



**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 DE INDUSTRIALIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE FRÉJOL EN LA PARROQUIA DE BOLÍVAR, CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, C.P.A.

**AUTOR:** CANGAS ORTEGA OMAR ALEXANDER

**DIRECTOR:** Ing. Mauricio Aragón

Ibarra, 13 de Febrero 2016

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente informe final de trabajo de grado, pertenece a un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de industrialización y comercialización de fréjol en la parroquia de Bolívar, cantón Bolívar, provincia del Carchi, en síntesis el producto consiste en darle un proceso de cocción y empaçado en funda como valor agregado. Para el diseño de la propuesta se siguieron los procesos metodológicos para la elaboración de proyectos productivos y de inversión. El punto de partida fue un diagnóstico situacional en donde se pudo encontrar que en la zona no existe una unidad productiva de este tipo de producto, además por ser una propuesta innovadora, se pudo determinar que la población estaría dispuesta a adquirir el producto. En el estudio se puede evidenciar el comportamiento de la oferta y demanda los cuales denotan la factibilidad del proyecto. Una vez que se obtuvo los resultados positivos del estudio de mercado se procedió a analizar la mejor opción para la localización del proyecto, analizándose los factores de disposición de recursos y necesidades de inversión. Posteriormente se realizó el análisis financiero del proyecto, para lo cual se establecieron los ingresos y egresos de la propuesta y de esta manera saber si era factible y se podía recuperar la inversión inicial. Consecuentemente se procedió a dar forma a la parte organizativa de la propuesta detallando niveles jerárquicos, funciones y bases filosóficas. Por último se establecieron los impactos que acarrearía el proyecto para la zona de su aplicación. Con todo lo antes mencionado se sustenta la propuesta del presente proyecto.

## SUMMARY

This final report, part of a feasibility study for the creation of an enterprise of industrialization and commercialization of beans in the parish of Bolívar, Bolívar Canton province of Carchi, in synthesis the product is to give a process of cooking and packed in cover as an added value. For the design of the proposed followed the methodological processes for the production projects and investment. The starting point was a situational diagnosis where they could found that there is a production unit in the area, as well as an innovative proposal, it was determined that the population would be willing to purchase the product. The study may show the behavior of supply and demand which denote the feasibility of the project. Once the positive results of the market study was obtained was analyzed the best choice for the location of the project, analyzing the factors available resources and investment needs. Subsequently, the financial analysis of the project was completed, for which revenues and expenditures of the proposal and thus whether it was feasible and could recover the initial investment were established. Consequently it proceeded to shape the organizational part of the proposal detailing hierarchical levels, functions and philosophical bases. Finally the impacts the project would lead to the application area were established. With all of the above the proposal for this project is based.

**AUTORÍA**

Yo, OMAR ALEXANDER CANGAS ORTEGA, portador de la cédula de ciudadanía 04016685 6 - 1 declaro bajo juramento que el presente trabajo de grado aquí escrito es de mi autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE INDUSTRIALIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE FRÉJOL EN LA PARROQUIA DE BOLÍVAR, CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI”** y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información.



Omar Alexander Cangas Ortega

DIRECTOR 040166856 - 1 DE GRADO

**CERTIFICADO DEL DIRECTOR**

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por el egresado OMAR ALEXANDER CANGAS ORTEGA para optar por el Título de INGENIERO EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA, C.P.A. cuyo tema es: : **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE INDUSTRIALIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE FRÉJOL EN LA PARROQUIA DE BOLÍVAR, CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI”.**

Considero el presente trabajo reúne requisitos y méritos capaces para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra a los 04 días del mes de febrero del 2016



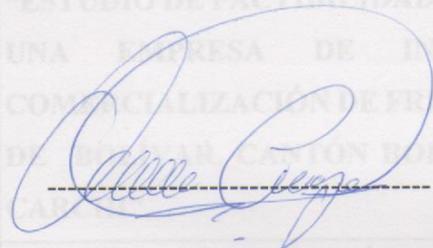
Ing. Mauricio Aragón

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

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

Yo, OMAR ALEXANDER CANGAS ORTEGA, con cédula de identidad Nro. 040166856 - 1, manifiesto mi 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 autor del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE INDUSTRIALIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE FRÉJOL EN LA PARROQUIA DE BOLÍVAR, CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI”** que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERO EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca.



Omar Alexander Cangas Ortega

040166856 - 1

En la ciudad de Ibarra a los 04 días del mes de febrero del 2016

**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 Técnica del Norte.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>Datos de Contacto</b>			
<b>Cédula de Identidad:</b>	040166856 – 1		
<b>Apellidos y nombres:</b>	Cangas Ortega Omar Alexander		
<b>Dirección:</b>	Prof. Rufo Simbaña y Cristóbal Tobar subía		
<b>Email:</b>	alex_cangas@yahoo.com		
<b>Teléfono fijo:</b>	2955-219	<b>Teléfono móvil:</b>	0986436022
<b>Datos de La Obra</b>			
<b>Título:</b>	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE INDUSTRIALIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE FRÉJOL EN LA PARROQUIA DE BOLÍVAR, CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI”		
<b>Autor:</b>	Cangas Ortega Omar Alexander		
<b>Fecha:</b>	2016/02/04		
<b>SOLO PARA TRABAJO DE GRADO</b>			
<b>Programa:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Pregrado <input type="checkbox"/> Posgrado		
<b>Título por el que opta:</b>	Ingeniero en Contabilidad y Auditoría CPA		
<b>Asesor /director</b>	Ing. Mauricio Aragón		

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

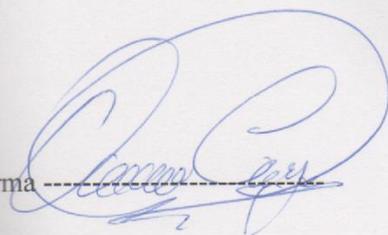
Yo, CANGAS ORTEGA OMAR ALEXANDER, con cédula de identidad Nro.040166856-1, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

### 3. CONSTANCIAS

El autor manifiesta 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 es el titular 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.

En la ciudad de Ibarra a los 04 días del mes de febrero del 2016

EL AUTOR:

Firma 

Nombre: Omar A. Cangas O.

C.I. 040166856 - 1

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

**DEDICATORIA**

El presente trabajo de grado lo dedico a mis padres que me ha apoyado siempre ya que han sido mi guía durante este camino, y por estar a mi lado en los éxitos y fracasos sin su apoyo, colaboración e inspiración habría sido imposible llevar a cabo este trabajo investigativo.

OMAR CANGAS

## **AGRADECIMIENTO**

Deseo expresar el más sincero agradecimiento a Dios, por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

También Agradezco hoy y siempre a mi familia por haberme brindado todo el apoyo, colaboración, ánimo y sobre todo cariño y amistad. De igual manera mi más sincero agradecimiento al Ingeniero Mauricio Aragón, tutor de tesis por haberme facilitado siempre los medios suficientes para llevar a cabo todas las actividades propuestas durante el desarrollo de esta tesis, y a todos quienes contribuyeron de una u otra forma con su orientación, crítica constructiva, motivación y confianza para la realización de este trabajo.

**OMAR CANGAS**

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO .....	ii
SUMMARY .....	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICADO DEL DIRECTOR .....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
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 TÉCNICA DEL NORTE .....	viii
DEDICATORIA .....	ix
AGRADECIMIENTO .....	x
ÍNDICE GENERAL .....	xi
INDICE DE CUADROS.....	xvii
INDICE DE GRAFICOS .....	xx
PRESENTACIÓN.....	xxii
JUSTIFICACIÓN .....	xxiv
OBJETIVOS .....	xxvi
Objetivo General:.....	xxvi
Objetivos Específicos: .....	xxvi
CAPÍTULO I .....	27
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	27
Antecedentes del diagnóstico.....	27
Objetivos del diagnóstico.....	27
Objetivo general.....	27
Objetivos específicos .....	27
Variables diagnósticas .....	27
Indicadores del diagnóstico.....	28
Matriz de relación diagnóstica .....	29
Análisis de las variables diagnósticas .....	30

	xii
Datos históricos.....	30
Fundación de Bolívar.....	30
Ubicación.....	30
Límites.....	31
Clima.....	31
Altura.....	32
División política.....	32
Población.....	32
Grupos etnicos.....	33
Educación.....	34
Salud.....	36
Vivienda.....	36
Población económicamente activa cantón Bolívar - Carchi.....	37
Infraestructura vial.....	38
Servicios básicos.....	38
Actividades económicas.....	40
Determinación de la matriz de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.....	41
Oportunidad de realización del estudio.....	42
Cruces estratégicos.....	43
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>44</b>
<b>BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS.....</b>	<b>44</b>
La empresa.....	44
Definición de empresa.....	44
Tipos de empresa.....	44
Producción de fréjol.....	45
Definición de fréjol.....	45
Características del fréjol.....	46
Beneficios del fréjol.....	46
Industrialización del fréjol.....	47
Beneficios de industrializar el fréjol.....	47
Estudio de mercado.....	47
Producto.....	48
Mercado meta.....	48

	xiii
Segmento de mercado .....	49
Oferta .....	49
Demanda .....	50
Precio .....	50
Comercialización .....	51
Estudio técnico.....	52
Tamaño del proyecto.....	53
Localización del proyecto .....	53
Ingeniería del proyecto .....	54
Estudio financiero .....	58
Ingresos .....	59
Egresos.....	59
Balance general.....	61
Estado de resultados.....	61
Flujo de caja.....	62
Evaluación financiera.....	62
Estructura organizacional.....	64
Misión .....	65
Visión.....	65
Organización estructural .....	65
Impactos.....	66
Impacto social .....	66
Impacto económico .....	66
Impacto ambiental.....	67
Impacto cultural .....	67
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>68</b>
<b>ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>68</b>
Presentación .....	68
Objetivos del estudio de mercado .....	68
Objetivo general.....	68
Objetivos específicos .....	68
Variables .....	69
Indicadores.....	69

	xiv
Matriz de relación de estudio de mercado .....	71
Mecánica operativa .....	72
Identificación de la población .....	72
Diseño de la encuesta y entrevista .....	72
Determinación del tamaño de la muestra .....	72
Tabulación y análisis de la información .....	74
Identificación de la demanda .....	93
Demanda actual del producto año 2014.....	93
Proyección demanda. ....	93
Análisis de la oferta (competencia).....	94
Proyección de la oferta.....	94
Determinación de la demanda insatisfecha proyectada .....	95
Cantidad proyectada del proyecto.....	95
Determinación del precio del producto .....	96
Comercialización de fréjol cocido .....	97
Comercialización .....	97
Presentación .....	98
Promoción y publicidad .....	98
Conclusiones del estudio.....	99
CAPÍTULO IV.....	100
ESTUDIO TÉCNICO O INGENIERÍA DEL PROYECTO .....	100
Tamaño del proyecto.....	100
Mercado .....	100
Disponibilidad de recursos.....	100
Definición de capacidad de producción .....	101
Localización del proyecto .....	101
Macro localización.....	102
Micro localización .....	103
Ingeniería de proyecto.....	104
Procesos .....	104
Flujograma de procesos .....	106
Tecnología.....	107
Obras civiles.....	111

	xv
Presupuesto técnico.....	113
Inversiones fijas .....	113
Inversión diferida .....	117
Capital de trabajo .....	118
Inversión total del proyecto .....	119
Financiamiento.....	119
<b>CAPÍTULO V .....</b>	<b>120</b>
<b>ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO .....</b>	<b>120</b>
Determinación de ingresos proyectados .....	120
Determinación de egresos .....	121
Costos de producción.....	121
Gastos administrativos .....	124
Gastos de ventas.....	126
Amortización del préstamo .....	129
Depreciación de los activos fijos .....	130
Estados financieros .....	131
Balance general.....	131
Estado de pérdidas y ganancias.....	132
Flujo de caja.....	133
Evaluación financiera.....	133
Tasa de descuento .....	133
VAN.....	134
TIR .....	134
Beneficio/costo. ....	135
Periodo de recuperación de la inversión .....	135
Punto de equilibrio.....	136
<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>137</b>
<b>PROPUESTA ESTRATÉGICA DE LA ORGANIZACIÓN .....</b>	<b>137</b>
Denominación de la empresa .....	137
Tipo de empresa.....	137
Base legal.....	137
SRI: Obtener el Registro único de Contribuyentes.....	137

