasta 10 de mayo
MAY y JUN hasta 10 de julio
JUL y AGO hasta 10 de septiembre
SEP y OCT hasta 10 de noviembre
NOV y DIC hasta 10 de enero

Régimen general

Este régimen es todo lo contrario al Régimen Simplificado en cuanto a sus requisitos y te lo aclararemos en pocas palabras:

Eres del Régimen General cuando:

- Te dedicas a **cualquier tipo de negocio**, excepto cuando eres: comerciante minoristas, artesano o vivandero.
- Tu **capital** de tu negocio o empresa es mayor a 60.000 Bs.
- Tus **ingresos anuales** son mayores a 184.000 Bs.
- Si tu **precio unitario** de tus productos supera a 480 Bs. si eres comerciante minorista; 640 Bs. cuando eres artesano; y 148 Bs. si eres vivandero.

Si ya tienes claro que eres del régimen general dale clic [aquí](#) y te diremos como puedes tramitar tu NIT

Anexo 6 Formulas y cálculos de la matriz BCG

Tasa de Crecimiento:

$$\text{Tasa de crecimiento} = \frac{\text{Ventas año actual} - \text{Ventas año anterior}}{\text{Ventas año anterior}}$$

Para realizar los cálculos de la tasa de crecimiento se utilizaron los datos del año 2017 y del año 2018.

La tasa de crecimiento se expresa en porcentajes y refleja el crecimiento de cada producto respecto al año anterior, el total es un promedio de todos los productos representando el crecimiento de la panadería con respecto a la anterior gestión.

PRODUCTOS	VENTAS 2018	VENTAS 2017	TDC
Pan K'ASPA	518,400	492,480	5%
Pan con queso	201,600	177,408	14%
Pan integral	86,400	73,440	18%
Pan galleta	86,400	84,672	2%
Pan de maíz	86,400	83,808	3%
TOTAL	979,200	911,808	8%

Participación Relativa del Mercado:

$$\text{Participación Relativa del Mercado} = \frac{\text{Ventas anuales producto}}{\text{Ventas del mercado}}$$

Para realizar los cálculos de la participación relativa del mercado se utilizaron los datos del año 2018.

La participación relativa del mercado refleja la participación que tiene el producto dentro de su cartera de productos en base a las ventas anuales de la empresa y el total es un promedio de la participación de estos.

PRODUCTOS	VENTAS 2018	PRM
Pan K'ASPA	518,400	0.0161
Pan con queso	201,600	0.0062
Pan integral	86,400	0.0027
Pan galleta	86,400	0.0027
Pan de maíz	86,400	0.0027
TOTAL	979,200	0.0303

Anexo 7 Población Boliviana y proyección por departamentos

Los datos utilizados se encuentran enmarcados a continuación:

BOLIVIA: POBLACIÓN ESTIMADA Y PROYECTADA POR DEPARTAMENTO, SEGÚN AÑOS CALENDARIO, 2000-2025

ÁÑO	BOLIVIA	CHUQUISACA	LA PAZ	COCHABAMBA	ORURO	POTOSÍ	TARJA	SANTA CRUZ	BENI	PANDO
2000	8.427.790	551.401	2.415.081	1.483.641	413.600	742.015	397.578	2.004.753	366.864	52.857
2001	8.588.068	555.157	2.444.314	1.510.619	420.946	750.809	406.414	2.069.673	372.175	57.961
2002	8.748.345	558.912	2.473.547	1.537.597	428.293	759.602	415.250	2.134.593	377.485	63.066
2003	8.908.625	562.674	2.502.779	1.564.575	435.639	768.395	424.085	2.199.512	382.796	68.170
2004	9.068.890	566.415	2.532.012	1.591.553	442.986	777.189	432.921	2.264.432	388.107	73.275
2005	9.229.155	570.158	2.561.245	1.618.531	450.332	785.982	441.757	2.329.352	393.418	78.380
2006	9.389.422	573.902	2.590.478	1.645.510	457.679	794.776	450.593	2.394.272	398.728	83.484
2007	9.549.689	577.649	2.619.710	1.672.488	465.025	803.569	459.429	2.459.191	404.039	88.589
2008	9.709.958	581.396	2.648.943	1.699.466	472.371	812.362	468.265	2.524.111	409.350	93.694
2009	9.870.229	585.145	2.678.176	1.726.444	479.718	821.156	477.100	2.589.031	414.661	98.798
2010	10.030.501	588.896	2.707.409	1.753.422	487.064	829.949	485.936	2.653.951	419.971	103.903
2011	10.190.775	592.649	2.736.641	1.780.400	494.411	838.743	494.772	2.718.870	425.282	109.007
2012	10.351.118	596.470	2.765.874	1.807.378	501.757	847.536	503.608	2.783.790	430.593	114.112
2013	10.507.789	601.267	2.783.963	1.833.901	507.577	854.046	513.512	2.857.499	437.016	119.008
2014	10.665.841	606.132	2.802.719	1.860.816	513.511	860.600	523.459	2.931.260	443.390	123.954
2015	10.825.013	611.068	2.822.090	1.888.069	519.548	867.217	533.429	3.004.951	449.697	128.944
2016	10.985.059	616.073	2.842.031	1.915.621	525.675	873.901	543.405	3.078.459	455.928	133.966
2017	11.145.770	621.148	2.862.504	1.943.429	531.899	880.651	553.373	3.151.676	462.081	139.049
2018	11.307.314	626.318	2.883.494	1.971.523	538.199	887.497	563.342	3.224.662	468.180	144.099
2019	11.469.896	631.608	2.904.996	1.999.933	544.608	894.466	573.331	3.297.483	474.257	149.214
2020	11.633.371	637.013	2.926.996	2.028.639	551.116	901.555	583.330	3.370.059	480.308	154.355
2021	11.797.257	642.494	2.949.282	2.057.547	557.708	908.712	593.318	3.442.357	486.321	159.518
2022	11.961.042	648.011	2.971.634	2.086.555	564.360	915.883	603.273	3.514.344	492.280	164.702
2023	12.125.003	653.574	2.994.091	2.115.692	571.089	923.108	613.207	3.586.128	498.205	169.909
2024	12.289.431	659.197	3.016.690	2.144.985	577.905	930.426	623.133	3.657.829	504.117	175.149
2025	12.454.178	664.864	3.039.404	2.174.406	584.803	937.826	633.050	3.729.404	510.006	180.415

