



## **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

### **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

#### **TRABAJO DE GRADO**

##### **TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE SNACKS EN  
EL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”**

**PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIEROS EN  
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**

**AUTORES:** Pamela Angélica Torres Terán  
Esteban Patricio Limaico Ruiz

**DIRECTOR:** Ing. Guerra, Vinicio

Ibarra-Febrero 2014

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación se titula “Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de snacks en el Cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura”, el mismo que presenta necesidades de aspecto productivo, financiero y de comercialización, cuenta con siete capítulos: En el primer capítulo se realizó un Diagnóstico situacional para determinar la factibilidad de la creación de esta empresa, en este se elaboraron encuestas a los comercializadores y productores de papas fritas, chifles de sal, chifles de dulce y yuquitas fritas, determinando así los Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos. El segundo capítulo presenta las Bases Teóricas Científicas necesarias para el normal desarrollo del proyecto a ejecutar, como definición de Empresario, fuentes de financiamiento y requisitos, finalmente se mencionan las bases contables, económicas y financieras en las cuales se da a conocer los conceptos necesarios como el significado de Contabilidad de Costos, Tasa Interna de Retorno, Valor Actual Neto. En el tercer capítulo se realizó un estudio de mercado para saber la aceptación de nuestro producto en las familias quienes fueron los potenciales clientes del Cantón Antonio Ante, de igual manera se determinó la oferta y demanda, así como también se presenta el resultado de las encuestas realizadas. El cuarto capítulo analiza el Estudio Técnico e Ingeniería del Proyecto en el cual se determinó la macro y micro localización, tamaño del proyecto, demanda insatisfecha, distribución física de la planta, características físicas y de estructura del proyecto que se va realizar, tomando en cuenta todos los aspectos necesarios para el levantamiento de esta empresa. En el quinto capítulo se desarrolló la Evaluación Económica y Financiera en el cual se determinaron evaluadores como la TIR, VAN, Tasa de Rendimiento Costos Beneficio y Recuperación de la Inversión para saber si es factible o no el proyecto. El sexto capítulo es la Gestión Administrativa del Proyecto, se tomó en cuenta aspectos como: misión, visión, organigrama y manual de funciones, es decir todo lo que corresponde a la estructura empresarial.

Finalmente el séptimo capítulo demuestra los posibles impactos que afectarán al desarrollo de este proyecto.

**Los Autores**

## SUMMARY

This actual project is titled “Feasibility Study” and it has been developed to assist a snack manufacturing company that commercializes its own product located in the Antonio Ante neighborhood in the Imbabura Province in Northern Ecuador. Such enterprise is in great need to reorganize its production, financial and commercialization aspects. We will look into the functions of the first chapter pertinent to this framework; it contains a total of seven chapters. A situational diagnosis was made to define the available feasibility for the creation of this company. Within this step commercial personnel and potato chip, yucca chips, salty and sweet plantain chips producers were surveyed. From such interviews it was determined who were their allies and opponents, as well as what the risks and opportunities are to be faced. The second chapter presents theoretical scientific basis needed to carry out a normal project development, which includes a clear definition and functions of what a businessman is supposed to do, his financial available sources and general requirements to be put forth. To finalize this chapter's functions, it is important to mention accounting principles, an economic platform and financial procedures that would indicate accounting costs, taxes and net value. Chapter three deals with marketing so that it is determined the products producing level of acceptance among local families. Let us be reminded that such families are definitely potential clients in the Antonio Ante area. During the marketing phase, supply and demand was determined as the results from the questionnaires were obtained. In chapter four a technical and engineering study was analyzed. The results indicated its macro and micro situational positioning, project size and satisfying demand achieved. In addition, the manufacturing plant's physical distribution, characteristics and structure were studied to determine how these factors could help the company's success. In chapter five, an economic and financial evaluation was conducted to assess economic indicators like TIR, VAN and performance TAX. Benefit and recovery costs were found to determine if they would play a feasible role in the creation of this project. Chapter six is about the administrative conduct, such as the company's mission statement, company's vision, organizational chart and operations manual. These constitute an integral part of the enterprise business structure. To conclude, it is safe to say that chapter seven represents all possible impacts that would affect this feasibility study project.

The Authors

## CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por los egresados, Srta. Pamela Angélica Torres Terán y el Sr. Esteban Patricio Limaico Ruiz, para optar por el título de Ingenieros en Contabilidad y Auditoría, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE SNACKS EN EL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”** considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, agosto 2013.



ING. VINICIO GUERRA



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Nosotros, **Pamela Angélica Torres Terán**, con cédula de ciudadanía Nro. **172299326-6** y **Esteban Patricio Limaico Ruiz**, con cédula de ciudadanía Nro. **100296436-7**, manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autores del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE SNACKS EN EL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIEROS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, C.P.A. en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En nuestra condición de autores nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribimos este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

PAMELA ANGÉLICA TORRES.

**172299326-6**

ESTEBAN PATRICIO LIMAICO

**100296436-7**

Ibarra, a los veinte y cuatro días del mes de febrero del 2014.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**ECONÓMICAS**

**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA**  
**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	172299326-6		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Pamela Angélica Torres Terán		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Azaya, José Miguel Vaca Flores 4-13 y Latacunga		
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:pame_angelica@hotmail.com">pame_angelica@hotmail.com</a>		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	062-558-103	<b>TELF. MÓVIL:</b>	0994891125

<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	100296436-7		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Esteban Patricio Limaico Ruiz		
<b>DIRECCIÓN:</b>	General Enríquez y 10 de Agosto, Andrade Marín		
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:estebanlimaico@hotmail.es">estebanlimaico@hotmail.es</a>		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	062-906-840	<b>TELF. MÓVIL:</b>	0982962683

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE SNACKS EN EL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”
<b>AUTOR (ES):</b>	TORRES TERÁN PAMELA ANGÉLICA LIMAICO RUIZ ESTEBAN PATRICIO
<b>FECHA:</b>	2014-II-24
<b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b>	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, C.P.A.
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	ING. VINICIO GUERRA

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Nosotros, **Pamela Angélica Torres Terán**, con cédula de ciudadanía Nro. **172299326-6** y **Esteban Patricio Limaico Ruiz**, con cédula de ciudadanía Nro. **100296436-7**, en calidad de autores y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material, como apoyo a la educación y extensión en

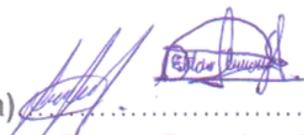
concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

### 3. CONSTANCIAS

Los autores manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que son las titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los veinte y cuatro días del mes de febrero del 2014.

#### LAS AUTORES:

(Firma)  .....  
**Nombres:** Torres Pamela y Limaico Esteban  
**C.C.:** 172299326-6 y 100296436-7

#### ACEPTACIÓN:

(Firma)  .....  
**Nombre:** Ing. Betty Chávez  
**Cargo:** Jefe De Biblioteca

Facultado por resolución de Consejo Universitario \_\_\_\_\_

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Nosotros, PAMELA ANGÉLICA TORRES TERÁN y ESTEBAN PATRICIO LIMAICO RUIZ, portadores de la cédula de ciudadanía N° 172299326-6 y 100296436-7 declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE SNACKS EN EL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



Pamela Angélica Torres Terán



Esteban Patricio Limaico Ruiz

## **DEDICATORIA**

*El presente trabajo de investigación lo dedico, en primer lugar a mis Padres, quienes con entusiasmo, amor, comprensión y sacrificio, supieron brindarme apoyo moral y económico, para salir adelante, haciendo posible la culminación con éxito de esta etapa muy importante de mi vida.*

*A mis hermanas, quiénes han sido el motor que impulsaron en mí, para terminar exitosamente mi carrera, que han sido la razón de ser de mi vida, mi inspiración, y el motivo para continuar y alcanzar los objetivos y metas trazadas en mi vida.*

*Además a mi abuelita que ha sido quien me brindó su amor y apoyo incondicional tanto moralmente como económicamente, para iniciar mi carrera en esta prestigiosa institución y a mi familia en general quienes me ayudaron económicamente para seguir esta carrera y me brindaron sus conocimientos para no fallar en esta etapa estudiantil.*

*A mis amigos, por su apoyo incondicional, por toda su generosidad, por su paciencia, por ser mejores compañeros de clase.*

*Este trabajo también va dedicado a todos mis profesores que durante estos años, me han transmitido sus experiencias y conocimientos, haciendo de mí una persona de bien, tanto en lo humano como en lo profesional.*

***Pamela Angélica Torres Terán***

## DEDICATORIA

*A Dios, por haberme permitido llegar hasta este punto culminante en esta etapa de mi vida y darme salud, paciencia y perseverancia para lograr avanzar cada uno de los diez escalones que he tenido que superar.*

*A mis padres, Por haberme apoyado incondicionalmente en todo momento, por sus oraciones, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero sobre todo, por su amor.*

*Esteban Límaico R.*

## **AGRADECIMIENTO**

*En primer lugar agradezco infinitamente a Dios, que ha guiado mi camino a través de sus bendiciones, como haberme dado una hermosa familia siempre me ha apoyado y me ha dado todo lo que he necesitado en la vida y que gracias a su esfuerzo he logrado adquirir conocimientos que me servirán en la vida, y gracias a ellos puedo ahora culminar exitosamente mis estudios.*

*Un agradecimiento muy especial para toda mi familia en general quienes me han dado todo su amor, paciencia, apoyo, ánimo, consejos, gracias de todo corazón a ellos.*

*A mis mejores amigos Verénice, Carmita y Alan, porque hemos estudiados juntos, intercambiándonos mutuamente los conocimientos, para ser mejores profesionales, les quedo eternamente agradecida.*

*Y un agradecimiento a todos mis profesores, en especial la Ingeniero Vinicio Guerra que me ha guiado minuciosamente en la preparación de este proyecto y me ha brindado todos sus conocimientos que pude aplicar exitosamente en este trabajo de grado, le agradezco de todo corazón por ser un buen profesor y del cual me siento muy orgullosa.*

***Pamela Angélica Torres Terán***

## *AGRADECIMIENTO*

*Expreso mi agradecimiento a todas las personas que de una u otra forma han sido parte importante en la conclusión de este proyecto: a mis padres que me han fortalecido con sus consejos, a mis profesores por ser a más de grandes profesionales, también grandes seres humanos y a mis amigos y compañeros que siempre han fomentado en mí una sana competencia, gracias a todos.*

*Esteban Limaico R.*

## PRESENTACIÓN

El presente trabajo de grado titulado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE SNACKS EN EL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”**, se ha realizado basado en los datos obtenidos de la investigación desarrollada.

En el primer capítulo se propone un diagnóstico situacional, el cual contiene las bases fundamentales del estudio, ya que aquí pudo establecerse la existencia de localidades cercanas al Cantón Antonio Ante, para lo cual se aplicó técnicas como: la encuesta a los productores, proveedores y comerciantes.

El segundo capítulo describe los conceptos básicos que fundamentan la tesis: la empresa, microempresa, el producto, producción, snacks, comercialización, estudio de mercado, ingeniería del proyecto, estudio financiero.

El tercer capítulo corresponde al estudio de mercado en donde se determinó la demanda potencial insatisfecha, para lo cual se realizó encuestas a las familias del Cantón Antonio Ante, con esto se obtuvo la demanda y oferta, en relación al producto que se va a elaborar.

En el cuarto capítulo se realizó un estudio técnico para establecer los aspectos que lo convierten en operativo, se considera su Micro y Macro localización y su equipamiento para brindar una excelente atención.

En el quinto capítulo se realizó el análisis económico financiero para lo cual se determinó la inversión necesaria que permita la ejecución de este proyecto, se estableció la proyección de ingresos y egresos, y flujos de efectivo y de esta forma se estableció la rentabilidad del proyecto.

En el sexto capítulo se estableció la estructura organizacional, en donde se resalta la misión, visión, la determinación precisa del orgánico funcional así como también el recurso humano que será necesario para la puesta en marcha del proyecto.

En el séptimo capítulo se plantea los posibles impactos que genera el proyecto, en los aspectos social, familiar, económico y educativo.

## INDICE GENERAL

CONTENIDO	PAG.
PORTADA.....	i
RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
EXECUTIVE SUMMARY .....	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
CONSTANCIAS.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....	ix
DEDICATORIA .....	xi
DEDICATORIA .....	xii
AGRADECIMIENTO .....	xiii
AGRADECIMIENTO .....	xiv
PRESENTACIÓN.....	xv
INDICE GENERAL.....	xvii
INDICE DE TABLAS .....	xxv
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xxvii
CAPÍTULO I.....	29
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	29
ANTECEDENTES.....	29
Problema a Satisfacer.....	31
Objetivos.....	31
Variables Diagnosticas .....	32
Indicadores De Cada Variable .....	32
Matriz De Relación Diagnóstica .....	34
Identificación De La Población.....	35
EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN .....	36
Resultado de Entrevista aplicada a productores de snacks.....	39

Resultados de encuestas aplicadas a comerciantes de snacks.....	42
Observación Directa.....	54
CONSTRUCCIÓN MATRIZ AOOD .....	54
Aliados .....	54
Oponentes.....	54
Oportunidades.....	54
Riesgo .....	55
IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	55
CAPÍTULO II .....	56
BASES TEÓRICAS .....	56
EMPRESA.....	56
Concepto .....	56
Importancia.....	56
Clasificación .....	57
MICROEMPRESA.....	60
Concepto.....	60
Importancia.....	60
Objetivos de una microempresa.....	61
COMERCIALIZACIÓN .....	62
Definición.....	62
Estrategias de comercialización .....	62
Ventajas y desventajas de comercialización .....	63
Canal de comercialización.....	63
Proceso de comercialización.....	64
COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	64
Materia Prima Directa.....	64
Materia Prima Indirecta .....	64
Mano de Obra Directa .....	65
Mano de Obra Indirecta:.....	65
Costos indirectos de fabricación.....	65
SNACKS.....	66
Concepto.....	66

Antecedentes .....	66
Principales variedades de snacks .....	66
Características de los snacks .....	67
Valor Nutricional de los Snacks .....	67
Empaque de los snacks .....	68
CONSUMIDOR .....	68
Calidad.....	68
Distribución .....	68
Mercado.....	69
Producto .....	69
Oferta.....	70
Demanda .....	70
Precio.....	70
Promoción.....	71
Publicidad .....	71
INGENIERÍA DEL PROYECTO O ESTUDIO TÉCNICO .....	72
Presupuesto Técnico .....	72
Inversiones Fijas .....	73
Inversiones Diferidas .....	73
Capital de Trabajo.....	73
ESTUDIO FINANCIERO .....	73
Balance General .....	74
Estado de Pérdidas y Ganancias.....	74
Flujo de Caja.....	75
Evaluación Financiera.....	75
Valor Actual Neto (VAN) .....	75
Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	76
Beneficio – Costo.....	76
Periodo de Recuperación de la Inversión .....	77
CAPÍTULO III.....	78
ESTUDIO DE MERCADO.....	78
PRESENTACIÓN.....	78

OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO .....	79
Objetivo general .....	79
Objetivos específicos .....	79
VARIABLES .....	79
INDICADORES DE CADA VARIABLE .....	80
MATRIZ DE ESTUDIO DE MERCADO .....	81
IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO .....	82
Productos para consumidores.....	82
Descripción de los productos .....	82
Productos dirigidos para los fabricantes.....	83
MERCADO META.....	84
INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	84
Segmento de mercado.....	84
Tamaño del Universo .....	86
Determinación de la muestra.....	86
Diseño de los Instrumentos de Investigación .....	87
Análisis e Interpretación de resultados.....	88
IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA.....	100
Proyección de la demanda.....	101
IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA.....	102
Proyección de la oferta de productos .....	102
BALANCE DEMANDA – OFERTA.....	104
Estimación de la Demanda Insatisfecha .....	104
ANÁLISIS DE COMPETIDORES.....	104
Productos .....	105
ANÁLISIS DE PRECIOS .....	105
Precios de productos.....	106
Proyección de precios de productos .....	107
PLAN DE COMERCIALIZACIÓN .....	108
Estrategias de los productos .....	108
Producto.....	108
Precio .....	109

Plaza.....	110
Publicidad y Promoción .....	111
CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO .....	113
CAPÍTULO IV.....	114
ESTUDIO TECNICO DE INGENIERIA DEL PROYECTO .....	114
OBJETIVOS DE ESTUDIO TÉCNICO.....	114
Objetivo General.....	114
Objetivos Específicos.....	114
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	114
Macro Localización .....	115
Micro Localización .....	115
Vías de Acceso.....	117
UBICACIÓN DE LA PLANTA.....	117
Etapas de pre- operación. ....	118
Diseño de instalaciones .....	118
Distribución de la planta.....	119
FLUJO GRAMA DEL PROCESO.....	122
Proceso de producción de snacks. ....	122
Proceso de comercialización de los snacks.....	123
PROCESO ELABORACIÓN. ....	124
Papas Fritas.....	124
Chifles De Sal .....	126
Chifles De Dulce .....	128
Yucas Fritas .....	131
RECURSOS E INVERSIÓN .....	132
Materia Prima e Insumos .....	132
Materiales de apoyo y equipos .....	133
Instalaciones.....	134
PRESUPUESTO TÉCNICO.....	137
Valorización de las inversiones.....	137
Resumen de la inversión fija y a diferirse, existente y a realizarse. ....	141
FINANCIAMIENTO .....	142

TALENTO HUMANO REQUERIDO. ....	143
Administrativo.....	143
Producción. ....	145
Servicios.....	145
TAMAÑO DEL PROYECTO.....	146
Rendimientos Aproximados De Productos SNACKS .....	149
SEGUIMIENTO Y MONITOREO.....	150
CAPÍTULO V .....	151
ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	151
PRESUPUESTO DE INVERSIÓN.....	151
Inversión requerida.....	151
CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD Y LA TASA DE RENDIMIENTO MEDIO. ....	151
DETERMINACIÓN DE INGRESOS. ....	152
Proyecciones de ventas de los snacks.....	153
DETERMINACIÓN DE EGRESOS.....	154
Costos de producción.....	154
Materia Prima Directa e indirecta .....	154
Mano de obra Directa e Indirecta .....	156
Costos Indirectos de fabricación .....	159
Gastos administrativos. ....	162
Gastos suministros de oficina.....	163
Gastos de ventas. ....	164
Determinación del Capital de Trabajo. ....	165
Gastos financieros.....	165
DEPRECIACIONES .....	167
ESTADOS FINANCIEROS.....	169
Balance general. ....	169
Estado de pérdidas y ganancias proyectado.....	170
Flujo de Caja Proyectado. ....	172
EVALUACIÓN FINANCIERA.....	174
Tasa de redescuento.....	174

Valor actual neto (VAN).....	174
Tasa interna de retorno (TIR).....	175
Beneficio – costo.....	176
Período de recuperación de la inversión.....	177
Sensibilidad y riesgo del proyecto.....	178
RESUMEN DE INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA.....	178
PUNTO DE EQUILIBRIO .....	179
CAPÍTULO VI.....	181
ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA.	181
Estructura administrativa .....	181
Denominación de la empresa. ....	181
Importancia. ....	181
Beneficiarios. ....	182
Sector económico. ....	182
Tipo de empresa. ....	182
Misión de la empresa.....	183
Visión de la empresa. ....	183
Objetivos, Principios, Políticas, Valores de PROTRAL S.A. ....	184
Objetivos.....	184
Principios .....	184
Políticas .....	185
Valores.....	186
Estructura organizacional. ....	187
Orgánico estructural.....	187
Niveles administrativos. ....	188
Atribuciones y perfiles de los niveles administrativos. ....	189
Junta de accionistas .....	189
Gerente general.....	190
Secretaria y Contabilidad .....	195
Ventas.....	199
Recursos Humanos .....	202
Jefe de Producción .....	206

Operarios de Producción.....	209
Bodeguero.....	211
Guardia De Seguridad.....	213
Chofer .....	216
Limpieza.....	218
ASPECTOS LEGALES DE CONSTITUCIÓN .....	220
Requisitos para sacar el ruc.....	221
Requisitos para la patente municipal.....	224
Requisitos de permiso sanitario .....	225
CAPÍTULO VII.....	227
IMPACTOS DEL PROYECTO.....	227
ANTECEDENTES.....	227
ANÁLISIS DE IMPACTOS.....	227
Impacto social.....	228
Impacto económico.....	230
Impacto ambiental.....	231
Impacto educativo – cultural.....	232
Impacto empresarial - comercial.....	234
Resumen general de impactos.....	236
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	239
Conclusiones:.....	239
Recomendaciones:.....	241
BIBLIOGRAFÍA .....	242
LINCOGRAFIA.....	245
ANEXOS .....	249
ANEXO 1 Entrevista a Proveedores.....	250
ANEXO 2 Entrevista A Productores .....	252
ANEXO 3 Entrevista A Comercializadores .....	254
ANEXO 4 Entrevista A Consumidores .....	257
ANEXO 5 Contrato De Trabajo A Plazo Fijo .....	260
ANEXO 6 Código de Trabajo .....	264
ANEXO 7 Ley de Régimen Tributario Interno.....	266

## INDICE DE TABLAS

TABLA 1: "MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA" .....	34
TABLA 2: "ADQUISICIÓN" .....	42
TABLA 3: "TIPOS DE SNACKS" .....	43
TABLA 4: "CANTIDAD DE SNACKS" .....	44
TABLA 5: "MONTO DE SNACKS" .....	45
TABLA 6: "UTILIDAD DE SNACKS" .....	47
TABLA 7: "MATERIA PRIMA INDIRECTA QUE PUEDEN DISTRIBUIR" .....	49
TABLA 8: "VENTA DE SNACKS" .....	50
TABLA 9: "EMPAQUE DE SNACKS" .....	51
TABLA 10: "DETERMINACIÓN PARA LA COMPRA" .....	52
TABLA 11: "DISTRIBUCIÓN DE SNACKS" .....	53
TABLA 12: " MATRIZ DE ESTUDIO DE MERCADO" .....	81
TABLA 13: "MATRIZ DE SEGMENTACIÓN DE MERCADO" .....	85
TABLA 14: "PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN" .....	86
TABLA 15: "CONSUMO DE SNACKS" .....	89
TABLA 16: "PREFERENCIA DE SNACKS" .....	90
TABLA 17: "PRESUPUESTO DIARIO" .....	91
TABLA 18: "FRECUENCIA DE CONSUMO" .....	92
TABLA 19: "TIPO DE SNACKS" .....	93
TABLA 20: "PREFERENCIA DE SABOR" .....	94
TABLA 21: "TAMAÑO" .....	95
TABLA 22: "CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO" .....	96
TABLA 23: "PRECIOS USD" .....	97
TABLA 24: "MEDIOS DE COMUNICACIÓN" .....	98
TABLA 25: "CENTROS DE EXPENDIO PREFERIDOS" .....	99
TABLA 26: "CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA" .....	100
TABLA 27: "PROYECCIÓN DE LA DEMANDA" .....	101
TABLA 28: "CANTIDAD OFERTADA ACTUAL DEL PRODUCTO" .....	102
TABLA 29: "PIB" .....	103
TABLA 30: "PROYECCIÓN DE OFERTA" .....	103
TABLA 31: "DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA" .....	104
TABLA 32: "PRECIOS DE LAS COMPETENCIAS" .....	106
TABLA 33: "PROYECCIÓN DE PRECIOS" .....	107
TABLA 34: "DIAGRAMA DE DISTRIBUCIÓN" .....	110
TABLA 35: "PLANTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN" .....	119

TABLA 36: “IDENTIFICACIÓN DE LAS INSTALACIONES” .....	121
TABLA 37: “FLUJO GRAMA DEL PROCESO” .....	122
TABLA 38: “PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN” .....	123
TABLA 39: “TERRENO” .....	137
TABLA 40: “CONSTRUCCIÓN” .....	138
TABLA 41: “EQUIPO DE OFICINA” .....	138
TABLA 42: “MUEBLES Y ENSERES” .....	139
TABLA 43: “SUMINISTROS DE OFICINA” .....	139
TABLA 44: “MAQUINARIA Y EQUIPO” .....	140
TABLA 45: “SUMINISTROS DE LIMPIEZA” .....	140
TABLA 46: “INVERSIÓN PARA EL PROYECTO” .....	141
TABLA 47: “INVERSIÓN A DIFERIRSE” .....	141
TABLA 48: “RESUMEN DE INVERSIÓN PARA EL PROYECTO” .....	142
TABLA 49: “FUENTES Y USOS DEL FINANCIAMIENTO” .....	142
TABLA 50: “PERSONAL REQUERIDO” .....	146
TABLA 51: “RENDIMIENTOS APROXIMADOS” .....	149
TABLA 52: “CÁLCULO POR UNIDADES” .....	149
TABLA 53: “INVERSIÓN REQUERIDA” .....	151
TABLA 54: “COSTO DE OPORTUNIDAD” .....	152
TABLA 55: “VENTAS DE PRODUCTOS SNACKS – ANUALES” .....	153
TABLA 56: “PROYECCIÓN DE VENTAS – ANUALES EN USD” .....	153
TABLA 57: “MATERIA PRIMA DIRECTA” .....	155
TABLA 58: “MATERIA PRIMA INDIRECTA” .....	155
TABLA 59: “PROYECCIÓN MATERIA PRIMA DIRECTA” .....	156
TABLA 60: “PROYECCIÓN MATERIA PRIMA INDIRECTA” .....	156
TABLA 61: “ROL DE PAGOS” .....	158
TABLA 62: “PROYECCIÓN MANO OBRA DIRECTA” .....	159
TABLA 63: “PROYECCIÓN MANO OBRA INDIRECTA” .....	159
TABLA 64: “SERVICIOS BÁSICOS” .....	160
TABLA 65: “PROYECCIÓN GASTOS SERVICIOS BÁSICOS” .....	160
TABLA 66: “GASTOS DE CONSTITUCIÓN” .....	161
TABLA 67: “PROYECCIÓN GASTOS DE CONSTITUCIÓN” .....	161
TABLA 68: “RESUMEN COSTOS DE PRODUCCIÓN” .....	162
TABLA 69: “PROYECCIÓN DE SALARIOS ADMINISTRATIVOS” .....	163
TABLA 70: “GASTO VENTAS” .....	164
TABLA 71: “PROYECCIÓN DE GASTO VENTAS” .....	164
TABLA 72: “CAPITAL DE TRABAJO” .....	165
TABLA 73: “DATOS PARA LA AMORTIZACIÓN” .....	166
TABLA 74: “TABLA DE AMORTIZACIÓN MENSUAL” .....	166
TABLA 75: “DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS” .....	168
TABLA 76: “BALANCE GENERAL” .....	170
TABLA 77: “ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS” .....	171

TABLA 78:“FLUJO DE CAJA PROYECTADO” .....	173
TABLA 79:“VAN” .....	175
TABLA 80:“TASA INTERNA DE RETORNO” .....	175
TABLA 81“COSTO-BENEFICIO” .....	176
TABLA 82:“RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN” .....	177
TABLA 83:“INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA” .....	178
TABLA 84:“PUNTO DE EQUILIBRIO” .....	179
TABLA 85:“ORGANIGRAMA PROTRAL S.A.” .....	187
TABLA 86:“ESCALA DE IMPACTOS” .....	227
TABLA 87:“MEDICIÓN DEL IMPACTO SOCIAL” .....	228
TABLA 88:“MEDICIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO” .....	230
TABLA 89:“MEDICIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL” .....	231
TABLA 90:“MEDICIÓN DEL IMPACTO EDUCATIVO-CULTURAL” .....	232
TABLA 91:“MEDICIÓN DEL IMPACTO EMPRESARIAL-COMERCIAL” .....	234
TABLA 92: “RESUMEN GENERAL DE IMPACTOS” .....	236

## **ÍNDICE DE GRÁFICOS**

GRÁFICO NO. 1 “ADQUISICIÓN” .....	42
GRÁFICO NO. 2 “TIPOS DE SNACKS” .....	43
GRÁFICO NO. 3“CANTIDAD DE SNACKS” .....	44
GRÁFICO NO. 4 “MONTO DE SNACKS” .....	46
GRÁFICO NO. 5 “UTILIDAD DE SNACKS” .....	48
GRÁFICO NO. 6 “MATERIA PRIMA INDIRECTA QUE PUEDEN DISTRIBUIR” .....	49
GRÁFICO NO. 7 “VENTA DE SNACKS” .....	50
GRÁFICO NO. 8 “EMPAQUE DE SNACKS” .....	51
GRÁFICO NO. 9 “DETERMINACIÓN PARA LA COMPRA” .....	52
GRÁFICO NO. 10 “DISTRIBUCIÓN DE SNACKS” .....	53
GRÁFICO NO. 11 “PRODUCTO FINAL” .....	83
GRÁFICO NO. 12 “CONSUMO DE SNACKS” .....	89
GRÁFICO NO. 13 “PREFERENCIA DE SNACKS” .....	90
GRÁFICO NO. 14 “PRESUPUESTO DIARIO” .....	91
GRÁFICO NO. 15 “FRECUENCIA DE CONSUMO” .....	92
GRÁFICO NO. 16 “TIPO DE SNACKS” .....	93
GRÁFICO NO. 17 “PREFERENCIA DE SABOR” .....	94
GRÁFICO NO. 18 “TAMAÑO” .....	95
GRÁFICO NO. 19 “CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO” .....	96
GRÁFICO NO. 20 “PRECIOS USD” .....	97
GRÁFICO NO. 21 “MEDIOS DE COMUNICACIÓN” .....	98
GRÁFICO NO. 22 “CENTROS DE EXPENDIO PREFERIDOS” .....	99

GRÁFICO No. 23 “NOMBRE DE LA EMPRESA” .....	108
GRÁFICO No. 24 “MARCA DEL PRODUCTO” .....	109
GRÁFICO No. 25 “PRODUCTO PARA LA VENTA” .....	109
GRÁFICO No. 26 “HOJA VOLANTE” .....	111
GRÁFICO No. 27 “PÁGINA WEB” .....	112
GRÁFICO No. 28 “MAPA DE LA PROVINCIA” .....	115
GRÁFICO No. 29 “MAPA “ .....	116
GRÁFICO No. 30 “CROQUIS” .....	117
GRÁFICO No. 31 “INFRAESTRUCTURA” .....	120
GRÁFICO No. 32 “POLIPROPILENO DE MEDIA DENSIDAD” .....	133
GRÁFICO No. 33 “ETIQUETAS” .....	133
GRÁFICO No. 34 “MATERIALES DE TRABAJO” .....	133
GRÁFICO No. 35 “MATERIALES DE LIMPIEZA” .....	134
GRÁFICO No. 36 “EQUIPOS Y MATERIALES DE SEGURIDAD INDUSTRIAL” .....	134
GRÁFICO No. 37 “BODEGA DE MATERIA PRIMA” .....	134
GRÁFICO No. 38 “BODEGA DE MATERIA PRIMA” .....	135
GRÁFICO No. 39 “PROCESAMIENTO DE LOS SNACKS” .....	135
GRÁFICO No. 40 “EMPACADO Y ETIQUETADO” .....	136
GRÁFICO No. 41 “ALMACENAMIENTO” .....	136
GRÁFICO No. 42 “BODEGA DE DESPERDICIOS” .....	137
GRÁFICO No. 43 “ASPERSORES” .....	147
GRÁFICO No. 44 “BANDAS TRANSPORTADORAS” .....	147
GRÁFICO No. 45 “ENVASADORA Y SELLADORA” .....	148
GRÁFICO No. 46 “ETIQUETADORA” .....	148
GRÁFICO No. 47 “MISIÓN DE LA EMPRESA” .....	183
GRÁFICO No. 48 “VISIÓN DE LA EMPRESA” .....	183

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1 ANTECEDENTES**

En la provincia de Imbabura se encuentra el cantón Antonio Ante que está ubicado en la hoya de Ibarra a 12 km, al sur Oeste de Ibarra, posee tierras fértiles aptas para el cultivo de cereales y legumbres por lo que se le considera el granero de Imbabura.

En el transcurso de los años este cantón se ha ido transformando en un centro industrial de la moda ya que ofrece una variedad de tejidos, ropa confeccionada en algodón con hermosos diseños y colores, comercializados a precios cómodos, convirtiéndola en una ciudad progresiva y totalmente activa.

Dos hechos grandiosos contribuyeron con la cantonización; la instalación de la fábrica textil y la llegada del ferrocarril lo que dio una verdadera transformación al sector urbano del cantón Antonio Ante.

El General Alberto Enríquez Gallo, fue quien rubricó el decreto de la cantonización, el 2 de marzo de 1938, en calidad de jefe supremo de la República, posicionándose el primer Consejo Cantonal.

En los años de máxima producción la fábrica dio trabajo a más de un millar de personas del cantón y provincia, abasteciendo el exigente mercado nacional e internacional, generando empleo directo e indirecto que realmente dinamizó la economía local y regional.

Existe LA FÁBRICA TEXTIL IMBABURA ubicada en la parroquia de Andrade Marín perteneciente al cantón Antonio Ante, construida en 1924

por inversionistas españoles, este año cambio la dinámica social, cultural y económica de este cantón y la provincia de Imbabura.

En el año de 1965 cerró la fábrica después de varias crisis laborales y económicas, por lo tanto, en el año 2001 esta fábrica con todo sus componentes fue declarado “Bien perteneciente al Patrimonio cultural de la Nación”, con esta fábrica se realizará un proyecto cultural, social, turístico y productivo de la región, el cual está financiado por el Presidente de la República, el Economista Rafael Correa Delgado y el Gobierno Autónomo Descentralizado de Antonio Ante liderado actualmente por el Ingeniero Ramiro Posso.

La Fábrica Imbabura contará con un moderno teatro auditorio, con una capacidad para 450 personas que podrán disfrutar de eventos artísticos, culturales, conciertos, coros, etc., a más de eso contaremos con el museo sindicalista donde se revive la historia del sindicalismo en el Ecuador donde hombres y mujeres desarrollaron los movimientos obreros sindicales, también se cuenta con el museo interactivo donde se presentará una gran cantidad de elementos estratégicamente distribuidos para todas las personas al interior y exterior de la Ex Fábrica.

De igual manera dentro de esta fábrica se brindará servicios especializados con la finalidad de mejorar la productividad y competitividad del área textil a nivel nacional e internacional.

Existe dentro de la Fábrica; salones de diferentes eventos sociales, restaurantes con capacidad de 185 personas y 250 espacios verdes prevista para recepciones las cuales serán promovidas y organizadas por la Empresa Pública y los actores del sector gastronómico local, provincial y nacional.

La fábrica cuenta con una plaza artesanal donde se exhiben las mejores artesanías locales, nacionales y regionales, para incentivar de esta forma las cadenas productivas y la economía popular y solidaria. En esta plaza se brindará espectáculos sociales y culturales.

En esta gran fábrica se abrirá un almacén de souvenirs donde se ofrecerá a los visitantes locales, nacionales y extranjeros un lugar donde se exhiben y venden productos alusivos a la historia, cultura, tradición del cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura y de la región.

Para tener el deleite de observar y ser partícipe de este lugar espectacular, el Ministerio de Turismo implementará dentro de la Ex Fábrica Imbabura, una oficina de promoción turística, la cual nos brindará información integral y virtual de todas las alternativas turísticas y de hospedaje que le ofrece la Provincia.

Actualmente en la actividad textil existen más de 300 empresas registradas entre pequeñas, medianas y grandes

#### **1.1.1 Problema a Satisfacer**

El proyecto tiene como propósito cubrir la demanda insatisfecha con un producto de consumo masivo de alta calidad y a un costo accesible, ya que en el cantón Antonio Ante permanecer latente un déficit de snacks al no existir plantas productoras radicadas en el área local, razón por la cual los puntos de venta existentes se ven en la obligación de adquirirlos en otros cantones, con nuestra investigación pretendemos reactivar la economía en esta área, creando una empresa de este tipo que brinde nuevas fuentes de trabajo en un entorno de empresa legalmente constituida y con grandes aspiraciones, tanto para los socios, trabajadores y consumidores.

#### **1.1.2 Objetivos**

##### **General**

Realizar un diagnóstico situacional del Cantón Antonio Ante, que permita identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para creación de la empresa productora y comercializadora de snacks.

## **Específicos**

1. Realizar un análisis de la industria de snacks en el cantón Antonio Ante, lugar donde se creará la empresa.
2. Analizar los sistemas de producción para definir los procesos de elaboración en la empresa.
3. Establecer los canales de comercialización y distribución de los snacks a los diferentes puntos de ventas.
4. Determinar la viabilidad y rentabilidad que implica constituir una empresa de estas características.

### **1.1.3 Variables Diagnosticas**

Una vez establecido los objetivos del diagnóstico, se han identificado las siguientes variables:

- ➔ Industrialización
- ➔ Producción
- ➔ Comercialización y Distribución
- ➔ Viabilidad y Rentabilidad

### **1.1.4 Indicadores De Cada Variable**

#### **Industrialización**

- ☞ Ubicación
- ☞ Vías de acceso
- ☞ Infraestructura
- ☞ Capital
- ☞ Talento humano
- ☞ Formas de producción

#### **Producción**

- ☞ Materia prima
- ☞ Tipos de materia prima
- ☞ Volumen de producción

- ☞ Mano de obra
- ☞ Costos indirectos

### **Comercialización y Distribución**

- \* Oferta
- \* Demanda
- \* Competencia
- \* Estrategias de venta
- \* Marca y publicidad

### **Viabilidad Y Rentabilidad**

- ❖ Consumo
- ❖ Utilidad
- ❖ Ingreso
- ❖ Gasto

**TABLA 1: “Matriz de Relación Diagnóstica”**

**1.1.5 Matriz De Relación Diagnóstica**

<b>OBJETIVOS</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>FUENTE</b>	<b>TÉCNICAS</b>	<b>PÚBLICO META</b>
Realizar un análisis de la industria de snacks en el cantón Antonio Ante, lugar donde se creará la empresa	Industrialización	Ubicación	Primaria	Entrevista	<b>Expertos</b>
		Vías de acceso	Primaria	Entrevista	<b>Expertos</b>
		Infraestructura	Primaria	Entrevista	<b>Expertos</b>
		Capital	Secundaria	Documento	<b>Empresas</b>
		Talento humano	Primaria	Observación	<b>Expertos</b>
		Formas de producción	Primaria	Entrevista	<b>Expertos</b>
Analizar los sistemas de producción para definir los procesos de elaboración en nuestra empresa.	Producción	Materia prima	Primaria	Entrevistas	<b>Proveedores</b>
		Tipos de materia prima	Primaria	Observación	<b>Productores</b>
		Volumen de producción	Secundaria	Documentos	<b>Expertos</b>
		Mano de obra	Primaria	Observación	<b>Productores</b>
		Costos indirectos	Secundaria	Documentos	<b>Empresas</b>
Establecer los canales de comercialización y distribución de los snacks a los diferentes puntos de ventas.	Comercialización y Distribución	Demanda	Primaria	Encuesta	<b>Comerciantes</b>
		Competencia	Primaria	Observación	<b>Expertos</b>
		Estrategias de venta	Primaria	Entrevista	<b>Proveedores</b>
		Marca y publicidad	Primaria	Encuesta	<b>Expertos</b>
Determinar la viabilidad y rentabilidad que implica constituir una empresa de estas características	Viabilidad y Rentabilidad	<b>Utilidad</b>	<b>Primaria</b>	<b>Encuestas</b>	<b>Expertos</b>
		<b>Ingreso</b>	<b>Primaria</b>	<b>Encuestas</b>	<b>Expertos</b>
		<b>Gasto</b>	<b>Primaria</b>	<b>Encuestas</b>	<b>Expertos</b>

**Elaborado por:** Los Autores

### 1.1.6 Identificación De La Población

Para el presente estudio el universo a investigar son los proveedores-productores y comercializadores de los snacks en el cantón Ibarra ya que es el proveedor y productor más cercano al Cantón Antonio Ante.

El número de productores a investigar son 6, los cuales brindarán la información necesaria para poder desarrollar este proyecto.

De igual manera el número de proveedores de materia prima directa a investigar son 10 la cual abastecerán de información necesaria.

El número de comerciantes a investigar son 15 los cuales están dispuestos a colaborar con la información necesaria.

Para la recolección de datos como información primaria se ha realizado en base a lo siguiente:

**Observación Directa:** consiste en visitar los lugares de estudio donde se elaboran los snacks.

**Encuestas:** Las encuestas se realizarán a los comerciantes, proveedores y productores de snacks.

**Entrevistas:** Una entrevista es un diálogo entablado entre dos o más personas: el entrevistador o entrevistadores que interrogan y él o los entrevistados que contestan.

**Opinión de expertos:** Se solicita información al personal experto en elaboración de los snacks.

Y para obtener la información secundaria se ha realizado la investigación en publicaciones, periódicos, revistas e internet.

## **1.2 EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN**

### **1.1.1 Resultado de entrevista aplicada a proveedores de materia prima.**

**1.- ¿Cuál es el principal producto que cultiva y/o vende?**

#### **ANÁLISIS**

De las entrevistas realizadas a los proveedores se ha determinado que la mayoría vende papa, verde, maduro y yuca ya que no posee hectáreas necesarias para el cultivo propio.

**2.- ¿Usted produce o vende el producto?**

#### **ANÁLISIS**

Como se lo describió en la pregunta anterior solo venden los productos ya que no tienen de hectáreas para poder cultivar la materia prima.

**3.- ¿Cuánto tiempo trabaja en la producción o venta del producto?**

#### **ANÁLISIS**

Se ha determinado que la mayoría de personas trabajan más de 20 años vendiendo esos productos por lo que es su medio económico para subsistir.

**4.- ¿Cuál es la cantidad de producto que comercializa mensualmente?**

#### **ANÁLISIS**

La cantidad de producto que adquiere a los mercados minoristas es variable ya que algunos proveedores compran desde 4 a 8 quintales por semana para la venta.

**5.- ¿De qué condiciones depende el cambio de precio de su Producto?**

### **ANÁLISIS**

El precio cambia cuando el producto al adquirirlo a incrementado o ha bajado su valor, debido a diferentes causas que alteren su disponibilidad, dependiendo de estos factores también se puede generar la utilidad mínima, moderada o significativa que tiene el proveedor.

**6. ¿Qué posibilidad hay de realizar descuentos por volumen de venta?**

### **ANÁLISIS**

Todas las personas entrevistadas supieron manifestar que al vender a gran cantidad hacen descuentos con la finalidad de tener clientela fija y con la expectativa de tener más clientes.

**7.- ¿Cree usted que su producto es de calidad?, ¿Por qué?**

### **ANÁLISIS**

En la entrevista casi todos los proveedores nos informan que al revisar el producto después de adquirirlo notan que no está en buen estado por lo que deben seleccionar el producto para sacarlo a la venta.

**8.- ¿Cree usted que es diferente a los otros proveedores? y ¿por qué?**

### **ANÁLISIS**

Los proveedores se consideran diferentes ya que tienen un estilo de venta para atraer más clientela aparte de los que ya tienen fijamente ya que de eso depende obtener una utilidad.

**9.- ¿Está en capacidad de abastecer el producto necesario a una empresa productora de snacks?**

### **ANÁLISIS**

Todas las personas encuestadas estarían gustosas y en capacidad de abastecer a nuestra empresa productora de snacks manifestando que si tuvieran la oportunidad tendrían un trabajo estable y sería un ingreso económico seguro.

### **1.2.1 Resultado de Entrevista aplicada a productores de snacks**

#### **1.- ¿Cómo se creó esta empresa?**

##### **ANÁLISIS**

Las empresas entrevistadas que no tiene nombre aún, se crearon de una manera casera que después fue creciendo hasta convertirse en distribuidores dentro y fuera de la provincia.