Superintendencia de Compañías: Constitución y registro de socios, capital suscrito, administradores, representantes legales, los demás que sean necesarios.....	137
Registro mercantil: Registro de la empresa y de sus administradores.....	137
Municipio: Pago de patentes.....	137
Bomberos: Permisos de Funcionamiento.....	138
Los demás que sean necesarios.....	138
Bases filosóficas.....	138
Misión.....	138
Visión.....	138
Objetivos organizacionales.....	138
Valores corporativos.....	139
Estructura orgánica.....	139
Organigrama estructural.....	140
Descripción de funciones.....	141
Orgánico funcional.....	141
CAPÍTULO VII.....	153
IMPACTOS DEL PROYECTO.....	153
Impacto social.....	154
Impacto económico.....	155
Impacto ambiental.....	156
Impacto cultural.....	157
CONCLUSIONES.....	158
RECOMENDACIONES.....	159
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	160
REFERENCIAS LEGALES.....	161
LINKOGRAFÍA.....	161
ANEXOS.....	162
ANEXO 1.....	163
ANEXO 2.....	165
ANEXO 3.....	167
ANEXO 4.....	168
ANEXO 5.....	169
ANEXO 7.....	171

ANEXO 8.....	xvii
	178

## INDICE DE CUADROS

1. Matriz de relación diagnóstica .....	29
2. Densidad poblacional.....	33
3. Grupos étnicos .....	34
4. Alfabetismo.....	35
5. Niveles de instrucción.....	35
6. Tenencia de vivienda .....	37
7. PEA.....	37
8. Procedencia del agua.....	38
9. Procedencia de luz eléctrica.....	39
10. Tipo de servicio higiénico o escusado .....	40
11. Matriz A.O.O.R.....	42
12. Características nutricionales (en base seca).....	46
13. Símbolos flujograma de procesos .....	56
14. Matriz de relación de estudio de mercado .....	71
15. Consumo fréjol.....	74
16. Cantidad consumo de fréjol .....	75
17. Toma en cuenta lugar adquisición producto .....	76
18. Lugar de compra .....	77
19. Precio justifica calidad .....	78
20. Aspecto toma en cuenta a la hora de adquirir fréjol .....	79
21. Aprobación proyecto.....	80
22. Aceptación producto .....	81
23. Precio .....	82
24. Medio promoción.....	83
25. Venta fréjol empacado .....	84
26. Frecuencia compra .....	85
27. Aspectos del producto.....	87
28. Adquisición fréjol cocido y empacado .....	88
29. Presentación del producto .....	89

	xviii
30. Importancia de la Marca del Producto .....	90
31. Promoción del producto .....	91
32. Satisfacción de precio vs calidad .....	92
33. Demanda actual de fréjol .....	93
34. Proyección de la demanda .....	94
35. Proyección de la oferta.....	94
36. Demanda insatisfecha .....	95
37. Demanda proyectada.....	95
38. Precios competencia.....	96
39. Precio promedio encuestas.....	96
40. Proyección de precio.....	97
41. Factores locacionales .....	103
42. Plantilla para la producción .....	107
43. Presupuesto obras civiles .....	114
44. Maquinaria y equipo .....	115
45. Muebles y enseres .....	116
46. Equipo de cómputo .....	116
47. Inversión fija .....	117
48. Inversión diferida .....	118
49. Capital de trabajo .....	118
50. Inversión total .....	119
51. Financiamiento del proyecto.....	119
52. Determinación de Ingresos .....	120
53. Materia prima directa .....	121
54. Mano de Obra directa.....	122
55. Costos indirectos de fabricación .....	123
56. Mano de obra indirecta .....	123
57. Costos de producción.....	124
58. Remuneraciones personal administrativo (mensual) .....	125
59. Remuneraciones personal administrativo (anual) .....	125
60. Otros gastos de administración .....	126
61. Suministros y materiales de oficina .....	126
62. Resumen gastos administrativos .....	126

	xix
63. Remuneraciones personal ventas (mensual) .....	127
64. Remuneraciones personal ventas (anual).....	127
65. Publicidad .....	128
66. Combustibles, lubricantes, repuestos .....	128
67. Resumen gastos de ventas.....	129
68. Financiamiento del proyecto.....	129
69. Tabla de amortización.....	130
70. Depreciación de activos fijos .....	130
71. Balance General .....	131
72. Estado de pérdidas y ganancias.....	132
73. Flujo de caja.....	133
74. Tasa de redescuento .....	133
75. Flujos actualizados.....	134
76. VAN.....	134
77. Periodo de recuperación de la inversión .....	135
78. Gerente general .....	142
79. Secretaria.....	143
80. Jefe de administración.....	144
81. Contador.....	145
82. Bodeguero .....	146
83. Jefe de personal .....	147
84. Jefe de producción .....	148
85. Obreros de producción.....	149
86. Jefe de Comercialización .....	150
87. Vendedor.....	151
88. Conductor.....	152
89. Tabla de valoración de impactos.....	153
90. Impacto social .....	154
91. Impacto económico .....	155
92. Impacto ambiental.....	156
93. Impacto cultural .....	157

## INDICE DE GRAFICOS

1. Mapa ubicación cantón Bolívar .....	31
2. Mapa división política Cantón Bolívar .....	32
3. Consumo fréjol.....	74
4. Cantidad de consumo de fréjol .....	75
5. Toma en cuenta lugar adquisición producto .....	76
6. Lugar de compra .....	77
7. Precio justifica calidad .....	78
8. Aspectos toma en cuenta a la hora de adquirir fréjol.....	79
9. Aprobación proyecto.....	80
10. Aceptación producto .....	81
11. Precio .....	82
12. Medio promoción.....	83
13. Venta fréjol empacado .....	84
14. Frecuencia compra .....	85
15. Cantidad adquisición.....	86
16. Aspectos del producto.....	87
17. Adquisición fréjol cocido y empacado .....	88
18. Presentación del producto .....	89
19. Importancia de la Marca del producto .....	90
20. Promoción del producto.....	91
21. Satisfacción de precio vs calidad .....	92
22. Diseño empaque.....	98
23. Mapa político provincia del Carchi.....	102
24. División política del cantón Bolívar .....	103
25. Croquis ubicación proyecto .....	104
26. Flujograma de procesos .....	106
27. Seleccionadora de granos.....	108
28. Marmita de cocción.....	109
29. Mesa de acero inoxidable.....	109
30. Empacadora.....	110
31. Selladora industrial .....	110

	xxi
32. Plano de distribución de la planta y oficinas .....	112
33. Orgánico estructural empresa Don Frijolito .....	140

## PRESENTACIÓN

Realizada la investigación del tema de trabajo de grado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE INDUSTRIALIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE FRÉJOL EN LA PARROQUIA DE BOLÍVAR, CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI”, los hallazgos favorecen a la creación del mismo, sustentado en los siguientes capítulos:

En el capítulo I se realizó un diagnóstico situacional con un enfoque en la matriz de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, para de este modo establecer la situación actual de la zona en el tema histórico, demográfico, social, económico y de desarrollo, determinándose la oportunidad de iniciar con el proyecto.

En el capítulo II se efectuó una investigación de carácter bibliográfico la cual proporciono bases teóricas y científicas de textos e internet, en los aspectos referentes al desarrollo del proyecto, temas contables, financieros, económicos, de inversión, adicional se realizó una interpretación por cada tema facilitando la comprensión del trabajo en desarrollo.

En el capítulo III se pudo obtener información de los posibles consumidores en base a una encuesta realizada a una muestra de la PEA de la provincia del Carchi, es decir se establecieron los parámetros de la demanda potencial, por otra parte se analizó los datos de producción y comercialización de fréjol en la provincia, lo cual facilito bases para proceder con la determinación de la demanda insatisfecha y la parte del mercado a la cual se buscara satisfacer, del mismo modo se establecieron los parámetros de comercialización y promoción del producto.

En el capítulo IV se detalla la ubicación óptima del proyecto, la distribución y diseño de la planta, como también el proceso de producción, necesidades de inversión tanto fija como

diferida, capital de trabajo, todo esto para entregar al mercado un producto de óptima calidad y que brinde rentabilidad para sus inversionistas.

En el capítulo V se realizó un estudio financiero el cual analiza la proyección de ingresos y egresos a cinco años, lo cual se presenta como una herramienta para el análisis económico de la factibilidad del proyecto, a través de índices financieros como el VAN, TIR, relación beneficio costo y periodo de recuperación de la inversión.

En el capítulo VI se determinan los aspectos necesarios para que la empresa pueda iniciar con sus actividades, en el cual se establece, la denominación, misión, visión, objetivos, valores, políticas, y la parte orgánica estructural y funcional de la propuesta.

En el capítulo VII se establecen los principales impactos que tendrá la instalación de la empresa en los aspectos: económico, social, ambiental y cultural, sobre la zona de estudio.

Al término del estudio de factibilidad se estableció conclusiones y recomendaciones, que se encontraron durante la investigación.

## JUSTIFICACIÓN

La realización del presente trabajo es muy importante ya que en la actualidad el sector agrícola del país atraviesa un cambio sustancial las mejoras en la competencia hacen que día a día se busquen nuevas estrategias que ayuden a la productividad. Por otra parte el proceso de globalización hace que los sectores productivos busquen cada vez nuevas formas de mejorar y ganar más mercado tanto nacional como internacional.

La industrialización de los productos agrícolas es una realidad en la cual se debe pensar hoy en día, es muy importante tener en cuenta que la globalización invade cada vez más sectores los cuales deben ir en crecimiento conforme a la economía actual. Sin embargo el crecimiento de la producción agrícola con su industrialización, no es la misma ya que el Ecuador es un país que se encarga únicamente de producir la materia y exportarla para que otros sean quienes se aprovechen de ese recurso y generar mayores ingresos.

Es por eso que surge la necesidad de realizar el presente trabajo en el cual se presentaran estrategias y recursos que permitirán dar un valor agregado al agro ecuatoriano y de este modo generarse nuevas plazas de empleo, mejoramiento en la economía y desarrollo del sector en el cual se va a aplicar, la implementación de una unidad productiva dentro del ámbito alimenticio, va a proporcionar nuevas fuentes de generación de ingresos para la zona, muchas de las problemáticas en la economía se dan por el escaso número de plazas de empleo y el poco apoyo que se da a los sectores productivos, por lo que se busca proponer la creación de una unidad económica nueva, con la cual se contribuya a la obtención de entradas de dinero hacia el sector donde se propone implementar el proyecto mencionado.

La incorporación de este tipo de producción permitirá que se promueva el desarrollo de la agroindustria en la zona que se busca aplicar dicho proyecto, en este sentido la agroindustria

busca fomentarse como un pilar fundamental de incentivo y promoción para el agricultor, buscando nuevas alternativas de generar recursos y proyectándose hacia un mercado externo.

## OBJETIVOS

### **Objetivo General:**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de industrialización y comercialización de fréjol en la parroquia de Bolívar, Cantón Bolívar, provincia del Carchi.

### **Objetivos Específicos:**

- Realizar el diagnóstico situacional del entorno, con la finalidad de conocer las características de la zona donde se procura desarrollar el proyecto.
- Determinar las bases teóricas científicas a través de la investigación bibliográfica, todo esto para desarrollar y sustentar el marco teórico.
- Elaborar un estudio de mercado para analizar el nivel de aceptabilidad del proyecto.
- Realizar un estudio técnico para determinar las necesidades y requerimientos necesarios para el funcionamiento del proyecto.
- Efectuar un estudio económico financiero en el cual se pueda establecer la rentabilidad del proyecto.
- Realizar una propuesta estratégica sobre los aspectos organizacionales que debe de poseer el proyecto.
- Determinar los principales impactos que genere la creación de la empresa en los aspectos económico, social, ambiental y cultural.

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1. Antecedentes del diagnóstico**

En lo concerniente a la elaboración del diagnóstico situacional es importante establecer objetivos, sus variables, indicadores y determinar las fuentes de donde se obtendrá la información.

##### **1.1.1. Objetivos del diagnóstico**

#### **1.2. Objetivo general**

Elaborar un diagnóstico situacional para determinar la creación de una empresa de industrialización y comercialización de fréjol en Bolívar, cantón Bolívar.

##### **1.2.1. Objetivos específicos**

- Conocer los antecedentes históricos del cantón Bolívar, provincia del Carchi.
- Fijar el área geográfica de influencia del proyecto a instaurar
- Establecer los aspectos socio-demográficos del sector de estudio.
- Identificar las características socio-económicas del lugar de estudio.