Fuente: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, REVISIÓN 2014

Anexo 8 Demanda del sector de panadería

BOLIVIA: MATRIZ DE INSUMO - PRODUCTO 2012 (p) (En miles de bolivianos de 1990)						
VALOR BRUTO DE PRODUCCIÓN (Valor básico)	IMPORTACIÓN (CIF)	DERECHOS ARANCELARIOS SOBRE IMPORTACIÓN	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (No deducible)	IMPUESTO A LAS TRANSACCIONES Y OTROS IMPUESTOS A LOS PRODUCTOS Y LAS IMPORTACIONES	MÁRGENES DE COMERCIALIZACIÓN Y TRANSPORTE	OFERTA TOTAL (a precios de comprador)
ACTIVIDAD ECONÓMICA u						1
PRODUCTOS q						PRODUCTOS AGRÍCOLAS NO INDUSTRIALES
2,418,168	164,704	735	1,852	3,317	239,748	2,828,524
1,138,166	8,022	112	45	9,270	320,973	1,476,589
51,466	0	0	0	0	4,248	55,714
1,954,898	36,641	1,593	26	4,313	239,215	2,236,686
444,937	1,486	199	139	315	113,596	560,671
4,173,367	0	0	65,748	865,106	0	5,104,221
2,549,095	62,036	29	28,456	28,766	106,912	2,775,294
2,325,055	87,022	7,004	20,576	41,436	396,329	2,877,422
729,475	41,262	3,468	19,860	2,227	126,124	924,417
2,260,208	276,800	9,897	54,942	9,967	315,289	2,927,001
742,866	126,094	32,955	37,665	3,329	166,478	1,109,388
2,427,985	275,038	26,750	49,779	3,645	533,996	3,317,193
2,300,388	409,819	30,262	69,950	130,325	350,909	3,291,552
78,426	32,243	1,478	5,191	15,934	19,726	152,999
1,233,237	387,831	40,126	30,753	19,780	279,072	1,990,799
1,142,674	106,539	6,741	18,891	4,268	201,441	1,480,553
466,551	351,000	34,525	11,298	6,156	150,855	1,010,387
708,935	2,150,106	174,679	49,061	89,297	365,077	3,537,154
1,751,052	940,508	29,661	349,699	60,569	323,884	3,455,373
1,313,734	264,883	26,122	8,336	16,250	163,558	1,792,884
425,935	452,806	22,968	4,678	28,635	39,572	974,994
246,113	3,824,261	305,344	118,980	76,371	379,918	4,950,987
116,562	436,846	53,330	6,115	56,639	58,609	728,100
1,283,138	0	0	47,807	82,117	0	1,413,062
3,612,175	0	0	137,522	8,416	0	3,758,113
4,897,530	0	0	0	0	(4,897,530)	0
5,922,285	862,579	0	46,217	25,277	0	6,856,357
1,495,556	68,520	0	53,768	11,584	0	1,629,427
2,527,965	145,015	0	8,785	42,320	0	2,724,085
1,843,101	371,963	0	55,376	37,668	0	2,308,108
1,547,825	0	0	5,016	2,503	0	1,555,344
2,119,079	77,568	0	87,399	28,522	0	2,312,569
2,203,768	253,207	0	75,941	17,045	0	2,549,961
151,107	0	0	0	0	0	151,107
5,058,258	0	0	0	0	0	5,058,258
0	30,167	0	0	0	0	30,167
63,651,076	12,244,967	807,980	1,469,674	1,731,365	0	79,905,062
CONSUMO INTERMEDIO POR ACTIVIDAD ECONÓMICA (a precios de comprador)						463,981
PRODUCCIÓN BRUTA POR ACTIVIDAD ECONÓMICA (a precios básicos)						2,382,540
VALOR ABRREGADO BRUTO (a precios básicos)						1,918,560