#### **2.- ¿Hace cuánto tiempo elaboran los snacks?**

##### **ANÁLISIS**

Todas estas empresas elaboran los snacks desde hace mucho tiempo, se podría decir entre 2 y 20 años, desde que las empresas se crearon de forma casera.

#### **3.- ¿Cómo está constituida su empresa?**

##### **ANÁLISIS**

Las 3 empresas están constituidas netamente por familiares los cuales a la cabeza están los Señores: Carlos Rodríguez, Segundo Ortega (Hermanos) y Marcela Cabrera (Sobrina).

Las otras 3 empresas son caseras que solo venden en su propio local.

#### **4.- ¿Qué tipo de snacks producen?**

##### **ANÁLISIS**

Todas las empresas venden Papas Fritas, Chifles de sal y dulce con sus respectivas salsas y supieron manifestar que las yucas no elaboran por lo que este producto es muy duro de freír.

#### **5.- Su producción, ¿es para el mercado interno o para el externo?**

##### **ANÁLISIS**

Los lugares a donde distribuyen los snacks son: Ibarra, San Gabriel, Tulcán, Cayambe, Otavalo, Esmeraldas, Santo Domingo los cuales hasta la fecha no han tenido ninguna queja de los distribuidores.

#### **6. ¿A dónde distribuye la mayor parte de los snacks?**

##### **ANÁLISIS**

Las empresas entrevistadas manifiestan que todas las Provincias antes mencionadas en la actualidad compran por igual para distribuir en los diferentes puntos de ventas.

#### **7.- ¿Es fácil para ustedes obtener la materia prima directa e indirecta para la elaboración de los snacks?**

##### **ANÁLISIS**

Todos los encuestados dicen que si es fácil de conseguir la materia prima directa e indirecta para la elaboración de los snacks.

**8.- ¿Cree usted que los snacks que produce son de buena calidad?**

**ANÁLISIS**

Cada encuestado manifestó que los snacks que elaboran son de buena calidad, aunque han tenido algunas visitas del ministerio de salud para verificar como es la producción y han dejado varias reformas, las cuales informaron que cumplen a cabalidad y hacen los cambios necesarios.

**9.- ¿Usted saca una ganancia moderada o significativa después de vender sus snacks?**

**ANÁLISIS**

Las empresas al momento de distribuir los cartones de snacks la ganancia por cartón son alrededor de \$5 a \$10 dólares manifestando que la utilidad es moderada ya que es solo para subsistir.

## 1.2.2 Resultados de encuestas aplicadas a comerciantes de snacks

### 1.- ¿Usted adquiere los snacks?

**TABLA 2: "Adquisición"**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	15	100%
NO		
<b>TOTAL</b>	15	100%

Fuente: Comercializadores  
Elaborado por: Los Autores

**Gráfico No. 1 "Adquisición"**



Fuente: Comercializadores  
Elaborado por: Los Autores

## **ANÁLISIS**

Todos los locales consultados expenden los snacks quedando de mostrado de esta manera que es un producto de consumo masivo ya que tiene gran acogida en el Cantón Antonio Ante en la Provincia de Imbabura.

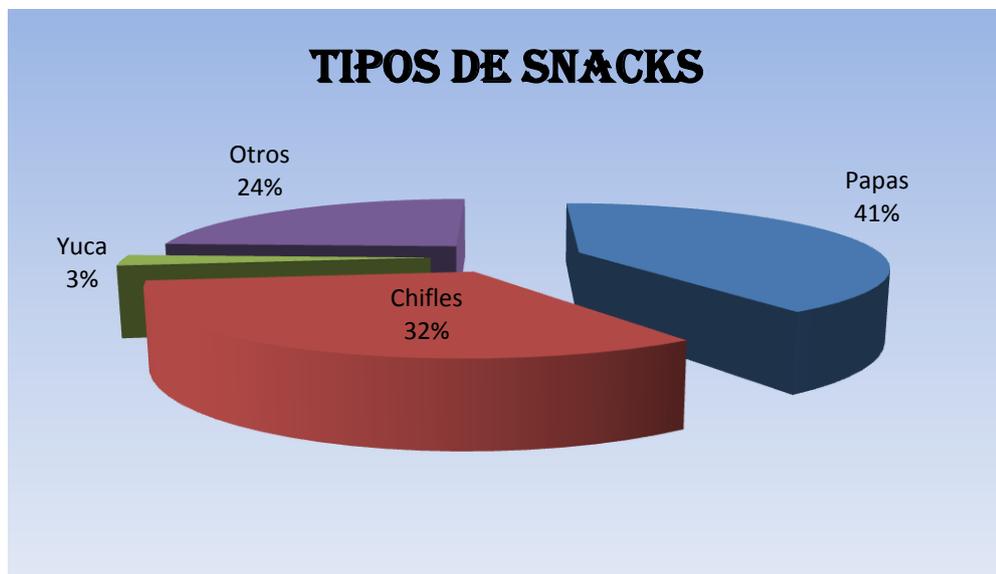
## 2.- ¿Señale qué clase de snacks adquiere?

**TABLA 3: "Tipos de snacks"**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Papas	15	100%
Chifles	12	80%
Yuca	1	6.67%
Otros	9	60%

Fuente: Comercializadores  
Elaborado por: Los Autores

**Gráfico No. 2 "Tipos De Snacks"**



Fuente: Comercializadores  
Elaborado por: Los Autores

## ANÁLISIS

De acuerdo a los resultados obtenidos se pudo determinar que el producto con más flujo de venta de los snacks son las papas fritas y en último lugar las yucas demostrando que los productos de yuca no ha sido aceptado por los consumidores.

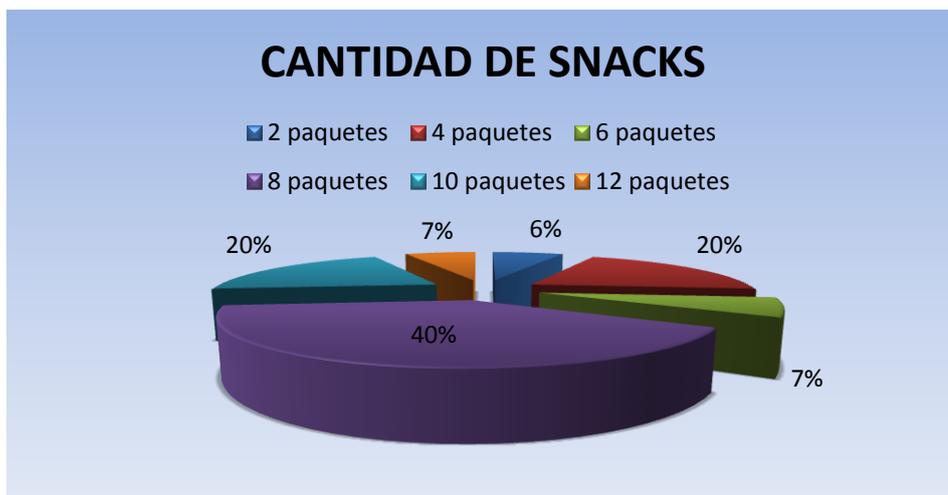
### 3.- ¿En qué cantidades solicita los snacks por semana?

**TABLA 4: "Cantidad de snacks"**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2 paquetes	1	6.67 %
4 paquetes	3	20.00 %
6 paquetes	1	6.67 %
8 paquetes	6	40.00 %
10 paquetes	3	20.00 %
12 paquetes	1	6.67 %
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>100.00 %</b>

Fuente: Comercializadores  
Elaborado por: Los Autores

**Gráfico No. 3 "Cantidad De Snacks"**



Fuente: Comercializadores  
Elaborado por: Los autores

## ANÁLISIS

Basándose en las encuestas acerca de las cantidades que solicitan los comerciantes da como resultado de que es necesario producir 1320 unidades de snacks para abastecer semanalmente en promedio a los 15 locales encuestados.

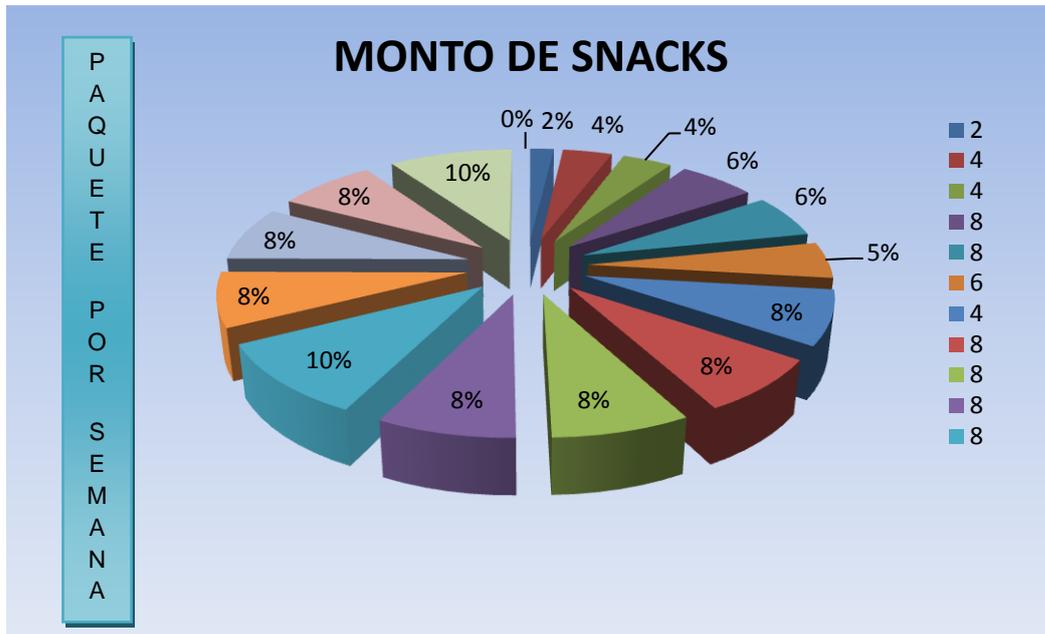
4.- ¿Que monto destina para la compra de snacks por semana?

TABLA 5: "Monto de snacks"

PAQUETES	GASTO SEMANAL EN SNACKS	COSTO POR PAQUETE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2	7,3	3,65	1	6.66
4	15,2	3,8	1	6.66
4	15,2	3,8	1	6.66
8	24	3	1	6.66
8	24	3	1	6.66
6	20	3,33	1	6.66
4	30	7,5	1	6.66
8	30	3,75	1	6.66
8	30	3,75	1	6.66
8	30	3,75	1	6.66
8	40	5	1	6.66
10	30	3	1	6.66
10	30	3	1	6.66
10	30	3	1	6.66
12	38	3,17	1	6.66
<b>Total del costo</b>		56,5		
<b>Encuestas</b>		15		
<b>Promedio por paquete</b>		3,77	12 unid. por paquete	0,31ctvs cada unidad

Fuente: Comercializadores  
Elaborado por: Los Autores

**Gráfico No. 4 “Monto De Snacks”**



Fuente: Comercializadores  
Elaborado por: Los Autores

## ANÁLISIS

A partir de los valores de gastos semanales que se pudo recolectar, se obtuvo el precio promedio de cada paquete, con la finalidad de demostrar el costo real del producto por unidad para la compra de los snacks.

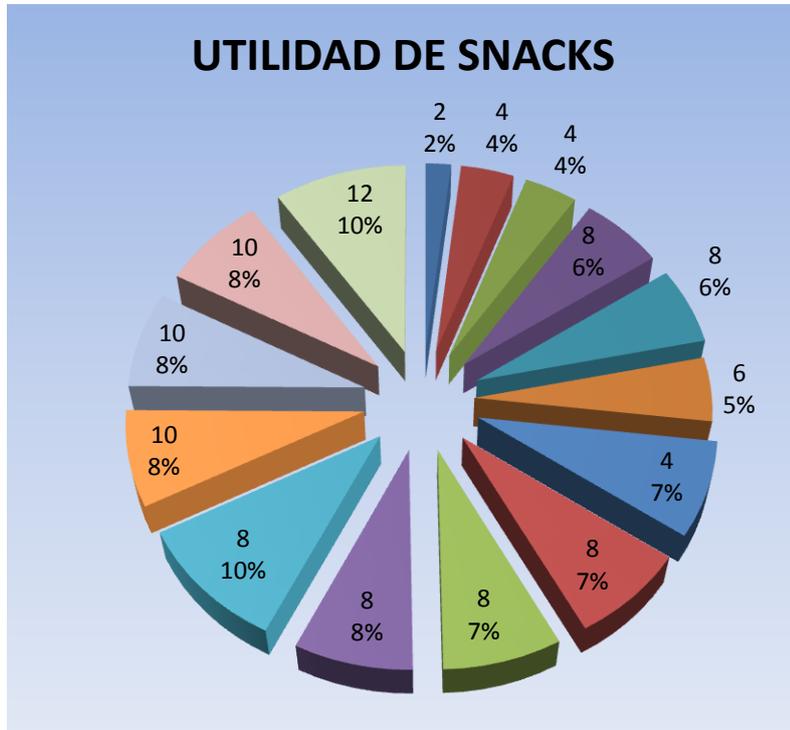
5.- ¿Cuál es la utilidad que obtiene después de la venta de los snacks?

**TABLA 6: "Utilidad de snacks"**

PAQUETES	GASTO SEMANAL EN SNACKS	UTILIDAD SOBRE 0,31 COSTO	FRECUENCIA	PRECIO DE VENTA POR PAQUETE DE 0,35 POR UNIDAD
2	7,44	0,96	1	8,4
4	14,88	1,92	1	16,8
4	14,88	1,92	1	16,8
8	29,76	3,84	1	33,6
8	29,76	3,84	1	33,6
6	22,32	2,88	1	25,2
4	14,88	1,92	1	16,8
8	29,76	3,84	1	33,6
8	29,76	3,84	1	33,6
8	29,76	3,84	1	33,6
8	29,76	3,84	1	33,6
10	37,20	4,8	1	42
10	37,20	4,8	1	42
10	37,20	4,8	1	42
12	44,64	5,76	1	50,4
<b>TOTAL UNIDADES</b>		<b>52.8</b>	<b>15</b>	<b>462.00</b>

Fuente: Comercializadores  
Elaborado por: Los Autores

**Gráfico No. 5 “Utilidad De Snacks”**



**Fuente:** Comercializadores

**Elaborado por:** Los autores

## **ANÁLISIS**

De acuerdo a la investigación, la utilidad promedio que el comercializador obtiene después de las ventas es moderada ya que por cada paquete vendido se recupera un porcentaje de la inversión.

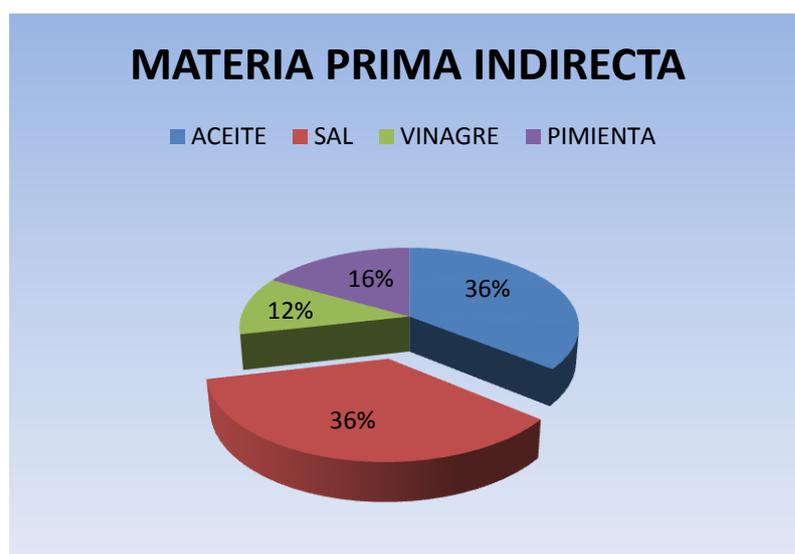
6.- Indique los productos que está en capacidad de proveer para la elaboración de los snacks.

**TABLA 7: “Materia Prima Indirecta Que Pueden Distribuir”**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Aceite	15	100%
Sal	15	100%
Vinagre	5	33.33%
Pimienta	7	46.67%

Fuente: Comercializadores  
Elaborado por: Los Autores

**Gráfico No. 6 “Materia Prima Indirecta Que Pueden Distribuir”**



Fuente: Comercializadores  
Elaborado por: Los Autores

## ANÁLISIS

Del total de locales encuestados, se concluye que todos nos pueden proveer las principales materias primas indirectas, demostrando así la facilidad para adquirir los elementos necesarios para la elaboración de snacks.

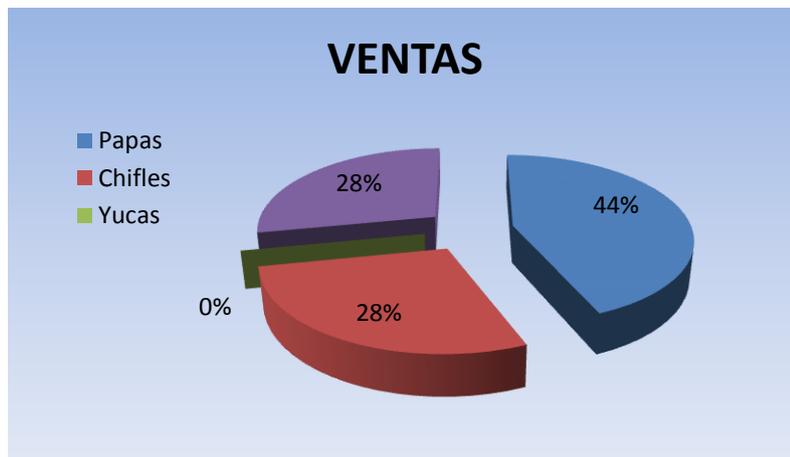
## 7.- ¿Cuál es el snacks que se vende más rápido?

**TABLA 8: “Venta De Snacks”**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Papas	14	93.33%
Chifles	9	60%
Yucas	0	0%
Otros	9	60%

Fuente: Comercializadores  
Elaborado por: Los Autores

**Gráfico No. 7 “Venta De Snacks”**



Fuente: Comercializadores  
Elaborado por: Los Autores

## ANÁLISIS

Se puede deducir que la mayoría de los locales encuestados, considera que las papas fritas es el producto que mayor salida registra, en un segundo lugar los chifles y otros productos, mientras que las yucas no tienen porcentaje al ser un producto que no se comercializa.

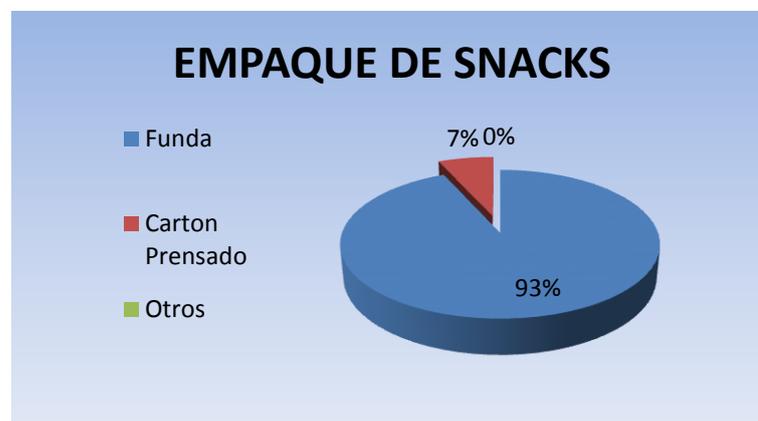
## 8.- ¿Cuál es el empaque que prefiere para sus snacks?

**TABLA 9: “Empaque De Snacks”**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Funda	14	93.33%
Cartón prensado	1	6.67%
Otros	0	0%

Fuente: Comercializadores  
Elaborado por: Los Autores

**Gráfico No. 8 “Empaque De Snacks”**



Fuente: Comercializadores  
Elaborado por: Los Autores

## ANÁLISIS

El examen muestra que los productos que más venta tienen, son los empacados en funda manifestando que los productos con otros empaques cuestan más y no son accesibles para el bolsillo de los comerciantes y posiblemente también para algunos de los consumidores.

**9.- ¿Cuáles son los atributos determinantes para decidir su compra por snacks?**

**TABLA 10: “Determinación Para La Compra”**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	7	46.67%
Cantidad	2	13.33%
Marca	6	40%
Total	15	100%

Fuente: Comercializadores  
Elaborado por: Los Autores

**Gráfico No. 9 “Determinación Para La Compra”**



Fuente: Comercializadores  
Elaborado por: Los Autores

**ANÁLISIS**

Los comercializadores de snacks manifiestan una tendencia preferencial para realizar sus pedidos tomando en cuenta en primera instancia, el precio, posterior a ello, la marca, y finalmente la cantidad, de esta manera demostrando que se debe predefinir las estrategias.

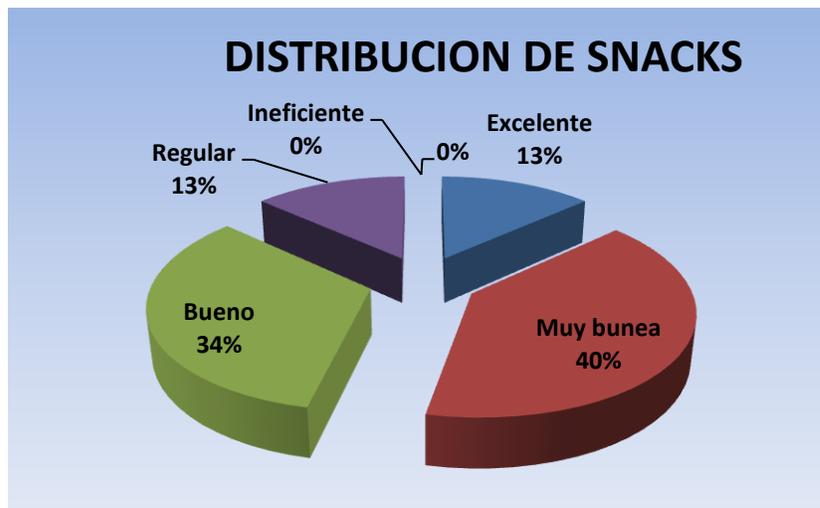
**10.- La entrega de los snacks por parte de sus distribuidores son:**

**TABLA 11: “Distribución De Snacks”**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	2	13.33%
Muy buena	6	40%
Bueno	5	33.33%
Regular	2	13.33%
Ineficiente	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Fuente: Comercializadores  
Elaborado por: Los Autores

**Gráfico No. 10 “Distribución De Snacks”**



Fuente: Comercializadores  
Elaborado por: Los autores

**ANÁLISIS**

Las encuestas revelan un grado de satisfacción “Muy buena” por parte de sus distribuidores, y “Excelente” en un tercer lugar, posición que comparte con la calificación “Regular”, dando a conocer una tendencia aceptable la cual permite desarrollar nuevas estrategias para la empresa.

### **1.2.3 Observación Directa**

Se ha podido deducir que los snacks tienen una gran acogida en los diferentes establecimientos institucionales del Cantón Antonio Ante, que la materia prima directa e indirecta son fáciles de conseguir y a un precio accesible para desarrollar este proyecto.

## **1.3 CONSTRUCCIÓN MATRIZ AOR**

### **1.3.1 Aliados**

- ➔ Comerciantes que ayuden a distribuir el producto.
- ➔ Clientes que consuman el producto.
- ➔ Proveedores que entreguen la materia prima directa e indirecta para la elaboración de los productos.
- ➔ Mano de obra calificada dentro del Cantón Antonio Ante

### **1.3.2 Oponentes**

- ✚ Carencia de mano de obra calificada.
- ✚ Número de competidores en el mercado.
- ✚ Falta de experiencia en el área.
- ✚ Competencia dentro del Cantón.

### **1.3.3 Oportunidades**

- Oportunidad de distribuir los snacks con un precio competitivo a los puntos de venta y establecimientos educativos de los diferentes cantones.
- Mercado en constante crecimiento.
- Son productos altamente comercializados y rentables.

### 1.3.4 Riesgo

- Escases de la materia prima por diversas causas.
- Inadecuado control de la caducidad de la mercadería.
- Inestabilidad del mercado.
- No tener el capital inmediato que se requiere para la conformación de la empresa.

## 1.4 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Después de haber realizado el diagnóstico situacional en el Cantón Antonio Ante, utilizando variables que definirán los estudios posteriores del proyecto, se ha identificado que existe un déficit permanente de snacks al no existir plantas productoras radicadas en el área local, razón por la cual los puntos de venta existentes se ven en la obligación de adquirirlos en otros cantones con el riesgo de no poder adquirir el producto de manera rápida y eficiente.

Con este antecedente y aprovechando las condiciones económicas del sector se plantea lo siguiente: realizar el **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE SNACKS EN EL CANTÓN ANTONIO ANTE PROVINCIA DE IMBABURA”** con la finalidad de cubrir la demanda insatisfecha fomentando la economía, con precios accesibles que generen mayor utilidad, creando un producto de consumo masivo de alta calidad.

## **CAPÍTULO II**

### **2. BASES TEÓRICAS**

#### **2.1 EMPRESA**

##### **2.1.1 Concepto**

Según (Valdivieso Bravo, 2013, pág. 3) dice que: “es una entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica a actividades de producción, comercialización y prestación de bienes y servicios a la colectividad.”

Según (López Martínez, 2009, pág. 29). Dice que: la empresa es un combinación organizada de dinero y de personas, que trabajan juntas, que producen valor material (un beneficio) tanto para las personas que han aportado ese dinero como las personas que trabajan con ese dinero (los propietarios) en esa empresa (los empleados), a través de la producción de determinados productos o servicios que venden a personas o entidades interesadas en ellos (los clientes).

La empresa abarca todo lo que es recurso económico para implementar la misma, como tiene que estar acorde de los avances tecnológicos, para así iniciar un mejor desarrollo empresarial tomado un el manejo y rapidez en las diferentes fuentes de ingreso para ofrecer el producto, bien y/o servicio.

##### **2.1.2 Importancia**

Según (López, 2012) dice que: la importancia de la empresa se materializará la capacidad intelectual, la responsabilidad y la organización, condiciones o factores indispensables para la producción.

a) Favorece el progreso humano “como finalidad principal” al permitir dentro de ella la auto realización de sus integrantes.

b) Favorece directamente el avance económico de un país.

c) Armoniza los numerosos y divergentes intereses de sus miembros: accionistas, directivos, empleados, trabajadores y consumidores.

Además la empresa “promueve” el crecimiento o desarrollo, ya que la inversión es “oferta” y es “demanda”.

La empresa productora y comercializadora de snacks es importante porque promueve el crecimiento económico dando oportunidades de trabajo a las diferentes personas para ser parte de la elaboración de los productos.

### 2.1.3 Clasificación

a) **Según la magnitud** ([www.monografias.com](http://www.monografias.com), s/f)

- **Grande:** Su constitución se soporta en grandes cantidades de capital, un gran número de trabajadores y el volumen de ingresos al año, su número de trabajadores excede a 100 personas.
- **Mediana:** Su capital, el número de trabajadores y el volumen de ingresos son limitados y muy regulares, número de trabajadores superior a 20 personas e inferior a 100.
- **Pequeñas:** Se dividen a su vez en.
  - **Pequeña:** Su capital, número de trabajadores y sus ingresos son muy reducidos, el número de trabajadores no excede de 20 personas.
  - **Micro:** Su capital, número de trabajadores y sus ingresos solo se establecen en cuantías muy personales, el número de trabajadores no excede de 10 (trabajadores y empleados).
  - **Famiempresa:** Es un nuevo tipo de explotación en donde la familia es el motor del negocio convirtiéndose en una unidad productivo

## **b) Según la actividad o naturaleza**

Las empresas pueden clasificarse, de acuerdo con la actividad que desarrollen, en:

**Industriales**, Transforman materias primas en nuevos productos. Ejem. Textiles

**Comerciales**: es la compra y venta de productos, intermediarios entre productos y compradores.

**Servicios**: generación y ventas de productos intangibles

**Agropecuarios**: explotación de productos agrícolas y pecuarios.

**Mineras**: explotan los recursos del subsuelo

## **c) Según la forma jurídica**

Atendiendo a la titularidad de la empresa y la responsabilidad legal de sus propietarios. Podemos distinguir:

- **Empresas individuales**: si sólo pertenece a una persona. Esta puede responder frente a terceros con todos sus bienes, es decir, con responsabilidad ilimitada, o sólo hasta el monto del aporte para su constitución, en el caso de las empresas individuales de responsabilidad limitada. Es la forma más sencilla de establecer un negocio y suelen ser empresas pequeñas o de carácter familiar.
- **Empresas societarias o sociedades**: constituidas por varias personas. Dentro de esta clasificación están:
- **La sociedad anónima**, es aquella sociedad mercantil cuyos titulares lo son en virtud de una participación en el capital social a través de títulos o acciones. Las acciones pueden diferenciarse entre sí por su distinto valor nominal o por los diferentes privilegios vinculados a éstas, como por ejemplo la percepción a un dividendo mínimo.

- **La sociedad colectiva**, Se trata de una sociedad externa (que actúa y responde frente a terceros como una persona distinta a la de sus socios), que realiza actividades mercantiles o civiles bajo una razón social unificada, respondiendo los socios de las deudas que no pudieran cubrirse con el capital social.
- **La sociedad comanditaria**, es una sociedad de tipo personalista que se caracteriza por la coexistencia de socios colectivos, que responden ilimitadamente de las deudas sociales y participan en la gestión de la sociedad, y socios comanditarios que no participan en la gestión y cuya responsabilidad se limita al capital o comprometido con la comandita.
- **La sociedad de responsabilidad limitada** es un tipo de sociedad mercantil en la cual la responsabilidad está limitada al capital aportado, y por lo tanto, en el caso de que se contraigan deudas, no se responde con el patrimonio personal de los socios.
- **La sociedad por acciones simplificada S.AS.** (paulortiz.com, 2008), introduce un tipo social híbrido, con autonomía, tipicidad definida y con una regulación vinculada al régimen general de las sociedades.
- **Las cooperativas:** es una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para formar una organización democrática cuya administración y gestión debe llevarse a cabo de la forma que acuerden los socios, generalmente en el contexto de la economía de mercado o la economía mixta, aunque las experiencias cooperativas se han dado también como parte complementaria de la economía planificada.
- Otras organizaciones de economía social.

De acuerdo con los autores la clasificación empresarial es netamente necesaria ya que cada una de los diferentes tipos de empresas tiene un rol específico para poder solventar las necesidades y dudas de los clientes.

## **2.2. MICROEMPRESA**

### **2.2.1 Concepto**

Según (blogdiario.com/hispavista, 2008) define como Micro Empresa o Pequeña Empresa a aquella empresa que opera una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, y que desarrolla cualquier tipo de actividad de producción o de comercialización de bienes, o de prestación de servicios.

Dependiendo de la actividad productiva de la empresa se puede definir si es Macro o Microempresa según el desarrollo de la producción o comercialización de productos, bienes y/o servicios.

### **2.2.2 Importancia**

Según (Wikipedia, 2009) Las pequeñas y medianas empresas cumplen un importante papel en la economía de todos los países.

Las principales razones de su existencia son:

- ▶▶ Pueden realizar productos individualizados en contraposición con las grandes empresas que se enfocan más a productos más estandarizados.
- ▶▶ Sirven de tejido auxiliar a las grandes empresas.
- ▶▶ La mayor parte de las grandes empresas se valen de empresas subcontratadas menores para realizar servicios u operaciones que de estar incluidas en el tejido de la gran corporación redundaría en un aumento de coste.

La microempresa es importante ya que se enfocan en elaborar productos estandarizados ya sea para consumo o para servicios de tal manera que se pueda satisfacer las necesidades del cliente.

### 2.2.3 Objetivos de una microempresa

Los objetivos de una microempresa según (slideshare, 2008, pág. 4) son los siguientes:

- Crear microempresas sustentables con mínimo costo financiero
- Generar fuentes de trabajo estables en las comunidades
- Promover la cultura emprendedora
- Generar redes de apoyo de tipo técnico y financiero para la reinserción de los emprendedores en la actividad económica Marco legal sobre el cual se brindará el soporte y financiamiento a la microempresa

### 2.2.4 Clasificación (wikiteka, 2009)

#### a) Según las actividades que desarrollan pueden ser:

- **Microempresa Productivas:** se dedica a la transformación de la materia prima, convirtiéndola en productos terminados.
- **Microempresa Comerciales:** se dedican a la venta de bienes y servicios.
- **Microempresa Familiares:** es cuando el propietario del capital pertenece a un grupo familiar.
- **Microempresa Societarios:** surge de un cuerpo entre dos o más personas.
- **Microempresa Unipersonal:** es cuando el propietario del capital es una sola persona.

#### b) Según el tipo de población involucrada.

- **Microempresa de Subsistencia:** sus características más destacadas es que poseen un bajo nivel de productividad,
- **Microempresa Acumulación Simple:** las ventas que generan solo permiten superar los costos de producción.

- **Microempresa Acumulación Amplia:** su característica principal es la capacidad de elevar su productividad.

**c) Según la cantidad de funciones que desarrolla:**

- **Microempresa de función única:** desarrolla una sola actividad
- **Microempresa de 2 funciones:** desarrollan dos funciones tienen la misma importancia, se superan una a la otra.
- **Microempresa de función múltiple:** incorpora varias funciones, su gestión es más complicada.

**d) Según la novedad de su producción.**

- **Microempresa de producción por copia:** produce bienes y servicios que ya están en el mercado tratando de marcar el marketing.
- **Microempresa de producción innovadora:** producen bienes y servicios e introduce algunas modificaciones.

La creación de una microempresa es importante ya que permite la realización de un proyecto ya establecido la cual la puede dirigir una persona natural o jurídica dependiendo de qué producto, bien y/o servicio va a ofrecer.

## **2.3 COMERCIALIZACIÓN**

### **2.3.1 Definición**

**Comercialización:** Según (Definición ABC, s/f) se refiere al conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean.

### **2.3.2 Estrategias de comercialización**

Según (García, s/f), Las estrategias de comercialización es un factor importante en el mundo ya que es la actividad primordial y se realiza

cotidianamente en el comercio, comercializar es importante ya que los países tienen una forma de elevar su economía y tener preferencias arancelarias y tratados que puedan tener una ventajas competitiva

### **2.3.3 Ventajas y desventajas de comercialización**

Según (García, s/f) la nos dice que: las Ventajas de comercialización las podemos ver en los diferentes grupos de mercados, como en el grupo agrícola se debe ver en que podemos controlar los precios para un nivel para que se aprueben las ventas, planificar el precio de los presupuestos sociales y en los subsidios para que se garantice los precios competitivos para que se exporten y la venta interna en las divisas, se favorecen en limitarse en los recursos de la prioridad para ubicarlos en las más eficientes y necesarios para los países de tener mayores beneficios.

Desventajas pueden ser que eleven los precios y nos les permitan recuperar los gastos de producción, aunque quede insatisfecha la demanda, la fijación de precios es la que matiza la información y la objetividad de un proceso en el proceso de producción.

Se puede concluir diciendo que toda comercialización de los snacks es muy importante ya que es la parte clave de nuestra empresa para obtener buenos resultados.

### **2.3.4 Canal de comercialización**

Según (Lopez-Pinto Ruiz, 2008) dice que los canales de comercialización son la “Vía de encaminamiento de bienes o productos entre dos tipos de intermediarios de la distribución”

Se puede definir que el canal de comercialización no es de una sola persona sino de varias ya que con esta cadena podrán entregar más snacks a los diferentes puntos de venta dentro y fuera de la provincia.

### **2.3.5 Proceso de comercialización**

Según (Lopez-Pinto Ruiz, 2008) dice que “en el proceso de comercialización intervienen una serie de variables no controlables directamente entre las siguientes.

- Mercado. producto y entorno
- Mercado, competencia y entorno
- Precios, posicionamiento y promoción”

El proceso de comercialización ciertamente incluye al producto, al entorno y exclusivamente al precio, posicionamiento para que la empresa de snacks tenga éxito en el sector de Antonio Ante

## **2.4 COSTOS DE PRODUCCIÓN**

### **2.4.1 Materia Prima Directa**

Según el autor (Rincon Soto, 2011, pág. 38) nos dice que la “materia prima se define como aquellos materiales que guardan relación directa con el producto, bien sea por la fácil asignación o lo relevante de su valor.

Según el autor (Berrio & Catrillon, 2008, pág. 3) “La materia prima directa, son aquellos materiales en el proceso de producción, se usan en cuantías significativas y tienen un valor significativo”.

### **2.4.2 Materia Prima Indirecta**

Según el autor: (Enciclopedia de Tareas, 2012) se refiere a “La materia prima indirecta, son todos los materiales incluidos en la elaboración de un producto que no se consideran directos”.

La materia prima directa es un factor necesario para nuestra empresa de snacks ya que sin ellos no podríamos elaborar el producto en este caso serían las papas, verdes y maduro. La materia prima indirecta sería un complemento para esta elaboración como el aceite, vinagre, sal, etc.

#### **2.4.3 Mano de Obra Directa**

Según (Castrillon, 2010, pág. 4) “es la mano de obra que se puede identificar con el bien fabricado.”

En este caso la mano de obra se refiere a las personas que van a estar elaborando los snacks directamente en el área de producción.

#### **2.4.4 Mano de Obra Indirecta:**

Según (Wikipedia, 2014) “Es la mano de obra consumida en las áreas administrativas de la empresa que sirven de apoyo a la producción y al comercio”.

La mano de obra directa en la empresa será el personal que va a estar en la elaboración de los snacks y la mano de obra indirecta es de igual manera importante ya que son parte de la empresa, pero no participan en el proceso de producción como por ejemplo el personal de aseo.

#### **2.4.5 Costos indirectos de fabricación**

Según (Rincon, Lasso, & Parrado, 2012) “son todos los costos de fábrica que no se pueden relacionar directamente dentro del proceso de fabricación, porque su cálculo para integrarlo es bastante complejo por su variabilidad entre productos o, porque su precio es imperceptible”.

Los costos indirectos son aquellos que no afectan al proceso de producción de los snacks este caso sería el arriendo del lugar donde se elaborarán los snacks, etc.

## **2.5 SNACKS**

### **2.5.1 Concepto**

Según el autor (Correa, 2011) “El alimento tipo snacks es aquel tipo de comida fácil de llevar y de comer, usualmente del tamaño de un bocado y que se consume entre las comidas regulares.”

Los snacks son una gran variedad de productos de comida fácil para saborear durante el día por ello vamos a crear esta empresa para satisfacer esa demanda

### **2.5.2 Antecedentes (wikipedia, 2013)**

Los alimentos tipo snacks siempre han tenido una parte importante en la vida y dieta de todas las personas. Un sin número de alimentos pueden ser utilizados como snacks, siendo los más populares las papas fritas, frituras de maíz, pretzels, nueces y snacks extrudidos (Maga 2000). Sin embargo, un problema interesante que ha venido surgiendo desde hace mucho tiempo, se encuentra en la definición o categorización de lo que es un “snacks” o “alimento tipo snacks”, ya que no se puede asignar a un sólo estilo de producto o alimento. Además, cierto tipo de alimentos que fueron extremadamente populares en el pasado no fueron considerados culturalmente ni históricamente como alimentos snacks, aunque debido a cambios drásticos en los estilos de vida y en las técnicas de comercialización, estos productos pasaron a ser considerados como alimentos tipo snacks de la noche a la mañana.

### **2.5.3 Principales variedades de snacks**

Existe gran variedad de snacks para compartir con la familia o con amigos. En cualquier momento se puede disfrutar de este producto de excelente calidad.

(Correa, 2011) Dice que “El mercado norteamericano cuenta con una amplia variedad de snacks, que se pueden clasificar en salados del tipo “chips”, nut snacks (de nueces y otras semillas), meat snacks (de carne), cheese snacks (de queso), frozen snacks (congelados), bakery ítems (productos horneados) y pretzels.

En la actualidad se han incorporado los “snacks saludables” y dentro de ellos, las frutas secas y las mezclas de fruta seca y frutos secos, comercializados en formato “ready-to-eat” como bocados de fruta seca como producto individual, mezclada en paquetes o en barras, con distintas semillas, granos, cereales, etc.”

En realidad existe gran variedad de snacks ya que la demanda es demasiado grande y hay una gran aceptación de estos productos por lo que es un alimento que se puede comer durante el día, en este proyecto nuestra selección abarca solo a las patatas fritas, yuquitas fritas y chifles.

#### **2.5.4 Características de los snacks**

- Los snacks son una manera práctica de poder controlar el hambre y la ansiedad de los periodos entre comidas.
- Muchos de los snacks contribuyen con energía y carbohidratos que necesitan el cuerpo humano diariamente para su correcto funcionamiento además contiene un mínimo de saborizantes y colorantes.
- Es un producto cuya presentación lo hace agradable a la vista.
- Es fácilmente adaptable a cualquier tipo de publicidad.

#### **2.5.5 Valor Nutricional de los Snacks**

Los snacks contienen un valor nutricional muy alto ya que la papa contiene muchos micronutrientes al igual que los plátanos y la yuca cuenta con un alto nivel de vitamina A, B, C, lo que hace al producto saludable y comestible en cualquier sitio que desee el consumidor.

### **2.5.6 Empaque de los snacks**

El producto ya listo se empaqueta en bolsas de polietileno controlando el peso de las mismas de modo que cada empaque lleve lo indicado en la etiqueta.

Las etiquetas deben ser debidamente elaboradas con la información requerida por la Norma Nacional de Etiquetado. Si las bolsas son pre-impresas la operación de etiquetado se obvia.

## **2.6 CONSUMIDOR**

Las exigencias del consumidor al igual que los snacks son variables, por ello realizamos varias encuestas para determinar cuál es el producto con mayor aceptación para las personas.

### **2.6.1 Calidad**

Según el autor (Armendariz, 2010) “es algo que va implícito en los genes de la humanidad es la capacidad del ser humano por hacer las cosas”

Según (Hernandez, Palafox, & Rodriguez, 2012, pág. 24) dice que “es la capacidad para comprender las necesidades de los usuarios y satisfacerlas plenamente.

Nuestra empresa productora y comercializadora de snacks se caracteriza por la buena calidad de productos que vamos a ofrecer al público en general

### **2.6.2 Distribución**

Según (wikipedia, 2013) La distribución es aquel conjunto de actividades, que se realizan desde que el producto ha sido elaborado por el fabricante hasta que ha sido comprado por el consumidor final, y que tiene por objeto precisamente hacer llegar el producto (bien o servicio) hasta el consumidor.

Son las actividades que se van ejecutar para la elaboración de los snacks a partir del producto que se produce hasta que haya sido comprado por los consumidores.

### **2.6.3 Mercado**

Según el autor (Agueda, 2008) explica que mercado se “define en función de las personas u organizaciones actuales y potenciales que tienen necesidad o deseo de bienes o servicios, disponen de los recursos y poseen capacidad para adquirirlos”

Según el autor (Machuca, López, & Viscarri, 2008) define como mercado “el lugar físico o ideal que se produce una relación de intercambio”

En el caso de la empresa productora de snacks mercado viene a ser un intercambio de productos por lo que se entregan los snacks y se recibe el dinero con la finalidad de cubrir y satisfacer la necesidad del cliente

### **2.6.4 Producto**

Según (López Pinto, 2008) El producto es “todo aquello que se ofrece en un mercado para su adquisición, uso o consumo y que es capaz de satisfacer una necesidad o deseo”.