##### **1.2.2. Variables diagnósticas**

Las variables diagnósticas que se aplicaran al presente proyecto son las siguientes:

- Antecedentes históricos

- Área geográfica
- Aspectos socio-demográficos
- Características socio-económicas

### **1.2.3. Indicadores del diagnóstico**

#### **a. Antecedentes históricos.**

- Datos históricos
- Fundación de Bolívar

#### **b. Área geográfica**

- Ubicación
- Límites
- Clima
- Altura
- División política

#### **c. Aspectos socio-demográficos**

- Población
- Grupos étnicos
- Densidad poblacional

#### **d. Características socio-económicas**

- Educación
- Salud
- Vivienda
- PEA
- Actividades económicas
- Producción de la zona

### 1.2.4. Matriz de relación diagnóstica

#### *Cuadro N° 1*

#### *Matriz de relación diagnóstica*

<b>Objetivos</b>	<b>Variables</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Técnicas</b>	<b>Fuente</b>
Conocer los antecedentes históricos del cantón Bolívar, provincia del Carchi	Antecedentes históricos	Datos históricos	Bibliográfica	Secundaria
		Fundación de Bolívar	Bibliográfica	Secundaria
Fijar el área geográfica de influencia del proyecto a instaurar	Área geográfica	Ubicación	Bibliográfica	Secundaria
		Límites	Bibliográfica	Secundaria
		Clima	Bibliográfica	Secundaria
		Altura	Bibliográfica	Secundaria
		División Política	Bibliográfica	Secundaria
Establecer los aspectos socio-demográficos del sector de estudio	Aspectos socio-demográficos	Población	Bibliográfica	Secundaria
		Grupos étnicos	Bibliográfica	Secundaria
		Densidad poblacional	Bibliográfica	Secundaria
Identificar las características socio-económicas del lugar de estudio	Características socio-económicas	Educación	Bibliográfica	Secundaria
		Salud	Bibliográfica	Secundaria
		Vivienda	Bibliográfica	Secundaria
		PEA	Bibliográfica	Secundaria
		Actividades Económicas	Bibliográfica	Secundaria
		Producción de la zona	Bibliográfica	Secundaria

Fuente: Municipio de Bolívar provincia del Carchi, INEC

Elaborado por: El Autor

### **1.3. Análisis de las variables diagnósticas**

#### **1.3.1. Datos históricos**

De acuerdo a datos históricos lo que hoy se conoce como Bolívar, se nombraba como Puntal, el 9 de abril de 1851 nace como parroquia perteneciente al cantón Tulcán, en el año 1905 forma parte del nacido cantón Montúfar, para el año 1907 con registro oficial N° 465 se cambia el nombre de Puntal por el del libertador Bolívar.

#### **1.3.2. Fundación de Bolívar**

Para el año 1985, después de un estudio realizado en los ámbitos políticos, económicos, industrial, agrícola, crecimiento urbanístico, en la ciudad de Quito el Congreso Nacional expide la ley de creación del cantón Bolívar con fecha veinte y nueve del mes de octubre de mil novecientos ochenta y cinco, sin embargo la fecha que se considera como de cantonización es el doce de noviembre de mil novecientos ochenta y cinco.

#### **1.3.3. Ubicación**

El cantón Bolívar está ubicado entre las ciudades de Ibarra y Tulcán, al sur oeste de la provincia del Carchi, su cabecera cantonal está a 70 kilómetros de la ciudad de Tulcán por la panamericana.

## Gráfico N° 1

### Mapa ubicación cantón Bolívar



Fuente: Municipio Bolívar  
Elaborado por: El Autor

#### 1.3.4. Límites

El cantón Bolívar está ubicado en la provincia del Carchi, al norte de país, limita al Nor-este con el cantón Montúfar, Nor-oeste con el cantón Espejo, Sur-este con la provincia de Sucumbíos, al Sur con la provincia de Imbabura.

#### 1.3.5. Clima

La ubicación geográfica del cantón Bolívar hace que en el sector existan varios tipos de climas, los cuales van en las partes bajas desde el subtropical seco hasta el páramo húmedo en las partes más altas.

Se pueden definir dos tipos de climas básicamente marcados como son invierno del mes de enero a mayo y verano en los meses de junio a diciembre, sin embargo los cambios en las masas de aire del pacífico y atlántico hacen que las precipitaciones de agua en dicho cantón sean fluctuantes tanto en invierno como en verano.

### 1.3.6. Altura

El cantón Bolívar por su ubicación se puede definir que las zonas más bajas de la zona están a 1.800 m.s.n.m. en los valles y a 3.200 m.s.n.m. en los páramos, su cabecera cantonal está a 2.503 m.s.n.m., lo cual favorece a que en promedio la temperatura del sector oscile entre los 14 y 18 grados centígrados.

### 1.3.7. División política

Su cabecera cantonal es Bolívar, posee una sola parroquia urbana que es Bolívar, y cinco parroquias rurales, que son: San Rafael, Los Andes, García Moreno, Monte Olivo, San Vicente de Pusir.

#### *Gráfico N° 2*

#### *Mapa división política Cantón Bolívar*



Fuente: Municipio de Bolívar  
Elaborado por: El Autor

### 1.3.8. Población

De acuerdo al censo de población y vivienda efectuado por el INEC en el año 2010 se pudo determinar que en el cantón existen 14.347 habitantes de los cuales 7.181 son mujeres y 7.166 son hombres, en comparación al censo del año 2001, se puede determinar que el crecimiento poblacional es del 3,23%.

De acuerdo al censo del año 2010 la población del cantón Bolívar representa el 8,72% del total de la provincia, se caracteriza por ser una población joven, puesto que la edad promedio es de 31 años.

A continuación se detallan los niveles poblacionales del cantón clasificado por parroquia y por género, de acuerdo al censo poblacional del año 2010:

### ***Cuadro N° 2***

#### ***Densidad poblacional***

<b>Distribución de la población por sexo y parroquias del cantón Bolívar</b>					
<b>PARROQUIA</b>	<b>HOMBRES</b>	<b>%</b>	<b>MUJERES</b>	<b>%</b>	<b>TOTAL</b>
BOLIVAR	2623	50,38%	2583	49,62%	5206
GARCIA MORENO	695	49,43%	711	50,57%	1406
LOS ANDES	1082	47,88%	1178	52,12%	2260
MONTE OLIVO	889	52,60%	801	47,40%	1690
SAN VICENTE DE PUSIR	1004	49,12%	1040	50,88%	2044
SAN RAFAEL	873	50,14%	868	49,86%	1741
<b>TOTAL</b>	<b>7166</b>	<b>49,95%</b>	<b>7181</b>	<b>50,05%</b>	<b>14347</b>

Fuente: Censo de población y vivienda 2010 INEC  
Elaborado por: El Autor

### **1.3.9. Grupos étnicos**

Algo que sobresale en el cantón es la diversidad de grupos étnicos y culturales que se asientan en el sector, la mayoría de la población es de origen mestizo, sin embargo una gran cantidad de personas son de descendencia negra, principalmente en los sectores bajos de los valles, por ultimo existen otros grupos de población como blancos, indígenas y montubios los cuales representan un porcentaje bajo de pobladores.

La gran variedad de grupos étnicos hacen que en el mismo sector se presenten tendencias culturales distintas haciendo de esta tierra una fuente rica de costumbres y tradiciones.

A continuación se hace referencia a los datos proporcionados por el INEC en lo que concierne a grupos étnicos encontrados en el censo de población y vivienda efectuado en el año 2010.

**Cuadro N° 3**

**Grupos étnicos**

<b>Etnia</b>	<b>Casos</b>	<b>%</b>
Indígena	103	0,718%
Afrodescendiente	2.588	18,039%
Montubio	23	0,160%
Mestizo	11.321	78,908%
Blanco	310	2,161%
Otro	2	0,014%
<b>Total</b>	<b>14.347</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Censo Población y vivienda INEC 2010  
Elaborado por: El Autor

**1.3.10. Educación**

Dentro del ámbito educativo en el cantón se ha buscado la creación de unidades educativas como es la creación de la unidad del milenio, la cual se encuentra ubicada en el sector de Piquiucho, por otra parte se han encontrado datos proporcionados por organismos públicos como lo es el INEC, en los cuales se puede observar los niveles de analfabetismo, nivel de instrucción por sectores los cuales determinan el avance en educación que ha tenido esta zona de la provincia del Carchi, a continuación se puede observar los cuadros donde se ven representados los indicadores antes mencionados.

**Cuadro N° 4****Alfabetismo**

GRUPO ÉTNICO	CONDICION DE ALFABETISMO		
	ALFABETO	ANALFABETO	Total
INDÍGENA	77,78 %	22,22 %	100,00 %
AFROECUATORIANO/A	90,15 %	9,85 %	100,00 %
MONTUBIO/A	84,21 %	15,79 %	100,00 %
MESTIZO/A	93,02 %	6,98 %	100,00 %
BLANCO/A	91,88 %	8,12 %	100,00 %
OTRO/A	100,00 %	-	100,00 %
<b>Total</b>	<b>92,37 %</b>	<b>7,63 %</b>	<b>100,00 %</b>

Fuente: Censo población y vivienda INEC 2010  
Elaborado por: Él Autor

Se puede encontrar que en la población total del cantón existe una tasa de analfabetismo del 7,63%, tomando en cuenta los índices mínimos exigidos, se observa que la mayoría de grupos étnicos superan considerablemente dichos porcentajes, por lo tanto se puede deducir que a pesar de los esfuerzos por eliminar el analfabetismo aún hay sectores que deben ser atendidos.

**Cuadro N° 5****Niveles de instrucción**

Instrucción	Rural	Urbano
Se Ignora	61	33
Postgrado	11	10
Superior	320	252
Ciclo postbachillerato	48	23
Bachillerato - educación media	620	158
Educación Básica	1.677	260
Secundario	1.556	549
Primario	5.152	1.331
Preescolar	99	27
Centro de alfabetización (EBA)	102	10
Ninguno	592	90
<b>Total</b>	<b>10.238</b>	<b>2.743</b>

Fuente: Censo de población y vivienda INEC 2010  
Elaborado por: Él Autor

Dentro del ámbito de instrucción de la población se puede observar que en comparación con el nivel poblacional el número de personas que poseen un título superior es bajo dado que este representa el 4,4% del total de personas que residen dentro del cantón, ello denota que la presencia de mano de obra calificada dentro del sector es un factor que representa una amenaza para la implantación de un proyecto, o la búsqueda de desarrollo para la zona. En el cuadro anterior se ven reflejados cada uno de los niveles de instrucción, en los cuales se puede encontrar que la población no se instruye en niveles académicos aceptables para considerarse que dentro del sector existe mano de obra calificada.

#### **1.3.11. Salud**

En la actualidad el sector de la salud es un punto a tomar en cuenta dentro del el sector, ya que esta no es lo suficientemente atendida, la población del sector no cuenta con las debidas instalaciones para poder atender a la población en el caso de presentarse una emergencia, estas deben de trasladarse a las ciudades cercanas al cantón como lo son San Gabriel en Montúfar, El Ángel en Espejo, entre otras de las urbes cercanas a la localidad.

#### **1.3.12. Vivienda**

Según el INEC y de acuerdo a los resultados obtenidos del censo de población y vivienda del año 2010, dentro de lo concerniente al aspecto de vivienda en el cantón Bolívar, existe un gran número de familias que poseen viviendas propias, ya sean estas adquiridas de manera directa por parte de sus propietarios o estas llegaron a sus manos de otra manera, como lo son por herencia, donada o regalada, sin embargo se puede encontrar que existe un número considerable de hogares que son arrendados, se mantienen por anticresis o están en las manos de las personas por servicios, todo ello se ve reflejado en un cuadro elaborado por el propio Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, que a continuación se detalla:

**Cuadro N° 6****Tenencia de vivienda**

<b>Tenencia o propiedad de la vivienda</b>	<b>Casos</b>
Propia y totalmente pagada	2.089
Propia y la está pagando	120
Propia (regalada, donada, heredada o por posesión)	567
Prestada o cedida (no pagada)	646
Por servicios	82
Arrendada	605
Anticresis	8
<b>Total</b>	<b>4.117</b>

Fuente: Censo de población y vivienda INEC 2010  
Elaborado por: El Autor

**1.3.13. Población económicamente activa cantón Bolívar - Carchi****Cuadro N° 7****PEA**

<b>Ramas</b>	<b>Urbano</b>	<b>Rural</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
Agricultura, Ganadería, pesca, silvicultura	525	3124	3649	82,48%
Manufactura	63	79	142	3,21%
Construcción	37	47	84	1,90%
Comercio	117	277	394	8,91%
Enseñanza	63	84	147	3,32%
Actividades Financieras	5	3	8	0,18%
<b>Total</b>	<b>810</b>	<b>3614</b>	<b>4424</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Censo de Población y Vivienda INEC 2010  
Elaborado por: El Autor

De acuerdo a lo que se puede observar en el cuadro anterior la rama con mayor representatividad en lo concerniente a la población económicamente activa es la agricultura con un 82,48% sobre el 100%, en lo que tiene que ver con las demás ramas estas no tienen un índice que se pueda considerar como representativo, por ello se puede deducir que la fuente

principal de ingresos en la población es la agricultura como principal sustento económico de la zona.