Fuente: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA

(p): Preliminar

32	SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES Y PERSONALES	33	RESTAURANTES Y HOTELES	34	SERVICIOS DOMESTICOS	35	SERVICIOS DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	IMPUTACIÓN BANCARIA	CONSUMO POR PRODUCTOS (precios de comprador)	CONSUMO FINAL		FORMACIÓN BRUTA DE CAPITAL FIJO	VARIACIÓN DE EXISTENCIAS
										HOGARES	ADMINISTRACIÓN PÚBLICA		
35,709	69,346	0	0	0	80,337	0	1,774,687	0	1,774,687	0	2,139	(271,050)	
0	0	0	0	0	0	0	1,445,152	0	1,445,152	0	6,718	(95,516)	
0	0	0	0	0	0	0	528	0	528	0	0	8,627	
0	4,220	0	0	0	27,722	0	1,811,074	0	1,811,074	0	39,727	141,428	
0	9,183	0	0	0	6,276	0	481,938	0	481,938	0	824	39,115	
0	0	0	0	0	0	0	1,221,317	0	1,221,317	0	32,256	569,521	
0	0	0	0	0	0	0	540,709	0	540,709	0	0	360,306	
90,643	181,317	0	0	0	18,019	0	444,702	0	444,702	0	0	(78,727)	
26,987	33,790	0	0	0	14,452	0	121,176	0	121,176	0	0	(27,561)	
55,789	3,123	0	0	0	35,621	0	928,876	0	928,876	0	0	61,950	
5,429	11,906	0	0	0	14,660	0	274,269	0	274,269	0	0	116,727	
15,765	39,060	0	0	0	19,840	0	607,204	0	607,204	0	0	254,681	
270,096	815,435	0	0	0	10,857	0	1,291,914	0	1,291,914	0	0	314,138	
45,939	8,387	0	0	0	0	0	26,889	0	26,889	0	0	7,592	
0	0	0	0	0	157,810	0	945,770	0	945,770	0	0	(75,794)	
0	0	0	0	0	18,666	0	666,385	0	666,385	0	1,550	228,282	
73,408	16,914	0	0	0	58,643	0	886,165	0	886,165	0	0	27,495	
95,676	12,218	0	0	0	88,183	0	2,520,528	0	2,520,528	0	0	(322,107)	
4,717	6,644	0	0	0	153,192	0	2,339,040	0	2,339,040	0	0	56,797	
2,979	0	0	0	0	51,896	0	1,464,278	0	1,464,278	0	0	198,641	
0	0	0	0	0	23,207	0	553,662	0	553,662	0	0	(1,056,156)	
21,960	4,686	0	0	0	151,222	0	1,234,322	0	1,234,322	0	0	(613,516)	
84,091	0	0	0	0	25,906	0	229,494	0	229,494	0	0	(112,117)	
30,985	19,504	0	0	0	57,975	0	528,823	0	528,823	0	0	0	
3,170	4,172	0	0	0	75,933	0	178,062	0	178,062	0	0	0	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
12,502	33,709	0	0	0	134,540	0	3,282,247	0	3,282,247	0	0	0	
23,426	5,461	0	0	0	45,599	0	625,284	0	625,284	0	0	0	
5,896	8,324	0	0	0	57,113	1,613,916	2,037,869	0	2,037,869	0	0	(0)	
15,134	8,504	0	0	0	295,588	0	2,007,047	0	2,007,047	0	0	(0)	
0	0	0	0	0	0	0	1,555,344	0	1,555,344	0	0	(0)	
9,844	957	0	0	0	33,509	0	685,639	0	685,639	0	0	(0)	
239	0	0	0	0	109,647	0	386,482	0	386,482	0	0	(0)	
0	0	0	0	0	0	0	151,107	0	151,107	0	0	0	
0	0	0	0	0	0	0	1,051,605	0	1,051,605	4,006,653	0	0	
0	0	0	0	0	72,925	0	72,925	0	72,925	0	0	(0)	
930,383	1,296,857	0	0	0	1,839,158	1,613,916	31,614,407	0	31,614,407	4,006,653	6,970,614	(267,246)	
2,189,775	2,203,202	151,107	0	5,135,293	63,651,076	0	25,435,993	0	25,435,993	0	0	0	