Según (Lerma E., 2010, pág. 3) nos dice que “es cualquier bien y o servicio elaborado por el talento humano, y que se ofrece al mercado con el propósito de satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores o usuarios, generando mediante el intercambio un ingreso económico a los oferentes con una probable ganancia.”

El producto a ofrecer son los snacks que la empresa producirá después de una serie de actividades con el objeto de cubrir la necesidad de los consumidores dentro y fuera del Cantón Antonio Ante.

### **2.6.5 Oferta**

Según (economía. WS, 2007-2009) “La oferta es la cantidad de productos o servicios ofrecidos en el mercado. En la oferta, ante un aumento del precio, aumenta la cantidad ofrecida”.

La oferta son los snacks que se ofrecen en el mercado con un precio concreto y en determinados momentos puede bajar el precio por motivo de publicidad y promoción para que tenga más acogida el producto.

### **2.6.6 Demanda**

Según (wikipedia, 2013) la demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.

La demanda de snacks es la necesidad de consumo de la población de acuerdo a la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido.

### **2.6.7 Precio**

Según la autora (Parreño, 2008) define como el “Valor de transacción fijado por las empresas para intercambiar en el mercado los productos que fabrica y/o comercializa”

El precio es el equilibrio monetario que propone la empresa contra puesto con el valor que los consumidores están dispuestos a pagar por el producto.

### **2.6.8 Promoción**

Según (Vertice, 2008) define a la promoción como “conjunto de acciones diversas de tipo comercial cuya utilización se sitúa en el marco de la política general de marketing dirigida principalmente al desarrollo de las ventas a corto plazo”

Promoción es la estrategia de mercado que direcciona al éxito de las ventas de snacks en periodos cortos de tiempo, puede componerse de diversos factores como: rebajas por ventas en grandes cantidades, planes de incentivo, entre otros que serán aplicados a la empresa para los fines empresariales.

### **2.6.9 Publicidad**

Según (Vilajoana, 2011) “es una de las técnicas más empleadas por empresas e instituciones para hacer llegar sus mensajes al público”.

Según (Garcia Sanchez, 2008) “la publicidad es un elemento del marketing que tiene por finalidad producir conocimiento para los consumidores con objeto de crear demanda para el producto, reduciendo los costos de percepción y aportando un doble interés para el receptor”.

La publicidad es el medio de información por medio del cual se intenta persuadir a los potenciales compradores para que estos prefieran el snacks producido por la empresa y no el de la competencia, además de ser un factor de distinción y prestigio para la marca.

## **2.7 INGENIERÍA DEL PROYECTO O ESTUDIO TÉCNICO**

Según (Cocogum, s/f) se entiende por ingeniería de proyecto, la etapa dentro de la formulación de un proyecto de inversión donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto.

Según (Scribd, s/f) es la rama de la ingeniería que estudia los proyectos, estudia las actividades comprendidas en la:

- Concepción, planteamiento, organización, diseño, ejecución y verificación de dispositivos, procesos, sistemas, construcciones e instalaciones en cualquier campo tecnológico.
- Las interacciones derivadas del desarrollo, utilización y desactivación del objeto del proyecto con el entorno con el que se relaciona.

Luego de la consulta con el personal técnico especializado el Estudio Técnico es la etapa del proyecto en la cual se describen la localización, ingeniería, análisis y descripción de los procesos de producción que van a desarrollarse en las empresas además de aspectos como la maquinaria a utilizarse, estructuración de las obras civiles relacionadas con la infraestructura física, servicios básicos, que se requieren para la correcta culminación del proyecto.

### **2.7.1 Presupuesto Técnico**

Según (wikipedia, 2013) en el campo de la Ingeniería, un Proyecto Técnico es el conjunto de planos, esquemas y textos explicativos utilizados para definir (en papel, digitalmente, en maqueta o por otros medios de representación) las condiciones de una obra, fabricación, montaje, instalación o máquina.

El presupuesto técnico consiste en determinar las inversiones fijas, diferidas y capital de trabajo.

### **2.7.1.1 Inversiones Fijas**

Según (unitec, s/f) Comprende todos los activos fijos o tangibles (que se pueden tocar) y diferidos o intangibles (que no se pueden tocar) necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo. Puede ver plan de manufactura, en el estudio técnico.

### **2.7.1.2 Inversiones Diferidas**

Según (Itozabá, 2008-2014) “la Inversión Diferida también denominada Gastos Pre-operativos, se refiere a egresos de dinero durante la fase pre-operativa del proyecto en bienes o servicios intangibles; es decir, normalmente, no perceptibles por los sentidos humanos y por lo tanto, son financieramente amortizables”.

### **2.7.1.3 Capital de Trabajo**

Según (unitec, s/f) Desde el punto de vista contable, es la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante.

Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto a la inversión en activo fijo y diferido) con el que se cuenta para que empiece a funcionar una empresa; Esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos; entonces, debe comprarse materia prima, pagar mano de obra directa que la transforme, otorgar crédito en las primeras ventas y contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa.

## **2.8 ESTUDIO FINANCIERO**

Según (Piedra, 2009, pág. 23) muestra el patrimonio de la empresa al final del ejercicio, comprendiendo, con la debida separación, el activo, el pasivo y el patrimonio neto.

El estudio financiero permite desarrollar toda la información monetaria que sirve para determinar la viabilidad del proyecto para lo cual se debe establecer las operaciones necesarias para que la empresa marche de una manera exitosa visualizando a su vez el crecimiento de la misma después de un tiempo.

### **2.8.1 Balance General**

Según (Velar, Garcia, & Cañadas, 2009) El Balance General es “un estado contable de naturaleza estática y no dinámica que representa la estructura económico-financiera de la empresa.”

Según (Baena Toro, 2010) El balance general, “es un estado financiero básico que tiene como fin indicar la posición financiera de una empresa o ente económica en una fecha determinada”.

Es el documento donde se encuentra toda la información financiera de una empresa, que se presenta en una fecha determinada para dar a conocer en qué estado económico está la misma

### **2.8.2 Estado de Pérdidas y Ganancias**

Según (Gerence.com, 2010) “es un estado que muestra el aumento o la disminución del capital contable o patrimonio de la empresa como secuencia de las operaciones practicadas durante un periodo de tiempo, mediante la descripción de los diferentes conceptos de ingresos, costos, gastos y productos que las mismas provocaron”

Este estado puede determinar si obtuvo utilidad o pérdida en la empresa en un tiempo determinado con la finalidad de que el dueño de la empresa analice la situación financiera, su estructura de ingresos, costos y tomar decisiones acertadas sobre el futuro de la misma.

### **2.8.3 Flujo de Caja**

Según (wikipedia, 2013) El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

El flujo de caja es un estado financiero de una empresa que se presenta en forma resumida en un periodo determinado con la finalidad de obtener una idea del comportamiento del proyecto en el tiempo.

### **2.8.4 Evaluación Financiera**

Según (ehow en español, s/f) Una evaluación financiera de proyectos es una investigación profunda del flujo de fondos y los riesgos, con el objeto de determinar un eventual rendimiento de la inversión realizada en el proyecto

Al terminar la evaluación financiera sabremos:

- a. VAN o valor actual neto.
- b. TIR o tasa interna de retorno con sus acepciones: financiera y económica.
- c. Beneficio Costo e índice de rentabilidad beneficio-costos.
- d. Tiempo de recuperación de la inversión
- e. PE o punto de equilibrio

### **2.8.5 Valor Actual Neto (VAN)**

Según (Crece negocios, 2008) El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.

Fórmula:

$$VAN = \frac{\sum FC}{(1+i)^n}$$

### 2.8.6 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Según (Crece negocios, 2008) La TIR es la tasa de descuento (TD) de un proyecto. La TIR es la máxima TD que puede tener un proyecto para que sea rentable.

Es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados. Existen tres clases de TIR.

- a. Económica cuando la inversión tiene solo aporte propio.
- b. Financiera cuando la inversión es con financiamiento.
- c. Real solo analiza los FC positivos.

Fórmula:

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) * \frac{VAN Ti}{VAN Ts - VAN Ti}$$

### 2.8.7 Beneficio – Costo

Según (Crece negocios, 2012), Beneficio-Costo “es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad, entendiéndose por proyecto de inversión no solo como la creación de un nuevo negocio, sino también, como inversiones que se pueden hacer en un negocio en marcha tales como el desarrollo de nuevo producto o la adquisición de nueva maquinaria”.

Esta relación refleja el valor que tiene el proyecto en relación a los beneficios y costos. Por lo tanto si este valor supera a uno podemos determinar que es significativo.

**Formula:**

$$B/C = \frac{\sum Ingresos}{\sum Egresos}$$

**2.8.8 Periodo de Recuperación de la Inversión**

Según (pymes futuro, 2010) es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

**Fórmula:**

$$PRK = \frac{100\%}{TIR}$$

## **CAPÍTULO III.**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO.**

#### **3.1 PRESENTACIÓN**

Elemento fundamental en todo proyecto económico productivo es el Estudio de Mercado; pues, de la demanda que tenga nuestro producto dependerá el éxito del proyecto en sí mismo.

El presente estudio de mercado se realizó en el Cantón Antonio Ante donde se investigó las variables: producto, demanda, oferta, precios, promoción y plaza.

En la investigación primaria se efectuó encuestas a clientes reales y potenciales.

En la investigación Secundaria, consistió en la obtención de estadísticas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) sobre la población económicamente activa por familias.

Para determinar el tipo de producto existente en el mercado se realizó observaciones directas a los competidores en la ciudad de Ibarra.

El objetivo del estudio de la investigación es conocer cuáles son los gustos y preferencias de los clientes y así ofrecer el snacks que ellos desean a un precio adecuado.

A continuación desarrollamos los elementos pertinentes que demostrarán lo atractivo que es el mercado para los snacks, en general, y para las papas fritas, chifles y yucas fritas en particular.

## **3.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO**

### **3.2.1 Objetivo general**

- » Realizar un estudio de mercado para determinar el nivel de aceptación de los productos en los posibles consumidores.

### **3.2.2 Objetivos específicos**

- » Identificar la demanda de snacks (papas, chifles, yuca), dentro del cantón
- » Conocer la oferta existente de snacks en el cantón
- » Determinar el tipo de producto a ofertarse en el mercado
- » Identificar los precios actuales de snacks
- » Determinar los lugares donde se demanda productos similares
- » Determinar los mecanismos de promoción óptimos en el mercado

## **3.3 VARIABLES**

Una vez establecido los objetivos del estudio de mercado, se han identificado las siguientes variables:

- » Demanda
- » Oferta
- » Producto
- » Precios
- » Plaza
- » Promoción

### **3.4 INDICADORES DE CADA VARIABLE**

#### **DEMANDA**

- ↳ Consumidores
- ↳ Cantidad total demandada
- ↳ Cantidad de compra

#### **OFERTA**

- ↳ Competidores
- ↳ Cantidad ofertada

#### **PRODUCTO**

- ↳ Marca
- ↳ Empaque
- ↳ Etiqueta

#### **PRECIO**

- ↳ precios de compra actuales
- ↳ precio de venta actuales

#### **PLAZA**

- ↳ Lugares de compra
- ↳ Destino del producto

#### **PROMOCIÓN**

- ↳ Publicidad
- ↳ Mecanismos de promoción

**TABLA 12: " Matriz de Estudio de Mercado"**

**3.5 MATRIZ DE ESTUDIO DE MERCADO**

<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>FUENTE</b>	<b>TÉCNICAS</b>	<b>PÚBLICO META</b>
Identificar la demanda de snacks (papas, chifles, yuca), dentro del cantón	Demanda	Consumidores	Primaria	Encuesta	Consumidores
		Cantidad total demandada	Primaria	Investigación	INEC
		Cantidad de compra	Primaria	Encuesta	Consumidores
Conocer la oferta existente de snacks en el cantón	Oferta	Competidores	Primaria	Observación	Competencia
		Cantidad ofertada	Primaria	Observación	Competencia
Determinar el tipo de producto a ofertarse en el mercado	Producto	Marca	Primaria	Encuesta	Consumidores
		Empaque	Primaria	Encuesta	Consumidores
		Etiqueta	Primaria	Encuesta	Consumidores
Identificar los precios actuales de snacks	Precios	Precios de compra actual	Primaria	Observación	Competencia
		Precio de venta actual	Primaria	Observación	Competencia
Determinar los lugares donde se demanda productos similares	Plaza	Lugares de compra	Primaria	Encuesta	Consumidores
		Destino del producto	Primaria	Encuesta	Consumidores
Determinar los mecanismos de promoción óptimos en el mercado	Promoción	Publicidad	Primaria	Observación	Competencia
		Mecanismos de promoción	Primaria	Observación	Competencia

Elaborado por: Los Autores

### 3.6 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

Implica una descripción muy detallada posible, para lograr que se tenga una visión e idea clara del objeto de estudio.

#### ❖ **Características de los productos a ofrecer**

- Tendrá un nombre corto que es fácil de recordar: **“Zinmark”**
- Será un producto cuya presentación lo hará agradable a la vista.
- Fácilmente adaptable a cualquier tipo de publicidad.
- Reunirá todos los requerimientos legales exigidos por la Ley.

#### ❖ **Características de la Marca:** Empaque, Etiqueta y Producto

- **Marca:** “Zinmark”
- **Empaque:** Fundas de 40 gr, 100 gr y de 190 gr, elaboradas de Prolipopileno de Aluminio, de color plateado.
- **Etiqueta:** El empaque contendrá plasmado en una de sus caras la etiqueta con el nombre del producto, y en su reverso contendrá información técnica (ingredientes, fecha caducidad, código de barras, etc.)
- **Producto:** Sus componentes básicos Papas, yucas, plátano maduro y verde, Aceites Vegetales, Sal, Saborizante ya sea de picante o limón.

#### 3.6.1 Productos para consumidores

##### 3.6.1.1 Descripción de los productos

El producto a comercializarse es un producto elaborado a base de papa, yuca, verde y maduro, el cual puede venir presentado en forma de rebanadas onduladas, puede tener diferentes sabores, como los son el sabor natural, limón o picante.

Los consumidores gustan de comer este tipo de snacks en cualquier situación, menos sentados a la mesa. A casi todos gusta saborear este tipo de papas fritas, chifles y yuquitas fritas sentados en el parque, caminando, sentados frente a la televisión, en el cine, o simplemente, frente a la pantalla de la computadora, mientras se trabaja. Esta también es una tendencia mundial.

Están dirigidas a todo tipo de consumidores, no es un producto de consumo exclusivo de algún sector en particular debido a que su precio es accesible, por lo tanto este no viene a constituir ninguna barrera o impedimento para su adquisición.

### **Gráfico No. 11 “Producto Final”**



Fuente: Google

En cuanto a la edad se puede decir que el mercado que lo consume es aquel desde los 6 años en adelante (aproximadamente).

#### **Característica de los consumidores**

- Las papas, yucas fritas y chifles presentan una peculiar característica la cual es que estos productos son de venta en lugares muy extensos y heterogéneos, pero el principal rasgo en común es el de ser consumida por una población.

#### **3.6.2 Productos dirigidos para los fabricantes**

Los productos dirigidos a los fabricantes para la elaboración de los snacks son:

## **Materia Prima e Insumos**

- ❖ La materia prima es la papa de tipo “Capira” que es la más adecuada, también se utilizan insumos como: sal, aceite, fundas, sachets de mayonesa, salsa de tomate y etiquetas.
- ❖ Para los chifles de dulce y de sal, se necesitará los plátanos verdes y maduros, de igual manera se utilizarán los insumos como: sal, aceite, fundas y etiquetas.
- ❖ Del mismo modo para las yucas fritas se adquirirá la materia prima que viene a ser la yuca con los insumos respectivos para su elaboración como: sal, aceite, fundas y etiquetas.

**b) Diseño:** El empaque de la funda es tradicional, sin embargo las papas, chifles y yuquitas tendrán forma de media luna.

**c) Precio:** El precio con el cual se ofertará el producto es de 0.35 centavos de dólar el cuál se determinó en base a la oferta y demanda.

**d) Comercialización:** Los snacks se comercializarán al por mayor y menor en bodegas y pequeñas tiendas, además se piensa utilizar un pequeño local de abastecimiento directo al consumidor.

## **3.7 MERCADO META.**

Se tiene que el mercado meta para nuestros snacks es el Cantón Antonio Ante, considerando a todas las parroquias del mismo, y pueden ser consumidos por cualquier persona, puesto que su compra es independiente de los ingresos, por lo que el producto será dirigido a la clase media baja, media y media alta, de sexo masculino o femenino que consuma snacks que mantenga una alta expectativa por el producto y que esté dispuesto a comprarlo.

## **3.8 INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

### **3.8.1 Segmento de mercado.**

La segmentación de mercado de los snacks busca nuevas oportunidades en el mercado total a través del conocimiento real de los consumidores ya que tiene una importancia estratégica para la empresa puesto que

conduce a identificar los factores claves para consolidarse en el mercado establecido, es decir, en el cantón Antonio Ante.

**TABLA 13: "Matriz de segmentación de Mercado"**

CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN	SEGMENTOS DEL MERCADO
Geográficas	País: Ecuador Provincia: Imbabura Cantones: Antonio Ante.
Demográfico	Está dirigido a toda la población económicamente activa, sin distinción de sexo en particular. Desde el punto de vista de la distribución está dirigido a todo tipo de negocio como tiendas, micro mercados, supermercados, abarrotes, mercados tradicionales, etc.
Psicográficos	Está orientado a un amplio mercado en el cuál existe multiplicidad de estilos de vida, de personalidades, y de razones para la compra del producto. Desde el punto de vista de la distribución, está dirigido a: <b>Mercados mayoristas:</b> Aquellos en los cuales se venden mercaderías al por mayor y en grandes cantidades. (Ejemplo: Supermaxi) <b>Mercado Minorista:</b> Llamados tiendas pequeñas, tiendas de abastos, donde se venden en pequeñas cantidades directamente a los consumidores.
Conductual	Adquirir y comercializar un producto de calidad

Elaborado por: Los Autores

De acuerdo al cuadro anterior se puede observar que el producto está orientado a distribuir en el Cantón Antonio Ante y sus parroquias, no existe un grupo humano definido, sino a todo tipo de consumidor desde los 6 años en adelante, la manera de comercializar será por medio de

intermediarios como las tiendas pequeñas, tiendas de abarrotes, micro mercado, supermercados.

### 3.8.2 Tamaño del Universo

En base a la matriz de segmentación, se determina el tamaño del universo, según el último Censo de población realizado por el INEC en el Cantón Antonio Ante la Población Económicamente Activa (PEA) es de 11067 personas comprendidas por el número de familias del cantón.

Población Económicamente Activa (PEA) proyectada al año 2013 con la tasa de crecimiento del 2,09% obtenida en el INEC.

**TABLA 14:**“Proyección de la población”

<b>Año</b>	<b>Población Económicamente Activa (PEA)</b>	<b>Tasa de crecimiento</b>
2010	11067	2,09%
2011	11298	
2012	11534	
<b>2013</b>	<b>11775</b>	

Fuente: INEC  
Elaborado por: Los autores

### 3.8.3 Determinación de la muestra

- **Calculo para el tamaño de la muestra**

Se aplicó la técnica de Muestreo Probabilístico. El tipo de muestreo será aleatorio simple, utilizado en un universo homogéneo, de acuerdo a los criterios de segmentación antes mencionados.

#### **Aspectos que permiten determinar el tamaño de la muestra**

Número de población por familias 11775 familias del Cantón Antonio Ante

N: 11775

n: Tamaño de la muestra

e: Error máximo accesible del tamaño de la muestra 0,05  
 $\sigma$  varianza del 0,5  
 Z: nivel de confianza 95% (1,96)

$$n = \frac{N \times Z^2 \times \delta}{E^2 (N-1) + Z^2 \times \delta}$$

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)^2(11775)}{(0.05)^2(11775-1)+(1.96)^2(0.5)^2}$$

$$n = \frac{(3.84)(0.25)(11775)}{(0.0025)(11774)+(3.84)(0.25)}$$

$$n = \frac{11304}{30.40}$$

$$n = 371.84$$

$$n = 372$$

### 3.8.4 Diseño de los Instrumentos de Investigación

La investigación de campo parte del conocimiento existente, ratificando la teoría y a su vez utiliza ciertos métodos que permiten alcanzar los objetivos planteados en cualquier trabajo investigativo o caso de estudio.

Dentro de los tipos de investigación, la clasificación que se utilizará en este proyecto es la investigación concluyente, la misma que va a permitir evaluar y seleccionar de manera profunda la información necesaria para determinar la viabilidad o el rechazo de este estudio

#### **3.8.4.1 Análisis e Interpretación de resultados**

El estudio incluye 372 encuestas a la población económicamente activa, con esto se espera recopilar datos, para, posteriormente interpretarlos y hacer uso de ellos y realizar una adecuada toma de decisiones y lograr la satisfacción de nuestros potenciales clientes.

Una vez efectuadas las encuestas se procedió a tabularlas para desarrollar la respectiva explicación y análisis de los resultados los mismos que fueron los siguientes:

### Pregunta 1

¿Usted consume snacks (papas fritas, chifles, yuca)?

**TABLA 15: "Consumo de snacks"**

RESPUESTAS	No.
SI	349
NO	23
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>

Fuente: Consumidores  
Elaborado por: Los Autores

**Gráfico No. 12 "Consumo de snacks"**



Fuente: Consumidores  
Elaborado por: Los Autores

### ANÁLISIS

La mayoría de los encuestados respondieron afirmativamente; es decir, que si consume algún tipo de snacks sea este papas fritas, chifles, o las llamadas yuquitas; y la diferencia mencionaron que no consumen.

Estos porcentajes indican el mercado potencial que existe en el cantón Antonio Ante donde se realizó la encuesta, por lo tanto es el futuro mercado meta.

## Pregunta No. 2

En su consumo de snacks ¿cuál prefiere con marca o sin marca?

**TABLA 16: “Preferencia de snacks”**

RESPUESTAS	No.
Con marca	245
Sin marca	104
No consumen	23
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>

Fuente: Consumidores  
Elaborado por: Los Autores

**Gráfico No. 13 “Preferencia de snacks”**



Fuente: Consumidores  
Elaborado por: Los Autores

## ANÁLISIS

Del dato de muestreo la mayor parte de familias manifiestan que consumen snacks de marca, el otro porcentaje de familias consumen los snacks sin marca y la diferencia no consumen, lo que nos indica que el mercado desea que sus snacks sean de marca para lo cual la empresa debe tomar en cuenta este aspecto.

### Pregunta No. 3

¿Indique la cantidad de dinero que usted presupuesta diariamente?

**TABLA 17: “Presupuesto diario”**

RESPUESTAS	No.
1-2 dólares	46
3-4 dólares	192
5-6 dólares	97
7-8 dólares	28
Más de 9	9
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>

Fuente: Consumidores  
Elaborado por: Los Autores

**Gráfico No. 14 “Presupuesto diario”**



Fuente: Consumidores  
Elaborado por: Los Autores

### ANÁLISIS

Basándose a la encuesta establecida a la PEA (Población Económicamente Activa) del Cantón Antonio Ante, indica que el costo será accesible al bolsillo de todos los habitantes del mismo.

#### Pregunta No. 4

¿Cuántas veces a la semana consume snacks?

**TABLA 18: “Frecuencia de consumo”**

RESPUESTAS	No.
1-2 veces	264
3-4 veces	52
5- o más	33
No consumen	23
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>

Fuente: Consumidores  
Elaborado por: Los Autores

**Gráfico No. 15 “Frecuencia de consumo”**



Fuente: Consumidores  
Elaborado por: Los Autores

#### ANÁLISIS

Este estudio identificó cuántas veces a la semana se consume los snacks cuyo resultado identifica que en un porcentaje mayor consumen de uno a dos veces por semana, el siguiente porcentaje de tres a 4 veces, el próximo valor más de cinco veces y la diferencia son las familias que no consumen ningún tipo de snacks, estos datos son muy importantes en la producción para saber qué cantidad de snacks se debe producir a la semana para la distribución dentro del cantón Antonio Ante.

## Pregunta No. 5

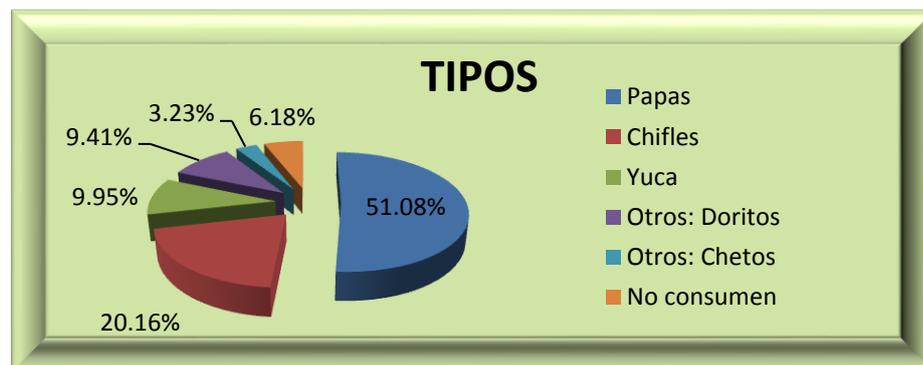
¿Qué tipo de snacks consume?

**TABLA 19:** “Tipo de snacks”

RESPUESTAS	No.
Papas	190
Chifles	75
Yuca	37
Otros: Doritos	35
Otros: Cheetos	12
No consumen	23
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>

Fuente: Consumidores  
Elaborado por: Los Autores

**Gráfico No. 16** “Tipo de snacks”



Fuente: Consumidores  
Elaborado por: Los Autores

## Análisis

De acuerdo a la encuesta realizada a la población seleccionada del cantón Antonio Ante la mayoría de los encuestados consumen Papas Fritas, seguidos con el consumo de chifles y finalizamos con el consumo de yucas, estos tres son los más importantes puesto que será la producción de la empresa.

### Pregunta No. 6

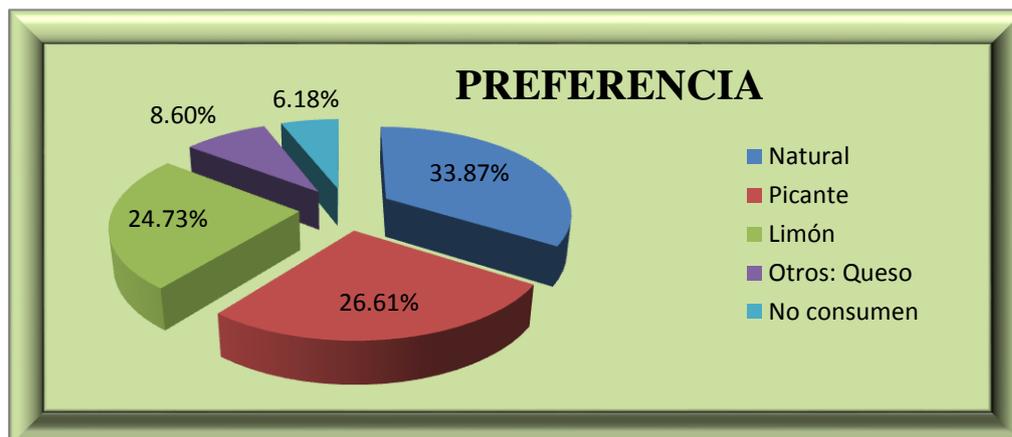
¿Qué sabor de snacks es de su preferencia?

**TABLA 20: “Preferencia de sabor”**

RESPUESTAS	No.
Natural	126
Picante	99
Limón	92
Otros: Queso	32
No consumen	23
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>

Fuente: Consumidores  
Elaborado por: Los Autores

**Gráfico No. 17 “Preferencia de sabor”**



Fuente: Consumidores  
Elaborado por: Los Autores

### ANÁLISIS

De la muestra tomada por familias del cantón Antonio Ante la mayoría de los encuestados prefiere los snacks con sabor natural, seguido del picante, luego del sabor limón y por último el sabor a queso, esto se realizó con la finalidad de saber cuál es el sabor que tiene más demanda para la venta.

### Pregunta No. 7

¿Qué tamaño de snacks prefiere?

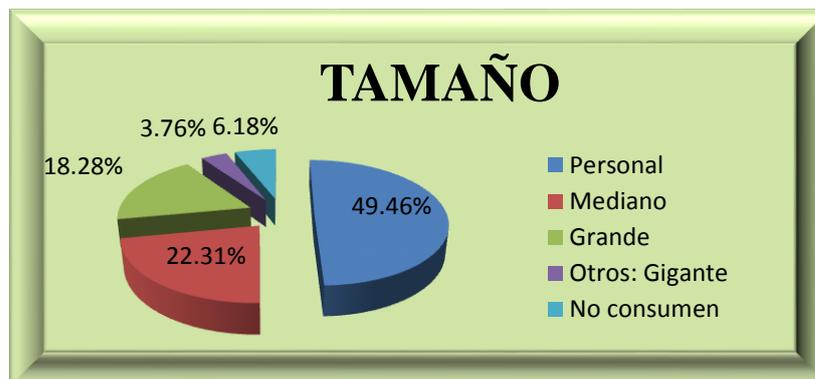
**TABLA 21: “Tamaño”**

RESPUESTAS	No.
Personal	184
Mediano	83
Grande	68
Otros: Gigante	14
No consumen	23
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>

Fuente: Consumidores

Elaborado por: Los Autores

**Gráfico No. 18 “Tamaño”**



Fuente: Consumidores

Elaborado por: Los Autores

### ANÁLISIS

Este resultado sirve para determinar a qué tamaño se debe empacar los snacks para la venta, ya que la mayoría de consumidores los prefieren personales, puesto que son fáciles de llevar, seguidos de los medianos, luego el grande, después con el empaque gigante puesto que estos productos son de rápido consumo.

### Pregunta No. 8

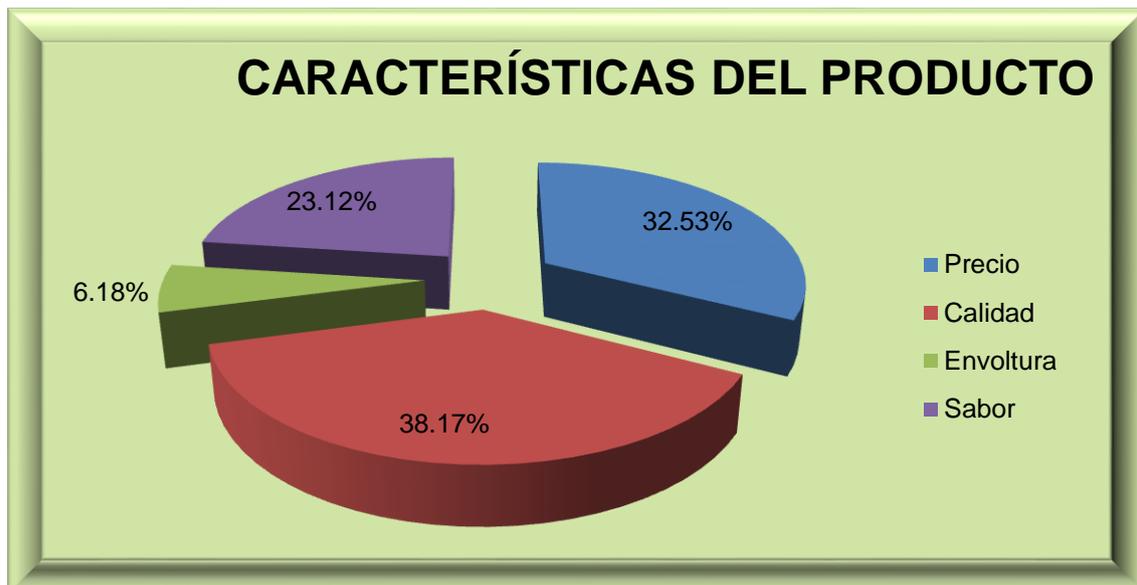
¿En base a qué características elige un producto a la hora de comprar?

**TABLA 22: “Características del producto”**

RESPUESTAS	No.
Precio	121
Calidad	142
Envoltura	23
Sabor	86
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>

Fuente: Consumidores  
Elaborado por: Los Autores

**Gráfico No. 19 “Características del producto”**



Fuente: Consumidores  
Elaborado por: Los Autores

### ANÁLISIS

El resultado de esta encuesta indica que la mayoría de la muestra tomada de la población del cantón Antonio Ante compra sus snacks por la calidad, el precio y sabor, la cual ayudará a la empresa a poner más énfasis en esos detalles para que siga incrementando la acogida de los snacks dentro del cantón.

## Pregunta No. 9

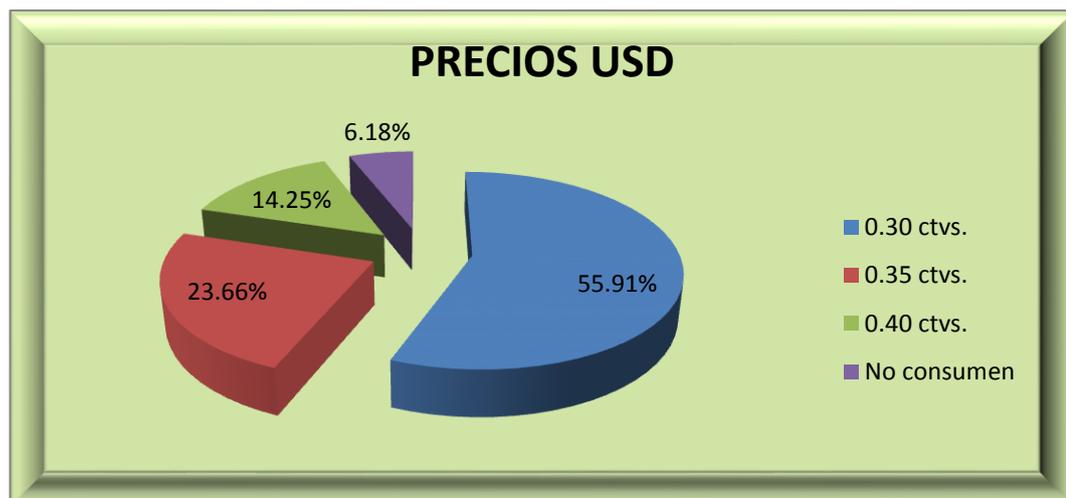
¿Cuánto está dispuesto a pagar por su snacks preferido?

**TABLA 23: “Precios USD”**

RESPUESTAS	No.
0.30 ctvs.	208
0.35 ctvs.	88
0.40 ctvs.	53
No consumen	23
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>

Fuente: Consumidores  
Elaborado por: Los Autores

**Gráfico No. 20 “Precios USD”**



Fuente: Consumidores  
Elaborado por: Los Autores

## ANÁLISIS

Los consumidores de snacks de acuerdo a la encuesta realizada en el cantón Antonio Ante establecieron que están dispuestos a pagar por su snacks personal preferido la cantidad de 0.30 ctvs., por lo que la empresa deberá realizar los estudios contables pertinentes para establecer el costo de acuerdo a las exigencias del consumidor.

### Pregunta No. 10

¿Por qué medio de comunicación desearía que se comercialicen los snacks?

**TABLA 24: “Medios de Comunicación”**

RESPUESTAS	No.
Redes Sociales	58
Televisión	167
Radio	92
Periódicos	9
Revistas	23
No consumen	23
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>

Fuente: Consumidores  
Elaborado por: Los Autores

**Gráfico No. 21 “Medios de Comunicación”**



Fuente: Consumidores  
Elaborado por: Los Autores

### ANÁLISIS

Por lo general las familias están más relacionadas con la televisión, las redes sociales y la radio, por lo cual manifestaron que serían los mejores medios de comunicación para promocionar los diferentes snacks que se vaya a producir en la nueva empresa.

### Pregunta No. 11

¿Dónde compra sus snacks preferidos?

**TABLA 25: “Centros de expendio preferidos”**

RESPUESTAS	No.
Tiendas	192
Supermercados	18
Micro mercado	25
Abastos	114
No consumen	23
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>

Fuente: Consumidores  
Elaborado por: Los Autores

**Gráfico No. 22 “Centros de expendio preferidos”**



Fuente: Consumidores  
Elaborado por: Los Autores

### ANÁLISIS

Se determinó que la mayoría de familias encuestadas en este Cantón compran sus snacks en tiendas, en abastos, otras personas compran en el supermercado y en el micro mercado, se puede decir que los snacks es un producto que se puede consumir dentro y fuera de casa

### 3.9 IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA.

La demanda de este proyecto es la cantidad y calidad de los snacks que pueden ser adquiridos por el consumidor en los diferentes puntos de venta (abastos, tiendas, micro mercado, etc.), en un momento determinado.

**TABLA 26: “Cuantificación de la demanda”**

<b>Población (Total de Familias)</b>		<b>11775</b>
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>%</b>	<b>TOTAL</b>
Cientes potenciales consumo papas fritas	51.08%	6.015
Cientes potenciales consumo Chifles	20.16%	2.373
Cientes potenciales consumo Yuca	9.95%	1.171
Otros: Doritos	9.41%	1.108
Otros: Cheetos	3.23%	380
No consumen	6.18%	728
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>	<b>11775</b>
Cientes potenciales que la Empresa espera captar el primer año (20%)	20,00%	1.912
Cientes potenciales que la Empresa espera captar a futuro	80,00%	7.647
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>	<b>9.559</b>
Cientes potenciales que la Empresa espera captar el primer año (20%)		1.912
Cantidad en dólares al año que los consumidores gastarían en papas fritas, chifles y yuca (\$0,30 x 2 veces x 48 semanas al año)		28.8
<b>Mercado potencial en dólares (anual)</b>		<b>55.065,60</b>

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Los Autores

Para encontrar el mercado potencial en dólares se determinó calculando el consumo por semana, entonces el precio que estarían dispuestos a pagar la mayoría de consumidores es de \$0.30 por unidad multiplicado por 2 productos semanales y por 48 semanas que tiene el año resulta

\$28.80 por lo tanto el mercado potencial en dólares al año es de **55.065,60**

### 3.9.1 Proyección de la demanda.

La demanda se proyectó a través del método de crecimiento exponencial, utilizando la tasa de crecimiento poblacional del cantón que es del 2.09% en base a la cual se proyectó la población en el período 2012 – 2017, tiempo relacionado con la vida útil del proyecto.

**TABLA 27: “Proyección de la demanda”**

<b>PROYECCIÓN DE LA DEMANDA</b>			
<b>Período</b>	<b>Clientes Potenciales</b>	<b>Aumento de la demanda (2.09%)</b>	<b>Captación del 20%</b>
<b>2012*</b>	9.559	0	1.912
<b>2013*</b>	9.759	200	2.294
<b>2014*</b>	9.963	204	2753
<b>2015*</b>	10.171	208	3.304
<b>2016*</b>	10.384	213	3.965
<b>2017*</b>	10.601	217	4.758

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autores del proyecto

En la Tabla N°. 26 ilustra la proyección de la demanda donde la columna del período representa el horizonte de cinco años desde el 2012 hasta el 2017; en la siguiente columna presenta el crecimiento de los “clientes potenciales” que va aumentando el 2.09% anual de acuerdo a los datos del I.N.E.C.; y, finalmente, la última columna es de “Captación del 20%” donde se aspira captar 4.758 familias al final del período para el cual se planifica el proyecto (2017).

### 3.10 IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA.

La oferta se refiere al número de productores sean estos de bienes o servicios, los cuales ponen a disposición del consumidor todo cuanto ofrecen, con la finalidad de obtener su rentabilidad por las ventas realizadas.

**TABLA 28:** “Cantidad ofertada actual del producto”

<b>CONSUMO DEL PRODUCTO</b>	<b>NO.</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Con marca	7.755	65.86%
Sin marca	3.292	27.96%
No consumen	728	6.18%
<b>TOTAL</b>	<b>11.775</b>	<b>100,00%</b>
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>%</b>	<b>TOTAL</b>
Clientes potenciales que consumen snacks	65.86%	7.755
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>	<b>7.755</b>

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado por:** Autores de proyecto

De acuerdo a la investigación de mercado realizada con la aplicación de las encuestas se determinó que la mayoría de clientes consumen papa frita, chifles y yucas con marca, y otros consumen snacks sin marca. Por lo tanto esto corresponde a 7.755 familias, esto demuestra la oferta que existe en el cantón Antonio Ante.

#### 3.10.1 Proyección de la oferta de productos

Se considerará un horizonte de 5 años y para realizar la Proyección de la oferta se tomó en cuenta los valores del PIB que da el Banco Central haciendo referencia desde el año 2008 hasta el 2012, con la finalidad de obtener Tasa de crecimiento de este producto.

**TABLA 29: "PIB"**

<b>AÑO</b>	<b>PIB</b>
<b>2008</b>	6,40%
<b>2009</b>	0,60%
<b>2010</b>	3,00%
<b>2011</b>	7,80%
<b>2012</b>	5,10%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Autores del Proyecto

Con los datos anteriores y se procede a realizar la siguiente fórmula:

$$i = \sqrt[n-1]{\frac{M}{N}} - 1$$

$$i = \sqrt[4]{\frac{5.10}{6.40}} - 1$$

$$i = 0,05517$$

$$i = 5.52\%$$

Aplicando la formula nos dio como resultado de 5.52% de crecimiento de clientes que consumen los productos snacks, para la proyección de la oferta.

**TABLA 30: "Proyección de Oferta"**

<b>Período</b>	<b>Clientes consumen snacks (5.52% Crec.)</b>
2012	7.755
2013*	8.183
2014*	8.634
2015*	8.659
2016*	9.112
2017*	9.162

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autores del Proyecto

La proyección de la oferta experimenta un crecimiento permanente la cual se estimó que al final del periodo se espera que la competencia capte 9.162 consumidores respectivamente al año 2017.

### 3.11 BALANCE DEMANDA – OFERTA.

#### 3.11.1 Estimación de la Demanda Insatisfecha

La estimación de la demanda insatisfecha es importante ya que identifica si existe un mercado al que no se haya llegado o no está satisfecho con el servicio o producto que se oferta, y se lo calcula con la siguiente formula.

$$\text{Demanda Insatisfecha} = \text{Demanda} - \text{Oferta} \quad (\text{DI} = \text{D} - \text{O})$$

**TABLA 31:** “Determinación De La Demanda Insatisfecha”

DEMANDA INSATISFECHA			
AÑO	DEMANDA	OFERTA	D.I.
2012	9.559	7.755	1.804
2013*	9.759	8.183	1.576
2014*	9.963	8.634	1.329
2015*	10.171	8.659	1.512
2016*	10.384	9.112	1.272
2017*	10.601	9.162	1.439

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autores del Proyecto

En el análisis de la oferta y demanda se han determinado datos, los cuales ayudan a identificar que existe una demanda insatisfecha para los cinco períodos, además es ahí donde se puede establecer las estrategias de marketing para lograr satisfacer este tipo de necesidad, la introducción de la empresa al mercado y poder entregar el producto deseado al cliente final.

### 3.12 ANÁLISIS DE COMPETIDORES.

Basándose a la observación directa hacia los competidores se debe recalcar que existe varias competencias que producen snacks fuera del

cantón por lo que resulta beneficioso, pero con un poco de dificultad puesto que la competencia ya tiene sus clientes fijos que compran su producto para revenderlo a los clientes, por esa razón se creará una empresa dentro del cantón para que el producto que se va a elaborar sea para la distribución dentro del mismo, según las exigencias del consumidor.