#### 1.3.14. Infraestructura vial

En lo concerniente a infraestructura vial se puede mencionar como punto importante la accesibilidad a la panamericana, principal arteria vial que atraviesa el cantón, vía que permite la rápida comunicación con ciudades cercanas como son Ibarra, San Gabriel, Tulcán, Etc., de igual forma existe la arteria vial que comunica con los cantones de Espejo y Mira.

Es importante señalar que las vías principales son consideradas de primer orden, actualmente el tramo que une a la ciudad de Ibarra con Bolívar está en ampliación a cuatro carriles lo cual permitirá una rápida fluidez en el transporte de bienes de consumo final, al igual de materias primas.

#### 1.3.15. Servicios básicos

Según datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, se encuentra que la mayoría de los servicios básicos que se brindan dentro de la localidad proviene del sector público.

#### *Cuadro N° 8*

##### *Procedencia del agua*

<b>Procedencia principal del agua recibida</b>	<b>Casos</b>
De red pública	2.880
De pozo	57
De río, vertiente, acequia o canal	953
De carro repartidor	66
Otro (Agua lluvia/albarrada)	58
Total	4.014

Fuente: Censo de población y vivienda INEC 2010  
Elaborado por: El Autor

En el cuadro anterior se puede observar que una gran cantidad de casos reciben el agua para consumo de una manera distinta a la que provee el servicio público, obteniendo el agua de pozos, ríos, vertientes, vehículos repartidores o lluvia.

Otro de los servicios básicos que se mencionan dentro del censo efectuado por parte del INEC es la procedencia de la energía eléctrica, la mayoría de los hogares del cantón obtiene este servicio del sector público, un número poco significativo de hogares sin embargo no cuenta con este tipo de servicio, a continuación se detalla el cuadro proporcionado por la entidad pertinente:

***Cuadro N° 9***

***Procedencia de luz eléctrica***

<b>Procedencia de luz eléctrica</b>	<b>Casos</b>
Red de empresa eléctrica de servicio público	3.924
Generador de luz (Planta eléctrica)	1
Otro	1
No tiene	88
<b>Total</b>	<b>4.014</b>

Fuente: Censo de población y vivienda INEC2010  
Elaborado por: El Autor

En lo concerniente al servicio de alcantarillado dentro del censo efectuado por el INEC año 2010, se puede observar que una gran cantidad de casos no cuenta con este servicio por lo que tienen que recurrir pozos sépticos, descarga directa a ríos, letrinas, como se muestra en el siguiente cuadro:

**Cuadro N° 10****Tipo de servicio higiénico o escusado**

<b>Tipo de servicio higiénico o escusado</b>	<b>Casos</b>
Conectado a red pública de alcantarillado	2.465
Conectado a pozo séptico	508
Conectado a pozo ciego	371
Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada	104
Letrina	108
No tiene	458
<b>Total</b>	<b>4.014</b>

Fuente: Censo de población y vivienda INEC 2010  
Elaborado por: El Autor

**1.3.16. Actividades económicas**

Es importante señalar que dentro del sector se han tomado en cuenta varios sectores de influencia económica que se presentan dentro del sector, a continuación se detallan:

**a. Sector agrícola**

Comprende todos los pobladores que cultivan y producen la tierra del sector, todo ello para ser comercializado dentro de los mercados locales, es una de las actividades principales dentro del cantón, aquí también se incluyen a las personas que se dedican a la crianza de animales para la producción de lácteos, carnes y demás derivados que provienen de los mismos.

**b. Sector industrial**

Dentro del ámbito industrial se ha de mencionar que este no tiene gran relevancia en el sector, dado que este se ha centrado en muy pocos perímetros, dentro de ellos se puede mencionar; el procesamiento de productos lácteos, las artesanías. Se han formado grupos de personas las cuales se organizan para de este modo poder producir los productos antes

mencionados a baja escala, esto es consecuencia del poco apoyo que existe dentro del aspecto industrial, y la inversión que esta demanda.

### **c. Sector servicios**

Otro de los sectores que se ha de mencionar es el de los servicios, este se ve reflejado en baja escala dentro del sector dado que no existe una iniciativa alta para poder progresar con esta actividad económica. Sin embargo se puede aludir que los servicios alimenticios, de transporte y turismo en los últimos tiempos han tenido un crecimiento bajo, en comparación a años anteriores, existen atractivos turísticos dentro del sector que se han visto apoyados por parte de la municipalidad, sin embargo a pesar de ello la comunidad debe de ser quien se preocupe por ello ya que es un sector que no se ha explotado para generar los recursos que debería.

### **1.4. Determinación de la matriz de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos**

Una vez que se ha realizado el análisis del diagnóstico situacional, se pudo obtener la siguiente matriz A.O.O.R.:

**Cuadro N° 11****Matriz A.O.O.R.**

<b>ALIADOS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
A1 Proveedores de materia prima	O1 Ubicación de la planta
A2 Apoyo del gobierno	O2 No hay producción de este tipo de producto en el mercado
A3 Inversionistas	O3 Crecimiento poblacional
A4 Producto innovador	O4 Insumo básico se cultiva en la zona
<b>OPONENTES</b>	<b>RIESGOS</b>
O1 Tasas altas de interés del sistema financiero	R1 Crisis económica
O2 Falta de mano de obra calificada	R2 Inestabilidad de precios en materia prima
O3 Burocracia en tramites	R3 Cambios climáticos

Fuente: Datos de la investigación  
Elaborado por: El Autor

**1.4.1. Oportunidad de realización del estudio**

Una vez concluida el diagnóstico situacional, la matriz A.O.O.R., y su posterior análisis e interpretación en lo concerniente a la creación de una empresa de industrialización y comercialización de fréjol en la parroquia de Bolívar, cantón Bolívar provincia del Carchi, se puede determinar que a pesar de existir oponentes y riesgos que pueden afectar en la implantación del proyecto, los aliados y las oportunidades que se presentan son favorables lo cual garantiza las condiciones para la implementación de la propuesta.

Por ser un producto innovador este llamara la atención del cliente al entregarle un valor agregado con un bien de consumo masivo que ayudara con las labores del hogar, de igual forma los productores de la materia prima se verán favorecidos ya que se garantizara la venta de su producto, siempre y cuando este cumpla con los requerimientos técnicos que requiere el producto para o cual será necesaria la capacitación constante y mejoras en el aspecto competitivo de los agricultores.

### 1.4.2. Cruces estratégicos

A1O1. Es importante señalar que la ubicación de la planta crea una oportunidad para los proveedores de materia prima pues existe facilidad de hacer llegar el frejol a la planta.

A3O1 Ante las altas tasas de interés se puede financiar el proyecto con inversión de personas particulares como accionistas lo cual hace que el costo financiero sea menor.

A4O2 Al ser un producto innovador se crea una oportunidad ya que en la zona no existe competencia con el mismo tipo de producto.

O3O2 A pesar de que no existe mano de obra calificada en la zona es importante señalar que gracias al crecimiento poblacional y los niveles de crecimiento educativo en futuro se espera que la mano de obra necesaria se encuentre en la zona.

A1R2 Por la inestabilidad en los precios de la materia prima es importante que los accionistas tomen en cuenta el capital de trabajo para por lo menos los primeros tres meses de funcionamiento.

A2R1 ante la inestabilidad económica es importante afianzar a la empresa con ayuda económica de entidades financieras

## CAPÍTULO II

### 2. BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS

#### 2.1. La empresa

##### 2.1.1. Definición de empresa

*ZAMBRANO, Pablo (2013). Microeconomía, Primera Edición, Editorial Jurídica del Ecuador, dice: “Empresa es toda unidad jurídicamente establecida que organiza, planifica, coordina, supervisa y controla la producción de bienes y servicios. Al ubicarnos en un sistema de mercado, hablamos de empresa privada, obedeciendo a los intereses de iniciativa particular, siendo empresa sinónimo de productor”. Pág. 353*

SARMIENTO, Rubén (2010). Contabilidad de Costos, Segunda Edición, Impresos Andinos S.A., manifiesta: *“Es la entidad u organización que se establece en un lugar determinado; con el propósito de desarrollar actividades relacionadas con la producción y comercialización de bienes y/o servicios en general, para satisfacer diversas necesidades del sociedad”. Pág. 1*

Se han tomado en cuenta los anteriores conceptos ya que de ellos se puede determinar que una empresa es una unidad que se encarga de prestar bienes y servicios a la sociedad, con el fin de obtener beneficio económico como resultado de su actividad productiva.

##### 2.1.2. Tipos de empresa

SARMIENTO, Rubén (2010). Contabilidad de Costos, Segunda Edición, Impresos Andinos S.A., Pág. 8 dice que la clasificación de las empresas es:

- Por su actividad que realiza.

*Se clasifican en: comerciales, industriales, bancarias, agrícolas, mineras, hoteleras, financieras, de transporte, de servicios, etc.*

- Por su constitución legal.

*La ley contempla las siguientes clases de compañías con personaría jurídica:*

- a. *COMPAÑÍA EN NOMBRES COLECTIVO.*
- b. *COMPAÑÍA EN COMANDITA SIMPLE.*
- c. *COMPAÑÍA EN COMANDITA POR ACCIONES.*
- d. *COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.*
- e. *COMPAÑÍA ANONIMA.*
- f. *COMPAÑÍA DE ECONOMIA MIXTA.*

## **2.2. Producción de fréjol**

### **2.2.1. Definición de fréjol**

*Según la página: <http://dle.rae.es/?id=MZoCnHr> recuperado 30/01/16 hora 12:46 afirma: Planta herbácea anual, de la familia de las papilionáceas, con tallos endebles, volubles, de tres a cuatro metros de longitud, hojas grandes, compuestas de tres hojuelas acorazonadas unidas por la base, flores blancas en grupos axilares, y fruto en vainas aplastadas, terminadas en dos puntas, y con varias semillas de forma de riñón. Se cultiva en las huertas por su fruto, comestible, así seco como verde, y hay muchas especies, que se diferencian por el tamaño de la planta y el volumen, color y forma de las vainas y semillas.*

Se puede conceptualizar al fréjol como una leguminosa rica en proteínas, la cual crece como una planta herbácea cultivada en zonas tropicales y templadas, siendo parte primordial de la dieta alimenticia de las personas.

### 2.2.2. Características del fréjol

El fréjol es una leguminosa con grandes características nutricionales, dependiendo de su variedad este presenta varias características nutricionales, para el caso se toma en cuenta los componentes nutricionales del fréjol tipo INIAP 481 ROJO DEL VALLE, el cual es cultivado en los valles del Chota, Mira y Urcuqui.

#### *Cuadro N° 12*

##### *Características nutricionales (en base seca)*

<b>Características</b>	<b>Valor</b>
Humedad (%)	12,62
Cenizas (%)	4,02
Grasa (%)	1,35
Proteína (%)	25,5
Fibra (%)	5,14
Carbohidratos (%)	64
Hierro (ppm)	41
Zinc (ppm)	33

Fuente: INIAP 481 rojo del Valle 2010  
Elaborado por: Él Autor

### 2.2.3. Beneficios del fréjol

El fréjol es una fuente rica de proteínas e hidratos de carbono, además es una fuente de vitamina del complejo B como son la niacina, la riovflavina, el ácido fólico y la tiamina. De la misma manera el fréjol proporciona hierro, zinc, fósforo, potasio, magnesio, calcio y tiene un alto contenido de fibra.