EXPORTACIÓN (FOB)	TOTAL (precios de comprador)	DEMANDA TOTAL (a precios de comprador)	PRODUCTOS ACTIVIDAD ECONÓMICA
109,429	1,053,837	2,828,524	1
115,048	31,436	1,476,589	2
1,975	55,187	55,714	3
4,297	425,612	2,236,686	4
12,181	78,733	560,671	5
3,281,128	3,882,904	5,104,221	6
1,874,279	2,234,585	2,775,294	7
12,181	2,432,719	2,877,422	8
38,793	803,291	924,417	9
233,490	1,998,126	2,927,001	10
61,122	835,119	1,109,388	11
1,709,661	2,709,989	3,317,193	12
185,060	1,999,638	3,291,552	13
428	126,110	152,999	14
354,997	1,045,029	1,990,799	15
149,307	814,167	1,480,553	16
3,666	124,221	1,010,387	17
538,552	1,016,626	3,537,154	18
47,441	1,116,333	3,455,373	19
26,882	328,606	1,792,884	20
1,381,842	420,933	974,594	21
511,515	3,716,665	4,950,987	22
152,750	498,606	728,100	23
0	884,239	1,413,062	24
0	3,580,051	3,758,113	25
0	0	0	26
694,098	3,574,110	6,856,357	27
116,037	1,004,143	1,629,427	28
42,327	686,216	2,724,085	29
75,255	301,061	2,308,108	30
0	1,555,344	1,555,344	31
15,335	1,626,930	2,312,569	32
362,164	2,163,478	2,549,961	33
0	151,107	151,107	34
0	5,058,258	5,058,258	35
33,404	(42,758)	30,167	
12,144,641	48,290,655	79,905,062	

Los datos utilizados se encuentran enmarcados en un recuadro rojo.

Anexo 9 Encuesta**ENCUESTA**

La siguiente encuesta está dirigida para los consumidores intermediarios de la panadería Aparicio.

OBJETIVO

El objetivo de esta encuesta es recabar información para conocer las características de los consumidores y poder desarrollar un programa promocional adecuado.

1. Qué tipo de tecnología maneja en su tienda:
 - a) Computadora
 - b) Celular
 - c) Tablet
 - d) Otro
 - e) Ninguno
2. ¿Cuenta con internet disponible las 24 horas del día?
 1. Si
 2. No
3. ¿Utiliza redes sociales para comunicarse y acceder a información de productos?
 - a) Si
 - b) No
4. ¿Cuál de estas redes utiliza?: (selección múltiple)
 1. Facebook
 2. WhatsApp
 3. Instagram
 4. Twitter
 5. Otro
5. ¿Cuál de estas promociones de ventas le gustaría recibir? (opción única)
 - a) Muestras
 - b) Cupones

- c) Paquetes con descuento
- d) Programas de frecuencia de compra
- e) Premios (concursos, rifas, juegos)
- f) Recompensas por compra
- g) Pruebas gratis
- h) Garantías de producto

6. Enumere las promociones de ventas según el orden de importancia que tengan para usted:

- ✓ Muestras ____
- ✓ Cupones ____
- ✓ Paquetes con descuento ____
- ✓ Programas de frecuencia de compra ____
- ✓ Premios (concursos, rifas, juegos) ____
- ✓ Recompensas por compra ____
- ✓ Pruebas gratis ____
- ✓ Garantías de producto ____

7. ¿De qué manera realiza su pedido?:

- a) Teléfono
- b) Encargo
- c) Internet
- d) Visita personal
- e) Otro

8. ¿Qué tipo de relación tiene con su proveedor, es decir, la panadería?

- a) Amistad
- b) Negocios
- c) Trabajo
- d) Ninguna

9. ¿Comunica a sus clientes cuando vende nuestro producto de quién es?

- a) Siempre
- b) A veces

c) Nunca

10. ¿De qué forma conoció a la panadería y sus productos?

a) Por Comentarios

b) Por Ofrecimiento

c) Por Contactos

d) Por Pruebas en otro sitio

11. Estaría de acuerdo en participar en programas y actividades que ayuden a incrementar las ventas de los productos

a) Si

b) No

12. Ayudaría a la promoción de la panadería al entregar muestras a sus clientes

a) Si

b) No

13. Qué tipo de información le gustaría recibir acerca de los productos:

1. Ingredientes

2. Forma de elaboración

3. Tiempo de elaboración

4. Variedad que se produce

5. Beneficios del producto

6. Ninguno

14. Aceptaría que dejemos folletos para que la gente pueda verlos

a) Si

b) No

15. Quisiera formar parte de una alianza estratégica con la panadería

a) Si

b) No

LE AGRADECEMOS SU ATENCION, TIEMPO Y COLABORACION!!!