### **3.12.1 Productos**

Entre los competidores potenciales que afectan la participación de mercado de snacks se encuentran;

- ☞ Frito lay,
- ☞ Snacksbrands
- ☞ Ecuador S.A,
- ☞ Inalecsa,
- ☞ All Natural,
- ☞ tortolines,
- ☞ nachos,
- ☞ tostitos,
- ☞ cheetos
- ☞ entre otros.

### **3.13 ANÁLISIS DE PRECIOS**

Para determinar los precios de los snacks se tomó en cuenta el índice de precios de consumidores IPC que facilitó el INEC.

El precio de los snacks es un factor controlado en el mercado, se mantienen precios fijos en las empresas, puesto que los consumidores no pagan más de 0.30 centavos por el snacks personal, pero por los snacks de otras medidas varían según el tamaño, para la proyección del precios se basará en el tamaño personal, el cual es el favorito de la mayoría de la población encuestada.

### 3.13.1 Precios de productos

Una vez realizada el estudio respectivo para determinar los precios de los snacks personales con este sistema se tomó en cuenta el costo de producción, el precio de la competencia y la información recolectada a través de las encuestas, con la finalidad de que la empresa produzca solventando todas las expectativas planeadas.

**TABLA 32: “Precios de las competencias”**

DESCRIPCION	PRODUCTO	PRECIOS
		COMPETENCIA
<b>Tiendas</b>	Chifles	0.40
	Papas	0.35
	Yuquitas Fritas	0.00
<b>Supermaxi</b>	Chifles	0.45
	Papas	0.35
	Yuquitas Fritas	0.40
<b>Akí</b>	Chifles	0.55
	Papas	0.38
	Yuquitas Fritas	0.40
<b>Gran Akí</b>	Chifles	0.45
	Papas	0.37
	Yuquitas Fritas	0.40
<b>Comisariato M.</b>	Chifles	0.45
	Papas	0.35
	Yuquitas Fritas	0.40
<b>Súper Tía</b>	Chifles	0.46
	Papas	0.33
	Yuquitas Fritas	0.00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autores del Proyecto

Realizando un análisis de este cuadro da como resultado, que los precios casi no varían y que en las tiendas suelen ser más baratos por estar cerca del domicilio de la población.

### 3.13.2 Proyección de precios de productos

Para la proyección de precios en los últimos años se hará un incremento del acuerdo al índice que ha sido estimado por el INEC.

A base de que no existe un IPC de snacks se ha realizado el incremento con el dato de alimentos y bebidas no alcohólicas ya que en este se puede incluir el snacks siendo el IPC de 2.3% ascendentemente.

**TABLA 33: “Proyección de precios”**

DESCRIPCIÓN		Precio Promedio	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Productos	Papas	0.35	0.36	0.37	0.38	0.39	0.40
	Chifles	0.40	0.41	0.42	0.43	0.44	0.45
	Yuquitas	0.27	0.28	0.29	0.30	0.31	0.32

Elaborado por: Los Autores

Los precios que se toman para el cálculo del IPC son los precios de comprador pagados por los hogares, incluido cualquier impuesto sobre los productos por pagar en el momento de la compra, es decir, los precios pagados por el consumidor final.

La recolección de precios se realizó en los establecimientos económicos más representados del cantón.

Destacando que los comerciantes en sin manifestaron que la venta no deja mucha ganancia que es no más de 1 o 2 ctvs.

### 3.13 PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Este estudio plantea la posibilidad de comercializar entre el productor y las tiendas, micro mercados, supermercados, etc., que se encuentran ubicados en el cantón Antonio Ante, con el previo conocimiento de cómo es la producción de los snacks (papas fritas, chifles de sal - dulce y yuquitas fritas), con la finalidad de demostrar lo que hace al producto diferente de los demás y cumplir con las exigencias del consumidor.

#### 3.13.1 Estrategias de los productos

##### 3.13.1.1 Producto

Como estrategia de marketing la empresa implementará lo siguiente:

- ☒ Entregar un producto y servicio de calidad, en el que incluirá amabilidad, responsabilidad y experiencia.
- ☒ Se pondrá a disposición los productos cuando el cliente lo requiera.
- ☒ Degustación del producto en las calles del cantón.
- ☒ Adecuada atención y servicio al cliente.

Siendo el nombre de la empresa PROTRAL S.A. (Productos Tradicionales Alimenticios S.A.)

**Gráfico No. 23** “Nombre De La Empresa”



Elaborado por: Los Autores

Se ha determinado cual será el slogan de los tres tipos de snacks que la empresa producirá.

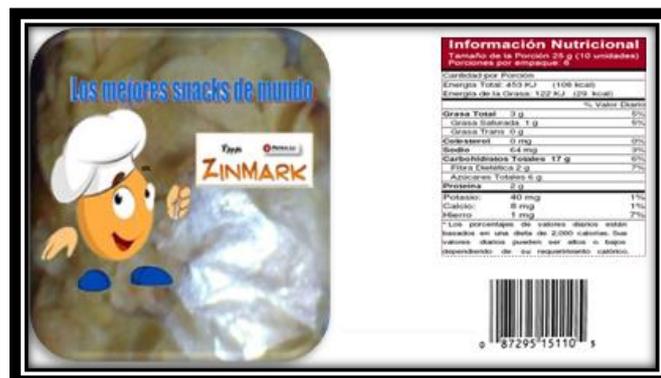
Gráfico No. 24 “Marca Del Producto”



Elaborado por: Los Autores

Este es el nombre que se decidió poner para a la empresa ya que es llamativo y original.

Gráfico No. 25 “Producto Para La Venta”



Elaborado por: Los Autores

De esta manera quedarán los productos que se ofrecerán a los clientes, con su respectivo logotipo, su información sanitaria, etc.

### 3.13.1.2 Precio

La estrategia para determinar el precio estará basada en la competencia, diferenciación, temporada.

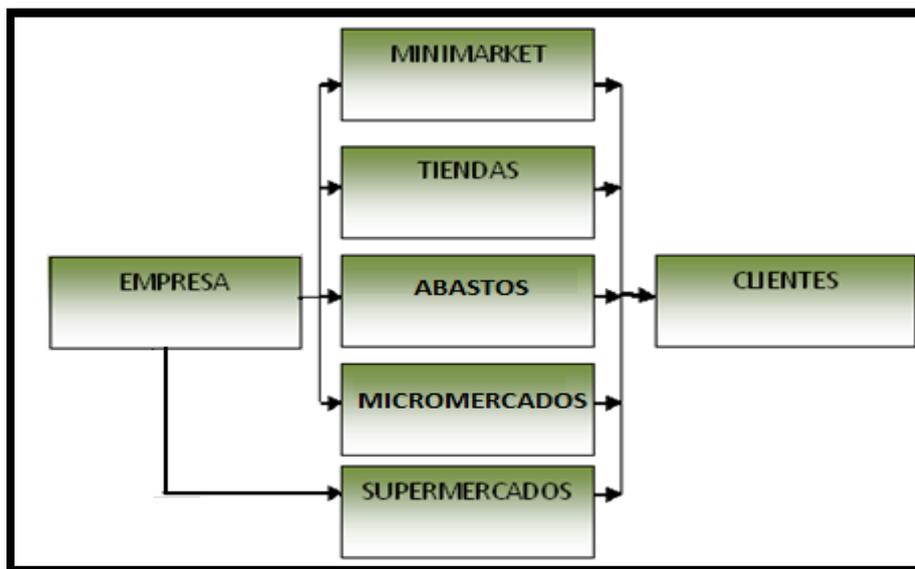
- ✎ **Competencia.**- Se analizará los precios de la competencia para así poder establecer un buen precio en el mercado sin alejarse de lo normal y sin llegar a lo exagerado.

☞ **Calidad y diferenciación.-** Enfatizará en la calidad y diferenciación del producto con relación a la competencia generando un nuevo empaque, incluyendo premios al interior del producto a parte de sus correspondientes salsas.

### 3.13.1.3 Plaza

La plaza para el producto que será elaborado por la empresa PROTRAL S.A., será todos los establecimiento comerciales del Cantón Antonio Ante, es decir será distribuido a las tiendas. Micro mercados, Súper mercados, abastos, etc.

**TABLA 34: “Diagrama de distribución”**



Elaborado por: Los autores

Las estrategias de plaza o distribución son las siguientes:

- El canal de distribución será directo, es decir de la empresa hacia los lugares establecidos anteriormente, con el fin de evitar posibles intermediarios y mejorar el precio para el consumidor final.
- Se determinará un punto de distribución al por mayor con precios de fábrica para mayoristas.
- Tener supervisión constante para que se puedan cumplir los tiempos de entrega y la atención al cliente.

### 3.13.1.4. Publicidad y Promoción

La publicidad y la promoción son herramientas necesarias para el desarrollo del Mix del Marketing, el cual se relaciona necesariamente con producto, precio y la plaza.

Para publicitar y promocionar el producto que la empresa entregará al cliente son necesarias las siguientes estrategias.

- ☒ Publicidad por todos los medios de comunicación
- ☒ Realizar hojas volantes haciendo conocer la empresa y los productos

**Gráfico No. 26 “Hoja Volante”**



Elaborado por: Los Autores

🔗 Diseñar una página WEB.

Gráfico No. 27 “Página WEB”



Elaborado por: Los Autores

Además de lo anotado para reforzar la publicidad y promoción se implementarán técnicas apropiadas de venta. Su finalidad estimular la demanda en base de los siguientes elementos, siendo estos:

- ☒ Concursos
- ☒ Incentivos
- ☒ Regalos
- ☒ Valor / Descuento

### **3.14 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO**

- a) Con la ejecución de este Estudio se pudo establecer las características de los 4 tipos de snacks a ofrecer en el mercado local, se estableció los componentes nutricionales de los productos.
- b) El mercado meta es de 11.755 familias y con una frecuencia de consumo dos unidades por semana. El análisis de mercado muestra una demanda de 9.759 familias que son nuestros clientes potenciales en el año 2013 incrementándose con el 2.09% del crecimiento poblacional del Cantón Antonio Ante según el I.N.E.C. culminando en el año 2017 con 10.601 y una oferta de 8.183 aumentando cada año con el 5.52% siendo estos nuestros competidores generando una demanda insatisfecha de 1.439 familias al año 2017, lo que significa que aun implementando esta empresa existe una demanda que satisfacer.
- c) Se ha determinado que existen varios proveedores de materia prima para elaborar estos deliciosos snacks, se ha tomado en cuenta a quienes nos ofrecen menor precio y la más alta calidad.
- d) A los clientes les parece atractivo el precio para los snacks que se ha determinado mediante las encuestas establecidas ya que es cómodo y está al alcance de sus bolsillos, con el valor de 0.35 las papas, 0.40 ctvs. los chifles de sal y dulce, 0.27 ctvs. las yuquitas al año 2013 y sigue incrementándose de acuerdo al I.P.C. del 2.3% según el I.N.E.C.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TECNICO DE INGENIERIA DEL PROYECTO**

El estudio técnico estará dirigido a determinar la localización y el tamaño más conveniente que tendrán las instalaciones de la planta para la producción y la comercialización de snacks, así como las características y necesidades básicas para desarrollar el proceso de producción y comercialización.

#### **4.1 OBJETIVOS DE ESTUDIO TÉCNICO**

##### **4.1.1 Objetivo General**

- ➔ Proporcionar la información necesaria acerca de la ingeniería del proyecto, con el fin de conocer la magnitud de los costos e inversiones pertinentes del mismo.

##### **4.1.2 Objetivos Específicos**

- ➔ Analizar y determinar de manera óptima, el tamaño, la localización e instalaciones donde se llevarán a cabo los procesos de producción de los snacks.
- ➔ Determinar las necesidades económicas y financieras, humanas que permitan dar sostenibilidad al proyecto.
- ➔ Determinar los requerimientos de equipos y maquinaria necesaria en los procesos de producción.

#### **4.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

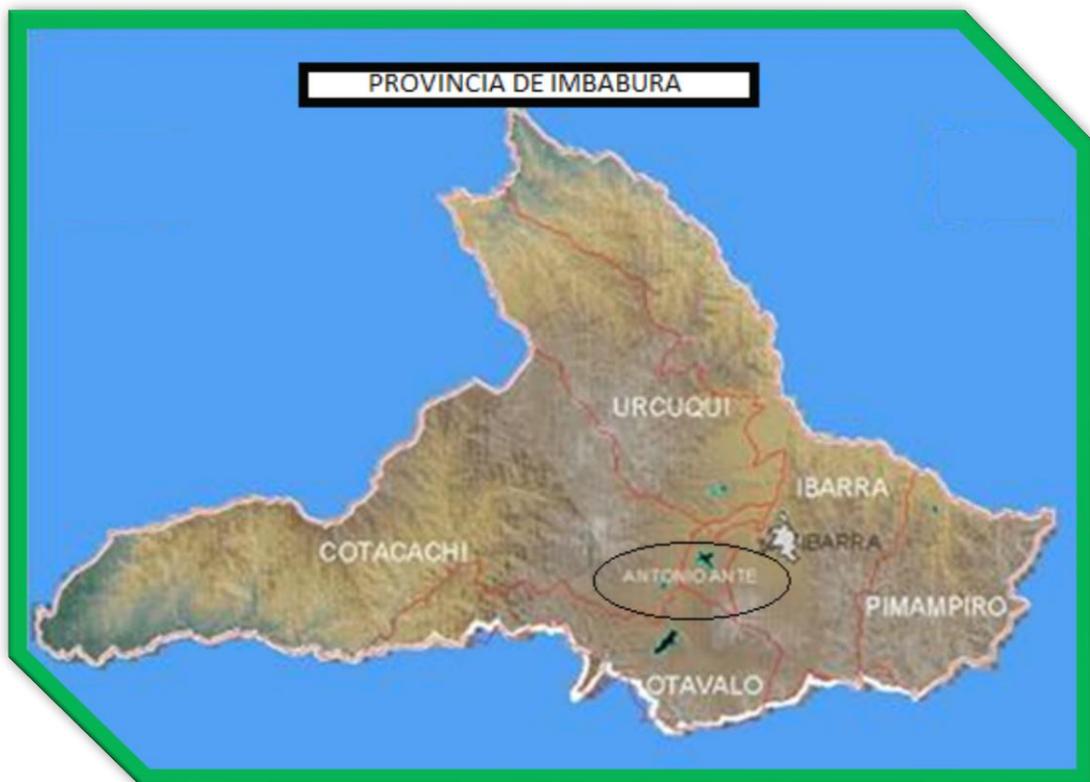
En este proyecto se tomaron en cuenta dos aspectos importantes que son la macro localización y micro localización, estableciendo ya una ubicación exacta, en el sector Cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura

#### 4.2.1 Macro Localización

El nivel macro estará ubicado en la Provincia de Imbabura, Cantón Antonio Ante.

A continuación se presenta el mapa de la provincia donde se llevará a cabo el proyecto.

**Gráfico No. 28** “Mapa De La Provincia”



Fuente: Google earth

Elaborado por: Autores

#### 4.2.2 Micro Localización

La empresa productora y comercializadora de snacks estará ubicada en el sector de Andrade Marín cerca de la Fábrica Textil Imbabura, por la ubicación ideal para el ingreso de unidades de transportes, por la cantidad de gente que habrá por la remodelación de dicha fabrica ya que será un centro turístico muy importante y por las instituciones educativas que quedan a los alrededores.

Gráfico No. 29 “Mapa “



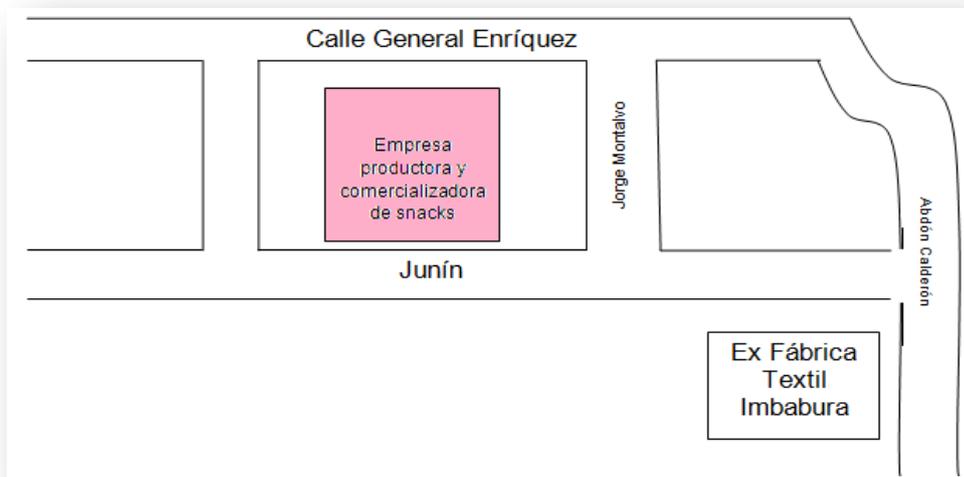
Fuente: Google earth

Elaborado por: Autores

### 4.2.3 Vías de Acceso

La empresa estará ubicada por las calles Junín y Jorge Montalvo, en la parroquia Andrade Marín del Cantón Antonio Ante, cuenta con varias vías de acceso adoquinadas, además tiene alta circulación vehicular por la Ex-Fábrica Textil Imbabura que será un centro de atracción provincial y nacional.

**Gráfico No. 30 “Croquis”**



Elaborado por: Autores

### 4.3 UBICACIÓN DE LA PLANTA

Para la implantación de la empresa productora de snacks, cuenta con un terreno de 400 metros cuadrados; adecuado con drenajes, desagües, ventilación, servicios básicos (agua, energía eléctrica y alcantarillado) y demás características técnicas requeridas para la infraestructura de la empresa.

El área disponible contará de los siguientes ambientes:

- ☞ Administrativa
- ☞ Embarque y desembarque
- ☞ Bodega
- ☞ Producción

- ☒ Tratamiento
- ☒ Procesamiento
- ☒ Empacado y Etiquetado
- ☒ Almacenamiento
- ☒ Parqueaderos
- ☒ Guardianía
- ☒ Baños y vestidores
- ☒ Comedor
- ☒ Recepción
- ☒ Desechos y material desechable

#### **4.3.1 Etapa de pre- operación.**

Comprende desde la adecuación y perfeccionamiento del terreno y la ampliación de la construcción donde se producirán los snacks y la maquinaria que se necesitará para la elaboración de los mismos, ya que en la actualidad existen empresas que fabrican los snacks de manera artesanal y son constituidas de manera familiar.

#### **4.3.2 Diseño de instalaciones**

El diseño de instalaciones, se lo realizó planificando el recurso humano y tecnológico, así como la ubicación de los insumos y el producto terminado. Este arreglo obedece a las limitaciones de disponibilidad del terreno y del propio sistema productivo a fin de optimizar las operaciones de la empresa.

El diseño de la infraestructura, fue realizado de acuerdo a las necesidades operativas, producción y comercialización de snacks con la asesoría de un técnico experto en construcciones.

**TABLA 35: “Planta De Producción Y Comercialización”**

<b>PLANTA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SNACKS (CHIFLES SAL-DULCE, PAPAS, YUCA)</b>	
<b>AREAS DE LA EMPRESA</b>	<b>SUPERFICIE m2</b>
<b>ADMINISTRATIVA</b>	
Oficinas	60
Sala de juntas	30
Guardianía	20
<b>PRODUCCIÓN</b>	
Tratamiento	60
Procesamiento	60
Bodega	40
<b>SERVICIOS</b>	
Embarque y desembarque	40
Parqueadero	40
Otros (vestidor, comedor, cuarto de limpieza, sanitarios y desechos)	50
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>

Elaborado por: Autores

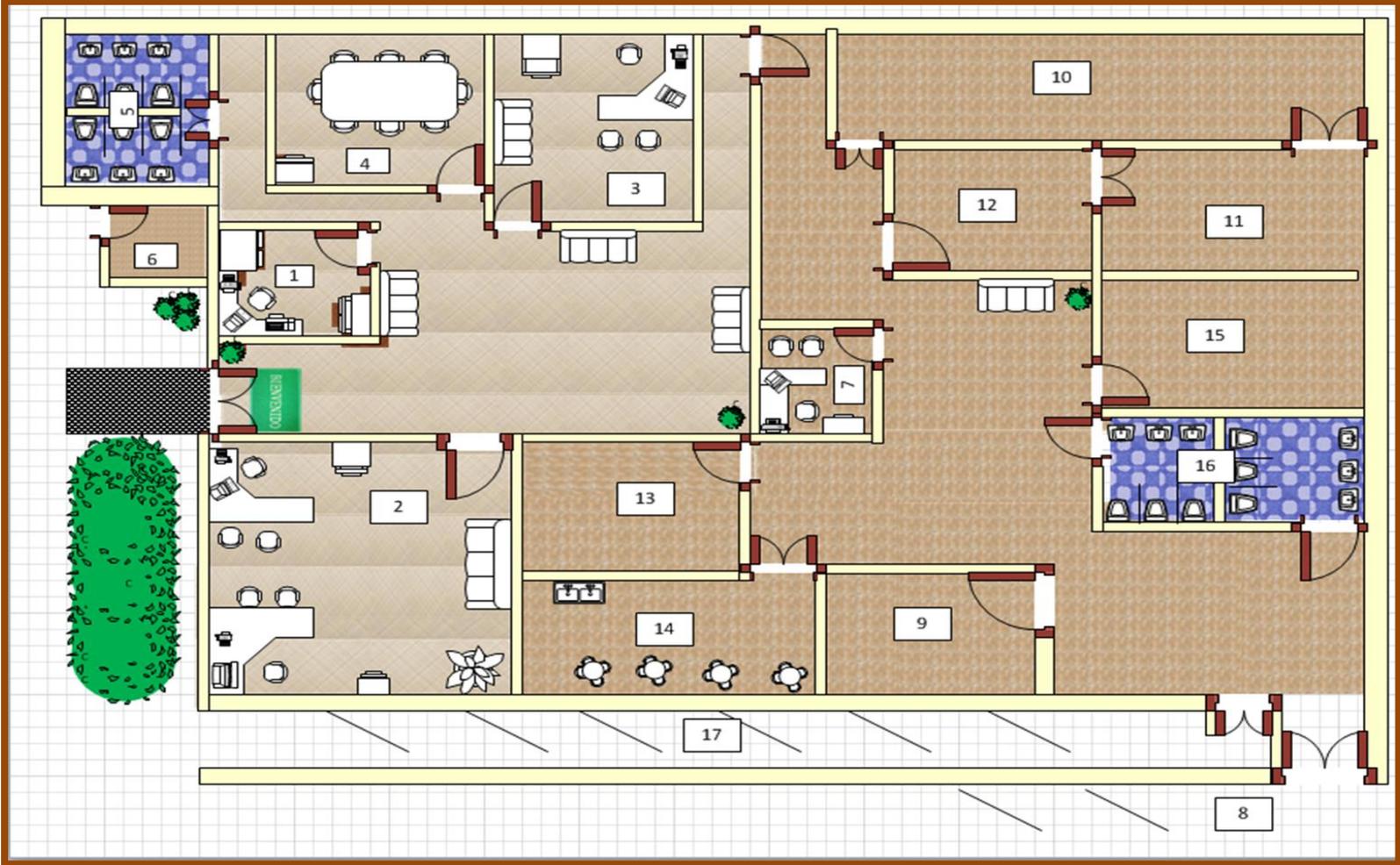
#### **4.3.3 Distribución de la planta**

La distribución de la planta se lo realizo de acuerdo a una ordenación física de los factores, donde se ponen en actividad los elementos industriales en el proceso productivo de los snacks y se ubicó las distintas aéreas en la empresa.

Con la finalidad de asegurar la fluidez de trabajo, materiales, personas e información a través del sistema productivo.

Las instalaciones están distribuidas de la siguiente manera:

Gráfico No. 31 "Infraestructura"



Elaborado por: Autores

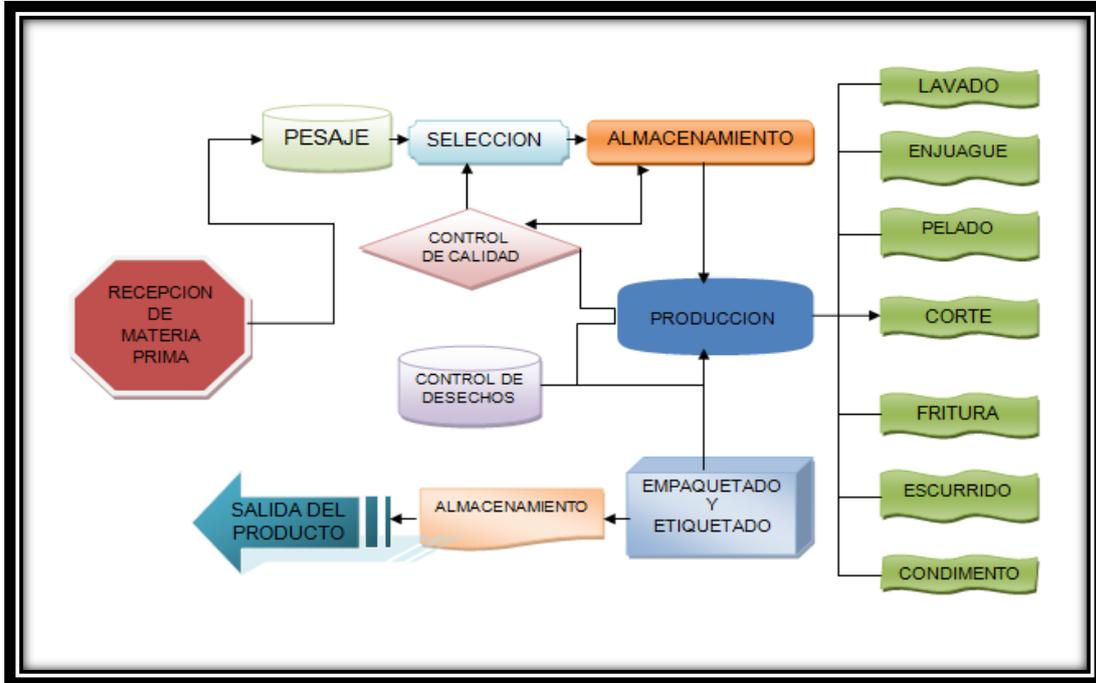
**TABLA 36: “Identificación de las Instalaciones”**

<b>IDENTIFICACIÓN DE LAS INSTALACIONES</b>	
<b>NÚMERO</b>	<b>SECTOR</b>
1	Gerencia
2	Departamento Ventas y Recursos Humanos
3	Secretaría Contadora
4	Sala de Juntas
5	Baños
6	Guardianía
7	Jefe de Producción
8	Desembarque y Embarque
9	Bodega de Materia Prima
10	Limpieza y desinfección de Materia Prima
11	Procesamiento de snacks
12	Empaque y Etiquetado
13	Almacenamiento del producto terminado
14	Comedor
15	Desechos y Material reciclable
16	Baños
17	Parqueadero

**Elaborado por:** Autores

#### 4.4 FLUJO GRAMA DEL PROCESO.

**TABLA 37: “Flujo Grama Del Proceso”**



Elaborado por: Autores

##### 4.4.1 Proceso de producción de snacks.

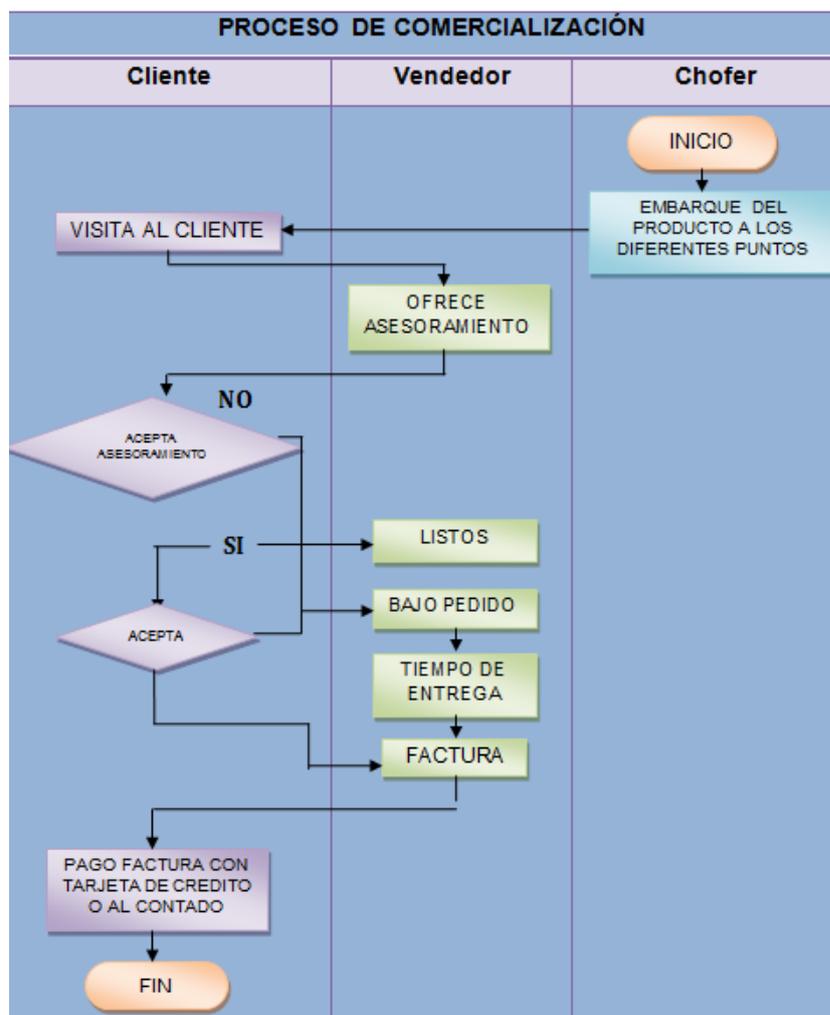
El proceso de producción es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y se orientan a la transformación de las frutas y tubérculos que se va a utilizar para los snacks, puesto que al momento de salir los productos terminados tras un proceso suelen incrementar su valor.

En la producción de los 4 diferentes tipos de snacks el proceso productivo se opera con maquinaria entre operarios, donde existe automatización y el trabajador desempeña un papel importante en el proceso de forma directa e indirecta.

#### 4.4.2 Proceso de comercialización de los snacks

- ☞ El vendedor asesora al cliente para que tome la mejor decisión para la compra del producto.
- ☞ Luego el cliente elige el producto que sea de su agrado, este puede ser papas, chifles o yuca, el cual lo puede realizar bajo pedido, o ya fabricados.
- ☞ Si el cliente eligió bajo pedido: el vendedor debe realizar el contrato y establecer el tiempo de entrega del producto y entregar la factura correspondiente.
- ☞ El cliente realiza el pago de los snacks al contado o con tarjeta.

**TABLA 38:** “Proceso de comercialización”



Elaborado por: Autores

## 4.5 PROCESO ELABORACIÓN.

### 4.5.1 Papas Fritas (Taringa, 2011)



Primero, las papas son completamente lavadas, no sólo por razones higiénicas, sino también para prevenir la suciedad o los granitos de arena



Luego las papas se pelan pero después de peladas, las papas necesitan ser desorilladas a mano para obtener los residuos, la cáscara, las áreas decoloradas, manchas negras, el material malo y verdoso.



Las papas peladas son cortadas en rodajas o rebanadas de 1/15 a 1/25 pulgadas por una rebanadora rotativa.



Las rebanadoras son lavadas para remover los excesos de almidón desde la superficie cortada.



Luego las papas pasan a la freidora (de ahí el termino fritura). Luego las rebanadas son pasadas a través de un transportador de enfriamiento y son condimentadas con sal.



Luego las patatas son separadas según la cantidad que se va a empacar.

#### 4.5.2 Chifles De Sal



##### **Proceso para elaboración de chifles de sal:**

Se elaboran a partir de trozos de plátano verde los cuales se someten a fritura, obteniéndose un producto de color amarillo

dorado, de textura crujiente.

##### ***Materias primas:***

- **PLATANO** (Musa Paradisiaca ABB o AAB): estado de maduración verde, desarrollado fisiológicamente, coloración verde de la cáscara y firmeza del producto.
- **GRASA** de origen vegetal, con bajo punto de fusión, resistente al oscurecimiento, a la hidrólisis y a la oxidación, no debe formar espuma y debe tener alto punto de humo. Este componente no debe ser reutilizado.

##### **Proceso:**

**Adquisición de la MP:** El plátano con cáscara es recibido en fábrica el día anterior a la producción, para proceder a pelarlo, el mismo que llega a la planta transportado desde las plantaciones en camiones. Una vez en la planta se procede a su desembarque, y pesaje. El plátano con cáscara se recibirá con 24 horas máximo de corte.

**Selección:** en esta operación deberá separarse todo el producto que presente grados de maduración diferentes al establecido y que presente defectos que impidan su procesamiento tales como roturas o daños por bacterias, hongos, etc.; es decir, se realiza la selección de la materia prima de calidad.

**Lavado:** se realiza con el fin de eliminar todo tipo de material extraño o contaminante y el látex. Puede llevarse a cabo por inmersión o por aspersion.

**Pelado:** Su objetivo es eliminar la cáscara. En el caso de plátano verde, este proceso resulta un poco complejo debido a la adherencia de la cáscara con la pulpa y a la presencia de látex.

Para realizar esta operación se utilizan comúnmente dos métodos:

**Manual:** Se realiza con cuchillos, cortando primero los extremos y luego efectuando un corte poco profundo a lo largo, procurando no cortar la pulpa. Finalmente, con la ayuda de un cuchillo sin filo se debe levantar la cáscara. El producto pelado debe sumergirse inmediatamente en agua con el fin de evitar su pardeamiento (volverse de color pardo).

**Al Calor:** Someter el producto a un escaldado en agua caliente o vapor (95 °C) por 2-3 minutos para facilitar la remoción de la cáscara. Proceder según lo descrito en el pelado manual.

Además de los dos métodos mencionados anteriormente existen dos formas más rápidas aun para pelar el plátano:

- ✓ El plátano pasa por un túnel que está a - 0 grados de temperatura al salir del túnel la cáscara esta suave y se desprende con facilidad.
- ✓ El plátano entra en un autoclave en donde con el vapor a 76 grados por 36 segundos también se suaviza y se pela con facilidad.

**Troceado:** Consiste en cortar transversalmente el producto en trozos de 2 a 3 mm de ancho. Se debe tener en cuenta que este paso va de la mano con la fritura, es decir, se corta y se sumerge enseguida a la freidora para evitar su pardeamiento y se haga baboso.

**Fritura:** Su objetivo es cocinar el interior del vegetal, provocando la gelatinización del almidón. En términos generales los trozos se sumergen en la grasa caliente a una temperatura de 150-160 °C por 2 minutos aproximadamente hasta alcanzar el punto óptimo de doración (color amarillo intenso), sin embargo según el tipo de freidor y la relación grasa producto, el tiempo y la temperatura pueden variar. Es importante que el

proceso de fritura se lleve a cabo de forma adecuada, debido a que si la temperatura es elevada puede haber deterioro de las grasas y si la misma es muy baja aumenta el tiempo de cocción y hay mayor absorción de grasa.

**Centrifugación:** Su objetivo es eliminar el exceso de grasa superficial del producto, con el fin de recuperar la mayor cantidad de grasa posible y de obtener un producto con el mínimo de grasa superficial posible.

**Selección de los chifles:** se escogen los chifles que sean redondos con buena cocción y que no sean defectuosas para luego pasarlos a un tambor donde se les agrega la sal. Una vez sazonados el producto pasa a pesado, donde se procede a determinar el peso (gramaje) del producto que será enviado al consumidor en los tamaños requeridos.

**Almacenamiento:** El producto ya empacado es finalmente transportado y almacenado en lugares secos, ocultos a la luz solar, libres de la contaminación como es el polvo hasta el momento de su distribución con el fin de mantener su calidad.

#### 4.5.3 Chifles De Dulce



**Descripción del producto:** Producto elaborado a partir de trozos de plátano maduro los cuales se somete a fritura, obteniéndose un producto blando y de color oscuro debido a la caramelización de los azúcares.

**Materias primas:**

**Plátano:** (Musa Paradisiaca ): estado de maduración maduro, desarrollado fisiológicamente y presentando los cambios propios del completo estado de maduración tales como cambio en la coloración de la cáscara amarillo y/o café, suavidad al tacto, aumento en el contenido de sólidos solubles, la acidez y la humedad entre otros.

**Grasa:** Grasa de origen vegetal, con bajo punto de fusión, resistente al oscurecimiento, a la hidrólisis (descomposición de un compuesto químico por acción del agua) y a la oxidación, no debe formar espuma y debe tener alto punto de humo.

**Proceso:** Adquisición de la MP: El plátano con cáscara es recibido en fábrica el día anterior a la producción, para proceder a pelarlo, el mismo que llega a la planta transportado desde las plantaciones en camiones. Una vez en la planta se procede a su desembarque, y pesaje.

**Selección:** en esta operación deberá separarse todo el producto que presente grados de maduración diferentes al establecido y que presente defectos que impidan su procesamiento tales como roturas o daños por bacterias, hongos, etc. Así mismo deberá eliminarse todas aquellas unidades maltratadas.

**Lavado:** Se realiza con el fin de eliminar todo tipo de material extraño o contaminante. Puede llevarse a cabo por inmersión o por aspersión.

**Pelado:** Su objetivo es eliminar la cáscara. Esta operación es similar al pelado del plátano verde con la diferencia de que el producto maduro la remoción de la cáscara se facilita.

Se utilizan comúnmente dos métodos:

**Manual:** Se realiza con cuchillos, cortando primero los extremos y luego efectuando un corte poco profundo a lo largo, procurando no cortar la pulpa o mesocarpio. Finalmente, con la ayuda de un cuchillo sin filo se debe levantar la cáscara.

**Al Calor:** Someter el producto a un escaldado en agua caliente o vapor (95 °C) por 2-3 minutos para facilitar la remoción de la cáscara. Proceder según lo descrito en el pelado manual.

Además de los dos métodos mencionados anteriormente existen dos formas más rápidas aun para pelar el plátano:

El plátano pasa por un túnel que está a - 0 grados de temperatura al salir del túnel la cáscara esta suave y se desprende con facilidad.

El plátano entra en un autoclave en donde con el vapor a 76 grados por 36 segundos también se suaviza y se pela con facilidad.

**Troceado:** Consiste en cortar transversalmente el producto en trozos de 2 a 3 mm. De ancho. Se debe tener en cuenta que este paso va de la mano con la fritura, es decir, se corta y se sumerge enseguida a la freidora para evitar su pardeamiento y se haga baboso.

**Fritura:** Su objetivo es cocinar el interior del vegetal. En términos generales los trozos se sumergen en la grasa caliente a una temperatura de 150-160 °c por un tiempo determinado según el grado de cocción que se le desee dar al producto y que no ocasione una caramelización excesiva del producto. Según el tipo de freidor y la relación grasa-producto, el tiempo y la temperatura pueden variar. Es importante que el proceso de fritura se lleve a cabo de forma adecuada, debido a que si la temperatura es elevada puede haber deterioro de las grasas y si la misma es muy baja aumenta el tiempo de cocción y hay mayor absorción de grasa.

**Centrifugación:** Su objetivo es eliminar el exceso de grasa superficial del producto, con el fin de recuperar la mayor cantidad de grasa posible y de obtener un producto con el mínimo de grasa superficial posible.

**Selección de los chifles:** se escogen las hojuelas que sean redondas con buena cocción y que no sean defectuosas, luego el producto pasa a pesado, donde se procede a determinar el peso (gramaje) del producto que será enviado al consumidor en los diferentes tamaños.

**Almacenamiento:** El producto ya empacado es finalmente transportado y almacenado en lugares secos, ocultos a la luz solar, libres de la contaminación.

#### 4.5.4 Yucas Fritas



##### **Recepción y pesado**

En la recepción de la yuca proveniente del campo se debe considerar que estas hayan sido cosechadas con un adecuado nivel de madurez fisiológica, así la yuca debe tener la cáscara café y envolver totalmente la pulpa.

La yuca recibida deberá pesarse con el objeto de llevar un registro estadístico y proceder a cancelar los costos de adquisición de nuestra materia prima.

**Selección:** En esta operación deberá separarse todo el producto que presenten grados de maduración diferentes al establecido y que presente defectos que impidan su procesamiento tales como roturas o daños por bacterias, hongos, etc.

**Lavado:** Se realiza con el fin de eliminar todo tipo de material extraño o contaminante. Puede llevarse a cabo por inmersión o por aspersión.

**Pelado:** Su objetivo es eliminar la cáscara. En el caso de la yuca, este proceso resulta un poco complejo debido a la adherencia de la cáscara con la pulpa.

Se utilizan dos métodos:

**Manual:** Se realiza con cuchillos, siguiendo la forma del producto para eliminar la cáscara

**Mecánico:** se utilizan peladores abrasivos que eliminan la cáscara por raspado. Se debe evaluar la eficiencia de este proceso con respecto a la pérdida de pulpa. Puede requerirse un acabado final.

**Rebanado:** Consiste en cortar transversalmente el producto de modo que se formen hojuelas. Puede hacerse en forma manual utilizando cuchillas con soporte o bien con una máquina rebanadora.

**Fritura:** Su objetivo es cocinar el interior del vegetal, provocando la gelatinización del almidón. En términos generales los trozos se sumergen en la grasa caliente a una temperatura de 150-160 °C por 3-4 minutos, sin embargo según el tipo de freidor y la relación grasa-producto, el tiempo y la temperatura pueden variar. Es importante que el proceso de fritura se lleve a cabo de forma adecuada, debido a que si la temperatura es elevada puede haber deterioro de las grasas y si la misma es muy baja aumenta el tiempo de cocción y hay mayor absorción de grasa.

**Escurreo:** Las hojuelas una vez fritas deben pasar por una banda o canastas perforadas para eliminar el exceso de grasa y mejorar así su presentación.

**Condimentado:** En esta operación se le añade al producto sal o algunos condimentos que le dé un sabor especial. Se debe hacer de modo que se mezclen bien las hojuelas sin que estas se dañen.

#### **4.6 RECURSOS E INVERSIÓN**

A continuación se presenta una descripción de las maquinarias, equipos herramientas, materiales e instalaciones y personal necesario para la planta de producción y comercialización de los 4 tipos de snacks.

##### **4.6.1 Materia Prima e Insumos**

Papa, plátano maduro, plátano verde y yuca: serán la materia prima necesarias para los procesos de transformación como base para la elaboración del producto terminado.

**a) Polipropileno de media densidad.-** que se utilizaran para el empacado de los snacks.



**Gráfico No. 35 “Materiales De Limpieza”**



Fuente: Google  
Elaborado por: Los Autores

**c) Equipos y materiales de seguridad industrial:** gafas industriales, mascarillas, guantes, uniforme apto la fabricación y extintores.

**Gráfico No. 36 “Equipos Y Materiales De Seguridad Industrial”**



Fuente: Google  
Elaborado por: Los Autores

#### **4.6.3 Instalaciones**

Se deberá contar con las siguientes aéreas para el proceso de transformación de las papas, plátano verde, plátano maduro y yuca:

**a) Bodega de materia prima:** este espacio se utilizara para guardar los productos antes de su transformación.

**Gráfico No. 37 “Bodega De Materia Prima”**



Fuente: Google  
Elaborado por: Los Autores

**b) Lavado y desinfección y enjuague;** Se refiere a que de las papas, plátano verde, plátano maduro y yuca se eliminaran todos los contaminantes para ser procesados.