Posee más proteínas que las carnes rojas, el pollo, el queso y la leche, los beneficios de consumir fréjol como un alimento para sustituir la carne, combinándole con cereales como son el maíz, arroz, trigo o centeno. Sin embargo no es recomendable que personas que son delicadas

del intestino consumas este tipo de producto, ya que produce gases y es un poco pesado para digerir.

#### **2.2.4. Industrialización del fréjol**

La industrialización del fréjol es un procedimiento con el cual se busca obtener un producto de calidad a bajos costos, se puede decir que consiste en una serie de procesos mediante los cuales se puede ampliar el tiempo de consumo del mismo, la industrialización es la encargada de la elaboración, transformación, preparación, conservación y envasado del fréjol para consumo humano.

#### **2.2.5. Beneficios de industrializar el fréjol**

Uno de los principales beneficios que se obtiene con la industrialización del fréjol es la ampliación en su tiempo de consumo, dado que por el procedimiento al cual es sometido, este gana mayor tiempo de conservación y por lo tanto al momento de presentarlo en el mercado su nivel de calidad no se verá afectado o deteriorado.

Otro beneficio que se obtiene con este tipo de producto es la rapidez con la cual se puede presentar un alimento rápido en su preparación ahorrando tiempo y garantizándose la conservación del fréjol sin que este pierda sus características nutricionales.

Un beneficio adicional que se puede obtener con la industrialización del fréjol es que este tipo de producto no contiene altos niveles de grasa, como en el caso de una preparación casera (refrito), en los cuales sus niveles pueden variar desde el 3% al 10%, según se dé el caso.

### **2.3. Estudio de mercado**

*ARBOLEDA VÉLEZ, German, (2013), Proyectos, identificación, formulación, evaluación y gerencia, Segunda Edición, Alfaomega Colombia S.A., asevera que: “En el caso de un proyecto,*

*la finalidad del estudio de mercado es probar que existe un número suficiente de individuos, empresas u otras entidades económicas que, dadas ciertas condiciones, presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción – de bienes y servicios – en un cierto periodo. El estudio debe incluir así mismo las formas específicas que se utilizaran para llegar a estos demandantes”. Pág. 84*

De las citas anteriormente mencionadas se puede determinar que un estudio de mercado es una herramienta para las empresas y proyectos, el cual permite identificar la oferta y demanda de un producto y/o servicio que se pretende introducir al mercado, del mismo modo este es un instrumento de análisis de precios y posibilidades de comercialización.

### **2.3.1. Producto**

KOTLER, Philip & ARMSTRONG, Gary (2013), Marketing, Decimocuarta edición, Pearson, afirma: *“Definimos un producto como cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o necesidad”*. Pág. 224

Se puede decir que producto es el resultado de la combinación de los factores productivos un bien, que busca satisfacer las necesidades y requerimientos de un determinado segmento de mercado, la presencia de necesidades y requerimientos hace que exista la presencia de productos que ofertar en el mercado.

### **2.3.2. Mercado meta**

*KOTLER, Philip & ARMSTRONG, Gary (2013), Marketing, Decimocuarta edición, Pearson, afirma: “El mercado meta implica la evaluación del atractivo de cada segmento del mercado y la elección de uno o más segmentos para ingresar en ellos. Una compañía debería enfocarse en los segmentos donde sea capaz de generar de manera rentable el mayor valor para el cliente y conservarlo con el paso del tiempo”. Pág. 49*

Se puede definir como la parte del mercado hacia la cual se dirigen las atenciones por parte de la empresa para poder satisfacer las necesidades que este tiene, este se ve determinado por el número de personas que están dispuestas a adquirir el producto o servicio que se ofrece.

### **2.3.3. Segmento de mercado**

KOTLER, Philip & ARMSTRONG, Gary (2013), Marketing, Decimocuarta edición, Pearson, afirma: *“Un segmento de Mercado es un grupo de consumidores que responde de manera similar a un conjunto dado de actividades de marketing”*. Pág. 49

De acuerdo al concepto citado anteriormente se puede concluir que dentro de un estudio es importante segmentar el mercado para de este modo poder tener en claro cada uno de los clientes potenciales del producto o servicio ofertado, todo ello con el objetivo de determinar la producción necesaria para una población.

### **2.3.4. Oferta**

*MÉNDEZ MORALES, José Silvestre (2014) Fundamentos de Economía para la sociedad del conocimiento, sexta edición, Edamsa Impresiones S.A. de C.V, Afirma: “La oferta es la cantidad de mercancías que pueden ser vendidas a los diferentes precios del mercado por un individuo o por el conjunto de individuos de la sociedad. Es por eso que se habla de oferta individual y oferta total.”* Pág. 302.

De acuerdo con el concepto anteriormente citado se puede decir que la oferta es únicamente el número de productos que se puede encontrar dentro del mercado, por parte de los productores, a un precio determinado y de acuerdo a la calidad del mismo.

### 2.3.5. Demanda

MÉNDEZ MORALES, José Silvestre (2014), Fundamentos de Economía para la sociedad del conocimiento, sexta edición, Edamsa Impresiones S.A. de C.V., Afirma: *“La demanda es la cantidad de mercancías que pueden ser compradas a los diferentes precios por un individuo o por el conjunto de individuos de una sociedad. Es por ello se habla de demanda individual y demanda total.”* Pág. 294.

De acuerdo a las citas mencionadas se puede decir que demanda al contrario de la oferta esta es la consecuencia de las necesidades que requiere una persona o grupo de personas, dentro de un mercado, todo ello con el objeto de satisfacer sus necesidades pagando por ello un precio determinado.

### 2.3.6. Precio

BACA Urbina, Gabriel (2010), Evaluación de proyectos, sexta edición, Mc Graw Hill/Interamericana editores, S.A. de C.V., dice *“El precio es la cantidad monetaria a que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar, un bien o servicio; cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”*. Pág. 44

*ARBOLEDA VÉLEZ, German, (2013), Proyectos, identificación, formulación, evaluación y gerencia, Segunda Edición, Alfaomega Colombia S.A., Afirma: “El precio es el valor, expresado en dinero, de un bien o servicio ofrecido en el mercado. Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto empresarial, pues es el que define en última instancia el nivel de ingresos”*. Pág. 88

Se puede concluir que precio es la cantidad monetaria que se le asigna a un bien o servicio por parte del oferente, dentro del mercado, buscando un equilibrio entre estos para de este modo verse beneficiados los compradores y los productores.

### **2.3.7. Comercialización**

ARBOLEDA VÉLEZ, German, (2013), Proyectos, identificación, formulación, evaluación y gerencia, Segunda Edición, Alfaomega Colombia S.A., Afirma: *“La comercialización es lo relativo al movimiento de bienes y servicios entre productores y usuarios”*. Pág. 91

BACA Urbina, Gabriel (2010), Evaluación de proyectos, sexta edición, Mc Graw Hill/Interamericana editores, S.A. de C.V., Afirma: *“Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.”* Pág. 48

De acuerdo a los conceptos antes mencionados se puede concluir que comercialización es la actividad que permite a productores y demandantes intercambiar bienes y servicios para beneficio mutuo, buscando satisfacer las necesidades de ambas partes. Este es un procedimiento indispensable para que las empresas hagan conocer su producto dentro del mercado, sacando a relucir sus beneficios y la calidad de estos.

#### **1. Canales de comercialización**

BACA Urbina, Gabriel (2010), Evaluación de proyectos, sexta edición, Mc Graw Hill/Interamericana editores, S.A. de C.V., Afirma: *“Ruta que toma un producto para pasar del productos a los consumidores finales, aunque se detiene en varios puntos de esta trayectoria”* Pág. 49

Cuando se habla de canales de comercialización se puede concluir que es la manera como el productor hace llegar su bien al consumidor final, esta puede variar dependiendo del tipo de empresa, por una parte esta puede ser de manera directa, es decir de comerciante al cliente o a través de intermediarios.

Este es un aspecto trascendental dentro de la distribución de bienes dentro del mercado ya que permite hacer llegar el producto de manera oportuna y adecuada hacia el cliente.

## **2. Promoción y publicidad**

ARBOLEDA VÉLEZ, German, (2013), *Proyectos, identificación, formulación, evaluación y gerencia*, Segunda Edición, Alfaomega Colombia S.A., Afirma: *“Son las actividades, diferentes a la venta personal y a la venta masiva (propaganda, publicidad), que estimulan las compras por parte del consumidor y las ventas por parte del distribuidor”*. Pág. 92

Dentro de lo concerniente a promoción y publicidad se puede definir como una estrategia a fin de incentivar y motivar al segmento de mercado al cual se dirige el proyecto objeto de estudio, se relaciona con el producto, precio y plaza, es una herramienta fundamental a la hora de hacer conocer el bien ofertado, existen varias formas de hacer publicidad y promoción, ello depende mucho del tipo de producto y/o servicio que se desee presentar al mercado. En la actualidad las formas más utilizadas son: televisión, internet, revistas, periódicos, vallas, volantes, muestras gratis, degustaciones, etc.

Sin embargo hay que saber distinguir de manera correcta la publicidad de la promoción pues estas buscan un mismo fin a pesar de que la forma en la cual se las aplica sea diferente.

### **2.4. Estudio técnico**

BACA Urbina, Gabriel (2010), *Evaluación de proyectos*, sexta edición, Mc Graw Hill/Interamericana editores, S.A. de C.V., Afirma: *“Presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización optima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal”*. Pág. 7

Dentro de la elaboración del estudio técnico se toman en cuenta varios factores como son la ubicación del proyecto, los procesos de producción, la inversión necesaria en equipo, maquinaria e instalaciones para el desarrollo de la propuesta, dentro del mismo se debe de analizar las necesidades de talento humano para cada una de las áreas de la empresa que se propone, la información que se obtiene para realizar dicho estudio debe ser confiable y veraz puesto que de ello depende el éxito en la implantación del plan.

#### **2.4.1. Tamaño del proyecto**

El tamaño del proyecto se refiere principalmente a la capacidad de las instalaciones y la de maquinarias para producir un bien o servicio para ser ofertado a los clientes, este depende también del segmento de mercado al cual se busca satisfacer.

#### **2.4.2. Localización del proyecto**

Dentro de la localización del proyecto se toman en cuenta las variables que interfieren dentro de la instalación de la planta para que esta pueda producir un bien y/o servicio y este incremente las utilidades que se espera obtener de dicha propuesta, para ello se toman en cuenta aspectos internos y externos de las localidades donde se pretende instalar la planta para de este modo de una serie de opciones poder escoger la mejor.

##### **a. Macro-localización**

La macro-localización en si consiste en identificar la localidad donde se busca instalar el proyecto, es decir determinar la provincia, cantón y ciudad, todo ello tomando en cuenta los factores como lo son la presencia de materias primas, mano de obra, transporte y otros factores importantes para la propuesta.

## **b. Micro-localización**

La micro-localización consiste en buscar de manera específica la ubicación dentro de la zona escogida en la macro-localización, donde deberá de instalarse la empresa y las instalaciones necesarias, tomando en cuenta factores como son servicios básicos, vías de comunicación y transporte de productos, aceptación de la comunidad, y las demás que requiera el proyecto.

### **2.4.3. Ingeniería del proyecto**

*BACA Urbina, Gabriel (2010), Evaluación de proyectos, sexta edición, Mc Graw Hill/Interamericana editores, S.A. de C.V., Indica: “El objetivo del estudio de la ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva” Pág. 89*

De acuerdo al concepto antes citado se puede determinar que la ingeniería del proyecto es relevante en los aspectos de determinación de las necesidades de instalación de maquinarias, obras civiles, determinación de procesos productivos, en si el correcto funcionamiento del proyecto depende de que cada uno de los puntos antes mencionados sea tratado como una parte fundamental de la propuesta.

## **1. Procesos**

*BACA Urbina, Gabriel (2010), Evaluación de proyectos, sexta edición, Mc Graw Hill/Interamericana editores, S.A. de C.V., define: “El proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirla en artículos mediante una determinada función de manufactura”. Pág. 89*

De acuerdo a la definición antes citada, se puede concluir que un proceso de producción es el conjunto de actividades y acciones debidamente interrelacionadas de manera que la una

complementa a la otra para de este modo poder combinar cada uno de los recursos que se posee para obtener un bien o producto final, el cual debe ser registrado y contabilizado de forma eficiente para de este modo conseguir ahorro en tiempo y recursos.