**Gráfico No. 38** “Bodega De Materia Prima”



Fuente: Google

Elaborado por: Los Autores

**c) Procesamiento de los snacks:** Esta área se encarga de pelar y cortar los elementos cumpliendo con las normas estrictas de seguridad, sanidad e higiene, pues el contacto directo es entre operario y materia prima.

**Gráfico No. 39** “Procesamiento De Los Snacks”



Fuente: Google

Elaborado por: Los Autores

**d) Empacado y Etiquetado:** esta área se encarga de verificar si el etiquetado esta correcto y el empaque, decir es la etapa final del proceso

**Gráfico No. 40 “Empacado y Etiquetado”**



**Fuente:** (Alvarez, 2013)

**Elaborado por:** Los Autores

**e) Almacenamiento:** Una vez que se ha culminado el proceso de los snacks, se procede al acopio del producto, este espacio debe cumplir con las normas necesarias con respecto a temperatura, luminosidad, higiene, debe estar cercana a la zona de embarque para el transporte externo del producto.

**Gráfico No. 41 “Almacenamiento”**



**Fuente:** (Alvarez, 2013)

**Elaborado por:** Los Autores

**f) Bodega de desperdicios:** aquí se almacenaran todos los desechos producto de las fases de selección, lavado, pelado, corte, para ser enviadas a fincas o granjas productoras de abono e incluso entregarlas como insumo de otro tipo de producción.

**Gráfico No. 42 “Bodega De Desperdicios”**



Fuente: (Alvarez, 2013)

Elaborado por: Los Autores

#### **4.7. PRESUPUESTO TÉCNICO.**

En la planificación del proyecto es necesario adquirir accesorios, herramientas, vestuarios y materiales necesarios para la el área administrativa y la producción.

##### **4.7.1 Valorización de las inversiones.**

La valorización de inversiones para este proyecto se basara en la determinación si la empresa debe acometer una inversión a largo plazo, como nueva maquinaria, nuevas instalaciones, nuevos productos y proyectos de investigación, es la planificación de las decisiones más importantes sobre el capital, la inversión y los gastos.

##### **a) Terreno**

El terreno en el cual se desarrollara el proyecto es de propiedad del Señor Esteban Limaico, el cual no representara un desembolso económico directo, pero debe ser tomado en cuenta en la inversión del proyecto.

**TABLA 39: “Terreno”**

Descripción	Unidades	Cantidad	Valor en USD	Valor Total
Terreno	M2	400,00	\$ 50,00	\$ 20.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 20.000,00</b>

Elaborado por: Los Autores

Se cuenta con un terreno de 400 m2, valorado en \$ 20.000,00, donde funciona la planta de producción y administrativa.

### b) Infraestructura física

**TABLA 40: “Construcción”**

Descripción	Unid.	Cant.	Valor en USD	Valor Total
Construcción	M 2	400,00	\$ 80,00	\$ 32.000,00
			<b>TOTAL</b>	<b>\$ 32.000,00</b>

**Elaborado por:** Los Autores

**Fuente:** Maestro Albañil Juan José Torres

### c) Equipo de oficina

**TABLA 41: “Equipo De Oficina”**

Descripción	Cantidad	Valor en USD	Valor Total
Teléfono Fax	5	\$ 100,00	\$ 500,00
Computadores	5	\$ 700,00	\$ 3.500,00
Impresoras	5	\$ 250,00	\$ 1.250,00
Copiadoras	2	\$ 350,00	\$ 700,00
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5.950,00</b>

**Fuente:** Word Computers

**Elaborado por:** Los Autores

#### d) Muebles y Enseres

**TABLA 42: “Muebles Y Enseres”**

Descripción	Cantidad	Valor en USD	Valor Total
Escritorios	5	\$ 250,00	\$ 1.250,00
Mesa sala de juntas	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Sillas de oficina	21	\$ 25,00	\$ 525,00
Archivador	6	\$ 150,00	\$ 900,00
Sofás de espera	6	\$ 225,00	\$ 1.350,00
Mesas Comedor	4	\$ 25,00	\$ 100,00
Sillas Plásticas	10	\$ 12,00	\$ 120,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 4.395,00</b>

Elaborado por: Los Autores

#### e) Materiales y Suministros de oficina (Bienes Administrativos)

**TABLA 43: “Suministros de Oficina”**

Descripción	Cantidad	Valor en USD	Valor Total
Perforadora	5	\$ 3,00	\$ 15,00
Grapadora	5	\$ 3,00	\$ 15,00
Sellos	5	\$ 2,00	\$ 10,00
Calculadoras	5	\$ 5,00	\$ 25,00
Caja de Clips	5	\$ 2,00	\$ 10,00
Caja de Grapas	5	\$ 3,00	\$ 15,00
Caja de Esferos	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Tinta de impresoras	5	\$ 300,00	\$ 1.500,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.594,00</b>

Elaborado por: Los Autores

## f) Maquinaria

**TABLA 44: "Maquinaria Y Equipo"**

Descripción	Cantidad	Valor en USD	Valor Total
Bascula	1	\$ 720,00	\$ 720,00
Aspersor	1	\$ 840,00	\$ 840,00
Montacargas Manual	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Cortadora	3	\$ 1.050,00	\$ 3.150,00
Envasadora	2	\$ 900,00	\$ 1.800,00
Etiquetadora	1	\$ 760,00	\$ 760,00
Bandas transportadoras	2	\$ 900,00	\$ 1.800,00
Mesas	2	\$ 230,00	\$ 460,00
Secador de Aire	2	\$ 900,00	\$ 1.800,00
Vehículo	1	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 18.830,00</b>

Elaborado por: Los Autores

## g) Suministros de limpieza

**TABLA 45: "Suministros de limpieza"**

Descripción	Cantidad	Valor en USD	Valor Total
Escobas	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Trapeadores	2	\$ 4,00	\$ 8,00
Cestos de Basura	26	\$ 5,00	\$ 130,00
Recogedores de Basura	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Desinfectantes por mes	3	\$ 6,00	\$ 18,00
Franelas por mes	2	\$ 2,00	\$ 4,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 167,00</b>

Elaborado por: Los Autores

**TABLA 46: “Inversión Para El Proyecto”**

Descripción	Cantidad	Valor en USD	Valor Total
<b>INFRAESTRUCTURA</b>			
Construcción	400 mtrs 2	\$ 45,00c/m	\$ 32.000,00
Instalación Eléctrica			\$ 1.445,00
Instalación Hidro Sanitaria			\$ 1.824,00
Carpintería y Herrería			\$ 3.840,00
Pintura y Cerámica	400 mtrs 2		\$ 3.010,00
Compra e Instalación de ventanas			\$ 1.950,00
<b>COMPRA DE MATERIALES ADMINISTRATIVOS</b>			
Equipo de oficina			\$ 5.950,00
Muebles y Enseres			\$ 4.395,00
Materiales y Suministros de oficina			\$ 1.594,00
<b>MAQUINARIA</b>			
Maquinaria y Equipo			\$ 18.830,00
<b>LIMPIEZA</b>			
Suministros de Limpieza			\$ 167,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 75.005,00</b>

Elaborado por: Los Autores

#### 4.7.2 Resumen de la inversión fija y a diferirse, existente y a realizarse.

**TABLA 47: “Inversión A Diferirse”**

Descripción	Valor Total
Gastos de Constitución	\$ 220,00
Trámites Creación Patentes	\$ 300,00
Trámites Registro Sanitario	\$ 300,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 820,00</b>

Elaborado por: Los Autores

Estos gastos se refieren a escritos y honorarios de un abogado para legalizar en presencia de un notario con el fin que la empresa se encuentre garantizada en su funcionamiento

**TABLA 48:**“Resumen De Inversión Para El Proyecto”

Descripción	Valor Total
Infraestructura	\$ 44.069,00
Compra de materiales administrativos	\$ 11.939,00
Maquinaria	\$ 18.830,00
Limpieza	\$ 167,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 75.005,00</b>
Inversión a diferirse	\$ 820,00
<b>TOTAL ACTIVO DIFERIDO</b>	<b>\$ 820,00</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 75.825,00</b>

Elaborado por: Los Autores

En resumen se puede concluir que el presupuesto de inversión que se necesita para poner en marcha el proyecto será de **75.825,00** dólares, incluyendo en estos rubros los gastos de construcción de infraestructura, para la compra de muebles de oficina, equipos de oficina, equipo de cómputo, vehículo siendo el total de activos fijos.

#### **4.8 FINANCIAMIENTO**

Para el financiamiento de la empresa PROTRAL S.A., se involucra fondos propios como financiados como de detalla a continuación:

El financiamiento se realizara a través de préstamos en el banco del pichincha.

**TABLA 49:**“Fuentes Y Usos Del Financiamiento”

DESCRIPCIÓN	VALOR
Capital propio (60%)	\$ 45.495,00
Financiamiento (40%)	\$ 30.330,00
<b>Inversión total</b>	<b>\$ 75.825,00</b>

Elaborado por: Los Autores

## **4.9 TALENTO HUMANO REQUERIDO.**

El talento humano que se requerirá en PROTRAL S.A. es de empleados operarios y administrativos, quienes son considerados como los únicos recursos vivos e inteligentes capaces de llevar al éxito organizacional y enfrentar los desafíos que hoy en día se percibe en la fuerte competencia mundial. Es imprescindible resaltar que no se administran personas ni recursos humanos, sino que se administra con las personas viéndolas como agentes activos y proactivos dotados de inteligencia, creatividad y habilidades intelectuales.

Para los puestos administrativos que funcionarán en la empresa son:

### **4.9.1 Administrativo**

#### **a) Gerente o propietario.**

El gerente o propietario es quien está a cargo de la dirección o coordinación de la empresa, o bien de una parte de ella como es un departamento o un grupo de trabajo, utilizando eficientemente como sea posible todos los recursos a su disposición a fin de obtener el máximo posible de beneficio de los mismos. En otras palabras, maximizar la utilidad productiva de la organización, sección, etc.

#### **b) Secretaria.**

El área de secretaría es el elemento que mantiene la cohesión en la empresa, proveyendo apoyo a una variedad de empleados y departamentos.

En definitiva, la figura de la persona profesional de secretariado para esta empresa debe ser gestora del tiempo del directivo con el que colabora,

para que éste no deba preocuparse más que en la toma de decisiones que beneficien el progreso de la empresa.

La misma se encargará de instrumentar y operar las políticas, normas, sistemas y procedimientos necesarios para garantizar la exactitud y seguridad en la captación y registro de las operaciones financieras, presupuestales y de consecución de metas de la entidad, a efecto de suministrar información que ayude a la toma de decisiones, a promover la eficiencia y eficacia del control de gestión, a la evaluación de las actividades y facilite la fiscalización de sus operaciones, cuidando que dicha contabilización se realice con documentos comprobatorios y justificativos originales, y vigilando la debida observancia de las leyes, normas y reglamentos aplicables.

### **c) Departamento de ventas y Recursos humanos**

**1.-** En el **DEPARTAMENTO DE VENTAS** los empleados deberán tener preparación académica, ya que se involucrarán en los procesos de ventas, negociación, atención al cliente entre otras ya que es el encargado de persuadir al mercado de la existencia del producto, valiéndose de una fuerza de ventas, aplicando las técnicas y políticas de ventas acordes con el producto que se desea vender. La función del departamento de ventas es planear, ejecutar y controlar las actividades de la empresa. Debido a que durante el desarrollo de los planes de venta ocurren muchas sorpresas, el departamento de ventas debe de dar seguimiento y control continuo a las actividades de venta.

**2.-** En el **DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS** se llevará a cabo los trámites de selección de los trabajadores, la realización de contratos, nominas, seguros sociales, etc.

#### **d) Guardianía**

El área de guardianía es muy importante ya que esta la empresa al cuidado de la persona que va a ejercer este cargo.

#### **4.9.2 Producción.**

##### **a) Jefe de producción**

Será el encargado de recibir la materia prima para la producción de los snacks, de realizar los pedidos y de registrarlos en el computador y tener todos los comprobantes en orden.

##### **b) Operarios**

Los operarios es el personal que estará a cargo de producir los y poner todos los detalles a los cuatro tipos de snacks.

No es necesario que el personal cuente con título profesional, pero si será importante que tengan la mayor experiencia en el campo, ya que deben utilizar maquinarias especiales, a más de esto la empresa se encargará de mantener procesos constantes de capacitación al personal de esta área.

##### **c) Bodeguero**

El bodeguero será el encargado de administrar la recepción, almacenamiento y distribución de materiales, equipos y productos en el área de fabricación para que se pueda cumplir con las entregas a tiempo y de manera eficaz.

#### **4.9.3 Servicios**

##### **a) Chofer**

Los choferes serán personas capacitadas para conducir un vehículo de motor contratada para transportar la mercadería a los diferentes puntos de venta.

## b) Limpieza

Las persona encargadas del área de limpieza deberán cumplir con su cargo de manera responsable y eficaz, ya que aparte de satisfacer las necesidades del cliente con un buen producto, también la empresa debe estar en perfectas condiciones higiénicas, para poder preparar los snacks y así demostrar que nuestro alimento es de calidad.

**Tabla 50: “Personal Requerido”**

ÁREA	PERSONAL REQUERIDO	CANT
ADMINISTRATIVA	Gerente o propietario.	1
	Secretaria Contadora	1
	Departamento de ventas y RRHH	1
	Guardianía	2
	Jefe de Producción	1
PRODUCCIÓN	Operarios	4
	Bodeguero	1
SERVICIOS	Choferes	1
	Limpieza	1
<b>TOTAL DE PERSONAL</b>		<b>13</b>

Elaborado por: Los Autores

En este cuadro se detallan cuantas personas para la empresa, única y exclusivamente necesarias.

### 4.10 TAMAÑO DEL PROYECTO.

Para conocer la capacidad de producción del presente proyecto es necesario identificar la capacidad de la maquinaria empleada en el proceso de elaboración de snacks que se ha seleccionado cuidadosamente y tomando en consideración, además, la mano de obra que se puede emplear; volumen de demanda y disponibilidad financiera y de materia prima.

A continuación se detallará las maquinas que se necesitará en la fábrica de snacks,

**Aspersores:** Sirven para proveer a los operarios de agua potable durante los procesos de lavado, desinfección y corte.

**Gráfico No. 43 “Aspersores”**



Fuente: (Alvarez, 2013)

Elaborado por: Los Autores

**Bandas transportadoras:** son las encargadas de transportar la materia prima al interno en cada área de producción, así como también los desperdicios a la zona de acopio.

**Gráfico No. 44 “Bandas Transportadoras”**



Elaborado por: Los Autores

**Envasadora y selladora:** Para evitar la contaminación del producto, este proceso se los realiza con sellado al vacío, la maquina envasadora está diseñada y calibrada de acuerdo para ajustarse al diseño de la planta, calidad del producto.

**Gráfico No. 45 “Envasadora y selladora”**



Fuente: (Alvarez, 2013)

Elaborado por: Los Autores

**Etiquetadora:** se encarga de la producción de etiquetas, fechas de caducidad, precios y cualquier otra información que sea necesaria en el proceso; además estará controlada por un operador designado y trabajará bajo programación.

**Gráfico No. 46 “Etiquetadora”**



Fuente: (Alvarez, 2013)

Según la capacidad máxima de trabajo, se contará con un área de producción de tamaño medio, y de acuerdo a estos antecedentes debemos tomar en cuenta la producción diaria de snacks que serán procesados según las ventas y la demanda.

Para cuando se llegue a completar niveles más altos de demanda se deberá tomar medidas como ampliación de instalaciones y compra de más equipos.

#### 4.10.1 Rendimientos Aproximados De Productos SNACKS

El Rendimiento aproximado de los productos se lo calculará por unidades, de los 4 tipos de los snacks que se producirán en la empresa, basándose en las encuestas a los establecimientos comerciales.

**TABLA 51: “Rendimientos Aproximados”**

PRODUCTOS	PAQUETES SEMANALES	PRODUCCION MENSUAL	PRODUCCIÓN ANUAL
Papitas Fritas	250Paq.	1000Paq.	12000
Chifles de sal y dulce	250Paq.	1000Paq.	12000
Yuquitas Fritas	100 Paq.	400 Paq.	4800
<b>TOTAL</b>	<b>600 Paq.</b>	<b>2400Paq.</b>	<b>28800</b>

Elaborado por: Los Autores

Tomando en cuenta que cada paquete contiene 12 unidades se procede a calcular el total de la producción anual por las 12 unidades, de la siguiente manera y así se sabrá cuantas unidades la empresa debe producir semanal, mensual y anualmente.

**TABLA 52: “Cálculo Por Unidades”**

PRODUCTOS	CÁLCULO			
<b>Papitas Fritas</b>	250	12	3000	unidades semanales
	3000	4	12000	unidades mensuales
	12000	12	144000	unidades anuales
<b>Chifles de sal y dulce</b>	250	12	3000	unidades semanales
	3000	4	12000	unidades mensuales
	12000	12	144000	unidades anuales
<b>Yuquitas Fritas</b>	100	12	1200	unidades semanales
	1200	4	4800	unidades mensuales
	4800	12	57600	unidades anuales

Elaborado por: Los Autores

En definitiva la cantidad de Papas Fritas que se debe producir es de 3000 unidades semanales, 12000 mensuales y 144000 anuales: con respecto a los Chifles sea de sal o de dulce se producirá la cantidad de 3000 unidades semanales, 12000 mensuales y 144000 anuales: y la Yuquita Frita será producida en 1200 unidades semanales, 4800 mensuales y 57600 anuales.

Uniendo todos los cuatro productos la cantidad a producir anualmente es de 345.600 unidades.

#### **4.11 SEGUIMIENTO Y MONITOREO.**

Para que la empresa a implantar funcione de una manera adecuada se considera necesario realizar lo siguiente:

- ❖ Verificar el cumplimiento contractual de actividades, resultados y la provisión de los bienes y servicios, en términos de cantidad, calidad y tiempo, que permita alcanzar satisfactoriamente los resultados, propósitos y objetivos de la empresa.
- ❖ Comprobar la efectividad y eficiencia de las áreas productivas y administrativas de la empresa.
- ❖ Realizar un mantenimiento continuo de la maquinaria que se utilizan en el área de producción, de igual manera del equipo que pertenece al área administrativa.
- ❖ Capacitación permanente al personal administrativo y de producción.
- ❖ Revisar constantemente la calidad de los snacks para evitar posibles devoluciones.

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.

#### 5.1 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN.

En este punto se detallarán los activos que requerirá la empresa para la elaboración de los productos, dentro de esta inversión se encuentran los activos tangibles y capital de trabajo.

##### 5.1.1 Inversión requerida.

La inversión se realizará para la adquisición de los equipos y materiales que hacen falta para cubrir la producción de los 4 tipos de snacks que producirá la empresa.

**TABLA 53:**“Inversión Requerida”

DESCRIPCIÓN	%	VALOR
Activo fijo	53,19%	\$ 40.330,00
Activo diferido	1,08%	\$ 820,00
Capital de trabajo	45,73%	\$ <b>34.675,00</b>
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>100,00%</b>	<b>\$ 75.825,00</b>

Fuente: Cuadro No.  
Elaborado por: Los Autores

Se puede visualizar que la adquisición de los activos fijos y el capital de trabajo tienen un porcentaje elevado dentro del total de la inversión.

#### 5.2 CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD Y LA TASA DE RENDIMIENTO MEDIO.

Para determinar el costo de oportunidad y la tasa de rendimiento medio, se basará en la tasa activa referencial, la misma que es proporcionada por el Banco Central, su valor es de 9.53%, para el año 2013, mientras

que para la inversión propia se toma como referencia el valor de la tasa pasiva, que el 5.35%.

**Tabla 54;** “Costo De Oportunidad”

VALOR	%	TASA ESPERADA	VALOR PONDERADO
\$ 45.495,00	60%	0,0953	5,72%
\$ 30.330,00	40%	0,0535	2,14%
<b>\$ 75.825,00</b>	<b>100%</b>		<b>7,86%</b>

Fuente: Cuadro No.49  
Elaborado por: Los Autores

El porcentaje del proyecto con relación a la inversión propia y la inversión total, la primera representa el 60%; mientras que el capital financiado alcanza el 40% para el desarrollo del proyecto, dando como resultado el costo de oportunidad de 7.86%.

Después procede a calcular la tasa de rendimiento medio, siendo la misma el valor a aplicarse en la evaluación financiera del proyecto y se obtiene con la fórmula:

Siendo:

**Ck:** Costo de oportunidad=7.86%

**Rp:** Riesgo país=5.30%

$$TRM = (1 + Ck)(1 + Rp) - 1$$

**TMR:** Tasa de Rendimiento Medio

$$TRM = (1 + 7.86\%)(1 + 5.30\%) - 1 = TRM = 13.57\%$$

### 5.3 DETERMINACIÓN DE INGRESOS.

La proyección de ingresos de la empresa fue planteada en un horizonte de tiempo de 5 años, en el cual, los primeros años probablemente los ingresos no sean tan altos ya que la empresa es nueva en la industria

alimenticia y el producto se encuentra en la primera etapa de su ciclo de vida.

### 5.3.1 Proyecciones de ventas de los snacks

Los precios de los 4 tipos de snacks se han determinado en base a los costos de los productos de la competencia proyectándose a 5 años.

**Tabla 55:**“Ventas De Productos Snacks – Anuales”

UNIDADES ANUALES	PRODUCTO	PVP	TOTAL DE VENTA EN USD
144.000	Papas Fritas	0,35	\$ 50.400,00
144.000	Chifles sal-dulce	0,40	\$ 57.600,00
57600	Yuquitas Fritas	0,27	\$ 15.552,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 123.552,00</b>

Elaborado por: Los Autores

Los costos se los ha tomado en base al precio promedio de todas las competencias para ser más exactos ya que pueden variar en el transcurso de los años.

**Tabla 56:**“Proyección De Ventas – Anuales En USD”

#### PRODUCTOS

AÑOS	Papas Fritas	Chifles sal-dulce	Yuquitas Fritas	TOTAL
2013*	\$ 50.400,00	\$ 57.600,00	\$ 15.552,00	\$ 123.552,00
2014*	\$ 51.750,72	\$ 59.143,68	\$ 15.968,79	\$ 126.863,19
2015*	\$ 53.137,64	\$ 60.728,73	\$ 16.396,76	\$ 130.263,13
2016*	\$ 54.561,73	\$ 62.356,26	\$ 16.836,19	\$ 133.754,18
2017*	\$ 56.023,98	\$ 64.027,41	\$ 17.287,40	\$ 137.338,79

Elaborado por: Los Autores

La proyección de ventas anuales están calculadas al 2.68 % de Inflación ya que los productos varían dependiendo del porcentaje que incrementa o disminuye.

## **5.4 DETERMINACIÓN DE EGRESOS.**

Se considera egresos o gastos todos los costos requeridos para la operación o puesta en marcha de la empresa siendo estos: materia prima, mano de obra directa y costos generales de producción, es decir tiene que ver con la salida de dinero que tendrá la empresa incluyendo los gastos y las inversiones ya que aumenta las pérdidas o disminuye el beneficio, y siempre supone un desembolso financiero, ya sea movimiento de caja o bancario.

### **5.4.1 Costos de producción.**

El costo de producción es el valor del conjunto de bienes y esfuerzos en que se ha incurrido o se va a incurrir, que deben consumir los centros fabriles para obtener un producto terminado, en condiciones de ser entregado al sector comercial.

#### **5.4.1.1 Materia Prima Directa e indirecta**

La materia prima directa que se utilizará son las papas, plátano verde, plátano maduro, yuca, aceite y la sal, las cuales serán compradas a un proveedor de la ciudad de Ibarra, en el caso de que el proveedor nos falle, la materia prima se comprará en el mercado mayorista de Ibarra.

La materia prima indirecta que se necesitara serán las fundas plásticas, los logotipos de la empresa y los cartones. Para esta empresa es importante conocer el costo de fabricación del producto mediante un análisis de ingredientes y la cantidad necesaria para estos.

**Tabla 57: “Materia Prima Directa”**

Descripción	Costo	Cantidad a elaborar por mes	Total MP mensual USD	Total MP Anual USD
Papas (quintal)	\$ 15,00	15	\$ 225,00	\$ 2.700,00
Plátano verde (caja)	\$ 20,00	15	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Plátano maduro (caja)	\$ 15,00	14	\$ 210,00	\$ 2.520,00
Yuca (quintal)	\$ 15,00	10	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Aceite (poma)	\$ 12,00	10	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Sal (grande)	\$ 2,00	20	\$ 40,00	\$ 480,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 12.540,00</b>

Fuente: Mercado Amazonas

Elaborado por: Los Autores

El cuadro determinan los que los materiales que constituyen de manera directa el producto, en nuestro caso se considera materiales directos a la papa, al plátano verde y maduro, la yuca, sal y aceite.

**Tabla 58: “Materia Prima Indirecta”**

DESCRIPCIÓN	COSTO POR PAQUETE	ESTIMADO PAQUETES POR MES	TOTAL MPI MENSUAL USD	TOTAL MPI ANUAL USD
Fundas plásticas	\$ 0,98	200	\$ 196,00	\$ 2.352,00
Logotipos de la empresa	\$ 0,25	200	\$ 48,00	\$ 576,00
Cartones paq. 4 unidad	\$ 1,00	100	\$ 100,00	\$ 1.200,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 4.128,00</b>

Fuente: Mercado Amazonas

Elaborado por: Los Autores

### a) Proyección de la Materia Prima Directa e Indirecta

A continuación se detalla las proyecciones, utilizando el porcentaje de la inflación del 2.68%, ya que si este incrementa forzosamente los precios de la MPI suben y se debe elevar los precios de los snacks.

**Tabla 59: “Proyección Materia Prima Directa”**

AÑO	MATERIA PRIMA DIRECTA						
	Papas	Plátano verde	Plátano Maduro	Yuca	Aceite	Sal	TOTAL
2013*	\$ 2.700,00	\$ 3.600,00	\$ 2.520,00	\$ 1.800,00	\$ 1.440,00	\$ 480,00	\$ 12.540,00
2014*	\$ 2.772,36	\$ 3.696,48	\$ 2.587,54	\$ 1.848,24	\$ 1.478,59	\$ 492,86	\$ 12.876,07
2015*	\$ 2.846,66	\$ 3.795,55	\$ 2.656,88	\$ 1.897,77	\$ 1.518,22	\$ 506,07	\$ 13.221,15
2016*	\$ 2.922,95	\$ 3.897,27	\$ 2.728,09	\$ 1.948,63	\$ 1.558,91	\$ 519,64	\$ 13.575,48
2017*	\$ 3.001,28	\$ 4.001,71	\$ 2.801,20	\$ 2.000,86	\$ 1.600,69	\$ 533,56	\$ 13.939,30

Elaborado por: Los Autores

**Tabla 60: “Proyección Materia Prima Indirecta”**

AÑO	MATERIA PRIMA INDIRECTA			
	Fundas plásticas	Logotipos de la empresa	Cartones paq. 4 unidad	TOTAL
2013*	\$ 2.352	\$ 576	\$ 1.200	\$ 4.128
2014*	\$ 2.406	\$ 589	\$ 1.228	\$ 4.223
2015*	\$ 2.461	\$ 603	\$ 1.256	\$ 4.320
2016*	\$ 2.518	\$ 617	\$ 1.285	\$ 4.419
2017*	\$ 2.576	\$ 631	\$ 1.314	\$ 4.521

Elaborado por: Los Autores

Esta proyección determina la cantidad en dólares, la cual se estima que invertirá la empresa en los posteriores años en materia prima directa y materia prima indirecta para la elaboración de los snacks

#### 5.4.1.2 Mano de obra Directa e Indirecta

Es la mano de obra directa se lo calcula en base al recurso humano que laboran en las áreas que tienen una relación directa con la producción. Es la generada por los obreros y operarios calificados de la empresa.

Es el esfuerzo humano para obtener un producto de calidad, no debe confundirse la mano de obra directa con otros rubros que aunque

necesarios para el proceso productivo no intervienen directamente en la producción.

Para la proyección de sueldos se utilizó el 8.47% que es la tasa promedio salarial, debido a que los sueldos de los trabajadores cambian constantemente,

A los empleados de la empresa se les realizará un contrato de plazo fijo con sus respectivas cláusulas, de acuerdo a sus funciones y habilidades de acuerdo al Ministerio de Relaciones Laborales.

**Tabla 61: "Rol De Pagos"**

ÁREA	PERSONAL REQUERIDO	CANT	SALARIO MENSUAL	SALARIO ANUAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	IESS		TOTAL AÑO		FONDOS DE RESERVA		TOTAL AÑO
							12,15%	9,35%	1	VACACION	2	2	
ADMINISTRATIVA	Gerente o propietario.	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 400,00	\$ 318,00	\$ 583,20	\$ 448,80	\$ 4.486,00	\$ 200,00	\$ 400,00	\$ 5.086,00	
	Secretaria Contadora	1	\$ 318,00	\$ 3.816,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 463,64	\$ 356,80	\$ 3.631,56	\$ 159,00	\$ 318,00	\$ 4.108,56	
	Departamento de ventas y RRHH	1	\$ 318,00	\$ 3.816,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 463,64	\$ 356,80	\$ 3.631,56	\$ 159,00	\$ 318,00	\$ 4.108,56	
	Guardianía	2	\$ 636,00	\$ 7.632,00	\$ 636,00	\$ 318,00	\$ 927,29	\$ 713,59	\$ 6.945,12	\$ 318,00	\$ 636,00	\$ 7.899,12	
	Jefe de Producción	1	\$ 318,00	\$ 3.816,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 463,64	\$ 356,80	\$ 3.631,56	\$ 159,00	\$ 318,00	\$ 4.108,56	
PRODUCCIÓN	Operarios	4	\$ 1.272,00	\$ 15.264,00	\$ 1.272,00	\$ 318,00	\$ 1.854,58	\$ 1.427,18	\$ 13.572,24	\$ 636,00	\$ 1.272,00	\$ 15.480,24	
	Bodeguero	1	\$ 318,00	\$ 3.816,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 463,64	\$ 356,80	\$ 3.631,56	\$ 159,00	\$ 318,00	\$ 4.108,56	
SERVICIOS	Choferes	1	\$ 318,00	\$ 3.816,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 463,64	\$ 356,80	\$ 3.631,56	\$ 159,00	\$ 318,00	\$ 4.108,56	
	Limpieza	1	\$ 318,00	\$ 3.816,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 463,64	\$ 356,80	\$ 3.631,56	\$ 159,00	\$ 318,00	\$ 4.108,56	
<b>TOTAL DE PERSONAL</b>		<b>13</b>	<b>\$ 4.216,00</b>	<b>\$ 50.592,00</b>	<b>\$ 4.216,00</b>	<b>\$ 2.862,00</b>	<b>\$ 6.146,93</b>	<b>\$ 4.730,35</b>	<b>\$ 46.792,72</b>	<b>\$ 2.108,00</b>	<b>\$ 4.216,00</b>	<b>\$ 53.116,72</b>	

Elaborado por: Los Autores

**Tabla 62:**“Proyección Mano Obra Directa”

AÑO	MANO DE OBRA DIRECTA		
	OPERARIOS	BODEGUEROS	TOTAL
2013*	\$ 13.572,24	\$ 3.631,56	\$ 17.203,80
2014*	\$ 15.480,24	\$ 4.108,56	\$ 19.588,80
2015*	\$ 16.791,42	\$ 4.456,56	\$ 21.247,97
2016*	\$ 18.213,65	\$ 4.834,03	\$ 23.047,67
2017*	\$ 19.756,35	\$ 5.243,47	\$ 24.999,81

Fuente: Rol de Pagos

Elaborado por: Los Autores

Para esta proyección se tomó en cuenta los datos del rol de pagos solo de los operarios y bodeguero que están de manera directa con la elaboración de los snacks.

**Tabla 63:**“Proyección Mano Obra Indirecta”

AÑO	MANO DE OBRA INDIRECTA			
	GUARDIAS	CHOFERES	LIMPIEZA	TOTAL
2013*	\$ 6.945,12	\$ 3.631,56	\$ 3.631,56	\$ 14.208,24
2014*	\$ 7.899,12	\$ 4.108,56	\$ 4.108,56	\$ 16.116,24
2015*	\$ 8.568,18	\$ 4.456,56	\$ 4.456,56	\$ 17.481,29
2016*	\$ 9.293,90	\$ 4.834,03	\$ 4.834,03	\$ 18.961,95
2017*	\$ 10.081,09	\$ 5.243,47	\$ 5.243,47	\$ 20.568,03

Fuente: Rol de pagos

Elaborado por: Los Autores

De igual manera para la proyección se tomó los datos del rol de pagos, del recurso humano que no está de manera directa asociada con la elaboración de los snacks.

#### 5.4.1.3 Costos Indirectos de fabricación

Comprenden todos los gastos adicionales que se presentan en la elaboración de snacks.

En el siguiente cuadro se detallan todos los materiales utilizados y las correspondientes proyecciones:

**Tabla 64:**“Servicios Básicos”

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CONSUMO MENSUAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL MENSUAL	PRECIO TOTAL ANUAL
Consumo de Energía Eléctrica	kw	315,1	0,1	31,51	378,12
Consumo de Agua Potable	M3	327,1	0,15	49,07	588,78
Teléfono	Min.	500	0,12	60,00	720,00
<b>TOTAL:</b>				<b>140,58</b>	<b>1686,90</b>

Fuente: Emapa, Emelnorte y CNT

Elaborado por: Los Autores

#### a) Proyección Gastos Servicios Básicos

**Tabla 65:**“Proyección Gastos Servicios Básicos”

AÑO	SERVICIOS BASICOS			TOTAL
	AGUA	LUZ	TELEFONO	
2013*	\$ 378,12	\$ 588,78	\$ 720,00	\$ 1.686,90
2014*	\$ 388,25	\$ 604,56	\$ 739,30	\$ 1.732,11
2015*	\$ 398,66	\$ 620,76	\$ 759,11	\$ 1.778,53
2016*	\$ 409,34	\$ 637,40	\$ 779,45	\$ 1.826,19
2017*	\$ 420,31	\$ 654,48	\$ 800,34	\$ 1.875,14

Elaborado por: Los Autores

La proyección de los servicios básicos se calculó con el porcentaje de la inflación que es el de 2.68%., dando como resultado que al año 2017 se pagará de agua 420.31 dólares, de luz 654.48 dólares y de teléfono 800.34 dólares respectivamente.

Otro Costo indirecto de Fabricación son los valores por Gastos de Constitución que se detallan en el siguiente cuadro:

**Tabla 66: "Gastos De Constitución"**

Descripción	Valor Total
Gastos de Constitución	\$ 220,00
Trámites Creación Patentes	\$ 300,00
Trámites Registro Sanitario	\$ 820,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.340,00</b>

Elaborado por: Los Autores

**Tabla 67: "Proyección Gastos De Constitución"**

AÑO	DESCRIPCIÓN		
	Gastos de Constitución	Trámites Creación Patentes	Trámites Registro Sanitario
2013*	220	300	820
2014*	0	0	0
2015*	0	0	0
2016*	0	0	0
2017*	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>220</b>	<b>300</b>	<b>820</b>

Elaborado por: Los Autores

Esta proyección está basada en los gastos constitucionales que se requerirán en la empresa, en vista que el trámite para la creación de patentes dura solamente 3 meses, se consideró en el primer año, de igual manera los trámites de registro sanitario, por otro lado los gastos de constitución si se dividieron a los 5 años ya que no se desembolsa mucho dinero.

#### **b) Resumen costos de producción**

En el siguiente cuadro se determinara el total de costos de producción que utilizara la empresa para la elaboración de los snacks, el total de los CIFs se proyectará para los cinco años siguientes y se establecerá el valor que se invertirá en los costos de producción hasta el año 2017.

**Tabla 68: "Resumen Costos De Producción"**

DESCRIPCION	2013*	2014*	2015*	2016*	2017*
<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b>					
Papas	\$ 2.700,00	\$ 2.772,36	\$ 3.450,05	\$ 3.542,51	\$ 3.637,45
Plátano verde	\$ 3.600,00	\$ 3.696,48	\$ 3.795,55	\$ 3.897,27	\$ 4.001,71
Plátano Maduro	\$ 2.520,00	\$ 2.587,54	\$ 2.656,88	\$ 2.728,09	\$ 2.801,20
Yuca	\$ 1.800,00	\$ 1.848,24	\$ 1.897,77	\$ 1.948,63	\$ 2.000,86
Aceite	\$ 1.440,00	\$ 1.478,59	\$ 1.518,22	\$ 1.558,91	\$ 1.600,69
Sal	\$ 480,00	\$ 492,86	\$ 506,07	\$ 519,64	\$ 533,56
<b>TOTAL MATERIA PRIMA DIRECTA</b>	<b>\$ 12.540,00</b>	<b>\$ 12.876,07</b>	<b>\$ 13.172,22</b>	<b>\$ 13.475,18</b>	<b>\$ 13.785,11</b>
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>					
Operarios	\$ 13.572,24	\$ 13.935,98	\$ 14.309,46	\$ 14.692,95	\$ 15.086,72
Bodeguero	\$ 3.631,56	\$ 3.728,89	\$ 3.828,82	\$ 3.931,43	\$ 4.036,79
<b>TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA</b>	<b>\$ 17.203,80</b>	<b>\$ 17.664,86</b>	<b>\$ 18.138,28</b>	<b>\$ 18.624,39</b>	<b>\$ 19.123,52</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION</b>					
<b>MATERIA PRIMA INDIRECTA</b>					
Fundas plásticas	\$ 2.352,00	\$ 2.415,03	\$ 2.479,76	\$ 2.546,21	\$ 2.614,45
Logotipos de la empresa	\$ 576,00	\$ 591,44	\$ 607,29	\$ 623,56	\$ 640,27
Cartones paq. 4 unidad	\$ 1.200,00	\$ 1.232,16	\$ 1.265,18	\$ 1.299,09	\$ 1.333,90
<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>					
Guardias	\$ 6.945,12	\$ 7.131,25	\$ 7.322,37	\$ 7.518,61	\$ 7.720,10
Chofer	\$ 3.631,56	\$ 3.728,89	\$ 3.828,82	\$ 3.931,43	\$ 4.036,79
Limpieza	\$ 3.631,56	\$ 3.728,89	\$ 3.828,82	\$ 3.931,43	\$ 4.036,79
<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>					
Agua	\$ 378,12	\$ 388,25	\$ 398,66	\$ 409,34	\$ 420,31
Luz	\$ 588,78	\$ 604,56	\$ 620,76	\$ 637,40	\$ 654,48
Telefono	\$ 720,00	\$ 739,30	\$ 759,11	\$ 779,45	\$ 800,34
<b>AMORTIZACIÓN</b>					
Gastos de Constitución	\$ 220,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Trámites Creación Patentes	\$ 300,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Trámites Registro Sanitario	\$ 820,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>	<b>\$ 21.363,14</b>	<b>\$ 20.559,76</b>	<b>\$ 21.110,76</b>	<b>\$ 21.676,53</b>	<b>\$ 22.257,46</b>
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCION</b>	<b>\$ 51.106,94</b>	<b>\$ 51.100,69</b>	<b>\$ 52.421,26</b>	<b>\$ 53.776,10</b>	<b>\$ 55.166,09</b>

Elaborado por: Los Autores

#### 5.4.2 Gastos administrativos.

En el siguiente cuadro se detallan los gastos de administración en los que se incluyen los sueldos, servicios básicos y demás de ello los gastos realizados era la constitución de la empresa.

**Tabla 69:**“Proyección De Salarios Administrativos”

AÑO	SALARIOS ADMINISTRATIVOS					TOTAL
	Gerente o Propietario	Secretaria Contadora	Departamento de ventas y RRHH	Jefe de Producción		
2013*	\$ 4.486,00	\$ 3.631,56	\$ 6.945,12	\$ 3.631,56		\$ 18.694,24
2014*	\$ 5.086,00	\$ 4.108,56	\$ 7.899,12	\$ 4.108,56		\$ 21.202,24
2015*	\$ 5.222,30	\$ 4.218,67	\$ 8.110,82	\$ 4.218,67		\$ 21.770,46
2016*	\$ 5.362,26	\$ 4.331,73	\$ 8.328,19	\$ 4.331,73		\$ 22.353,91
2017*	\$ 5.505,97	\$ 4.447,82	\$ 8.551,38	\$ 4.447,82		\$ 22.952,99

Fuente: Rol de pagos

Elaborado por: Los Autores

### 5.4.3 Gastos suministros de oficina.

Para el adecuado funcionamiento del área administrativa se utilizará los siguientes suministros:

**CUADRO No. 14** “Proyección De Suministros De Oficina”

AÑO	SUMISTROS DE OFICINA								TOTAL
	Perforadora	Grapadora	Sellos	Calculadoras	Caja de Clips	Caja de Grapas	Caja de Esferos	Tinta de impresoras	
2013*	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 10,00	\$ 25,00	\$ 10,00	\$ 15,00	\$ 4,00	\$ 1.500,00	\$ 1.594,00
2014*	\$ 15,40	\$ 15,40	\$ 10,27	\$ 25,67	\$ 10,27	\$ 15,40	\$ 4,11	\$ 1.540,20	\$ 1.636,72
2015*	\$ 15,81	\$ 15,81	\$ 10,54	\$ 26,36	\$ 10,54	\$ 15,81	\$ 4,22	\$ 1.581,48	\$ 1.680,58
2016*	\$ 16,24	\$ 16,24	\$ 10,83	\$ 27,06	\$ 10,83	\$ 16,24	\$ 4,33	\$ 1.623,86	\$ 1.725,62
2017*	\$ 16,67	\$ 16,67	\$ 11,12	\$ 27,79	\$ 11,12	\$ 16,67	\$ 4,45	\$ 1.667,38	\$ 1.771,87

Fuente: Suministros de oficina

Elaborado por: Los Autores

En esta proyección se detallan los suministros que se utilizará en la empresa y se lo ha proyectado a los cinco años dando un total que se gastara en el año 2013 - 1594, en 2014- 1636.72, en el 2015-1680.58, en el 2016-1725.62 y en el 2017-1771.87 dólares, esto fue calculado en base

al porcentaje de inflación que es el 2.68%, puesto que al momento que sube la tasa de inflación tienden a subir los suministros y otros materiales.

#### 5.4.4 Gastos de ventas.

Para la comercialización de los productos, no será necesario de una persona encargada de promocionar los productos snacks, solamente será necesario adquirir volantes de los productos y además se contratará un paquete publicitario en prensa, radios locales etc.

**Tabla 70:**“Gasto Ventas”

DESCRIPCIÓN	PRECIO MENSUAL	PRECIO TOTAL
Material de Comercialización	25	300
Publicidad	50	600
<b>TOTAL:</b>	<b>75</b>	<b>900</b>

Fuente: Observación Directa  
Elaborado por: Los Autores

**Tabla 71:**“Proyección De Gasto Ventas”

AÑO	GASTO VENTAS		
	Material de Comercialización	Publicidad	TOTAL
2013*	\$ 300,00	\$ 600,00	\$ 900,00
2014*	\$ 308,04	\$ 616,08	\$ 924,12
2015*	\$ 316,30	\$ 632,59	\$ 948,89
2016*	\$ 324,77	\$ 649,54	\$ 974,32
2017*	\$ 333,48	\$ 666,95	\$ 1.000,43

Elaborado por: Los Autores

De igual manera se ha calculado la proyección en base a la tasa de inflación del 2.68%, quedando como resultado por año 900.00, 924.12; 948.89; 974.32; 1.000,43 respectivamente, para el material de comercialización y publicidad que necesitará la empresa.

#### 5.4.5 Determinación del Capital de Trabajo.

Tabla 72: "Capital De Trabajo"

DESCRIPCIÓN	VALOR	TOTAL
<b>MATERIALES DIRECTOS</b>		\$ 29.743,80
Materia Prima Directa	\$ 12.540,00	
Mano de Obra Directa	\$ 17.203,80	
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>		\$ 20.023,14
Materia Prima Indirecta	\$ 4.128,00	
Mano de Obra Indirecta	\$ 14.208,24	
Servicios Básicos	\$ 1.686,90	
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		\$ 15.380,68
Gerente-Propietario	\$ 4.486,00	
Secretaria Contadora	\$ 3.631,56	
Departamento de Ventas y Recursos Humanos	\$ 3.631,56	
Jefe de Producción	\$ 3.631,56	
<b>GASTOS VENTAS</b>		\$ 900,00
Material de Comercialización	\$ 300,00	
Publicidad	\$ 600,00	
<b>SUBTOTAL</b>		<b>\$ 66.047,62</b>
IMPREVISTOS 5%		\$ 3.302,38
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO ANUAL</b>		<b>\$ 69.350,00</b>
<b>CAPITAL TRABAJO PARA SEIS MESES</b>		<b>\$ 34.675,00</b>

Fuente: Cuadros No: 57-58-61-64-70

Elaborado por: Los Autores

#### 5.4.6 Gastos financieros.

Para emprender esta empresa se requiere un financiamiento de \$30.330.00 que representa el 40% de la inversión total. Para la amortización del crédito se utiliza una tasa activa del 10 %, que es la referencia del Banco del Fomento, para estas operaciones crediticias, a un plazo de 2 años 4 meses con pagos mensuales, ya que este dinero se lo utilizara para comprar la maquinaria. La distribución de la deuda es de acuerdo a la siguiente tabla de amortización.

**Tabla 73: "Datos Para La Amortización"**

<b>DATOS PARA LA AMORTIZACION</b>	
Monto Crédito	\$ 30.330,00
Tasa de Interés (anual)	10,00%
Numero de pagos (mensuales)	28
Pagos (mensuales)	\$ 1.218,99

Elaborado por: Los Autores

**Tabla 74: "Tabla De Amortización Mensual"**

# Pagos	Pago Interes	Pago Capital	Saldo
1	\$ 252,75	\$ 966,24	\$ 29.363,76
2	\$ 244,70	\$ 974,29	\$ 28.389,48
3	\$ 236,58	\$ 982,41	\$ 27.407,07
4	\$ 228,39	\$ 990,59	\$ 26.416,47
5	\$ 220,14	\$ 998,85	\$ 25.417,63
6	\$ 211,81	\$ 1.007,17	\$ 24.410,45
7	\$ 203,42	\$ 1.015,57	\$ 23.394,89
8	\$ 194,96	\$ 1.024,03	\$ 22.370,86
9	\$ 186,42	\$ 1.032,56	\$ 21.338,30
10	\$ 177,82	\$ 1.041,17	\$ 20.297,13
11	\$ 169,14	\$ 1.049,84	\$ 19.247,28
12	\$ 160,39	\$ 1.058,59	\$ 18.188,69
13	\$ 151,57	\$ 1.067,41	\$ 17.121,28
14	\$ 142,68	\$ 1.076,31	\$ 16.044,97
15	\$ 133,71	\$ 1.085,28	\$ 14.959,69
16	\$ 124,66	\$ 1.094,32	\$ 13.865,37
17	\$ 115,54	\$ 1.103,44	\$ 12.761,93
18	\$ 106,35	\$ 1.112,64	\$ 11.649,29
19	\$ 97,08	\$ 1.121,91	\$ 10.527,38
20	\$ 87,73	\$ 1.131,26	\$ 9.396,12
21	\$ 78,30	\$ 1.140,69	\$ 8.255,44
22	\$ 68,80	\$ 1.150,19	\$ 7.105,25
23	\$ 59,21	\$ 1.159,78	\$ 5.945,47
24	\$ 49,55	\$ 1.169,44	\$ 4.776,03
25	\$ 39,80	\$ 1.179,19	\$ 3.596,85
26	\$ 29,97	\$ 1.189,01	\$ 2.407,83
27	\$ 20,07	\$ 1.198,92	\$ 1.208,91
28	\$ 10,07	\$ 1.208,91	\$ -0,00

Fuente: Banco del Central  
Elaborado por: Los Autores

En este cuadro se determina cuanto se va a pagar de interés por la deuda y que en los 28 meses, es decir, en los 2 años 4 meses se cumplirá todos los pagos mensuales, para que de este modo se quede la empresa sin deudas.

## **5.5 DEPRECIACIONES**

Para el cálculo de las depreciaciones de los activos fijos se tomó como referencia lo establecido en el Reglamento del SRI, depreciaciones de activos fijos. Ya que estos sufren un desgaste normal durante su vida útil que el final lo lleva a ser inutilizable.

**Tabla 75: “Depreciaciones De Activos Fijos”**

DESCRIPCIÓN	VALOR	VALOR	VIDA UTIL	VALOR A	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
	NOMINAL	RESIDUAL		DEPRECIAR										
<b>MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>														
Bascula	\$ 720,00	\$ 72,00	10	\$ 648,00	\$ 64,80	\$ 64,80	\$ 64,80	\$ 64,80	\$ 64,80	\$ 64,80	\$ 64,80	\$ 64,80	\$ 64,80	\$ 64,80
Aspersor	\$ 840,00	\$ 84,00	10	\$ 756,00	\$ 75,60	\$ 75,60	\$ 75,60	\$ 75,60	\$ 75,60	\$ 75,60	\$ 75,60	\$ 75,60	\$ 75,60	\$ 75,60
Montacargas Manual	\$ 500,00	\$ 50,00	10	\$ 450,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00
Cortadora	\$ 1.050,00	\$ 105,00	10	\$ 945,00	\$ 94,50	\$ 94,50	\$ 94,50	\$ 94,50	\$ 94,50	\$ 94,50	\$ 94,50	\$ 94,50	\$ 94,50	\$ 94,50
Envasadora	\$ 900,00	\$ 90,00	10	\$ 810,00	\$ 81,00	\$ 81,00	\$ 81,00	\$ 81,00	\$ 81,00	\$ 81,00	\$ 81,00	\$ 81,00	\$ 81,00	\$ 81,00
Etiquetadora	\$ 760,00	\$ 76,00	10	\$ 684,00	\$ 68,40	\$ 68,40	\$ 68,40	\$ 68,40	\$ 68,40	\$ 68,40	\$ 68,40	\$ 68,40	\$ 68,40	\$ 68,40
Bandas transportadoras	\$ 900,00	\$ 90,00	10	\$ 810,00	\$ 81,00	\$ 81,00	\$ 81,00	\$ 81,00	\$ 81,00	\$ 81,00	\$ 81,00	\$ 81,00	\$ 81,00	\$ 81,00
Secador de Aire	\$ 900,00	\$ 90,00	10	\$ 810,00	\$ 81,00	\$ 81,00	\$ 81,00	\$ 81,00	\$ 81,00	\$ 81,00	\$ 81,00	\$ 81,00	\$ 81,00	\$ 81,00
<b>EQUIPO DE COMPUTACION</b>														
Computadoras	\$ 700,00	\$ 35,00	5	\$ 665,00	\$ 133,00	\$ 133,00	\$ 133,00	\$ 133,00	\$ 133,00					
Impresora Canon	\$ 250,00	\$ 12,50	5	\$ 237,50	\$ 47,50	\$ 47,50	\$ 47,50	\$ 47,50	\$ 47,50					
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>														
Sillas	\$ 25,00	\$ 1,25	5	\$ 23,75	\$ 4,75	\$ 4,75	\$ 4,75	\$ 4,75	\$ 4,75					
Archivador	\$ 150,00	\$ 15,00	10	\$ 135,00	\$ 13,50	\$ 13,50	\$ 13,50	\$ 13,50	\$ 13,50	\$ 13,50	\$ 13,50	\$ 13,50	\$ 13,50	\$ 13,50
Escritorios	\$ 250,00	\$ 25,00	10	\$ 225,00	\$ 22,50	\$ 22,50	\$ 22,50	\$ 22,50	\$ 22,50	\$ 22,50	\$ 22,50	\$ 22,50	\$ 22,50	\$ 22,50
Calculadora	\$ 5,00	\$ 0,50	10	\$ 4,50	\$ 0,45	\$ 0,45	\$ 0,45	\$ 0,45	\$ 0,45	\$ 0,45	\$ 0,45	\$ 0,45	\$ 0,45	\$ 0,45
Mesa sala de juntas	\$ 150,00	\$ 7,50	5	\$ 142,50	\$ 28,50	\$ 28,50	\$ 28,50	\$ 28,50	\$ 28,50					
Sofás de espera	\$ 225,00	\$ 6,75	3	\$ 218,25	\$ 72,75	\$ 72,75	\$ 72,75							
<b>EDIFICIO</b>														
Construccion-Obra civil	\$ 32.000,00	\$ 6.400,00	20	\$ 25.600,00	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00
<b>TRANSPORTE</b>														
Vehículo	\$ 7.000,00	\$ 350,00	5	\$ 6.650,00	\$ 1.330,00	\$ 1.330,00	\$ 1.330,00	\$ 1.330,00	\$ 1.330,00					
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 3.524,25</b>	<b>\$ 3.524,25</b>	<b>\$ 3.524,25</b>	<b>\$ 3.451,50</b>	<b>\$ 3.451,50</b>	<b>\$ 1.907,75</b>				

Elaborado por: Los Autores

En el Tabla No. 75, se cumple con las depreciaciones al tiempo de su vida útil, pero la depreciación del Edificio se extenderá más ya que el cuadro esta solo hasta 10 años y la depreciación del edificio es a 20 años.

## **5.6 ESTADOS FINANCIEROS.**

Los Estados financieros representarán a las utilidades, los principales cambios ocurridos en la estructura financiera de la empresa y su reflejo final en el efectivo e inversiones temporales a través de un periodo determinado.

### **5.6.1 Balance general.**

Es donde reflejará la situación financiera de la empresa PROTRAL S.A., a una fecha determinada y que permite efectuar un análisis comparativo de la misma; incluye el activo, el pasivo y el capital contable.

El balance general anual se ha considerado como un estado de contabilidad que se basará en normas y principios de general aceptación para clasificar, registrar y analizar todos los movimientos económico-financieros de la empresa, los mismos que al ser cuantificado monetariamente, sirven como punto de apoyo para la toma de decisiones, tanto de la gerencia como de la empresa.

**Tabla 76; “Balance General”**

<b>PROTRAL S.A.</b>			
<b>BALANCE DE POSICIÓN FINANCIERA INICIAL</b>			
<b>01 de Enero de 2013</b>			
<b>ACTIVO</b>	<b>1</b>		
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>101</b>		<b>\$ 34.675,00</b>
Efectivo y Equivalentes de Efectivo	10101	\$ 34.675,00	
<b>SUB TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>			
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>102</b>		<b>\$ 39.810,00</b>
<b>Propiedad planta y Equipo</b>	<b>10201</b>	<b>\$ 5.913,00</b>	
Maquinaria y Equipo	1020106	\$ 902,50	
Muebles y Enseres	1020105	\$ 744,50	
Equipo de Computación	1020108	\$ 25.600,00	
Vehículos, Equipos de transporte y equipo	1020109	\$ 6.650,00	
Edificios	1020102		
<b>Otros Activos</b>			<b>\$ 1.340,00</b>
<b>SUB TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>		<b>\$ 220,00</b>	
		<b>\$ 300,00</b>	
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>\$ 820,00</b>	
<b>PASIVO</b>	<b>2</b>		<b><u>75.825,00</u></b>
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>202</b>		
Obligaciones con Instituciones Financieras	20203		
Locales	2020301	\$ 30.330,00	
		<b>\$ 30.330,00</b>	
<b>TOTAL PASIVO</b>			<b>\$ 30.330,00</b>
<b>PATRIMONIO NETO</b>			
<b>CAPITAL CONTABLE</b>			<b>\$ 45.495,00</b>
Capital	301	\$ 45.495,00	
<b>TOTAL CAPITAL CONTABLE</b>			<b>\$ 45.495,00</b>
<b>TOTAL PASIVO + CAPITAL CONTABLE</b>			
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>			<b><u>\$ 75.825,00</u></b>

Elaborado por: Los Autores

### 5.6.2 Estado de pérdidas y ganancias proyectado.

Los estados financieros son documentos de resultados, que proporcionan información para la toma de decisiones en salvaguarda de los intereses de la empresa, en tal sentido la precisión y la veracidad de la información que pueda contener es importante. Entre los estados financieros tenemos:

**Tabla 77: “Estado De Pérdidas Y Ganancias”**

PROTRAL S.A.						
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS						
DESCRIPCION	AÑO					
	2013*	2014*	2015*	2016*	2017*	
Ventas proyectadas	\$ 123.552,00	\$ 126.863,19	\$ 130.263,13	\$ 133.754,18	\$ 137.338,79	
(-) Costos Proyectados	\$ -51.106,94	\$ -52.476,61	\$ -53.882,98	\$ -55.327,04	\$ -56.809,81	
<b>(=) UTILIDAD BRUTA PROYECTADA</b>	<b>\$ 72.445,06</b>	<b>\$ 74.386,59</b>	<b>\$ 76.380,15</b>	<b>\$ 78.427,14</b>	<b>\$ 80.528,98</b>	
<b>(-) GASTOS</b>						
Administrativos	\$ 15.380,68	\$ 15.792,88	\$ 16.216,13	\$ 16.650,72	\$ 17.096,96	
De Ventas	\$ 900,00	\$ 924,12	\$ 948,89	\$ 974,32	\$ 1.000,43	
Depreciacion	\$ 3.524,25	\$ 3.524,25	\$ 3.524,25	\$ 3.451,50	\$ 3.451,50	
Imprevistos	\$ 3.302,38	\$ 3.390,88	\$ 3.481,76	\$ 3.575,07	\$ 3.670,88	
Financieros	\$ 3.801,62	\$ 3.903,50	\$ 4.008,11	\$ 4.115,53	\$ 4.225,83	
<b>(=) TOTAL GASTOS PROYECTADOS</b>	<b>\$ 26.908,93</b>	<b>\$ 27.535,64</b>	<b>\$ 28.179,14</b>	<b>\$ 28.767,14</b>	<b>\$ 29.445,60</b>	
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 45.536,13</b>	<b>\$ 46.850,95</b>	<b>\$ 48.201,01</b>	<b>\$ 49.659,99</b>	<b>\$ 51.083,38</b>	
(-) 15% Participacion Trabajadores	\$ 6.830,42	\$ 7.027,64	\$ 7.230,15	\$ 7.449,00	\$ 7.662,51	
(-) 22% Impuesto a la Renta	\$ 10.017,95	\$ 10.307,21	\$ 10.604,22	\$ 10.925,20	\$ 11.238,34	
(-) 10% de Reserva Legal	\$ 4.553,61	\$ 4.685,10	\$ 4.820,10	\$ 4.966,00	\$ 5.108,34	
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 24.134,15</b>	<b>\$ 24.831,00</b>	<b>\$ 25.546,53</b>	<b>\$ 26.319,80</b>	<b>\$ 27.074,19</b>	

Elaborado por: Los Autores

A las utilidades operacionales se le restan tres cantidades las cuales son:

**El 15% de Participación Trabajadores** que corresponde al porcentaje de las utilidades que debe ser repartido entre los trabajadores de la empresa conforme lo dispone el Código de Trabajo (Art...97 CT), la cual especifica que se debe brindar la posibilidad de que el pago de utilidades a los trabajadores pueda realizarse en acciones de la compañía, para lo cual debe estar registrada en una bolsa de valores y cumplir con el protocolo para el cumplimiento de ética empresarial definida por el Estado (Art. 105.1 CT).

Pero por otro lado, la empresa PROTRAL S.A., como recién se está iniciando el valor de \$ 6830.42 que corresponde al 15% se lo entregará en efectivo en una fecha establecida distribuyendo de manera equitativa a todos los trabajadores.

**El 22% de impuesto a la renta** debe pagar la empresa en Virtud a la Ley de Régimen Tributario Interno (Art. 37 LORTI). Este porcentaje ha ido

disminuyendo un punto porcentual por concepto de impuesto a la renta por cada año desde el 2011; es decir, para los ejercicios económicos del año 2011 el porcentaje fue de 24%, para el 2012 del 23% y para este año 2013 del 22% (Disposición Transitoria Primera COPCEI).

En este caso el valor que se debe pagar el primer año de Impuesto la Renta es de \$ 10.017,95 correspondiente al 22% de la utilidad operacional antes de impuestos.

Y **el 10% de Reserva Legal** el cual se toma de las utilidades liquidas como un respaldo que la empresa debe tener, en caso de que la compañía alcance una pérdida y poder solventar cualquier gasto con este porcentaje.

### **5.6.3 Flujo de Caja Proyectado.**

A través del flujo de caja se puede apreciar que la empresa PROTRAL S.A. en ningún momento presenta problemas de dinero, ya que se mantiene una situación de liquidez estable

El flujo de caja al igual que el Estado de Pérdidas y Ganancias se ha proyectado a 5 años.

**Tabla 78: “Flujo De Caja Proyectado”**

<b>PROTRAL S.A.</b>						
<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADA</b>						
DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO				
		2013*	2014*	2015*	2016*	2017*
<b>INGRESOS</b>						
Ventas Proyectadas		\$ 123.552,00	\$ 126.863,19	\$ 130.263,13	\$ 133.754,18	\$ 137.338,79
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>\$ 123.552,00</b>	<b>\$ 126.863,19</b>	<b>\$ 130.263,13</b>	<b>\$ 133.754,18</b>	<b>\$ 137.338,79</b>
<b>EGRESOS</b>						
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>						
Materia Prima Directa		\$ 12.540,00	\$ 12.876,07	\$ 13.221,15	\$ 13.575,48	\$ 13.939,30
Mano de Obra Directa		\$ 17.203,80	\$ 17.664,86	\$ 18.138,28	\$ 18.624,39	\$ 19.123,52
Costos Indirectos de Fabricacion		\$ 21.363,14	\$ 21.935,67	\$ 22.523,55	\$ 23.127,18	\$ 23.746,99
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>						
Gastos Administrativos		\$ 15.380,68	\$ 15.792,88	\$ 16.216,13	\$ 16.650,72	\$ 17.096,96
Gasto Ventas		\$ 900,00	\$ 924,12	\$ 948,89	\$ 974,32	\$ 1.000,43
<b>GASTOS NO OPERACIONALES</b>						
Obligaciones Financieras		\$ 3.801,62	\$ 3.903,50	\$ 4.008,11	\$ 4.115,53	\$ 4.225,83
Participacion de los Trabajadores		\$ 6.830,42	\$ 7.013,48	\$ 7.201,44	\$ 7.394,43	\$ 7.592,61
Imprevistos		\$ 3.302,38	\$ 3.390,88	\$ 3.481,76	\$ 3.575,07	\$ 3.670,88
Reserva legal		\$ 4.553,61	\$ 4.675,65	\$ 4.800,96	\$ 4.929,62	\$ 5.061,74
Impuesto a la Renta		\$ 10.017,95	\$ 10.286,43	\$ 10.562,11	\$ 10.845,17	\$ 11.135,82
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>\$ 95.893,60</b>	<b>\$ 98.463,55</b>	<b>\$ 101.102,37</b>	<b>\$ 103.811,91</b>	<b>\$ 106.594,07</b>
<b>FLUJO NETO GENERADO</b>		<b>\$ 27.658,40</b>	<b>\$ 28.399,65</b>	<b>\$ 29.160,76</b>	<b>\$ 29.942,26</b>	<b>\$ 30.744,72</b>
<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
Depreciacion de Activos Fijos		\$ 3.524,25	\$ 3.524,25	\$ 3.524,25	\$ 3.451,50	\$ 3.451,50
Recuperacion Captal de Trabajo			\$ 34.725,00			
<b>INVERSION</b>	<b>\$ -75.825,00</b>					
<b>TOTAL FLUJO DE CAJA</b>		<b>\$ 31.182,65</b>	<b>\$ 31.923,90</b>	<b>\$ 32.685,01</b>	<b>\$ 33.393,76</b>	<b>\$ 34.196,22</b>

Elaborado por: Los Autores

El flujo de caja muestra las entradas y salidas de efectivo proyectadas para los 5 años de vida del proyecto. El proyecto si es factible ya que el flujo de caja si reinvierte la inversión.

Todos los balances anuales debe el contador, para que la Superintendencia de Compañías pueda ordenar su publicación de acuerdo a la Art.296 LC.

## 5.7 EVALUACIÓN FINANCIERA.

Con la evaluación financiera se disminuirá el riesgo de la inversión, por tal razón es indispensable conocer la tasa y valores que despliegan los indicadores.

### 5.7.1 Tasa de redescuento

$$TRM = (1 + Ck)(1 + Rp) - 1$$

**Siendo:**

**Ck:** Costo de oportunidad=7.86%

**Rp:** Riesgo país=5.30%

**TMR:** Tasa de Rendimiento Medio

$$TRM = (1 + 7.86\%)(1 + 5.30\%) - 1 = TRM = 13.57\%$$

Este valor es el mismo de la Tasa de Rendimiento Medio ya que se le conoce con otro nombre como Tasa de Redescuento Medio.

### 5.7.2 Valor actual neto (VAN).

El VAN muestra el monto de los beneficios reales a que tendrá PROTRAL S.A. ante la inversión y considera el valor cronológico del dinero, como su costo de rentabilidad (tasa de Redescuento), al aplicar la fórmula se definen los flujos netos de efectivo actualizados y las inversiones actualizadas a la misma tasa, para aplicar esta fórmula primero se despeja la tasa de redescuento según los resultados obtenidos en el cálculo de la tasa de redescuento de 12,65%.

$$VAN = -Inversión + \frac{\sum \text{Flujos de caja neta}}{(1 + i)^n}$$

**Tabla 79: "VAN"**

DESCRIPCIÓN	FNE	%	TOTAL
<b>INVERSION</b>	-75825		
2013	\$ 31.182,65	1,1357	\$ 27.456,77
2014	\$ 31.923,90	1,2898	\$ 24.750,77
2015	\$ 32.685,01	1,4648	\$ 22.312,99
2016	\$ 33.393,76	1,6636	\$ 20.072,94
2017	\$ 34.196,22	1,8894	\$ 18.099,22
<b>TOTAL FLUJO DE CAJA</b>			<b>\$ 112.692,68</b>
<b>VALOR ACTUAL NETO</b>			<b>\$ 36.867,68</b>

Elaborado por: Los Autores

El valor del V.A.N. es positivo, esto implica una ganancia dentro del período de cinco años.

En este caso con el 10% de la Reserva Legal se puede solventar esta perdida y mantener a la empresa estable con una ganancia moderada.

### 5.7.3 Tasa interna de retorno (TIR).

La tasa Interna de Retorno nos permite identificar a que tasa debe rendir el proyecto para recuperar la inversión, siendo el VAN igual a cero; para lo cual se utiliza el método de la interpolación.

**Tabla 80: "Tasa Interna De Retorno"**

AÑOS	FNE	13,57%	30,50%
0	-75825,00	75825,00	75825,00
1	31182,65	20893,20	8056,03
2	31923,90	34759,10	29466,81
3	32685,01	37401,82	23697,63
4	33393,76	38469,19	26165,99
5	34196,22	39416,49	26215,59
<b>TOTAL</b>		<b>-95114,80</b>	<b>189427,04</b>

Fuente: Flujo de Caja Proyectada  
Elaborado por: Los Autores

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \left[ \frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ti} - VAN_{Ts}} \right]$$

$$TIR = 31.91\%$$

La tasa interna de retorno obtenida determina que existe rentabilidad en el proyecto a una tasa del 31.91% positivo en los años de vigencia del proyecto, en esta actividad si consideramos que la rentabilidad sobre el flujo neto, retorna en beneficio al empresario; este indicador supera la tasa activa vigente para el sistema financiero demostrando de esta manera que el Proyecto es factible.

#### 5.7.4 Beneficio – costo.

Es la relación de los flujos de efectivos positiva con los flujos de efectivos negativos. Mismos que sirven para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos.

**Tabla 81** “Costo-Beneficio”

<b>AÑOS</b>	<b>INGRESOS</b>	<b>13,57%</b>	<b>EGRESOS</b>	<b>13,57%</b>
2013*	123.552,00	106.785,99	95.893,60	82.880,84
2014*	126.863,19	109.647,86	98.463,55	85.102,04
2015*	130.263,13	112.586,42	101.102,37	87.382,78
2016*	133.754,18	115.603,74	103.811,91	89.724,64
2017*	137.338,79	118.701,92	106.594,07	92.129,26
<b>TOTAL</b>	<b>651.771,29</b>	<b>563.325,93</b>	<b>505.865,50</b>	<b>437.219,56</b>

Fuente: Flujo de Caja Proyectada  
Elaborado por: Los Autores

$$\frac{B}{C} = \frac{\sum Ingresos / (1+i)^n}{\sum Egresos / (1+i)^n}$$

$$\frac{B}{C} = \frac{651.771,29}{505.865,5} = \frac{B}{C} = 1.29$$

Se puede notar que el retorno de los ingresos es favorable, ya que por cada dólar de gasto, el proyecto está generando 1,29 dólares de ingresos o retorno de la inversión.

### 5.7.5 Período de recuperación de la inversión.

Es el tiempo que transcurrirá para que se produzca una cantidad igual al importe de la inversión.

**Tabla 82:**“Recuperación De Inversión”

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO NETO</b>	<b>INVERSION</b>
		\$ 75.825,00
2013*	\$ 31.182,65	
2014*	\$ 31.923,90	
2015*	\$ 32.685,01	
2016*	\$ 33.393,76	
2017*	\$ 34.196,22	
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 163.381,54</b>	

Fuente: Flujo de Caja Proyectada

Elaborado por: Los Autores

<b>INVERSIÓN = \$ 75.825,00</b>
<b>EN 2 AÑOS = \$ 63.106,55</b>
<b>\$ 64207,00 - \$ 51303,75 = \$ 12.718,45</b>
<b><math>\frac{\\$ 31.923,90}{12 \text{ meses}} = \\$ 4.669,29 \text{ por mes}</math></b>
<b>\$ 4.669,29*2 = \$ 9.338,57</b>
<b><math>\frac{\\$ 4.669,29}{30 \text{ días}} = \\$ 155,64 \text{ diario}</math></b>
<b>\$ 155,64 * 22 = \$ 3.424,14</b>
<b>2 años, 2 meses y 22 días</b>

Fuente: Flujo de Caja Proyectada

Elaborado por: Los Autores

Esta evaluación financiera ha determinado el tiempo de recuperación de la inversión del proyecto en un tiempo máximo de 2 años, 2 meses y 22 días para la recuperación de la inversión; mismo que toma en cuenta los flujos de caja proyectados.

### 5.7.6 Sensibilidad y riesgo del proyecto.

Los factores que pueden afectar a la producción de snacks son: el factor clima, y la inflación. Por lo tanto si se presentan estos factores negativos en la producción de snacks, esta disminuirá en un 5%; supieron manifestar los propietarios del pequeño negocio productor de snacks.

Con este porcentaje, los ingresos, disminuirán pero la empresa si será factible aún. Pero para evitar cualquier inconveniente, es necesario se tome medidas para precautelar las bajas en la producción con el objetivo de hacer un análisis de sensibilidad para medir el grado de sensibilidad de las partes operativas del negocio, entre estas variables tenemos el Precio de Venta, Demanda, y los Costos Totales; modificando implícitamente con una pequeña variación de las variables antes mencionadas, obteniendo como resultado distintos flujos de Caja, que muestran que tan solvente y sensible puede ser la empresa.

### 5.8 RESUMEN DE INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA

El propósito de realizar el resumen de indicadores de evaluación financiera es para tener una perspectiva general de las condiciones de factibilidad del proyecto.

**Tabla 83:**“Indicadores De Evaluación Financiera”

DESCRIPCIÓN	VALOR	CONCLUSIÓN
VALOR ACTUAL NETO	\$ 36.867,68	VIABLE
TASA INTERNA DE RETORNO	31,91%	VIABLE
RELACION BENEFICIO COSTO	\$ 1,29	VIABLE
PERIODO DE LA RECUPERACION DE LA INVERSIÓN	2 años, 2 meses y 22 días	VIABLE

**Fuente:** VAN, TIR, Costo-Beneficio, Recuperación de la Inversión

**Elaborado por:** Los Autores

## 5.9 PUNTO DE EQUILIBRIO

El cálculo del Punto de Equilibrio de la empresa PROTRAL S.A. se lo realizará en base a los pronósticos de lo que será el primer año del proyecto, para lo cual se ha considerado a los costos de producción, administración, ventas y financiero, para luego clasificarles como fijos y variables con la finalidad de determinar cuál es el nivel de producción.

Donde los costos totales se igualan a los ingresos y el despliega el valor en miles de dólares, no es aconsejable hacerlo para cada año, debido a que mientras más tardío sea el pronóstico menos cierto es.

**Tabla 84:**“Punto De Equilibrio”

DETALLE	VALOR	TOTAL
<b>COSTOS FIJOS</b>		\$ 41.129,33
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 17.203,80	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 15.380,68	
GASTOS FINANCIEROS	\$ 3.801,62	
DEPRECIACIÓN	\$ 3.524,25	
AMORTIZACION	\$ 1.218,99	
<b>COSTOS VARIABLES</b>		\$ 38.084,04
MATERIA PRIMA DIRECTA	\$ 12.540,00	
MATERIALES INDIRECTOS	\$ 21.363,14	
SERVICIOS BASICOS	\$ 1.686,90	
GASTO VENTAS	\$ 900,00	
GASTOS SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 1.594,00	
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 79.213,37</b>

Fuente: Flujo de Caja Proyectada-Capital de trabajo

Elaborado por: Los Autores

La fórmula de cálculo del punto de equilibrio del proyecto es:

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VENTAS}}$$

$$PE = \frac{41.129,83}{1 - \frac{38.084,04}{123.552,00}}$$

$$PE = \frac{41.129,83}{1 - 0,3082}$$

$$PE = \frac{41.129,83}{0,69}$$

$$PE = \$59.456,33$$

Para que exista un equilibrio entre los gastos e ingresos, es necesario tener \$ 59.456,33 de ventas; tomando en cuenta a la producción por unidades.

## **CAPÍTULO VI**

### **6. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA.**

#### **6.1 Estructura administrativa**

Es una empresa de carácter productiva y comercial, dedicada a la producción y comercialización de 4 tipos de productos snacks de excelente calidad.

Contará con un sistema de distribución directa e indirecta, es decir de manera directa por que se abastecerá a las tiendas, micro mercado, súper mercados, abastos, etc., y de manera indirecta porque estos puntos comerciales se los venderán a los pobladores del sector.

El estudio administrativo busca determinar la parte organizacional de la empresa PROTRAL S.A., en la cual se incluye la filosofía, estructura de cargos, manual de funciones y procedimientos requeridos para la conformación de la empresa con la finalidad de que funcione correctamente con todos los requisitos legales.

##### **6.1.1 Denominación de la empresa.**

La empresa a implantar se denomina "*PROTRAL S.A.*". Está ubicada en la parroquia Andrade Marín, del Cantón Antonio Ante, la cual tendrá como función principal la producción y comercialización de productos snacks.

##### **6.1.2 Importancia.**

La finalidad de una estructura organizacional de la empresa PROTRAL S.A. es establecer un sistema de tareas que han de desarrollar las

personas que conforman la misma, para trabajar juntos de forma óptima, para así alcanzar las metas y objetivos planteados para satisfacer necesidades y deseos existentes en la sociedad, con la finalidad de obtener una utilidad o beneficio.

### **6.1.3 Beneficiarios.**

En este proyecto de creación de la empresa de productos snacks, se puede apreciar la existencia de beneficiarios directos como indirectos. Siendo los beneficiarios directos los habitantes del sector, ya que tendrán una fuente de trabajo dentro del Cantón o Provincia y los beneficiarios indirectos son todos los consumidores de snacks ya que van a degustar de un producto de calidad y bajo costo.

### **6.1.4 Sector económico.**

La empresa a implantar se ubica en el área Productora, ya que su actividad, es producir y comercializar los snacks, de diferentes tipos de tubérculos y frutas

### **6.1.5 Tipo de empresa.**

La empresa PROTRAL S.A., es aquella que se encarga de la producción y comercialización de los 4 diferentes tipos de snacks, que se elaboraran dentro de la misma.

Deseando que estos productos sean bien acogidos por los consumidores y por toda la población en general del Cantón Antonio Ante y más adelante expandir la empresa a los diferentes cantones de la Provincia de Imbabura y hacer conocer y promocionar las otras provincias.

### 6.1.6 Misión de la empresa.

Gráfico No. 47 “Misión de la Empresa”



Elaborado por: Los Autores

### 6.1.7 Visión de la empresa.

Gráfico No. 48 “Visión de la Empresa”



Elaborado por: Los Autores

## **6.1.8 Objetivos, Principios, Políticas, Valores de PROTRAL S.A.**

### **6.1.8.1 Objetivos**

#### **General**

- Elaborar productos inocuos, higiénico sanitarios con el fin de brindar seguridad alimentaria buscando la profesionalización y especialización de las personas que laboran en la unidad productiva.

#### **Específicos**

- Aplicar sistemas de trazabilidad y control de calidad a los productos transformados.
- Desarrollo de actitudes, destrezas, fortalezas y habilidades en el emprendedor
- Brindar capacitación en el área laboral, desempeño, emprendimiento empresarial
- Brindar nuevas oportunidades de trabajo para el desarrollo de sistemas nuevos de producción.
- Distribuir el talento humano dentro de la organización de acuerdo al perfil para así lograr un mejor desempeño.
- Elaborar un manual de funciones acorde con las necesidades de la empresa
- Participar en las capacitaciones que brindan los organismos del Estado.

### **6.1.8.2 Principios**

- ❖ Practicar el respeto a sus proveedores, a quienes les ofrece un beneficio justo en cada negociación, dentro de un marco de comportamiento ético. Promueve el cumplimiento de la ley.
- ❖ Auspiciar un compromiso solidario y respetuoso con el bienestar de cada uno de los colaboradores y no tolerar la deshonestidad. Reconocer el talento y ofrecer una remuneración adecuada.

- ❖ Promover el trabajo en equipo y la delegación con responsabilidad en condiciones laborales de limpieza, orden y seguridad. Motivar y acoger sugerencias y recomendaciones de sus colaboradores para el bien de la nueva empresa.
- ❖ Escuchar a los clientes y ofrecer siempre productos de calidad atendiendo a sus pedidos de manera rápida y prolija. Innovar los procesos y productos para tratar de liderar los mercados en los cuales está presente.
- ❖ Compartir experiencias y conocimiento para contribuir al desarrollo y al mejoramiento de la calidad de vida de las áreas de influencia de sus operaciones.

### **6.1.8.3 Políticas**

- ⌘ Una de las políticas prioritarias es el recurso humano, por ello mantener la seguridad e higiene durante la producción es una condición indiscutible para su realización. Se debe mantener una gestión sólida en Seguridad e Higiene trabajando permanentemente en capacitaciones y en detección, medición y eliminación de riesgos.
- ⌘ Cumplir y superar las expectativas de nuestros consumidores más exigentes así como las normativas y especificaciones legales.
- ⌘ Alcanzar los estándares más altos de calidad.
- ⌘ Liderar el mercado regional de los alimentos abasteciéndolo con productos frescos y reconocidos por su Calidad y Sabor.
- ⌘ Identificar los puntos críticos de nuestros procesos para asegurar la inocuidad de nuestros productos.
- ⌘ Disminuir continuamente la incidencia de no conformidades mediante su seguimiento estadístico y la aplicación de acciones correctivas
- ⌘ Aspirar a la mejora continua apoyados por el seguimiento de indicadores de calidad y la permanente cualificación del proceso y personal

- ⌘ Dominar los procesos internos y externos asegurando la calidad de los productos desde las materias primas hasta las manos del consumidor
- ⌘ Establecer normas de convivencia que aseguren un trato amable entre los colaboradores en sus diferentes niveles jerárquicos.
- ⌘ Elaborar actividades extra curriculares y eventos que fortalezcan los lazos entre nuestros colaboradores.
- ⌘ Solucionar los conflictos internos que pudieran comprometer el bienestar de nuestros colaboradores

#### **6.1.8.4 Valores**

**Calidad:** Compromiso de la empresa a brindar el mejor de sus esfuerzos, sabiendo que en los detalles está la diferencia entre mediocridad y excelencia, garantizando una total higiene en la comercialización de alimentos nutricionales.

**Actitud:** Es la forma de comprometerse con la empresa; con una actitud positiva hacia los demás se puede desempeñar mucho mejor y mostrar las fortalezas de la empresa en la cual se labora.

**Comportamiento:** Ser el mejor dentro de las posibilidades acomodándose al entorno y a las circunstancias, el buen comportamiento abre las puertas a donde quiera que una persona vaya, es una carta de presentación para la organización.

**Honestidad:** Es un pilar muy importante en vida de la empresa, fortalece como personas de bien con grandes cualidades y calidades humanas, generando confianza y respeto en los demás.

**Lealtad:** Se la debe a aquellas personas para las cuales se trabaja, lealtad es sinónimo de compromiso y entrega al trabajo. Este valor permite cuidar el presente y futuro de la compañía.

## 6.2 Estructura organizacional.

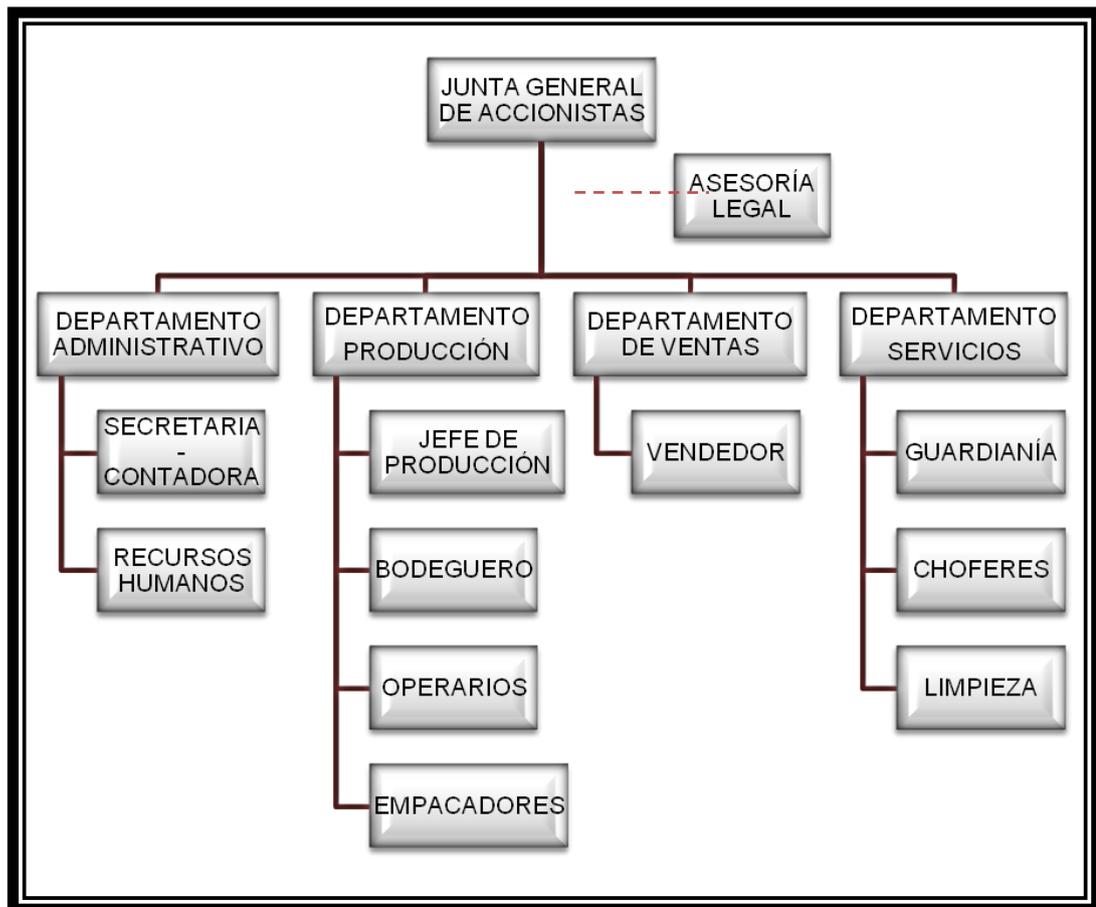
La empresa contará con poco personal, que realizará funciones tanto en producción, contabilidad, ventas, secretaria y recursos humanos.

Dentro de la empresa las funciones serán el agrupamiento de las principales unidades de trabajo, mediante la reunión lógica y armoniosa de actividades afines. La estructura organizacional implicará orden, articulación y comunicaciones jerárquicas, llevadas en forma dinámica.

### 6.2.1 Orgánico estructural.

El organigrama es donde se representará gráficamente la estructura organizativa, usualmente aplicado en la empresa.

**Tabla 85:**“Organigrama PROTRAL S.A.”



Elaborado por: Los Autores

### **6.2.2 Niveles administrativos.**

Son organismos administrativos de la empresa.

❖ **NIVEL DIRECTIVO**

Junta de Accionistas

Gerente

❖ **NIVEL LEGISLATIVO**

Asesoría Legal

❖ **NIVEL AUXILIAR**

Secretaría.

Contabilidad.

❖ **NIVEL OPERATIVO**

Ventas.

Producción.

Servicios

## 6.2.3 Atribuciones y perfiles de los niveles administrativos.

### 6.2.3.1 Junta de accionistas



#### MANUAL DE FUNCIONES DE PROTRAL S.A.

**Nombre del Puesto:** Junta de Accionistas

**Área de Trabajo - Departamento:** Accionistas

**Localización:** Cantón Antonio Ante, Calle General Enríquez, Jorge Montalvo

#### Descripción del Puesto:

La Junta General de Accionistas decidirá sobre los asuntos competencia de la misma de acuerdo con la Ley y los Estatutos sociales que correspondan a la empresa.

#### Tareas a Desarrollar:

- ❖ Remover a los miembros del directorio y designar a sus reemplazantes.
- ❖ Modificar el estatuto.
- ❖ Aumentar o reducir el capital social.
- ❖ Emitir obligaciones.
- ❖ Acordar la enajenación, en un solo acto, de activos cuyo valor contable exceda el cincuenta por ciento del capital de la sociedad.
- ❖ Disponer investigaciones y auditorías especiales.
- ❖ Acordar la transformación, fusión, escisión, reorganización y disolución de la sociedad, así como resolver sobre su liquidación.
- ❖ Resolver en los casos en que la ley o el estatuto dispongan su intervención y en cualquier otro que requiera el interés social

### 6.2.3.2 Gerente general



#### **MANUAL DE FUNCIONES DE PROTRAL S.A.**

**Nombre del Puesto:** Gerente General.

**Área de Trabajo - Departamento:** Administración

**Localización:** Cantón Antonio Ante, Calle General Enríquez, Jorge Montalvo

#### **Descripción del Puesto:**

Es aquella persona que tendrá la responsabilidad y las tareas de guiar a los demás, de ejecutar y dar órdenes y de lograr que las cosas se hagan para poder cumplir cierta y correctamente con el objetivo y la misión que promueve la empresa.