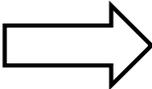
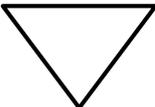
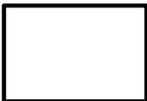
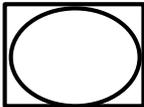
#### **a. Flujo grama de procesos**

*ARBOLEDA VÉLEZ, German, (2013), Proyectos, identificación, formulación, evaluación y gerencia, Segunda Edición, Alfaomega Colombia S.A., Afirma: “Es una representación gráfica de los puntos en que los materiales entran el proceso y de la forma como se suceden las diferentes acciones. En su elaboración se utilizan cinco símbolos internacionalmente aceptados para representar las acciones efectuadas, a saber: operación, transporte, inspección, espera y almacenaje.*

De acuerdo al concepto antes citado se puede decir que un flujograma es la representación gráfica de las operaciones debidamente detalladas, con el fin de establecerse los parámetros de producción dentro de un proceso industrial, consiste en una herramienta de medición de rendimiento, puesto que en base a un diagrama de flujo se puede medir la eficiencia y ahorro de recursos y tiempo.

BACA Urbina, Gabriel (2010), Evaluación de proyectos, sexta edición, Mc Graw Hill/Interamericana editores, S.A. de C.V., dice: “*Usa simbología internacionalmente aceptada para representar las operaciones efectuadas dicha simbología es la siguiente*”. Pág.

**Cuadro N° 13****Símbolos flujograma de procesos**

Símbolos	Significado
	Operación: significa que se efectúa un cambio o transformación en algún componente del producto
	Transporte: es la acción de movilizar de un sitio a otro algún elemento en determinada operación
	Retraso: se presenta generalmente cuando existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turno para efectuar la actividad
	Almacenamiento: tanto la materia prima, de producto en proceso o de producto terminado.
	Inspección: es la acción de controlar que se efectuó correctamente una operación un transporte o verificar la calidad de producto
	Operación Combinada: ocurre cuando se efectúan simultáneamente dos de las acciones mencionadas

Fuente: Bibliográfica  
Elaborado por: El Autor

**2. Tecnología**

Se puede definir como tecnología al conjunto de conocimientos técnicos, ordenados de modo científico, que permiten la creación de bienes y servicios que facilitan el diario vivir de las personas.

**3. Maquinaria y equipo**

Constituye en el equipo y maquinaria necesarios para la transformación de bienes o la prestación de servicios, es un activo indispensable dentro de una empresa productiva y de ella depende la capacidad de producción y participación dentro del mercado.

#### **4. Obras civiles**

Las obras civiles se constituyen en las necesidades de espacios físicos y construcciones que el proyecto necesita para su funcionamiento, las estructuras se definen de acuerdo a las necesidades de instalaciones, capacidad de producción, en base al estudio realizado y los planos que sirven como referencia de los requerimientos para los procesos productivos.

#### **5. Presupuesto técnico**

Este presupuesto se constituye de las necesidades de inversiones fijas, diferidas y la proporción de capital de trabajo necesario para la puesta en marcha del proyecto.

##### **a. Inversiones fijas**

*BACA Urbina, Gabriel (2010), Evaluación de proyectos, sexta edición, Mc Graw Hill/Interamericana editores, S.A. de C.V., define: “ Se entiende como activo fijo (que se puede tocar) o fijo, a los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros. Se le llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas (a diferencia del activo circulante)”. Pág. 143*

Se puede definir como inversiones fijas a los recursos tangibles que la empresa posee con una vida útil mayor a un año, se constituye en un factor importante en la determinación de la inversión que el proyecto va a requerir, pues allí se determina la cuantía de capital que se debe destinar para este activo.

##### **b. Inversiones diferidas**

*BACA Urbina, Gabriel (2010), Evaluación de proyectos, sexta edición, Mc Graw Hill/Interamericana editores, S.A. de C.V., define: “Se entiende por activo intangible al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, y que incluyen: patentes de invención, marcas, diseños, comerciales o industriales, nombres comerciales, asistencia técnica o transferencia de tecnología, gastos pre operativos, de instalación y puesta en marcha,*

*contratos de servicios (como luz, teléfono, internet, agua, corriente trifásica y servicios notariales), estudios que tiendan a mejorar en el presente o en el futuro el funcionamiento de la empresa, como estudios administrativos o de ingeniería, estudios de evaluación, capacitación del personal dentro y fuera de la empresa, etcétera". Pág. 143*

De acuerdo a lo antes mencionado se puede concluir que las inversiones fijas son todos los gastos necesarios para el funcionamiento de un proyecto, se caracterizan por ser inmateriales por lo tanto no sufren de desgaste físico, son derechos adquiridos o servicios necesarios para la implementación de una propuesta. Para poder recuperar esta inversión se amortiza al costo de producción con la denominación de "Amortización Diferida".

### **c. Capital de trabajo**

ARBOLEDA VÉLEZ, German, (2013), Proyectos, identificación, formulación, evaluación y gerencia, Segunda Edición, Alfaomega Colombia S.A., Afirma: *"El capital de trabajo requerido por un proyecto es la diferencia entre los activos corrientes y los pasivos corrientes. Pág. 264*

El capital de trabajo se puede definir como la proporción en todos los recursos necesarios para que un proyecto pueda desarrollar sus actividades de manera normal en un corto plazo, es una herramienta que permite medir el rendimiento de la empresa.

## **2.5. Estudio financiero**

BACA Urbina, Gabriel (2010), Evaluación de proyectos, sexta edición, Mc Graw Hill/Interamericana editores, S.A. de C.V., define: *"Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica". Pág. 8*

Dentro del estudio financiero se determinan los niveles de ingresos que se pretende generar dentro del proyecto, del mismo modo se calculan los egresos necesarios para que la empresa pueda funcionar y concebir utilidad de las operaciones que se realizan.

### **2.5.1. Ingresos**

Un ingreso se puede definir como la cantidad de dinero que recibe una empresa por la venta de bienes o prestación de servicios, a la comunidad, se puede calcular multiplicando la cantidad de productos vendidos por su precio.

### **2.5.2. Egresos**

Se constituyen como egresos a todos los desembolsos necesarios para generar una renta, en si son lo contrario de un ingreso puesto que este exige de la salida de dinero.

#### **a. Materia prima**

SARMIENTO, Rubén (2010). Contabilidad de Costos, Segunda Edición, Impresos Andinos S.A., afirma: *“Es considerada como elemento básico del costo; es decir el incorporado en el producto, siendo este en muchos casos el más importante para la transformación en el artículo terminado”*. Pág. 11

Se conoce como materia prima a los productos extraídos de la naturaleza para su posterior transformación, para luego ser convertidos en bienes de consumo, son todos los materiales adquiridos para la producción de un bien, sean esto materia prima o insumos.

#### **b. Mano de obra**

*SARMIENTO, Rubén (2010). Contabilidad de Costos, Segunda Edición, Impresos Andinos S.A., afirma: “Es la fuerza de trabajo o el trabajo humano incorporado en el producto, es decir el que elaboran los trabajadores en el proceso de producción; sea su trabajo manual o tecnificado en*

*las máquinas que están transformando en productos terminados, además el pago de salarios se puede fácilmente determinar en dicho producto". Pág. 13*

Se conoce como mano obra a la fuerza de producción que ponen las personas en la transformación de un producto o la prestación de un servicio, es el costo que se genera por la prestación de un servicio por parte de una persona natural o jurídica, ya sea de manera física o mental, aquí también se incluyen los impuestos o prestaciones sociales que exige la ley para cada empleado o trabajador.

#### **c. Costos indirectos de fabricación (C.I.F.)**

SARMIENTO, Rubén (2010). Contabilidad de Costos, Segunda Edición, Impresos Andinos S.A., afirma: *"Es considerado a todos los costos y gastos necesarios que intervienen en la producción, pero que no fueron clasificados en los elementos anteriores, es decir que no son ni Materia Prima Directa ni Mano de Obra Directa"*. Pág. 14

Como su nombre lo indica este tipo de costos se relaciona de manera indirecta con la transformación de un producto o prestación de un servicio y se constituyen parte del costo de producción, mano de obra indirecta, materiales indirectos, y otros gastos necesarios para el funcionamiento de una empresa.

#### **d. Gastos administrativos**

Este tipo de gastos no tienen que ver de manera directa con la producción, sin embargo son necesarios puesto que tienen que ver con la parte administrativa de una empresa, y sin ellos el funcionamiento de ella no sería posible en este tipo de gastos se clasifican también los generales.

### **e. Gastos de ventas**

Dentro de los gastos de ventas se encuentran todos los egresos necesarios para que la empresa pueda comercializar sus productos, por ejemplo las comisiones a vendedores, fletes en ventas, publicidad y propaganda y los demás que sean necesarios para que el negocio pueda hacer llegar su producto a los clientes.

### **2.5.3. Balance general**

*IZAR LANDETA, Juan Manuel (2013), Ingeniería Económica y Financiera, primera edición, editorial Trillas, afirma: “Es el estado financiero más antiguo, el cual consta de tres partidas: activo, pasivo y capital, es decir, lo que se tiene, lo que se debe y el remanente entre los ambos, que es propiamente lo que se posee. Un estado financiero que refleja la situación financiera que guarda una empresa en un momento dado no evalúa resultados, sino que manifiesta la posición que se tiene, qué tan favorable es la situación en una fecha determinada, que por lo regular es el final del año”. Pág. 15.*

Es un estado financiero que muestra la realidad del activo, pasivo y patrimonio de una empresa en una fecha dada, presenta la información de manera ordenada, de este modo se puede analizar y tomar decisiones administrativas y financieras en base a la información que este refleja.

### **2.5.4. Estado de resultados**

*IZAR LANDETA, Juan Manuel (2013), Ingeniería Económica y Financiera, primera edición, editorial Trillas, afirma: “También se conoce como estado de pérdidas y ganancias. Es un reporte de un periodo determinado de operaciones en el cual se plasman los resultados económicos que ha tenido la empresa. Se contabilizan todos los ingresos y egresos que se han tenido en el periodo reportado.” Pág. 17.*

El estado de pérdidas y ganancias es un resumen de los movimientos que ha tenido el patrimonio de una empresa, en él se ven detallados los ingresos, costos y egresos de un periodo

económico, al final se detalla la utilidad o pérdida de dicho ejercicio, ello sirve como un referente de medición del rendimiento que se ha generado.

### **2.5.5. Flujo de caja**

*SAPAG CHAIN, Nassir, (2011), Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación, segunda edición, Pearson Educación, afirma: “Un flujo de caja se estructura en varias columnas que representan los momentos en que se generan los costos y beneficios de un proyecto. Cada momento refleja dos cosas: los movimientos de caja, ocurridos durante un periodo, generalmente de un año, y los desembolsos que deben estar realizados para que los eventos del periodo siguiente puedan ocurrir”. Pág. 250*

El flujo de caja es un estado financiero que refleja la situación y los movimientos que ha tenido el efectivo y sus equivalentes dentro de un periodo económico.

### **2.5.6. Evaluación financiera**

Por evaluación financiera entendemos que es el análisis de los beneficios netos que se puede obtener de una inversión, es importante que en un proyecto se establezcan de forma clara los parámetros de análisis para de este modo realizar de forma correcta el cálculo de los beneficios esperados.

#### **a. Valor actual neto (VAN)**

*ARBOLEDA VÉLEZ, German, (2013), Proyectos, identificación, formulación, evaluación y gerencia, Segunda Edición, Alfaomega Colombia S.A., “El valor presente neto de un proyecto, a una tasa de interés  $i$ , es igual a la sumatoria del valor presente de los ingresos netos, a una tasa de interés  $i$ , menos la sumatoria del valor presente de los egresos netos, a una tasa de interés  $i$ ”. Pág. 345*

El VAN es una herramienta que permite saber si un proyecto es o no rentable, se calcula con la diferencia del valor de mercado de una inversión menos su costo, si el resultado es positivo, la inversión es factible.

### **b. Tasa interna de retorno (TIR)**

*IZAR LANDETA, Juan Manuel (2013), Ingeniería Económica y Financiera, primera edición, editorial Trillas, afirma: “Este es un método muy popular, también conocido como la tasa interna de retorno, que se define como la tasa de interés a la cual la sumatoria del valor presente de todos los flujos de un proyecto da un valor igual a cero. Se denomina tasa interna porque sólo depende de los propios flujos del proyecto y no de las tasas de interés comerciales.” Pág. 123.*

Es un indicador financiero que sirve para establecer la factibilidad de un proyecto, se estima que la inversión inicial será reinvertida con cada periodo económico, la TIR es la tasa de descuento que hace que el VAN de una inversión sea igual a cero, se obtiene calculando el VAN, con su posible recuperación a largo plazo, para ello se utilizan diferentes tasas de interés.

### **c. Costo/Beneficio**

*ARBOLEDA VÉLEZ, German, (2013), Proyectos, identificación, formulación, evaluación y gerencia, Segunda Edición, Alfaomega Colombia S.A., “La relación beneficio – costo de un proyecto a una tasa de interés  $i$  es el cociente que resulta de dividir la sumatoria del valor presente de los ingresos netos a una tasa de interés  $i$  entre la sumatoria del valor presente de los egresos netos a una tasa de interés  $i$ ”. Pág. 356*

Se puede definir como costo/beneficio a la relación entre los gastos necesarios para realizar una inversión y los beneficios que esta puede generar, este tipo de análisis se basa en la obtención de rentas con el menor esfuerzo posible, los proyectos en donde el beneficio es más alto que el costo se considera como exitoso, caso contrario es un fracaso.

### **d. Periodo de recuperación de la inversión**

*ARBOLEDA VÉLEZ, German, (2013), Proyectos, identificación, formulación, evaluación y gerencia, Segunda Edición, Alfaomega Colombia S.A., Alega que:- “El período de recuperación de la inversión se define como el tiempo requerido para que la suma de los flujos de efectivo neto positivos, producidos por una inversión sea igual a la suma de los flujos de efectivo neto negativos requeridos por la misma inversión”. Pág. 342*

De acuerdo con el concepto anteriormente citado se puede decir que el periodo de recuperación de la inversión, se define como el tiempo que se necesita para que los flujos netos de efectivo de una inversión se igualen a la inversión inicial.

#### **e. Punto de equilibrio**

*SARMIENTO, Rubén (2010). Contabilidad de Costos, Segunda Edición, Impresos Andinos S.A., manifiesta: “El punto de equilibrio es la intersección o cruce entre los ingresos totales cuando son iguales a los costos totales (fijos y variables); es decir no existe ni pérdida ni ganancia, los ingresos sirven para cubrir los costos; siendo necesario clasificar los costos fijos y variables para graficar en ejes con coordenadas en el eje vertical se representa los ingresos por ventas y los costos, en el eje horizontal se representa el volumen de ventas, expresado en unidades”. Pág. 69*

De acuerdo a la definición anterior se puede concluir que punto de equilibrio se refiere a la igualdad de ingresos menos egresos, es decir que no existe ni pérdida ni ganancia, este es un instrumento que sirve para analizar los niveles de producción y ventas de una empresa y de este modo poder tomar decisiones para cambiar esta realidad.

## **2.6. Estructura organizacional**

Dentro de la estructura organizacional se toman en cuenta aspectos relacionados con la administración, bases legales, misión, visión, objetivos corporativos, valores, políticas, etc., de una empresa.

Cuando hablamos de organización nos referimos al ámbito donde se pretende instalar un proyecto, las autoridades y los parámetros que le rigen, por lo tanto allí se expresa la complejidad de la organización, en aspectos administrativos y operativos.

### **2.6.1. Misión**

La misión se puede definir como el objetivo central de una empresa, por lo cual se ve reflejada en la razón de ser de la misma, en ella se instauran valores que buscan mejorar la imagen y crecimiento del negocio.

### **2.6.2. Visión**

La visión se puede expresar como un anhelo o meta que se busca alcanzar dentro de una empresa, en ella se expresa el rumbo que ha seguirse y lo que se busca alcanzar con ello, por lo general se establecen límites de tiempo para cumplirla.

### **2.6.3. Organización estructural**

Dentro de toda empresa es importante establecer la organización por la cual esta debe hacer cumplir las metas y objetivos establecidos por parte de la administración, es una herramienta que permite asignar responsabilidades, deberes y obligaciones para cada individuo, departamento o dependencia que forma parte del negocio.

#### **a. Organigrama estructural**

Un organigrama estructural refleja la organización jerárquica de la empresa, en la cual se establecen las relaciones entre cada dependencia, departamento o dirección, mostrando la organización estructural de cada unidad administrativa.

#### **b. Orgánico funcional**

En el orgánico funcional refleja las unidades administrativas de acuerdo a sus funciones donde cada trabajador o empleado responde a un jefe por las actividades que este realiza, en

este tipo de organigrama se establecen los requisitos para ocupar un determinado cargo o puesto dentro de la empresa.

## **2.7. Impactos**

ARBOLEDA VÉLEZ, German, (2013), *Proyectos, identificación, formulación, evaluación y gerencia*, Segunda Edición, Alfaomega Colombia S.A., “*Comprende la identificación de los impactos y efectos que tiene el proyecto sobre los entornos geográfico y social, para lo cual se deben tener en cuenta los componentes más importantes de cada uno de dichos entornos*”. Pág. 420

De acuerdo al concepto citado se puede decir que los impactos tratan de presentar lo que puede suceder a futuro en la aplicación de un proyecto, por lo tanto es importante analizar los puntos clave de cada propuesta, analizando las partes positivas y negativas que puede traer consigo la implementación de una propuesta.

### **2.7.1. Impacto social**

Se refiere principalmente a los avances en el aspecto social que puede generar la implementación de un proyecto, es importante apuntar hacia el desarrollo de aspectos como son educación, mejora de calidad de vida, crecimiento económico, y otras variables que se ven afectadas en el ámbito social de una población o región determinada.

### **2.7.2. Impacto económico**

Uno de los impactos que tiene mayor atención es el económico puesto que este es el que atrae la atención de la población, es importante que un proyecto genere crecimiento económico, puesto que en ello se ve reflejado la aceptación de la comunidad, lo que se busca

es incrementar el nivel de ingresos de las familias que viven en la zona donde se implantara la empresa.

### **2.7.3. Impacto ambiental**

Hoy en día todo tipo de proyecto debe de tomar en cuenta el impacto que tendrá su implantación dentro de lo ambiental, es importante que el análisis de aspectos positivos y negativos determine la factibilidad de crear una empresa.

### **2.7.4. Impacto cultural**

Es importante destacar la el impacto cultural, ya que interviene directamente sobre el proyecto por sus características e influencias sobre la vida cotidiana de la población, por sus costumbres de vida cotidiana.

## **CAPÍTULO III**

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

#### **3.1. Presentación**

El estudio de mercado se constituye en una herramienta primordial a la hora de introducir un producto o servicio nuevo al mercado, el presente estudio se enfoca a la población de la provincia del Carchi, considerando varios aspectos de importancia como son, comportamiento del mercado, la oferta, la demanda, precio, canales de distribución, presentación, publicidad, etc.

De igual forma con los resultados que arroja el estudio se puede definir la factibilidad de introducir el producto en el mercado y las estrategias que se deberán adoptar para poder satisfacer las necesidades de la población objeto de estudio.

#### **3.2. Objetivos del estudio de mercado**

##### **3.2.1. Objetivo general**

Realizar un estudio de mercado para establecer la oferta y la demanda insatisfecha de fréjol cocido en la provincia del Carchi y medir el nivel de aceptación que tendrá el mismo en el mercado.

##### **3.2.2. Objetivos específicos**

- Identificar el producto a ofertar.
- Analizar la oferta actual en el mercado.
- Establecer la demanda potencial a satisfacer.

- Determinar el precio del producto con el cual se debe presentar al mercado.
- Establecer los medios de promoción del producto.

### **3.2.3. Variables**

- Producto
- Oferta
- Demanda
- Precio
- Promoción

### **3.2.4. Indicadores**

#### **1. Producto**

- Calidad
- Presentación

#### **2. Oferta**

- Competencia
- Productos similares

#### **3. Demanda**

- Demanda potencial
- Demanda histórica
- Nivel de aceptación

#### **4. Precio**

- Precio de venta competencia
- Determinación de precio

#### **5. Promoción**

- Medios publicitarios
- Preferencias publicitarias.

### 3.2.5. Matriz de relación de estudio de mercado

#### *Cuadro N° 14*

#### *Matriz de relación de estudio de mercado*

<b>OBJETIVOS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TECNICAS</b>	<b>FUENTES</b>
Identificar el producto a ofertar	Producto	Calidad	Encuesta, censo	Primaria
		Presentación	Encuesta, censo, observación	Primaria
Analizar la oferta actual en el mercado	Oferta	Competencia	Censo, Bibliográfica	Primaria, Secundaria
		Productos similares	Observación, Censo	Primaria
Establecer la demanda potencial a satisfacer	Demanda	Demanda Potencial	Encuesta	Primaria
		Demanda histórica	Encuesta	Primaria
		Nivel de aceptación	Encuesta, Censo	Primaria
Determinar el precio del producto con el cual se debe presentar al mercado	Precio	Precio de venta competencia	Censo, Observación	Primaria
		Determinación de precio	Encuesta, Observación	Primaria
Establecer los medios de promoción del producto	Promoción	Medios publicitarios	Encuesta, Censo	Primaria
		Preferencias publicitarias	Encuesta, Censo	Primaria

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

### 3.3. Mecánica operativa

#### 3.3.1. Identificación de la población

Para realizar el presente estudio se tomó en cuenta como universo a la población económicamente activa de la provincia del Carchi, la cual se toma del Fascículo Provincial Carchi, emitido por el INEC de los resultados del Censo de población y vivienda del año 2010, en el cual se refleja que la PEA se constituye de la siguiente manera 24.104 mujeres y 44.402 hombres, dando un total de 68.506.

#### 3.3.2. Diseño de la encuesta y entrevista

Para la recolección de información se tomó en cuenta el diseño de la encuesta como instrumento de investigación, que se aplicó a la muestra obtenida de la PEA de la provincia del Carchi.

La encuesta se enfocó a la población considerada como posibles consumidores, de la misma forma se diseñó una entrevista para los locales comerciales que expenden alimentos con mayor representatividad en la provincia.

#### 3.3.3. Determinación del tamaño de la muestra

Para la determinación de la muestra se tomó en cuenta la población económicamente activa que se constituye en 68.506, utilizando la siguiente formula:

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

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Universo o población

$\delta^2 =$  Varianza 0.25

N-1= corrección para muestras mayores a 30 unidades

$\epsilon^2 =$  Limite aceptable de error 0.05

$Z^2 =$  Nivel de confianza 95% = 1.96

$$n = \frac{68.506 * 0.25 + 1.96^2}{(68.506 - 1) * 0.05^2 + 0.25 * 1.96^2}$$

$$n = 65796.16/172.22$$

$$n = 382.02$$

$$n = 382$$

Una vez aplicado la fórmula para determinar la muestra se determinó que se debían aplicar 382 encuestas a los posibles consumidores.

### 3.3.4. Tabulación y análisis de la información

#### Preguntas correspondientes a la encuesta aplicada a la PEA

#### Pregunta N° 1.- ¿Consume usted fréjol?

##### Cuadro N° 15

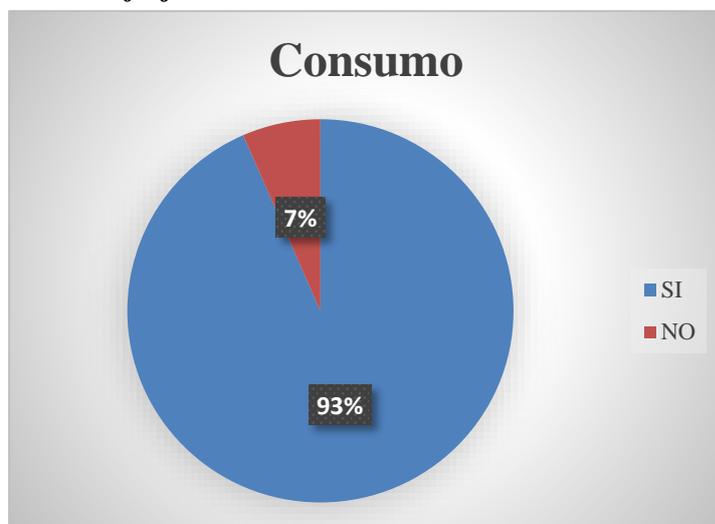
##### Consumo fréjol

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	357	93,46%
NO	25	6,54%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: El Autor

##### Gráfico N° 3

##### Consumo fréjol



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: El Autor

#### Análisis:

Se puede observar que la mayoría de los encuestados consumen fréjol, por lo cual se puede concluir que el fréjol se constituye en un alimento primordial en la alimentación de la provincia del Carchi.