#### **Tareas a Desarrollar:**

- Dirigir, coordinar, supervisar y dictar normas para el eficiente desarrollo de las actividades de la Entidad en cumplimiento de las políticas de la misma.
- Presentar a la Junta Directiva los planes que se requieran para desarrollar los programas de la Entidad en cumplimiento de las políticas adoptadas.
- Someter a la aprobación de la Junta Directiva, el proyecto de presupuesto de ingresos y gastos de cada vigencia fiscal, así como los estados financieros periódicos de la Entidad, en las fechas señaladas en los reglamentos.
- Presentar a la Junta Directiva para aprobación, los planes de desarrollo a corto, mediano y largo plazo.

- Someter a la aprobación de la Junta Directiva los proyectos del presupuesto de inversión y las operaciones comprendidas dentro de su objeto social, que así lo requieran.
- Preparar y presentar para aprobación de la Junta Directiva, El Estatuto Interno de la Entidad y sus modificaciones.
- Celebrar todas las operaciones comprendidas en el objeto de la Entidad.
- Constituir mandatos para representar a la Entidad en negocios judiciales y extrajudiciales y ejercer las acciones a que haya lugar, en defensa de los intereses institucionales.
- Nombrar, dar posesión y remover a los empleados públicos, de la Empresa. Celebrar los contratos con los trabajadores oficiales.
- Representar a la Empresa como persona jurídica y autorizar con su firma los actos y contratos en que ella tenga que intervenir.
- Velar por la correcta recaudación e inversión de los recursos de la Entidad y de los Afiliados.
- Representar las acciones o derechos que la Entidad posea en otros organismos.
- Adoptar los reglamentos, manuales de funciones y dictar normas y procedimientos necesarios para el cumplimiento de las actividades de la Entidad.
- Ordenar los gastos, reconocer y disponer los pagos a cargo de la Empresa.
- Aprobar de conformidad con el reglamento establecido el ingreso a la Entidad de los afiliados voluntarios.
- Delegar las funciones que considere necesarias de conformidad con las normas vigentes sobre la materia.
- Distribuir la planta global de personal y crear los grupos internos de trabajo que considere necesarios para el cumplimiento de las funciones propias de la Entidad.

- Exigir las garantías y contratar las pólizas de seguros necesarias para la protección de los bienes e intereses patrimoniales de la empresa y otros riesgos cuyo amparo se estime social y económicamente provechosos para los afiliados y la Caja.
- Presentar a la Junta Directiva informes de gestión anual.
- Presentar trimestralmente a la Junta directiva o cuando esta lo requiera, un informe sobre el manejo de portafolio de inversiones.
- Cumplir todas aquellas funciones que se relacionen con la organización y funcionamiento que no se hallen expresamente atribuidas a otra autoridad.
- Ejercer las demás funciones que le señale o delegue la Junta Directiva, las normas legales y aquellas que por su naturaleza le correspondan como Funcionario Directivo.

**Perfil del Puesto:**

**Nivel de Instrucción:** Ingeniería Comercial o Administración de Empresas.

**Experiencia:** mínimo dos años de desempeño del cargo

**Habilidades:**

- ☒ Habilidad Técnica donde implica la capacidad para usar el conocimiento técnico, los métodos, las técnicas y los medios necesarios para la ejecución de tareas específicas dentro de la empresa.
- ☒ Habilidad Humana en la cual el gerente con la sensibilidad y capacidad deberá trabajar de manera efectiva como miembro de un grupo y lograr la cooperación dentro del equipo que dirige.
- ☒ Habilidad Conceptual determina que le gerente tiene que tener la capacidad de percibir a la organización como un todo (en términos de sistemas), reconocer sus elementos, las interrelaciones entre los mismos, y como los cambios en alguna parte de la empresa afectan o pueden afectar a los demás elementos.

## **Ética**

Los gerentes deben inscribir su conducta y la de su grupo en el marco de los valores esenciales de la sociedad.

### **Responsabilidades y Roles del Gerente:**

- Se encuentra asociados con la interacción del gerente con otros miembros de la organización: superiores, subordinados, iguales y personas externas a la organización.
- Como responsable del trabajo de las personas que integran la empresa, el gerente tiene autoridad para contratar, adiestrar, motivar y retroalimentar a los trabajadores, además de conciliar las necesidades individuales de sus subordinados con las de la empresa.
- Como representante de la empresa, el gerente establece contactos al margen de la cadena formal de mando. Tales interacciones le brindan la posibilidad de obtener información útil para la toma de decisiones.
- El gerente tiene acceso a información a la que, por lo general, no acceden los otros integrantes de la empresa.
- Recoge información tanto interna como externa, ya sea de manera verbal e informal.
- Comparte y distribuye entre los miembros de la empresa información útil proveniente de sus contactos externos.
- Se encontrará vinculado con la toma de decisiones.
- El gerente utilizará la información disponible para fundamentar la escogencia de opciones entre diferentes alternativas.
- El gerente deberá generar iniciativas para adaptar la empresa que dirige a las cambiantes condiciones del entorno. Por lo general, los proyectos que gerencia son varios y normalmente se encuentran en distintas etapas de desarrollo.

- Atenderá alteraciones imprevisibles que generan alta presión en el seno de la empresa: conflictos internos, bancarrota de un cliente importante, desastres o accidentes, etc.
- Atenderá y negociará las situaciones de competencia o conflicto, tanto internamente (en el seno de la empresa que dirige) como con entes externos a su unidad organizativa.

**Supervisión Recibida:**

Supervisa a los diferentes departamentos tanto del área administrativa como del área de producción.

**Condiciones de Trabajo**

El trabajo se desarrollará en un ambiente agradable y adecuado, bajo el cumplimiento del marco legal y de las disposiciones internas establecidas.

### 6.2.3.3 Secretaria y Contabilidad



#### **MANUAL DE FUNCIONES DE PROTRAL S.A.**

**Nombre del Puesto:** Secretaria-Contadora

**Área de Trabajo - Departamento:** Administración

**Localización:** Cantón Antonio Ante, Calle General Enríquez, Jorge Montalvo

#### **Descripción del Puesto:**

La secretaria contable, por lo tanto, realizará ciertas actividades elementales e imprescindibles, gestionando, interpretando y registrando la contabilidad de la empresa. Su objetivo es llevar la historia contable de la entidad, producir informes internos o para terceros y aportar información útil para la toma de decisiones financieras y administrativas recibiendo, entregando y ordenando los documentos de la misma.

#### **Tareas a Desarrollar:**

- ☐ Archivo de documentos.
- ☐ Informar sobre todo lo referente al departamento del que depende.
- ☐ Tener actualizada la agenda, tanto telefónica como de direcciones, y de reuniones. Poseer conocimiento de los departamentos de las Administraciones Públicas con los que esté más relacionada la sección de que dependa.
- ☐ Asimismo, tener conocimiento del manejo de maquinaria de oficina, desde calculadoras hasta fotocopiadoras, pasando por ordenadores personales y los programas informáticos que conllevan.

- ☐ Establecer y operar las medidas necesarias para garantizar que el sistema de contabilidad de la empresa este diseñado para que su operación facilite la fiscalización de los activos, pasivos, ingresos, costos, gastos, avance en la ejecución de programas y en general de manera que permitan medir la eficacia y eficiencia de la productividad de la empresa
- ☐ Realizar las acciones necesarias para garantizar que el sistema contable del organismo, así como las modificaciones que se generen por motivos de su actualización, cuenten con las autorizaciones legales para su funcionamiento y operación.
- ☐ Llevar a cabo la contabilidad del Centro en los términos que establece la Ley de Presupuesto, Contabilidad y Gasto Público.
- ☐ Emitir por escrito las principales políticas contables necesarias para asegurar que las cuentas se operen bajo bases eficientes y consistentes, así como para la clara definición y asignación de responsabilidades de funcionarios y empleados.
- ☐ Elaborar, analizar y consolidar los estados financieros de la empresa.
- ☐ Controlar las disponibilidades de las cuentas bancarias de cheques y de inversión, realizando conciliaciones mensuales contra los saldos reportados en los estados de cuenta bancarios y por el Departamento de Tesorería y Caja, para garantizar la exactitud en el registro de fondos, y apoyando a una correcta toma de decisiones.

**Perfil del Puesto:**

**Nivel de Instrucción:** Ingeniera en Contabilidad o Administración

**Experiencia:** mínimo dos años de desempeño del cargo

**Habilidades**

- Capacidad de adaptación a los cambios.
- Habilidades comunicativas y escucha activa.
- Capacidad de crear, innovar e implementar

- Criterio propio para actuar oportunamente y distinguir prioridades
- Disposición para trabajar en equipo.
- Capacidad de observación, concentración y amplitud de memoria.
- Tacto y prudencia para manejar situaciones diversas
- Espíritu de superación.
- Resistencia física y nerviosa.
- Agudeza visual

### **Ética**

La persona que ocupara este cargo debe inscribir su conducta y la de su grupo en el marco de los valores esenciales de la sociedad.

### **Responsabilidades y Roles**

- » Como ocupa un cargo de confianza y tiene acceso a material considerado reservado, deberá tener los documentos alejados de miradas indiscretas, además de mantener la prudencia respecto a la información que conoce.
- » Toda secretaria debe ser puntal en el cumplimiento de su horario de trabajo como en el desarrollo de las labores encomendadas.
- » La persona para el cargo debe tener la capacidad para poder adaptarse a los cambios de ambiente, de funciones y de normas dentro de su trabajo.
- » Esto significa que debe tener disposición favorable ante cambios bruscos en su rutina de trabajo.
- » Implica que la secretaria debe ser capaz de realizar su trabajo de manera óptima sin necesidad de supervisión.
- » Una secretaria siempre debe ser ordenada, tener su oficina, archivos, armarios y estanterías en orden y limpios.
- » La secretaria debe mantener la tranquilidad en todo momento, incluso cuando las cosas no marchen como lo espera.
- » El trabajo administrativo constantemente requiere de trabajo en equipo, por lo tanto la secretaria debe ser capaz de trabajar y de cooperar con los demás compañeros de trabajo.

- ▶▶ Poseer un buen juicio significa tener la habilidad de recopilar información sobre un tema, estudiarlo cuidadosamente y decidir la acción que sea más apropiada, en beneficio a los intereses de la empresa.
- ▶▶ Toda organización requiere en algunas oportunidades de un esfuerzo adicional de sus colaboradores, para ello la secretaria debe tener la voluntad de ofrecer sus servicios cuando se lo requieran y calidad.
- ▶▶ Durante el tiempo que la secretaria permanezca en la oficina debe mostrar dedicación en su trabajo, sin emplear su tiempo en actividades que no se relacionen con sus quehaceres habituales.
- ▶▶ Todo trabajo encomendado a la secretaria debe realizarse con esmero y su presentación debe ser impecable.
- ▶▶ Significa saber anticiparse a las necesidades que pudieran suscitarse en la organización.
- ▶▶ La relación jefe – secretaria tiene que sustentarse en la confianza. Por lo tanto la secretaria debe transmitir información correcta y verdadera a su jefe cuando estela solicite.
- ▶▶ Es indispensable demostrarla en el trato con el jefe, compañeros de trabajo, personal de la empresa, clientes y visitas

#### **Supervisión Recibida:**

Será supervisada por el Gerente General de la empresa y todos los balances de la empresa serán supervisados por la Superintendencia de Compañías.

#### **Condiciones de Trabajo**

El trabajo se desarrollará en un ambiente agradable y adecuado, bajo el cumplimiento del marco legal y de las disposiciones internas establecidas.

#### 6.2.3.4 Ventas



### MANUAL DE FUNCIONES DE PROTRAL S.A.

**Nombre del Puesto:** Ventas

**Área de Trabajo - Departamento:** Administración

**Localización:** Cantón Antonio Ante, Calle General Enríquez, Jorge Montalvo

#### Descripción del Puesto:

Su objetivo principal es planificar, ejecutar las labores de ventas y mantener al día el registro de ventas.

#### Tareas a Desarrollar:

- ✘ Elaborar pronósticos de ventas
- ✘ Establecer precios
- ✘ Realizar publicidad y promoción de ventas
- ✘ Llevar un adecuado control y análisis de las ventas

#### Perfil del Puesto:

**Nivel de Instrucción:** Ingeniera en Marketing o carreras a fines

**Experiencia:** mínimo dos años de desempeño del cargo

##### ▸ **Habilidades:**

- Tener la capacidad de atender a lo que dicen los clientes además de comprender lo que en realidad quieren expresar o manifestar.
- Tener la facultad de recordar, por ejemplo, las características, ventajas y beneficios de los productos que se representan, los nombres de los clientes, las instrucciones de los superiores, las políticas de venta de la empresa, etc.
- Tener la capacidad de brindar buenas ideas en los momentos en que se las necesita, por ejemplo, para abordar a un cliente potencial, cerrar una venta con un cliente difícil, etc.

- Ser accesible y estar siempre dispuesto a colaborar con los demás.
- Tener Facilidad de Palabra
- Tener la capacidad de realizar algo sin necesidad de ser controlado o supervisado por otras personas.
- Tener la destreza para decir o hacer algo que es necesario sin ofender a los clientes, pero al mismo tiempo, sin dejar que ellos saquen ventaja de la situación.
- Poseer Empatía para tener la facilidad de sentir una situación o sentimiento de los clientes como si fuera propia.
- Habilidad para generar y cultivar relaciones con los clientes
- Habilidad para determinar las necesidades y deseos de los clientes
- Habilidad para hacer presentaciones de venta eficaces
- Habilidad para brindar servicios posventa
- Habilidad para retroalimentar a la empresa de lo que sucede en el mercado.

### **Ética**

La persona que ocupara este cargo debe inscribir su conducta y la de su grupo en el marco de los valores esenciales de la sociedad.

### **Responsabilidades y Roles**

- 📖 Incrementar cartera de clientes.
- 📖 Cumplir con determinado volumen de ventas.
- 📖 Obtener cierto porcentaje del mercado nacional o internacional según objetivos.
- 📖 Asegurar ventas a largo plazo.
- 📖 Conseguir distribuidores, ampliar zona de ventas, abrir nuevos mercados.
- 📖 Asegurar la introducción de cualquier iniciativa productiva en el mercado.

**Supervisión Recibida:**

La Supervisión lo hará el Gerente General de la empresa para constatar cómo se están realizando las ventas del producto.

**Condiciones de Trabajo**

El trabajo se desarrollará en un ambiente agradable y adecuado, bajo el cumplimiento del marco legal y de las disposiciones internas establecidas.

### 6.2.3.5 Recursos Humanos



#### **MANUAL DE FUNCIONES DE PROTRAL S.A.**

**Nombre del Puesto:** Recursos Humanos

**Área de Trabajo - Departamento:** Administración

**Localización:** Cantón Antonio Ante, Calle General Enríquez, Jorge Montalvo

#### **Descripción del Puesto:**

La persona que está encargada de esta área tendrá la responsabilidad de llevar acabo todo lo respecta al personal, ya que esto influye en el funcionamiento de la empresa

#### **Tareas a Desarrollar:**

##### **Función de empleo**

- Planificación de planilla
- Descripción de los puestos de trabajo
- Definición del perfil profesional de los candidatos a un puesto de trabajo
- Selección de personal
- Formación de personal
- Acogida e inserción del nuevo personal
- Tramitación de suspensiones de empleo
- Tramitación de despidos

##### **Función administrativa de personal**

- » Elección y formalización de contratos
- » Gestión de nóminas y seguros sociales
- » Gestión de permisos, vacaciones, horas extraordinarias, bajas por enfermedad, movilidad de la planilla.

»» Control de absentismo

**Perfil del Puesto:**

**Nivel de Instrucción:** Ingeniería en Administración

**Experiencia:** mínimo dos años de desempeño del cargo

**Habilidades:**

- \* Mayor conocimiento de la gestión de la empresa: Conocimiento interno de la empresa, no sólo de los recursos humanos. Tiene que saber qué cantidad de trabajadores hacen falta, los cursos de formación, la legislación vigente, el diseño de los puestos de trabajo para lo cual necesita conocer en qué consiste el trabajo.
- \* Comprensión profunda de los fenómenos económicos: Saber lo que pasa fuera de la empresa.
- \* Mayor capacidad analítica: Tiene que tener conocimientos y saberlos aplicar a su función.
- \* Liderazgo competente: Tiene que saber influir en los demás sin ejercer la autoridad.
- \* Mayor inclinación hacia la acción: Enfoque proactivo. Saber anticiparse a los problemas.
- \* Ser una persona disciplinada en todo momento.
- \* Dar ejemplo frente a los demás, no llegar tarde o en estado de ebriedad.
- \* Ser una persona calificada, que tenga una preparación mínima sobre el manejo de personal.
- \* Dinámica: Proyectar energía positiva a los demás empleados.
- \* Más que director de RR.HH ser amigo de todos y encargarse de que sus empleados confíen en él.
- \* Proponerse metas para con la empresa y sus empleados.
- \* Preocuparse por la salud de los empleados implementado programas de cultura, salud, recreación y turismo.

- ✧ Ser líder en todo momento y mantener su capacidad como tal.
- ✧ Gestionar de las necesidades de los empleados.
- ✧ No limitar su trabajo a un escritorio.
- ✧ Ser flexible frente a colocar sanciones a los empleados.
- ✧ Mantener buenas relaciones sociales no solo con los empleados si no también con el resto de la organización.
- ✧ Ser generador de la cultura del respeto, de las diferencias sociales, de la religión pero sobre todo ser una persona democrática.
- ✧ Que se una persona con una autoestima alta para que su autoestima sea buena.
- ✧ Respetar los derechos y deberes de los empleados.
- ✧ Ser una persona justa y no violar la intimidad de los demás.
- ✧ Que conozca el código sustantivo del trabajo que rige la parte laboral de los empleados en Colombia.
- ✧ Ser flexible en los ajustes de horarios y no forzar a trabajar a un empleado más de lo normal establecido por la ley colombiana.

### **Ética**

La persona que ocupara este cargo debe inscribir su conducta y la de su grupo en el marco de los valores esenciales de la sociedad.

### **Responsabilidades y Roles**

- Verifica que los empleados reciban la compensación correspondiente. Una forma de compensación implica la cantidad de pago que recibe un empleado a cambio de un trabajo hecho, conocido como salario base
- Ponerse en contacto con los solicitantes para realizar entrevistas y confirmar los antecedentes de cada uno.

- ▶ Tiene la responsabilidad de programar y conducir las entrevistas finales.
- ▶ El departamento de RRHH también debe colaborar en que otras áreas cumplan sus objetivos como Gerencia, Marketing y Ventas.
- ▶ Crear un entorno de igualdad.
- ▶ Brindar la formación técnica necesaria para desempeñar su puesto correctamente a todos los empleados de la empresa.
- ▶ Promover el desarrollo profesional.
- ▶ Asegurar un entorno de trabajo saludable para el medioambiente.

**Supervisión Recibida:**

La supervisión de igual manera se la recibirá por parte de la Gerencia General.

**Condiciones de Trabajo**

Las condiciones de trabajo serán de manera agradable basándose en las reglas y leyes establecidas en la empresa.

### 6.2.3.6 Jefe de Producción



#### MANUAL DE FUNCIONES DE PROTRAL S.A.

**Nombre del Puesto:** Jefe de Producción

**Área de Trabajo - Departamento:** Producción

**Localización:** Cantón Antonio Ante, Calle General Enríquez, Jorge Montalvo

#### Descripción del Puesto:

Se ocupa de supervisar el personal, del proceso de producción y la materia primas. Implica saber sobre cómo administrar el personal haciendo equilibrio entre ellos.

#### Tareas a Desarrollar:

##### Función de empleo

- 📖 Supervisa las líneas de producción durante todo el proceso, realiza la atención a los proveedores, además de estar a cargo del correcto funcionamiento y de que se cumpla el plan de trabajo establecido, revisa el desempeño del personal así como el de la maquinaria y equipo de trabajo.
- 📖 Analiza todos los fallos o imprevistos durante la producción y los soluciona, supervisa los componentes, transferencias de sitio de manufactura, rechazos de cliente y retornos de garantía, se asegura de seguir los proyectos de mejora continua y calidad, revisa el plan de actividades y sugiere ajustes a este de ser necesario.
- 📖 Capacita a los técnicos, crea los diagramas de flujo y también se encarga de seleccionar los candidatos a los puestos dentro del departamento así como el coaching de los mismos.

 También realiza la administración de los programas de ingeniería del producto, supervisa y cotiza cambios al producto, identificación de ahorros de costo o mejora continua.

### **Perfil del Puesto:**

### **Nivel de Instrucción:**

1. Ingeniero Industrial, producción, químico o carrera afines (Graduado Indispensable)
2. Mínimo 2 años de experiencia (indispensable)

### **Experiencia en:**

- ❖ Planeación y control en los procesos de producción
- ❖ Seguimiento al cumplimiento de las técnicas de las normas de procesos establecidas
- ❖ Velar por las perfectas condiciones, higiene de las áreas, indumentarias, implementos de trabajo y maquinarias antes del inicio del proceso productivo
- ❖ Logística del orden y disposición de la materia prima y materiales de empaque
- ❖ Velar que el peso neto de cada producto se cumpla
- ❖ Verificar las características requeridas de embalaje
- ❖ Supervisión del personal
- ❖ Llevar registros y control de indicadores de producción.
- ❖ Elaborar informes de gestión
- ❖ Excelente dominio del paquete office, internet, Outlook y diversas herramientas informáticas

### **Habilidades:**

- \* Liderazgo
- \* Tolerancia al estrés y al trabajo bajo presión
- \* capacidad de análisis para resolver problemas

- \* Habilidad para trabajar con nuevas tecnologías
- \* Adaptable a cualquier situación
- \* Pro-actividad
- \* Manejo de relaciones interpersonales

### **Ética**

La persona que ocupara este cargo debe inscribir su conducta y la de su grupo en el marco de los valores esenciales de la sociedad.

### **Responsabilidades y Roles**

-  Control de la producción.
-  Supervisar los procesos de trabajo esenciales para el desarrollo diario de las actividades.

-  Garantizar, junto con el equipo a su cargo, el plan de producción, cumpliendo con los estándares de seguridad, calidad, servicio, y coste.
-  Llevar a cabo un control a todo el personal sobre la producción que genera la empresa
-  Mantenerse en contacto con los operarios para garantizar que las estrategias y las metas se lleven a cabo exitosamente
-  Asistir puntualmente a todas las reuniones que la empresa convoque.
-  Facilitar todas las herramientas y elementos necesarios al personal de producción.

### **Supervisión Recibida:**

La supervisión de igual manera se la recibirá por parte de la Gerencia General.

### **Condiciones de Trabajo**

Las condiciones de trabajo serán de manera agradable basándose en las reglas y leyes establecidas en la empresa.

### 6.2.3.7 Operarios de Producción



#### **MANUAL DE FUNCIONES DE PROTRAL S.A.**

**Nombre del Puesto:** Operarios

**Área de Trabajo - Departamento:** Producción

**Localización:** Cantón Antonio Ante, Calle General Enríquez, Jorge Montalvo

#### **Descripción del Puesto:**

Su objetivo principal es planificar, ejecutar las labores del centro de producción tomando en cuenta recomendaciones del Gerente o Propietario.

#### **Tareas a Desarrollar:**

##### **Función de empleo**

- Transforma las materias primas en un producto terminado por medio de un proceso de ensamble.
- Cumplir con el horario asignado.
- Realizar las funciones asignadas por el jefe inmediato (Gerente).
- Velar por el orden y aseo del lugar.
- Anunciar de alguna anomalía con las máquinas de producción

**Perfil del Puesto:**

- ❖ Nivel Secundaria culminada
- ❖ Experiencia mínima de un año
- ❖ Tener conocimiento en área de producción de snacks
- ❖ Saber operar maquinaria industrializada para la elaboración de los productos

**Habilidades:**

- ❖ Operar eficientemente las maquinas o herramientas
- ❖ Vigilar y controlar el cumplimiento de las normas de calidad en la producción.
- ❖ Elaborar los productos de una manera pulcra.
- ❖ Estar pendiente de su área de trabajo
- ❖ Ser puntuales en su labor
- ❖ Trabajar en equipo con los demás operarios

**Ética**

La persona que ocupara este cargo debe inscribir su conducta y la de su grupo en el marco de los valores esenciales de la sociedad.

**Responsabilidades y Roles**

- 📖 Elaborar los productos que se van a comercializar en la empresa.
- 📖 Apoyar las labores de mantenimiento preventivas de las maquinas
- 📖 Crear un producto con calidad, que sea del agrado de los clientes

**Supervisión Recibida:**

La supervisión de igual manera se la recibirá por parte de la Gerencia General.

**Condiciones de Trabajo**

Las condiciones de trabajo serán de manera agradable basándose en las reglas y leyes establecidas en la empresa.

### 6.2.3.8 Bodeguero



#### **MANUAL DE FUNCIONES DE PROTRAL S.A.**

**Nombre del Puesto:** Bodeguero

**Área de Trabajo - Departamento:** Producción

**Localización:** Cantón Antonio Ante, Calle General Enríquez, Jorge Montalvo

#### **Descripción del Puesto:**

El bodeguero es el encargado de administrar la recepción, almacenamiento y distribución de materiales, equipos y herramientas de la producción. Además debe realizar la revisión de éstos para verificar su correcto funcionamiento.

#### **Tareas a Desarrollar:**

#### **Función de empleo**

- Realizar levantamiento de cargas.
- Revisar los productos antes de ser procesados.
- Mantiene en orden y clasifica los elementos que se guardan en la bodega.
- Mantiene en perfectas condiciones el área de bodega
- Entrega y recibe los productos del personal de producción.
- Verifica el funcionamiento de equipos almacenados en bodega.
- Digita ingresos o salidas de elementos en el computador.

#### **Perfil del Puesto:**

- ❖ Nivel Secundaria culminada
- ❖ Experiencia mínima de un año
- ❖ Tener conocimiento en el área de producción y recepción de MP

### **Ética**

La persona que ocupara este cargo debe inscribir su conducta y la de su grupo en el marco de los valores esenciales de la sociedad.

### **Responsabilidades y Roles**

- ✚ Guardar la materia prima para la elaboración de los snacks
- ✚ Dar la materia prima necesaria para cada área de producción
- ✚ Ser ágil para pasar la materia prima
- ✚ Tener los registros de materia prima

### **Supervisión Recibida:**

La supervisión de igual manera se la recibirá por parte de la Gerencia General.

### **Condiciones de Trabajo**

Las condiciones de trabajo serán de manera agradable basándose en las reglas y leyes establecidas en la empresa.

### 6.2.3.9 Guardia De Seguridad



#### **MANUAL DE FUNCIONES DE PROTRAL S.A.**

**Nombre del Puesto:** Guardia

**Área de Trabajo - Departamento:** Administración

**Localización:** Cantón Antonio Ante, Calle General Enríquez, Jorge Montalvo

#### **Descripción del Puesto:**

Es la persona que se encarga de vigilar la seguridad, durante y después de que se haya terminado la jornada de trabajo en la empresa.

#### **Tareas a Desarrollar:**

##### **Función de empleo**

- Organizar y prever medios y materiales para el desempeño del servicio de Guardianía en salvaguarda de los bienes patrimoniales de la empresa.
- Controlar y custodiar el ingreso y salida de bienes en cualquier hora del día y en forma restringida fuera del horario de trabajo.
- Cuidar las instalaciones de la empresa en forma permanente.
- Emitir informes y reportes al departamento correspondiente del área sobre ocurrencias surgidas en la realización de las acciones de guardianía.
- Comunicar y registrar los eventos ocurridos y actividades de vigilancia y seguridad cumplidas en el área de responsabilidad

#### **Perfil del Puesto:**

- ❖ Nivel Secundaria culminada
- ❖ Experiencia mínima de un año
- ❖ Tener conocimiento en el área

**Habilidades:**

- 🔗 Utilizará habilidades verbales en muchas situaciones
- 🔗 Cierta posiciones de seguridad requieren de contestar teléfonos, lo cual requiere de buenas habilidades de atención telefónica.
- 🔗 Detectar irregularidades alrededor de la propiedad, tales como ventanas desbloqueadas o presencia de personas no autorizadas.
- 🔗 Demostrar tu capacidad para usar armas de fuego en forma efectiva y aprobar un entrenamiento antes de ser contratado.
- 🔗 Deberás ser capaz de estar de pie o caminar por largos períodos de tiempo

**Ética**

La persona que ocupara este cargo debe inscribir su conducta y la de su grupo en el marco de los valores esenciales de la sociedad.

**Responsabilidades y Roles**

- ✚ Utilizar en forma adecuada los equipos, medios y materiales entregados para la identificación de personas y bienes
- ✚ Aplicar los procedimientos de preservación, reposición y control de materiales, equipo y mobiliario
- ✚ Vigilar y precautelar los intereses del cliente
- ✚ Mantener en orden y limpio su lugar de trabajo
- ✚ Manejar buenas relaciones interpersonales
- ✚ Usar la lógica y el sentido común
- ✚ Evitar actitudes que generen sospecha, acciones inusuales e injustificadas, para prevenir riesgos
- ✚ Observar con atención su área de trabajo
- ✚ Autoevaluar el desempeño de su trabajo

**Supervisión Recibida:**

La supervisión de igual manera se la recibirá por parte de la Gerencia General.

**Condiciones de Trabajo**

Las condiciones de trabajo serán de manera agradable basándose en las reglas y leyes establecidas en la empresa.

### 6.2.3.10 Chofer



#### **MANUAL DE FUNCIONES DE PROTRAL S.A.**

**Nombre del Puesto:** Chofer

**Área de Trabajo - Departamento:** Administración

**Localización:** Cantón Antonio Ante, Calle General Enríquez, Jorge Montalvo

#### **Descripción del Puesto:**

El chofer de la empresa, debe llevar el vehículo desde el área de carga hacia los puntos de venta. Según el caso, el propio chofer se encarga de descargar los productos.

#### **Tareas a Desarrollar:**

##### **Función de empleo**

- Organizar y prever medios y materiales para el desempeño del servicio de conducir la unidad de transporte
- Efectuar el mantenimiento y reparación mecánica de la unidad a su cargo, con la finalidad de mantenerla operativa y presta para trabajar con eficiencia a donde se le designe.
- Cumplir oportuna y eficazmente con el recorrido y trabajo que se le asigne, anotando las ocurrencias en el cuaderno bitácora.
- Realizar el mantenimiento periódico de la unidad en el plazo y tiempo previsto, verificando el control de lubricantes, repuestos, motor y llantas en estado óptimo así como los accesorios, batería, espejos, filtros, etc.
- Mantener vigente su licencia de conducir, brevete profesional y los documentos de la unidad móvil como son: tarjeta de propiedad, SOAT, etc.

- Informar al Jefe de la Unidad de Abastecimientos, acerca de las ocurrencias surgidas durante la acción de conducción del vehículo
- Otras funciones que se le asigne en relación al cargo que desempeña.

**Perfil del Puesto:**

- ❖ Nivel Secundaria culminada
- ❖ Tener la Licencia Profesional
- ❖ Experiencia mínima de un año
- ❖ Tener conocimiento en el área

**Ética**

La persona que ocupara este cargo debe inscribir su conducta y la de su grupo en el marco de los valores esenciales de la sociedad.

**Responsabilidades y Roles**

- + Entregar el producto en buenas condiciones
- + Ser amable con los clientes
- + Manejara con responsabilidad
- + Cumplir el horario establecido
- + Siempre tener su credencial y sus documentos de conducir en regla.
- + Hacer mantenimiento del vehiculo

**Supervisión Recibida:**

La supervisión de igual manera se la recibirá por parte de la Gerencia General.

**Condiciones de Trabajo**

Las condiciones de trabajo serán de manera agradable basándose en las reglas y leyes establecidas en la empresa.

### 6.2.3.10 Limpieza



#### **MANUAL DE FUNCIONES DE PROTRAL S.A.**

**Nombre del Puesto:** Limpieza

**Área de Trabajo - Departamento:** Administración

**Localización:** Cantón Antonio Ante, Calle General Enríquez, Jorge Montalvo

#### **Descripción del Puesto:**

Las personas encargadas deberán cumplir con la limpieza diaria y programada de la empresa.

#### **Tareas a Desarrollar:**

##### **Función de empleo**

- Organizar y prever medios y materiales para el desempeño del servicio de limpieza y mantenimiento de las instalaciones
- Realizar la limpieza y el mantenimiento de las instalaciones, equipos, muebles y enseres municipales, en forma permanente y meticulosa.
- Cuidar el orden y la disposición de los bienes que se encuentren en las instalaciones de la empresa.
- Eliminar los deshechos, residuos y desperdicios acumulados.
- Emitir informes y reportes al departamento respectivo sobre ocurrencias surgidas en la realización de las acciones de limpieza.
- Cuidar y mejorar las áreas verdes.
- Promover y difundir publicaciones a los vecinos para el cuidado del ornato y limpieza pública

#### **Perfil del Puesto:**

- ❖ Nivel Secundaria culminada
- ❖ Experiencia mínima de un año
- ❖ Tener conocimiento en el área

### **Ética**

La persona que ocupara este cargo debe inscribir su conducta y la de su grupo en el marco de los valores esenciales de la sociedad.

### **Responsabilidades y Roles**

- + Limpiar las áreas de toda la empresa
- + Mantener pulcro las áreas de producción
- + Ser puntuales en el horario
- + Tener sus uniformes limpios
- + Usar los implementos necesarios para evitar enfermedades.

### **Supervisión Recibida:**

La supervisión de igual manera se la recibirá por parte de la Gerencia General.

### **Condiciones de Trabajo**

Las condiciones de trabajo serán de manera agradable basándose en las reglas y leyes establecidas en la empresa.

### 6.3 ASPECTOS LEGALES DE CONSTITUCIÓN

El estudio legal del presente proyecto procura recoger un análisis y conocimiento del cuerpo normativo que regirá la acción del proyecto, tanto en su etapa de origen, como en la de su implementación, y posterior operación.

Según la ley de compañías vigente en su artículo 16 menciona que: “La razón social o la denominación de cada compañía, que deberá ser claramente distinguida de la de cualquiera otra, constituye una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra compañía.”

El origen de la empresa “**PROTRAL S. A.**” estará basado en una compañía anónima.

Con este nombre se registrará en la Superintendencia de Compañías, en el registro mercantil, Servicio de rentas internas y demás instituciones a las cuales deba responder.

La compañía se constituirá con dos accionistas, según lo dispuesto en el Artículo 147 de la Ley de Compañías. Los cuáles serán: el Señor LIMAICO RUIZ ESTEBAN PATRICIO y la Señorita TORRES TERAN PAMELA ANGELICA.

La denominación de la compañía será “PRODUCTOS TRADICIONALES ALIMENTICIOS SOCIEDAD ANÓNIMA O PROTRAL S.A.”. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías.

La presentación al Superintendente de Compañías, se la hará con tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, adjuntando la solicitud correspondiente, la misma que tiene que ser elaborada por un abogado, pidiendo la aprobación del contrato constitutivo.

PROTRAL S.A. tendrá que cumplir con los siguientes requisitos legales para su funcionamiento:

### **6.3.1 Requisitos para sacar el ruc**

El RUC es un documento necesario para la identificación de la empresa permitiendo a través de esta cumplir los procesos de tributación. Su obtención es totalmente gratuita y se lo realiza en las agencias del Servicio de Rentas Internas SRI.

Los requisitos para la inscripción de sociedades bajo control de la superintendencia de compañía son:

- Formulario RUC 01-A debidamente firmado por el representante legal. En caso de tener establecimientos adicionales a la matriz, adjuntar también el formulario RUC 01-B debidamente firmado por el representante legal.

#### **Identificación de la entidad:**

- Original y copia, o copia de certificada de la estructura publica de constitución no domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles, Fondos de Inversión y Fondos Complementarios Previsionales quienes presentaran sus documentos constitutivos.

- Original y copia de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos Generales, Actos Jurídicos, Accionistas)

#### **Identificación Representante Legal:**

- Original y copia o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles, Fondos de Inversión y Fondos Complementarios Previsionales quienes presentaran sus documentos constitutivos.
- **Ecuatorianos:** Original y copia a color de la cedula vigente y original del certificado de votación. Se aceptan lo certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentara el certificado respectivo emitido por el consejo nacional electoral o provincial o el registro de ingreso/salida del país de migración.
- **Extranjeros residentes:** Original y copia a color de la cedula vigente

#### **Ubicación de la matriz y establecimientos presentará:**

- Original y copia de servicios básicos (agua, luz, teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, del representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntara también un comprobante de pago de los últimos tres meses.
- Original y copia del Estado de Cuenta Bancario o de tarjeta de crédito o de telefonía celular. Debe constar a nombre de la sociedad, del representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.

- Original y copia de la factura de servicio de televisión o internet. Debe constar a nombre de la sociedad, del representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- Cualquier documento emitido por una institución pública que detalle la dirección exacta del contribuyente por ejemplo permiso anual de funcionamiento, el mismo que debe corresponder al año en el que se realiza la inscripción o del inmediatamente anterior. Para aquellos documentos cuyo plazo no sea de un año, deben corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- Original y copia del contrato de arrendamiento. Debe constar a nombre de la sociedad, del representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- Original y copia de la estructura de propiedad de compra venta del inmueble, debidamente inscrito en el Registro de la Propiedad, o certificado emitido por el registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión. Debe constar a nombre de la sociedad, del representante legal, accionista o socio.
- Original y copia de concesión comercial o contrato en comodato. Debe constar a nombre de la sociedad, del representante legal, accionista o socio.
- Original y copia de la certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar del domicilio, únicamente para aquellos casos en que el predio no se encuentre catastrado. La certificación deberá encontrarse emitida a favor de la sociedad, del representante legal, accionista o socio.

- Se presentara como requisito adicional una Carta de Sesión de uso gratuito del inmueble cuando los documentos detallados anteriormente no se encuentren a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio o algún familiar cercano como padres, hermanos e hijos. Se deberá adjuntar copia de cedula de cedente y documento de ubicación. Este requisito no aplica para estados de cuenta bancario, tarjetas de crédito o telefonía celular.

### **Observaciones generales:**

Las sociedades privadas nacionales o extranjeras que ejerzan actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales deberán presentar el original y copia de pago de la patente municipal. Al ser la patente un requisito establecido legalmente para la inscripción en el RUC, el SRI podrá verificar el cumplimiento de tal obligación sin perjuicio de las sanciones correspondientes, por lo que la emisión del RUC no será negada por el incumplimiento de la presentación de este requisito al momento de realizar el trámite.

### **6.3.2 Requisitos para la patente municipal**

Dentro del ámbito industrial la cual pertenece la empresa PROTRAL S. A. siendo una sociedad anónima debe cumplir con ciertas obligaciones con el Municipio del Cantón donde se llevara a cabo tales actividades.

En esta legislación la patente municipal tiene una doble connotación, ya que es un permiso obligatorio que otorga el Municipio de Atuntaqui para el ejercicio de actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales.

De la misma manera es un impuesto que se paga por la realización de tales actividades en el Cantón

Los requisitos para la Patente Municipal son:

- Ruc.
- Copia del nombramiento de la sociedad, del representante legal, accionista o socio.
- Cedula de identidad y certificado de votación del representante legal, accionista o socio.
- Formulario del Registro de Actividad.
- Nombre completo del dueño de la casa donde funciona la actividad económica, este requisito es usado para identificar el predio donde funciona la actividad económica.
- Estructura de la constitución.
- Permiso del cuerpo de bomberos.
- En caso de que el trámite se realice por terceras persona, autorización por escrito y presentar la cedula y certificación de votación.

### **6.3.3 Requisitos de permiso sanitario**

Será un control que garantice que el producto está aprobado para su consumo público, a fin de evitar “fallas relacionadas con calidad y comercialización no autorizada”.

Los requisitos para obtener este registro son:

- Documento que pruebe la existencia del establecimiento legal del gerente o RUC.
- Planos del inmueble o edificio a escala 1:50, e información de terminados, debidamente firmado.
- Planos de distribución de áreas con ubicación de equipos, diagrama de bloques y de flujo, debidamente suscritos.

- Descripción detallada de los productos y del proceso de fabricación, debidamente suscrito.
- Origen y prerrequisitos de los ingredientes o productos y el registro de proveedores.
- Descripción del sistema de envasado y rótulos en idioma castellano, cumpla las normas INEN.
- Calificación del MIPRO, a la procesadora o fábrica, o la afiliación a la Cámara de Industrias, de la industria.
- Certificado del material de envase con especificación calidad alimentaria, proporciona el proveedor.
- Certificados de salud de los empleados.
- Permiso de bomberos.
- Copia cedula de ciudadanía y papeleta de votación.

## CAPÍTULO VII.

### 7. IMPACTOS DEL PROYECTO.

#### 7.1. ANTECEDENTES.

Se ha creído conveniente realizar un análisis de los posibles impactos que el proyecto generará en la etapa de estudio para lo cual se ha realizado una matriz por cada tipo de impacto utilizando una metodología sencilla y eficaz, resultando conveniente aplicarla.

Para evaluar los impactos se utiliza la siguiente escala:

**Tabla 86:**“Escala De Impactos”

NIVEL	IMPACTO
-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo
0	No hay impacto
1	Impacto bajo positivo
2	Impacto medio positivo
3	Impacto alto positivo

**Fuente:** Observación Directa

**Elaborado por:** Los Autores

Se construye una matriz por cada impacto y se establecen indicadores medibles los mismos que permiten obtener información específica y puntual.

## 7.2. ANÁLISIS DE IMPACTOS.

### 7.2.1 Impacto social.

En la actualidad, el Cantón Antonio Ante tiene gran población familiar y según las proyecciones se irán incrementando, lo cual es muy importante ya que existe gran consumo de snacks, sin descartar que cuando esté lista la remodelación en la Ex Fabrica Imbabura se convertirá en un lugar turístico donde tendremos mayor cantidad de consumidores, y se generará ingresos adicionales mejorando la calidad de vida del núcleo familiar.

**Tabla 87:** "Medición Del Impacto Social"

INDICADOR	NIVELES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Calidad de Vida						X		2
Estabilidad Familiar							X	3
Relaciones Interpersonales							X	3
Liderazgo.							X	3
Bienestar Comunitario						X		2
<b>TOTAL</b>						<b>4</b>	<b>9</b>	<b>13</b>

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: Los Autores

**FORMULA DE IMPACTOS** =  $\frac{\text{TOTAL DE IMPACTOS}}{\text{Nº DE INDICADORES}}$

**NIVEL DE IMPACTO** =  $\frac{13}{5}$

**NIVEL DE IMPACTO** = 2,60

**IMPACTO ALTO POSITIVO**

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: Los Autores

**a) Calidad de vida:**

El Impacto nos indica un nivel 2, lo que significa que la calidad de vida de los habitantes del Cantón Antonio Ante mejorará, sea esta por consumo de los snacks o por los ingresos que brinda por la venta de los mismos, esto ayuda a mejorar las condiciones de vida y por ende la estabilidad familiar y como beneficio directamente de los pobladores de la zona.

**b) Estabilidad Familiar:**

El impacto nos indica un nivel 3, ya que al momento de trabajar en esta empresa los integrantes tendrán una fuente empleo estable y servirá para que su familia este estable.

**c) Relaciones interpersonales**

El impacto nos indica un nivel 3, ya que al momento de trabajar en esta empresa los integrantes de la mis tendrán oportunidad de interrelacionarse con otras personas y poder adquirir experiencia.

**d) Liderazgo.**

El impacto nos indica un nivel 3, ya que al momento de trabajar en esta empresa se buscaría un equilibrio entre las necesidades individuales y las necesidades organizativas, es decir, buscar la integración de los recursos humanos dentro de la misma, para lo cual sería una persona con capacidad de liderar.

**e) Bienestar Comunitario**

El impacto nos indica un nivel 2, ya que la empresa busca participar en la calidad de la vida de las personas y que hacen que su existencia posea todos aquellos elementos que dan lugar a la tranquilidad y satisfacción de las personas.

### 7.2.2. Impacto económico.

Se crearían fuentes de empleo, además de una fuente de ingreso para su propietario o inversionista al igual que para todos los trabajadores de la empresa PROTRAL S.A.

**Tabla 88:**“Medición Del Impacto Económico”

INDICADOR	NIVELES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Generación de fuentes de empleo						X		2
Migración					X			1
<b>TOTAL</b>					<b>1</b>	<b>4</b>		<b>3</b>

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: Los Autores

**FORMULA DE IMPACTOS** =  $\frac{\text{TOTAL DE IMPACTOS}}{\text{Nº DE INDICADORES}}$

**NIVEL DE IMPACTO** =  $\frac{3}{3}$

**NIVEL DE IMPACTO** = 1,00

**IMPACTO MEDIO POSITIVO**

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: Los Autores

#### a) Generación de fuentes de empleo:

El impacto nos indica un nivel 2, ya que con la implementación de la empresa productora y comercializadora de snacks se generará empleo a las personas que estén aptos para este tipo de empleos.

## b) Migración

El impacto nos indica un nivel 1, deseando que con esta fuente de trabajo no haya más migración de personas por la falta de empleo en nuestro país, pero de todas maneras no será suficiente la implantación de esta empresa, puesto que las personas saben diferente tipo de labores.

### 7.2.3. Impacto ambiental.

El impacto ambiental en la empresa se referirá a no desperdiciar las fuentes naturales de agua. Por el contrario se requiere vegetación como parte del alimento, utilizando el agua necesaria y los desperdicios de las papas y plátanos sirven como abono para las plantas.

**Tabla 89:**“Medición Del Impacto Ambiental”

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Auditiva (ruido)	X							-3
Manejo de desechos	X							-3
<b>TOTAL</b>	<b>-6</b>							<b>-6</b>

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: Los Autores

$$\text{FORMULA DE IMPACTOS} = \frac{\text{TOTAL DE IMPACTOS}}{\text{Nº DE INDICADORES}}$$
$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{-6}{2}$$
$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = -3,00$$

**IMPACTO NEGATIVO**

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: Los Autores

**a) Auditivo:**

El impacto nos indica un nivel -3, ya que con la implementación de la empresa y su maquinaria perjudicaría el nivel auditivo de los trabajadores, por lo que se dispuso adquirir equipo para erradicar este problema.

**b) Manejo de desechos**

El impacto nos indica un nivel -3, por el desperdicio que saldrá de los productos, pero con la satisfacción de que las cascaras de los productos se pueden vender para alimento de animales,

**7.2.4. Impacto educativo – cultural.**

La formación de talento humano se vuelve imprescindible, en la actualidad la preparación intelectual es un indicador de responsabilidad y eficiencia en la familia para poder insertarse en una sociedad laboral cada vez exigente.

**Tabla 90:**“Medición Del Impacto Educativo-Cultural”

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Autoestima					X			1
Aplicación de conocimientos						X		2
Generación de nuevos conocimientos						X		2
Transferencia de tecnología						X		2
<b>TOTAL</b>					<b>1</b>	<b>8</b>		<b>7</b>

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: Los Autores

$$\text{FORMULA DE IMPACTOS} = \frac{\text{TOTAL DE IMPACTOS}}{\text{Nº DE INDICADORES}}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{7}{5}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = 1,40$$

**IMPACTO MEDIO POSITIVO**

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: Los Autores

### a) Autoestima

El impacto nos indica un nivel 1, se tratará por medio de integración con los trabajadores aumentar la autoestima de cada uno de ellos, con la finalidad de que trabajen con gusto en la empresa.

### b) Aplicación de conocimientos

El impacto nos indica un nivel 2, con la implantación de la empresa se guiará a los empleados a aplicar los conocimientos que posean y sea útil para la empresa.

### c) Generación de nuevos conocimientos

El impacto nos indica un nivel 2, con la implantación de la empresa se dará a los empleados capacitaciones y cursos para que adquieran nuevos conocimientos y puedan aplicar en la empresa.

#### d) Transferencia de tecnología

El impacto nos indica un nivel 2, con la implantación de la empresa adquirirá tecnología para lo cual los empleados tendrán que tener conocimientos acerca de estas, ya sea por capacitaciones o cursos.

#### 7.2.5. Impacto empresarial - comercial.

Con la ejecución del proyecto se integrará a los habitantes del Cantón, esto permitirá establecer la empresa PROTRAL S.A., para con ello mantener y mejorar el manejo de los recursos, registros contables, rentabilidad del negocio, los costos de producción, administración de la misma e implementar nuevos sistemas que permita desarrollar contablemente las actividades.

**Tabla 91:**“Medición Del Impacto Empresarial-Comercial”

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Creatividad						X		2
Emprendimiento						X		2
Liderazgo						X		2
Competitividad						X		2
Productividad						X		2
Rentabilidad y éxito						X		2
<b>TOTAL</b>						<b>12</b>		<b>12</b>

**Fuente:** Observación Directa

**Elaborado por:** Los Autores

$$\text{FORMULA DE IMPACTOS} = \frac{\text{TOTAL DE IMPACTOS}}{\text{Nº DE INDICADORES}}$$
$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{10}{6}$$
$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = 1,67$$

**IMPACTO MEDIO POSITIVO**

**Fuente:** Observación Directa

**Elaborado por:** Los Autores

#### **a) Creatividad**

El impacto nos indica un nivel 2, con la implantación de la empresa se podrá fomentar la creatividad para que puedan generar nuevas ideas que puedan implementarse en la empresa.

#### **b) Emprendimiento**

El impacto nos indica un nivel 2, con la implantación de la empresa se conocerán personas emprendedoras que pueda determinar, hacer y ejecutar, con resolución y empeño, alguna operación considerable y ardua que puedan implementarse en la empresa.

#### **c) Competitividad**

El impacto nos indica un nivel 2, donde establece que se implementara la calidad de los productos y de precios generando mayor satisfacción en los consumidores ofreciendo los snacks a un menor precio y de buena calidad.

#### d) Productividad

El impacto nos indica un nivel 2, donde la productividad será entre la cantidad de productos y los recursos utilizados para obtener los snacks mientras menor sea el tiempo que lleve obtener el resultado deseado, más productivo es el sistema.

#### e) Rentabilidad y éxito

El impacto nos indica un nivel 2, con la implantación de la empresa se obtendrá rentabilidad moderada llevando de esta manera al éxito desde el momento de su creación, basándose en la producción de los snacks.

### 7.2.6. Resumen general de impactos

**Tabla 92: “Resumen General De Impactos”**

IMPACTOS	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
SOCIAL							x	3
ECONOMICO						x		2
AMBIENTAL		x						-2
EDUCATIVO-CULTURAL						x		2
EMPRESARIAL-COMERCIAL						x		2
<b>TOTAL</b>		<b>-2</b>				<b>6</b>	<b>3</b>	<b>7</b>

Fuente: Observación Directa  
Elaborado por: Los Autores

$$\text{FORMULA DE IMPACTOS} = \frac{\text{TOTAL DE IMPACTOS}}{\text{Nº DE INDICADORES}}$$
$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{7}{5}$$
$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = 1,40$$

**IMPACTO MEDIO POSITIVO**

Fuente: Observación Directa  
Elaborado por: Los Autores

#### **a) Social**

El impacto Social de la empresa con un nivel del 2.60, ayudará a la población de una manera económica, para que en si tengan una calidad de vida estable familiar y dando oportunidad al empleado a ser líder del resto de sus compañeros.

#### **b) Económico**

En definitiva el impacto económico con un nivel de 1, se aspira disminuir la migración y mejorar la estabilidad familiar generando fuentes de trabajo e ingresos para la población del Cantón, donde estará situada la empresa PROTRAL S.A.

#### **c) Ambiental**

Con el impacto ambiental con un nivel del -2, generará dificultades debido a los desperdicios que se producen en la empresa; también la maniobra de las máquinas industriales ocasiona un ruido que debe ser contrarrestado con protección auditiva para los operarios y tratar de erradicar todos los problemas causados por los desperdicios.

#### **d) Educativo-cultural**

Este proyecto con un nivel de 1.40 en el impacto educativo dará lugar a introducir temas nuevos y novedosos de producción por lo tanto el involucramiento de los habitantes en los procesos de producción es una forma de capacitarse y apliquen sus conocimientos empíricos utilizando tecnología que les incentive a mejorar y generar nuevos conocimientos y aumentando su autoestima en el aspecto laboral.

#### **e) Empresarial-comercial**

La ejecución del proyecto provocará un impacto empresarial aceptable con un nivel del 1.67, donde se desarrollará la creatividad, emprendimiento, liderazgo, competitividad y productividad de sus trabajadores y propietarios, lo que contribuye a mejorar la rentabilidad,

honestidad, transparencia, responsabilidad y respeto de los mismos. El producto será elaborado de manera confiable e higiénicamente, bajo estricto control de calidad

Se puede apreciar en la matriz general de impactos, los indicadores que influyen en el proyecto, lo que significa que con la ejecución del proyecto no afecta mucho en los impactos sino más bien ayuda a la población.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Después de haber concluido el proceso de investigación de los productos snacks, en todas sus fases se puede determinar las siguientes conclusiones y recomendaciones.

### Conclusiones:

- 1) El diagnóstico situacional permitió identificar condiciones óptimas para la implementación de la empresa de producción de snacks, donde se destacan importantes aliados como; los comerciantes que ayudan a distribuir el producto, clientes que lo consumen, los proveedores de materia prima directa e indirecta y mano de obra calificada dentro del Cantón Antonio Ante.
- 2) Las bases teórico-científicas que se investigaron, proporcionaron la información suficiente y necesaria acerca del tema propuesto, lo que ayudó a sustentar cada una de las fases del proyecto realizado.
- 3) El estudio de mercado, el mercado meta es de 11.775 familias del Cantón Antonio Ante con una frecuencia de consumo de dos por semana, permitió hacer un análisis de los potenciales punto de venta, y en base a estos direccionar la producción en el sentido correcto, el cual permitirá emprender un proceso de producción y comercialización de snacks a través de la implementación de la empresa, se logró determinar que existe una cantidad de 9162 oferentes y la demanda tiene 10.601 consumidores, quedando una diferencia de 1439 familias al año 2017 como demanda insatisfecha de snacks, demostrando de esta manera que es una gran oportunidad implementar esta nueva empresa, ya que tendrán una

gran acogida y una rápida expansión en el mercado, gracias a su calidad y bajo costo.

- 4) En el estudio técnico realizado se establece que existen las condiciones físicas, climáticas, recursos materiales, económicos, tecnológicos, talento humano y experiencia productiva como para lograr un eficiente arranque y funcionamiento del proyecto.
  
- 5) Se ha determinado que la inversión requerida para la puesta en marcha del proyecto es de \$ 75.825.00 cumpliendo con los tres criterios de la evaluación financiera del proyecto, se concluye que es viable, debido a que presenta un VAN de \$ \$ 36.867,68 la TIR se ubica en el 31.91%, con un tiempo de recuperación aproximadamente de 2 años, 2 meses y 22 días; la relación beneficio costo es de 1.29 USD, lo que justifica la inversión.
  
- 6) El tipo de empresa que se constituirá será de una Sociedad Anónima y cumplirá con todos los requisitos necesarios estipulada por la Superintendencia de Compañías, luego de establecer las tres fases del proyecto consistentes en el estudio de mercado, técnico y financiero, se logró determinar la estructura organizacional y funcional de la empresa. Aquí se plantearon todos los elementos estratégicos administrativos y legales para el normal inicio y desarrollo de la empresa llamada PROTRAL S.A.
  
- 7) En el análisis de impactos del proyecto se determina que éste beneficiará a sus propietarios, trabajadores y consumidores finales.

## **Recomendaciones:**

Se presentará todas las recomendaciones aplicables a este proyecto:

- 1) Se recomienda establecer relaciones comerciales con los proveedores de los materiales necesarios que serán parte indispensable de la producción, se deberá conseguir formas de pago beneficiosas para la empresa con el fin de mantener en lo posible la liquidez de la misma.
- 2) Se recomienda investigar más acerca de estas frutas y tubérculos y saber que otros productos se pueden elaborar y poner a la venta, siempre y cuando el nuevo producto tenga una demanda para satisfacer
- 3) Expandir la empresa a otras provincias y hacer conocer el producto que se está produciendo en la misma, con el fin de tener aceptación en otros lugares y obtener más ganancias, estableciendo estrategias de diversificación de productos tomando en cuenta las características y preferencias del mercado para lograr una diferenciación continua con la finalidad de incrementar cada vez más el consumo de este tipo de productos mostrando una mayor calidad e imagen de un producto cien por ciento ecuatoriano.
- 4) La actividad productiva propuesta garantiza un importante flujo de ingresos y utilidades, por lo cual se recomienda reinvertir las utilidades generadas en la adquisición e innovación de materiales y equipos útiles para el desarrollo y ampliación futura del proyecto, con esto se lograría mejorar un crecimiento empresarial.
- 5) Como proceso productivo se debe reflejar nuevas políticas de mejora continua para todos quienes conforman la organización aplicando la

capacitación y estableciendo lineamientos de acuerdo a las circunstancias y situaciones mejorando los procesos para mantener a los equipos de trabajo.

- 6) Se recomienda cumplir con todos los trámites para la creación de la empresa de Sociedad Anónima con el fin de no tener problemas legales posteriores y tener toda la documentación en orden para que la empresa opere sin dificultades, de igual manera se establecerá las funciones que debe cumplir cada empleado para que no haya malos entendidos en el transcurso del tiempo y la empresa funcione sin ningún contratiempo ya que también depende del buen manejo administrativo.
  
- 7) Se deben reforzar y ampliar los resultados positivos que tendría el Proyecto; y por otro lado, erradicar al máximo los impactos negativos para asegurar la sostenibilidad a través de la vida útil de la empresa diseñada en el presente estudio.

## BIBLIOGRAFÍA

1. AGUEDA, E. T. (2008). "*Principios del Marketing*" (Tercera Edición ed.). Madrid, España: Esic Editorial.
2. ALVAREZ, S. (2013). "*Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de snacks de camote*". Loja.
3. ARMENDARIZ, J. I. (2010). "*Calidad*" (Segunda Edición ed.). Madrid, España.
4. BAENA Toro, D. (2010). "*Análisis financiero: Enfoque proyecciones financieras*" (Primera Edición ed.). Bogotá, Colombia: Eco Ediciones.
5. BERRIO, D., & Catrillon, J. (10 de 2008). "*Costos para gerenciar organizaciones manufactureras comerciales y de servicios*" (Segunda Edición ed.). (Z. Sotomayor, Ed.) Bogotá, Colombia: Uninorte. Obtenido de [www.encyclopediadetareas.net](http://www.encyclopediadetareas.net): <http://www.encyclopediadetareas.net/2012/10/materia-prima-directa.html>
6. CASTRILLON, J. (2010). "*Costos para gerenciar servicios de salud*" (Tercera Edición ed.). (Z. Sotomayor, Ed.) Baranquilla, Colombia: Uninorte. Obtenido de [www.monografias.com](http://www.monografias.com): <http://www.monografias.com/trabajos82/conceptos-basicos-costos-produccion/conceptos-basicos-costos-produccion.shtml>
7. CORREA, M. (2011). "*Estudio de Mercado Snacks de Fruta Deshidratada*" (Cuarta Edición ed.). Estados Unidos.
8. GARCIA Sanchez, M. D. (2008). "*Manual de Marketing*" (Primera ed.). Torrejon de Ardoz-Madrid, España: ESIC EDITORIAL.
9. GARCÍA, G. M. (s/f). "*ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN*".
10. HERNANDEZ, S., Palafox, & Rodríguez. (2012). "*Administración (Teoría, Procesos, Áreas funcionales y estrategias para la competitividad)*". México: Impresiones en Offset Max S.A. de C.V.

11. LERMA E., A. (2010). "*Desarrollo de nuevos productos*" : una visión integral (Cuarta Edición ed.). Santa Fé, México: Cengage Learning Editores S.A. de V.C.
12. LÓPEZ Martínez, F. (2009). "*La empresa explicada de forma sencilla*" (Primera ed.). (L. Rubio, Ed.) Barcelona, España: Talleres Graficos Vigor S.A.
13. LÓPEZ Pinto, B. (Enero de 2008). "*Los pilares del marketing*". Barcelona: EDICIONES UPC. Recuperado el 30 de mayo de 2013, de [www.promonegocios.net](http://www.promonegocios.net): El producto es una de las herramientas más importantes de la mezcla de mercadotecnia (4 p's) porque representa el ofrecimiento de toda empresa u organización (ya sea lucrativa o no lucrativa) a su público objetivo, con la finalidad de satisfacer sus neces
14. LÓPEZ, G. (2012). "*Fundamentos de Gestion Empresarial*" (Primera Edición ed.). Lagos de Moreno.
15. LOPEZ-Pinto Ruiz, B. (2008). "*Los pilares del Marketing*" (Primera ed.). UPC.
16. MACHUCA, López, B., & Viscarri, J. (2008). "*Los pilares del marketing*". Barcelona: Edicions UPC.
17. PARREÑO, J. (2008). "*Los instrumentos del marketing*" (cuarta edicion ed.). Alicante: Club Universitario.
18. PIEDRA, F. (2009). "*Estado Financiero*" (Primera Edición ed.). Madrid: DELTA Publicaciones.
19. RINCON Soto, C. (2011). "*Costo para PYMES*" (Primera ed.). Colombia, Colombia: ECO EDICIONES.
20. RINCON, C., Lasso, G., & Parrado, Á. (2012). "*Contabilidad del siglo XXI*" (Segunda Edición ed.). Bogotá: Eco Ediciones.

21. VALDIVIESO Bravo, M. (2013). "*Contabilidad General*" (11ª Edición ed.). Quito: Escobar Impresiones.
22. VELAR, L., Garcia, R., & Cañadas, Á. (2009). "*Ananlisis de estado contables en el nuevo PGA 2008*" (Primera Edición ed.). Pozuelo de Alarcon, Madrid: ESIC Editorial.
23. VILAJOANA, S. (2011). "*Las Leyes de la publicidad*" (Primera Ediciión ed.). Barcelona, España: UOC.

## LINKOGRAFÍA

1. Blogdiario.com/hispavista. (28 de marzo de 2008). Obtenido de <http://microempresa.blogdiario.com/i2008-03/>
2. Cocogum. (s/f). [www.cocogum.org](http://www.cocogum.org). Recuperado el 30 de mayo de 2013, de [www.cocogum.org](http://www.cocogum.org): <http://www.cocogum.org/Archivos/Ingenieria%20de%20Proyectos.html>
3. Crece negocios. (31 de 12 de 2008). [www.crecenegocios.com](http://www.crecenegocios.com). Recuperado el 30 de mayo de 2013, de [/www.crecenegocios.com](http://www.crecenegocios.com): <http://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir/>
4. Crece negocios. (20 de marzo de 2012). [www.crecenegocios.com](http://www.crecenegocios.com). Recuperado el 2013, de [www.crecenegocios.com](http://www.crecenegocios.com): <http://www.crecenegocios.com/el-analisis-costo-beneficio/>
5. Definición ABC. (s/f). [www.definicionabc.com](http://www.definicionabc.com). Obtenido de [www.definicionabc.com](http://www.definicionabc.com): <http://www.definicionabc.com/economia/comercializacion.php#ixzz2r4rl94Uo>
6. economia. WS. (2007-2009). [www.economia.ws](http://www.economia.ws). Obtenido de [www.economia.ws](http://www.economia.ws): <http://www.economia.ws/oferta-y-demanda.php>
7. ehow en español. (s/f). [www.ehowenespanol.com](http://www.ehowenespanol.com). Recuperado el 30 de mayo de 2013, de [www.ehowenespanol.com](http://www.ehowenespanol.com): [http://www.ehowenespanol.com/evaluacion-financiera-proyectos-hechos\\_80815/](http://www.ehowenespanol.com/evaluacion-financiera-proyectos-hechos_80815/)
8. Enciclopedia de Tareas. (10 de 2012). [www.encyclopediadetareas.net](http://www.encyclopediadetareas.net). Obtenido de [www.encyclopediadetareas.net](http://www.encyclopediadetareas.net): <http://www.encyclopediadetareas.net/2012/10/materia-prima-indirecta.html>
9. Gerence.com. (12 de Octubre de 2010). [www.gerencie.com](http://www.gerencie.com). Recuperado el 30 de mayo de 2013, de [www.gerencie.com](http://www.gerencie.com): <http://www.gerencie.com/balance-general.html>

10. Iltorizaba. (2008-2014). *ssfe.itorizaba.edu.mx*. Obtenido de *ssfe.itorizaba.edu.mx*:  
<http://ssfe.itorizaba.edu.mx/bvirtualindustrial/index.php/image-gallery/126-library/formulacion-y-evaluacion-de-proyectos/2032-512-inversion-diferida>
11. Pymes futuro. (23 de febrero de 2010). *www.pymesfuturo.com*. Recuperado el 30 de mayo de 2013, de *www.pymesfuturo.com*:  
<http://pymesfuturo.com/pri.htm>
12. Scribd. (s/f). *www.scribd.com*. Recuperado el 30 de mayo de 2013, de *www.scribd.com*:  
<http://es.scribd.com/doc/50920962/10-Definicion-de-Ingenieria-de-Proyectos>
13. Slideshare. (18 de enero de 2008). *www.slideshare.net*. Obtenido de *www.slideshare.net*:  
<http://www.slideshare.net/guestc1276f/microempresas-232483>
14. Taringa. (s.f.). Obtenido de Taringa:  
<http://www.taringa.net/posts/imagenes/10137145/Fabrica-de-papas-fritas.html>
15. Unitec. (s/f). *emprendedor.unitec.edu*. Recuperado el 30 de mayo de 2013, de *emprendedor.unitec.edu*:  
<http://emprendedor.unitec.edu/pnegocios/Estudio%20Financiero.htm>
16. Vertice. (2008). *Marketing Promocional* (Primera Edición ed.). Madrid: VERTICE.
17. Wikipedia. (9 de marzo de 2013). *www.wikipedia.org*. Recuperado el 28 de mayo de 2013, de *www.wikipedia.org*:  
[http://es.wikipedia.org/wiki/Distribuci%C3%B3n\\_\(negocios\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Distribuci%C3%B3n_(negocios))
18. Wikipedia. (13 de mayo de 2013). *www.wikipedia.org*. Recuperado el 28 de mayo de 2013, de *www.wikipedia.org*:  
[http://es.wikipedia.org/wiki/Demanda\\_\(econom%C3%ADa\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Demanda_(econom%C3%ADa))
19. Wikipedia. (25 de mayo de 2013). *www.wikipedia.org*. Recuperado el 30 de mayo de 2013, de *www.wikipedia.org*:  
[http://es.wikipedia.org/wiki/Flujo\\_de\\_caja](http://es.wikipedia.org/wiki/Flujo_de_caja)

20. Wikipedia. (2014 de enero de 2014). [es.wikipedia.org/wiki/Mano\\_de\\_obra](http://es.wikipedia.org/wiki/Mano_de_obra). Obtenido de [es.wikipedia.org/wiki/Mano\\_de\\_obra](http://es.wikipedia.org/wiki/Mano_de_obra): [http://es.wikipedia.org/wiki/Mano\\_de\\_obra](http://es.wikipedia.org/wiki/Mano_de_obra)
21. Wikiteka. (19 de Mayo de 2009). [www.wikiteka.com/](http://www.wikiteka.com/). Obtenido de [www.wikiteka.com/](http://www.wikiteka.com/): <http://www.wikiteka.com/apuntes/la-microempresa/>
22. [www.monografias.com](http://www.monografias.com). (s/f). (A. Arboleda, Productor) Obtenido de [www.monografias.com](http://www.monografias.com): <http://www.monografias.com/trabajos21/clasificacion-empresas/clasificacion-empresas.shtml#tamaño>

# ANEXOS

## ANEXO 1 Entrevista a Proveedores



### ENTREVISTA A PROVEEDORES DE MATERIA PRIMA DIRECTA

Buenos (días / tardes) soy estudiante de la Universidad Técnica del Norte. Estoy haciendo un estudio sobre un nuevo producto que va ofrecer una nueva empresa de snacks, y nos gustaría contar con su valiosa opinión.

#### **INSTRUCCIONES:**

1. Responda con sinceridad las preguntas que se plantean a continuación.
2. Señale con una “x” en el lugar que corresponda...

#### **Objetivos de la encuesta:**

- Determinar si los proveedores están en capacidad de abastecernos con la suficiente cantidad de materia prima.
- Definir la estabilidad del precio de las materias primas en el mercado.

#### **EVALUACION A PROVEEDORES**

1.- ¿Cuál es el principal producto que cultiva y/o vende?

.....

2.- ¿Usted produce o vende el producto?

.....  
.....

3.- ¿Cuánto tiempo trabaja en la producción o venta del producto?

.....  
.....

4.- ¿Cuál es la cantidad de producto que produce mensualmente?

.....  
.....

5.- ¿De qué condiciones depende el cambio de precio de su Producto?

.....  
.....  
.....

6. ¿Qué posibilidad hay de realizar descuentos por volumen?

.....  
.....  
.....

7.- ¿Cree usted que su producto es de calidad?, ¿Por qué?

.....  
.....  
.....

8.- ¿Cree usted que es diferente a los otros proveedores? y ¿por qué?

.....  
.....  
.....

9.- ¿Está en capacidad de abastecer el producto necesario a una empresa productora de snacks?

.....  
.....  
.....

¡GRACIAS POR SU AYUDA!



## ANEXO 2 Entrevista A Productores

### ENTREVISTA A PRODUCTORES

Buenos (días / tardes) soy estudiante de la Universidad Técnica del Norte. Estoy haciendo un estudio sobre un nuevo producto que va ofrecer una nueva empresa de snacks, y nos gustaría contar con su valiosa opinión.

#### **INSTRUCCIONES:**

1. Responda con sinceridad las preguntas que se plantean a continuación.
2. Señale con una “x” en el lugar que corresponda.

#### **EVALUACION A PRODUCTORES**

1.- ¿Cómo se creó esta empresa?

.....

2.- ¿Hace cuánto tiempo elaboran los snacks?

.....

.....

3.- ¿Cómo está constituida su empresa?

.....

.....

4.- ¿Qué tipo de snacks producen?

.....

.....

5.- Su producción, ¿es para el mercado interno o para el externo?

.....

.....

.....

6. ¿A dónde distribuye la mayor parte de los snacks?

.....  
.....  
.....

7.- ¿Es fácil para ustedes obtener la materia prima directa e indirecta para la elaboración de los snacks?

.....  
.....  
.....

8.- ¿Cree usted que los snacks que produce son de buena calidad?

.....  
.....  
.....

9.- ¿Usted saca una ganancia moderada o significativa después de expandir sus snacks?

.....  
.....  
.....

¡GRACIAS POR SU AYUDA!



## ANEXO 3 Entrevista A Comercializadores

### ENTREVISTA A COMERCIALIZADORES

Buenos (días / tardes) soy estudiante de la Universidad Técnica del Norte. Estoy haciendo un estudio para la creación de una empresa de snacks, y nos gustaría contar con su valiosa opinión.

#### INSTRUCCIONES:

1. Responda con sinceridad las preguntas que se plantean a continuación.
2. Señale con una "x" en el lugar que corresponda...

#### Objetivos de la encuesta:

- Determinar con qué frecuencia adquiere el producto terminado
- Conocer el margen de utilidad en el producto.
- Establecer un adecuado proveedor de nuestros materiales indirectos.

#### EVALUACION

1.- ¿Usted adquiere los snacks?

SI  NO

2.- ¿Señale que clase de snacks adquiere?

Papas  chifles  yuca  otros \_\_\_\_\_

3.- ¿En qué cantidades solicita los snacks por semana?

1 paquete  3 paquetes

2 paquetes  4 paquetes

4.- ¿Que monto destina para la compra de snacks por semana?

5 dólares  10 dólares

15 dólares  o más \_\_\_\_\_

5.- ¿Cuál es la utilidad que obtiene después de la venta de los snacks?

5 dólares

10 dólares

15 dólares

o más \_\_\_\_\_

5.-Indique los productos que está en capacidad de proveer para la elaboración de los snacks

Aceite

Sal

Vinagre

Empaque

Pimienta

7.- ¿Cuál es el snacks que se vende más rápido?

Ruffles

Ricas

Platanitos

Banchis picantes

Banchis con limón

Papas sin marca

8.- ¿Cuál es el empaque que prefiere para sus snacks?

Funda

Cartón prensado

Otro \_\_\_\_\_

9.- ¿Cuáles son los atributos determinantes para decidir su compra por snacks?

Precio

Cantidad

Empaque

Otros: especifique \_\_\_\_\_

10.- La entrega de los snacks por parte de sus distribuidores son:

Excelente

Muy buena

Buena

Regular

Irregular

Ineficiente

¡GRACIAS POR SU AYUDA!



## ANEXO 4 Entrevista A Consumidores

### ENCUESTA DE ESTUDIO DE MERCADO

Buenos (días / tardes) soy estudiante de la Universidad Técnica del Norte. Estoy haciendo un estudio de mercado para desarrollar la tesis, y me gustaría contar con su valiosa opinión.

#### Objetivo

1.- Realizar un estudio de mercado en cuanto a consumo de snacks

#### **INSTRUCCIONES:**

Responda con sinceridad las preguntas que se plantean a continuación.

#### **EVALUACION DE PRODUCTO**

1.- **¿Usted consume snacks (papas fritas, chifles, yuca)?**

a) Si                       b) No

2.- **En su consumo de snacks ¿cuál prefiere con marca o sin marca?**

Con marca                       Sin marca

3.- **Indique la cantidad de dinero que usted presupuesta para su lunch diario**

1-2 dólares                       5-6                       dólares                       Más de 9

3-4 dólares                       7-8                       dólares

4.- **¿Cuántas veces a la semana consume snacks?**

a) 1-2 veces                       b) 3-4 veces                       c) 5- o más

5.- **¿Qué tipo de snacks consume?**

a) Papas                       b) Chifles                       c) Yuca                      Otros.  
¿Cuál? \_\_\_\_\_

**6.- ¿Qué sabor de snacks es de su preferencia?**

- a) Natural                       b)  Picante     c) Limón                      d) Otros.  
¿Cuál? \_\_\_\_\_

**7.- ¿Qué tamaño de snacks prefiere?**

- a)  Personal                       b) Mediano                       c) Grande                      d) Otros.  
¿Cuál? \_\_\_\_\_

**8.- ¿En base a qué características elige un producto a la hora de comprar?**

Precio

Calidad

Envoltura

Sabor

**9.- ¿Cuánto está dispuesto a pagar por su snacks preferido?**

0.30 ctvs.

0.35 ctvs.

0.40 ctvs.

**10.- ¿Por qué medio de comunicación desearía que se comercialicen los snacks?**

Redes Sociales

Televisión

Radio

Periódicos

Revistas

**11.- ¿Dónde compra sus snacks preferidos?**

Tiendas

Supermercados

Micro mercado

Abastos

**DATOS TÉCNICO**

**EDAD**

12-17 años

18-25 años

26-35 años

36-45 años

Más de 46

¡GRACIAS POR SU AYUDA!

## ANEXO 5 Contrato De Trabajo A Plazo Fijo

Comparecen, ante el señor Inspector del Trabajo, por una parte....., a través de su representante legal,..... **(En caso de personas jurídicas)**; en su calidad de **EMPLEADOR** y por otra parte el señor \_\_\_\_\_ portador de la cédula de ciudadanía # \_\_\_\_\_ su calidad de **TRABAJADOR**. Los comparecientes son ecuatorianos, domiciliados en la ciudad de..... y capaces para contratar, quienes libre y voluntariamente convienen en celebrar un contrato de trabajo a PLAZO FIJO con sujeción a las declaraciones y estipulaciones contenidas en las siguientes cláusulas:

El EMPLEADOR y TRABAJADOR en adelante se las denominará conjuntamente como “Partes” e individualmente como “Parte”.

### PRIMERA. OBJETO DEL CONTRATO:

El EMPLEADOR para el cumplimiento de sus actividades y desarrollo de las tareas propias de su actividad necesita contratar los servicios laborales de .....(Nota explicativa: Un solo cargo Ejemplo: **Mecánico, secretaria**), revisados los antecedentes del(de la) señor(a)(ita) ....., éste(a) declara tener los conocimientos necesarios para el desempeño del cargo indicado, por lo que en base a las consideraciones anteriores y por lo expresado en los numerales siguientes, el EMPLEADOR y el TRABAJADOR (a) proceden a celebrar el presente Contrato de Trabajo.

### SEGUNDA.- JORNADA ORDINARIA Y HORAS EXTRAORDINARIAS.-

El TRABAJADOR (a) se obliga y acepta, por su parte, a laborar ocho horas diarias por jornadas de trabajo, las máximas diarias y semanal desde las..... hasta las....., en conformidad con la Ley, en los

horarios establecidos por el EMPLEADOR de acuerdo a sus necesidades y actividades. Así mismo, las Partes podrán convenir que, el TRABAJADOR labore tiempo extraordinario y suplementario cuando las circunstancias lo ameriten y tan solo por orden escrita del EMPLEADOR. (Nota: Especificar horario de acuerdo al Art. 47 del Código de Trabajo. Ejemplo: De lunes a viernes de 08:00 a 17:00, con una hora de almuerzo, y de ser el caso citar el Art.49 del mismo cuerpo legal correspondiente a la jornada nocturna.

### **TERCERA.- REMUNERACIÓN.-**

El EMPLEADOR pagará al TRABAJADOR (a) por la prestación de sus servicios la remuneración convenida de mutuo acuerdo en la suma de..... DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USD\$..., oo).

El EMPLEADOR reconocerá también al TRABAJADOR las obligaciones sociales y los demás beneficios establecidos en la legislación ecuatoriana.

### **CUARTA.- DURACIÓN DEL CONTRATO:**

El presente contrato tendrá una duración de \_\_\_\_\_ (Puede estipularse un plazo no inferior a un año ni superior a dos años). (Es facultativo estipular un periodo de prueba de hasta 90 días conforme lo establecido en el Art. 15 del Código de Trabajo).

Este contrato podrá terminar por las causales establecidas en el Art. 169 del Código de Trabajo en cuanto sean aplicables para este tipo de contrato.

#### **QUINTA.- LUGAR DE TRABAJO.-**

El TRABAJADOR (a) desempeñará las funciones para las cuales ha sido contratado en las instalaciones ubicadas en..... (Dirección), en la ciudad de..... (Quito), provincia de..... (Pichincha), para el cumplimiento cabal de las funciones a él encomendadas.

#### **SEXTA.- Obligaciones de los TRABAJADORES Y EMPLEADORES:**

En lo que respecta a las obligaciones, derecho y prohibiciones del empleador y trabajador, estos se sujetan estrictamente a lo dispuesto en el Código de Trabajo en su Capítulo IV de las obligaciones del empleador y del trabajador, a más de las estipuladas en este contrato. Se consideran como faltas graves del trabajador, y por tanto suficientes para dar por terminadas la relación laboral.

#### **SEPTIMA. LEGISLACIÓN APLICABLE**

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

#### **OCTAVA.- JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-**

En caso de suscitarse discrepancias en la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Contrato y cuando no fuere posible llegar a un acuerdo amistoso entre las Partes, estas se someterán a los jueces competentes del lugar en que este contrato ha sido celebrado, así como al procedimiento oral determinados por la Ley.

**NOVENA.- SUSCRIPCIÓN.-**

Las partes se ratifican en todas y cada una de las cláusulas precedentes y para constancia y plena validez de lo estipulado firman este contrato en original y dos ejemplares de igual tenor y valor, en la ciudad de.....el día \_\_\_\_ del mes de \_\_\_\_\_ del año \_\_\_\_\_

**EL EMPLEADORA  
TRABAJADOR (a)**

**EL  
C.C.**

## ANEXO 6 Código de Trabajo

### Parágrafo 2do. De las utilidades

Art. 97.- Participación de trabajadores en utilidades de la empresa.- El empleador o empresa reconocerá en beneficio de sus trabajadores el quince por ciento (15%) de las utilidades líquidas. Este porcentaje se distribuirá así:

El diez por ciento (10%) se dividirá para los trabajadores de la empresa, sin consideración a las remuneraciones recibidas por cada uno de ellos durante el año correspondiente al reparto y será entregado directamente al trabajador.

El cinco por ciento (5%) restante será entregado directamente a los trabajadores de la empresa, en proporción a sus cargas familiares, entendiéndose por éstas al cónyuge o conviviente en unión de hecho, los hijos menores de dieciocho años y los hijos minusválidos de cualquier edad.

El reparto se hará por intermedio de la asociación mayoritaria de trabajadores de la empresa y en proporción al número de estas cargas familiares, debidamente acreditadas por el trabajador ante el empleador. De no existir ninguna asociación, la entrega será directa.

formación o incremento de reservas legales, estatutarias o facultativas, a participación especial sobre las utilidades líquidas, en favor de directores, gerentes o administradores de la empresa, y a otras participaciones similares que deben hacerse sobre las utilidades líquidas anuales, se aplicarán luego de deducido el quince por ciento correspondiente a participación de utilidades.

Art. 100.- Utilidades para trabajadores de contratistas.- Los trabajadores que presten sus servicios a órdenes de contratistas, incluyendo a aquellos que desempeñen labores discontinuas, participarán en las utilidades de la persona natural o jurídica en cuyo provecho se realice la obra o se preste el servicio.

Si la participación individual en las utilidades del obligado directo son superiores, el trabajador solo percibirá éstas; si fueren inferiores, se unificarán directamente, tanto las del obligado directo como las del beneficiario del servicio, sumando unas y otras, repartiéndose las entre todos los trabajadores que las generaron.

No se aplicará lo prescrito en los incisos precedentes, cuando se trate de contratistas no vinculados de ninguna manera con el beneficiario del servicio, vale decir, de aquellos que tengan su propia infraestructura

determinación del fondo de reserva y jubilación.

Art. 103.- Se considerarán como una sola empresa.- Si una o varias empresas se dedicaran a la producción y otras, primordialmente, al reparto y venta de los artículos producidos por las primeras, el Ministro de Trabajo y Empleo podrá considerarlas como una sola para el efecto del reparto de participación de utilidades.

Art. 104.- Determinación de utilidades en relación al impuesto a la renta.- Para la determinación de las utilidades anuales de las respectivas empresas se tomarán como base las declaraciones o liquidaciones que se hagan para el efecto del pago del impuesto a la renta. El Servicio de Rentas Internas, a petición del Director Regional del Trabajo o de las organizaciones de trabajadores de las respectivas empresas, podrá disponer las investigaciones y fiscalizaciones que estimare convenientes para la apreciación de las utilidades efectivas. La respectiva

bajo pena de multa. Además, si requerido el empleador por la Dirección Regional del Trabajo para que justifique el cumplimiento de tal obligación, no remitiere los documentos comprobatorios, será sancionado con una multa impuesta de conformidad con lo previsto en el artículo 628 de este Código, según la capacidad de la empresa, a juicio del Director Regional del Trabajo.

Art. 105.1.- Previo acuerdo del trabajador y del patrono, todo o parte de las utilidades que le corresponde al trabajador, podrán ser canceladas en acciones de la empresa a la que presta sus servicios, siempre que tal empresa se encuentre registrada en una Bolsa de Valores y cumpla con el protocolo para el cumplimiento de ética empresarial definida por el Estado y los requisitos previstos en el Reglamento al Código de la Producción, Comercio e Inversiones.

**Nota:** Artículo agregado por Ley No. 00, publicada en Registro Oficial Suplemento 351 de 29 de Diciembre del 2010.

## ANEXO 7 Ley de Régimen Tributario Interno

### LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO

---

la tarifa de Impuesto a la Renta prevista para sociedades de su valor. El crédito tributario aplicable no será mayor al impuesto que le correspondería pagar a la persona natural por ese ingreso dentro de su renta global.

**Art. 37.- Tarifa del impuesto a la renta para sociedades.- (Sustituido por la Disposición reformativa segunda, num. 2.6, de la Ley s/n, R.O. 351-S, 29-XII-2010; y, reformado por el Art. 1, lit. a de la Ley s/n, R.O. 847-S, 10-XII-2012).- Las sociedades constituidas en el Ecuador, así como las sucursales de sociedades extranjeras domiciliadas en el país y los establecimientos permanentes de sociedades extranjeras no domiciliadas, que obtengan ingresos gravables, estarán sujetas a la tarifa impositiva del veinte y dos por ciento (22%) sobre su base imponible.**

Las sociedades que reinviertan sus utilidades en el país podrán obtener una reducción de 10 puntos porcentuales de la tarifa del Impuesto a la Renta sobre el monto reinvertido en activos productivos, siempre y cuando lo destinen a la adquisición de maquinarias nuevas o equipos nuevos, activos para riego, material vegetativo, plántulas y todo insumo vegetal para producción agrícola, forestal, ganadera y de floricultura, que se utilicen para su actividad productiva, así como para la adquisición de bienes relacionados con investigación y tecnología que mejoren productividad, generen diversificación productiva e incremento de empleo, para lo cual deberán

## ANEXO 8 Ley de Compañías

**Art. 295.-** La Superintendencia de Compañías podrá reglamentar la aplicación de los artículos de este párrafo y elaborar formularles de balances y del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias en que se consideren los rubros indicados, en el orden y con las denominaciones que se consideren más convenientes.

**Art. 296.-** Aprobado por la junta general de accionistas el balance anual, la Superintendencia de Compañías podrá ordenar su publicación, de acuerdo con el reglamento pertinente.

**Art. 297.-** Salvo disposición estatutaria en contrario de las utilidades líquidas que resulten de cada ejercicio se tomará un porcentaje no menor de un diez por ciento, destinado a formar el fondo de reserva legal, hasta que éste alcance por lo menos el cincuenta por ciento del capital social.

En la misma forma debe ser reintegrado el fondo de reserva si éste, después de constituido, resultare disminuido por cualquier causa.

El estatuto o la junta general podrán acordar la formación de una reserva especial para prever situaciones indecisas o pendientes que pasen de un ejercicio a otro, estableciendo el porcentaje de beneficios destinados a su formación, el mismo

**Art. 147.-** Ninguna compañía anónima podrá constituirse de manera definitiva sin que se halle suscrito totalmente su capital, y pagado en una cuarta parte, por lo menos. Para que pueda celebrarse la escritura pública de constitución definitiva será requisito haberse depositado la parte pagada del capital social en una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones fuesen en dinero.

Las compañías anónimas en que participen instituciones de derecho público o de derecho privado con finalidad social o pública podrán constituirse o subsistir con uno o más accionistas.

La Superintendencia de Compañías, para aprobar la constitución de una compañía, comprobará la suscripción de las acciones por parte de los socios que no hayan concurrido al otorgamiento de la escritura pública.

El certificado bancario de depósito de la parte pagada del capital social se protocolizará junto con la escritura de constitución.

**Art. 148.-** La compañía puede constituirse en un solo acto (constitución simultánea) por convenio entre los que otorguen la escritura; o en forma sucesiva, por suscripción