**Pregunta N° 2.- ¿Qué cantidad de fréjol consume de manera semanal?**

**Cuadro N° 16**

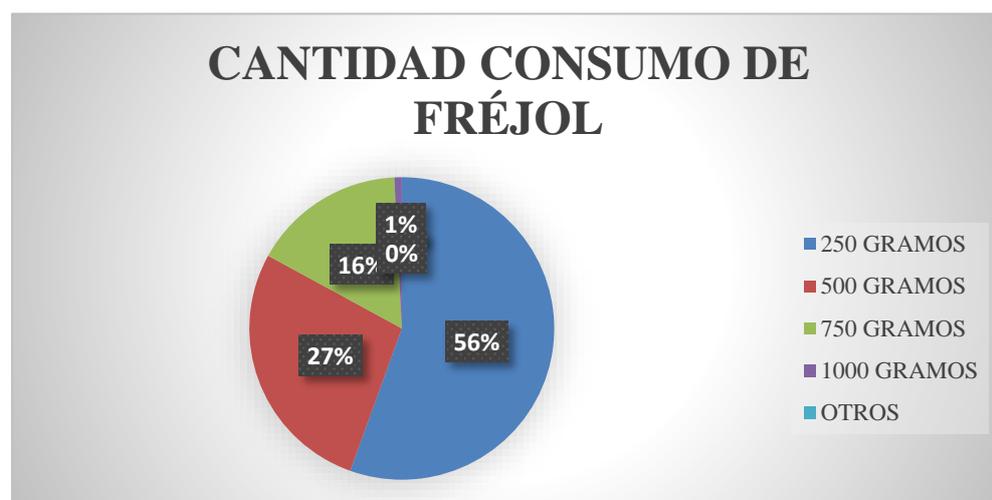
**Cantidad consumo de fréjol**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
250 GRAMOS	212	55,50%
500 GRAMOS	105	27,49%
750 GRAMOS	62	16,23%
1000 GRAMOS	3	0,79%
OTROS	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: El Autor

**Gráfico N° 4**

**Cantidad de consumo de fréjol**



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: El Autor

**Análisis:**

La mayoría de los encuestados contestaron que consumen 250 gramos de fréjol de manera semanal, seguido por el consumo de 500 gramos, 750 gramos y con un margen mínimo el consumo de 1000 gramos.

Por lo tanto este dato sirve para determinar la cantidad de demanda que tiene el producto en la población objeto del estudio.

### Pregunta N° 3.- ¿Toma en cuenta el lugar donde adquiere este tipo de producto?

#### Cuadro N° 17

##### Toma en cuenta lugar adquisición producto

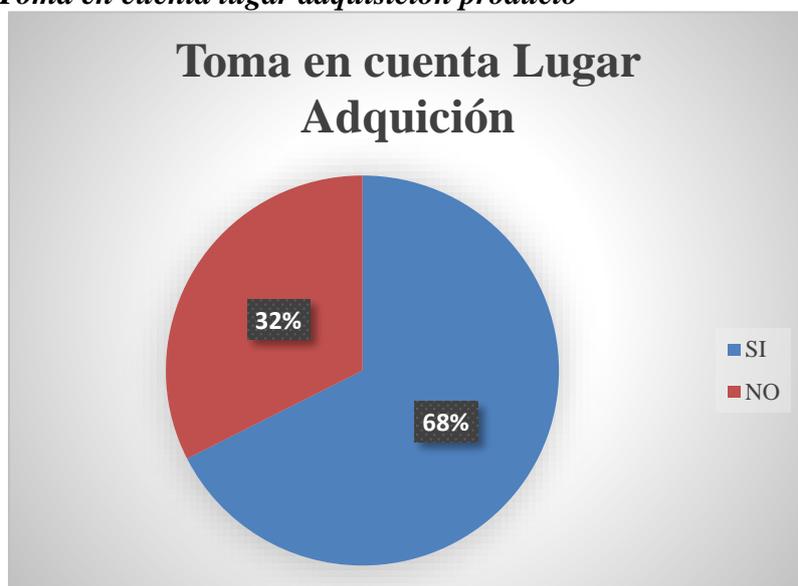
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	258	67,54%
NO	124	32,46%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

#### Gráfico N° 5

##### Toma en cuenta lugar adquisición producto



Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

#### Análisis:

De acuerdo a los datos obtenidos se puede apreciar que la mayoría de las personas toman en cuenta el lugar donde adquieren el fréjol, lo que da a entender que los consumidores se pueden mantener fieles a un local comercial, tienda, micro mercado, etc., donde le brindaron un producto que satisfaga sus necesidades.

#### Pregunta N° 4.- ¿En qué lugar prefiere comprar este producto?

##### Cuadro N° 18

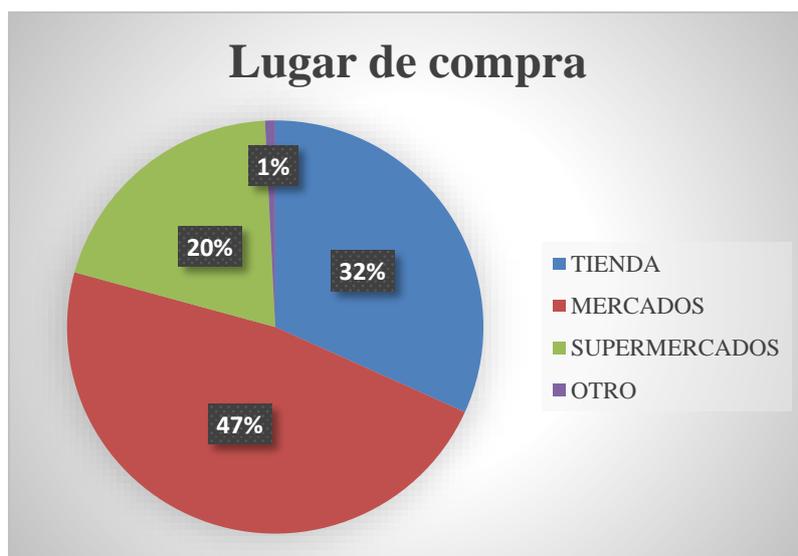
##### Lugar de compra

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TIENDA	121	31,76%
MERCADOS	181	47,51%
SUPERMERCADOS	76	19,95%
OTRO	3	0,79%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaborador por: El Autor

##### Gráfico N° 6

##### Lugar de compra



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: El Autor

##### Análisis:

De acuerdo a los datos que se pueden observar en el Gráfico N° 6 se puede apreciar que la mayoría de los encuestados tienen preferencia para adquirir el fréjol en los mercados que se desarrollan en cada ciudad, a continuación con un porcentaje considerable se aprecia que existe una tendencia a la adquisición de fréjol en las tiendas, con un porcentaje equivalente a la quinta parte se puede observar que los consumidores van a los supermercados en busca del producto.

**Pregunta N° 5- ¿Considera que el precio pagado por el producto se justifica con la calidad del mismo?**

**Cuadro N° 19**

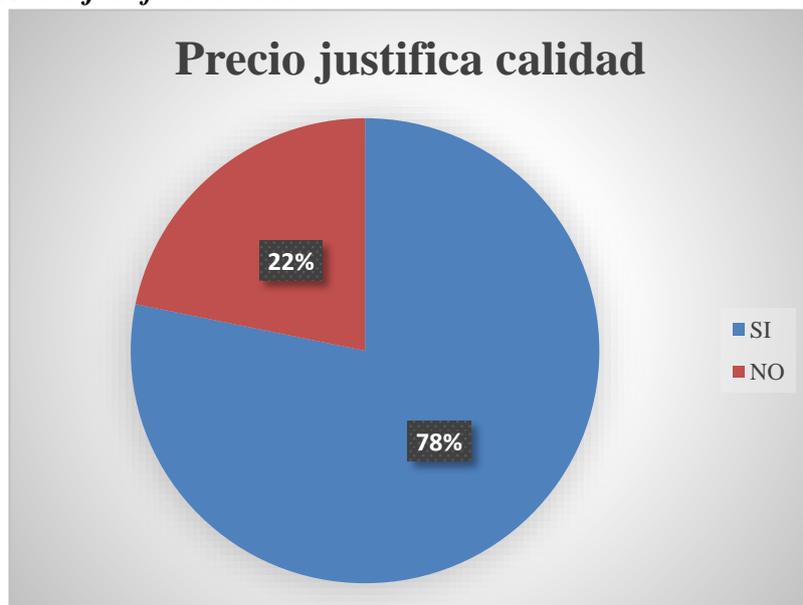
**Precio justifica calidad**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	298	78,22%
NO	83	21,78%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: El autor

**Gráfico N° 7**

**Precio justifica calidad**



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: El autor

**Análisis:**

Como se puede observar en el gráfico N° 7 un buen porcentaje de la población aduce que el valor pagado por el producto justifica su calidad, sin embargo una cantidad considerable afirma que la calidad no justifica el valor pagado.

**Pregunta N° 6.- ¿Qué aspecto cree que tiene mayor importancia a la hora de adquirir fréjol?**

*Cuadro N° 20*

*Aspecto toma en cuenta a la hora de adquirir fréjol*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRECIO	112	29,32%
CALIDAD	162	42,41%
PRESENTACION	35	9,16%
CONSERVACION	73	19,11%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: El Autor

*Gráfico N° 8*

*Aspectos toma en cuenta a la hora de adquirir fréjol*



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: El Autor

### **Análisis:**

En el gráfico N° 8 se puede apreciar las características principales que los consumidores toman en cuenta a la hora de adquirir un producto, la mayoría señala que el aspecto más importante es la calidad, seguido del precio, su conservación y al final la presentación del mismo.

**Pregunta N° 7.- ¿Estaría de acuerdo con que se cree una empresa encargada de elaborar fréjol cocido?**

**Cuadro N° 21**

**Aprobación proyecto**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	296	77,49%
NO	86	22,51%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: El Autor

**Gráfico N° 9**

**Aprobación proyecto**



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: El Autor

**Análisis:**

Las tres terceras partes de los encuestados están de acuerdo con que se cree una empresa encargada de industrializar fréjol, con lo cual se puede decir que en la comunidad existe la predisposición a la puesta en marcha de la propuesta.

**Pregunta N° 8.- ¿Estaría dispuesto a adquirir el fréjol cocido como una opción alimenticia?**

**Cuadro N° 22**

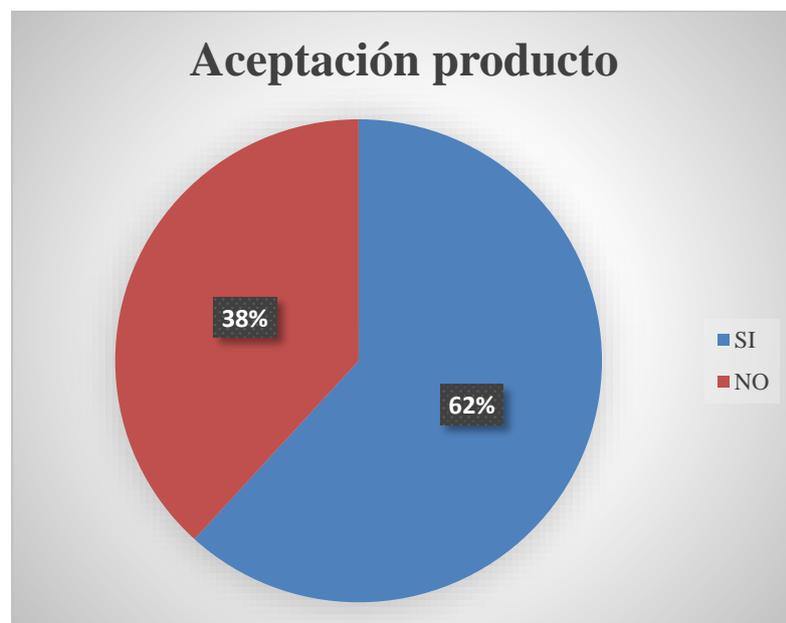
**Aceptación producto**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	236	61,78%
NO	146	38,22%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: El Autor

**Gráfico N° 10**

**Aceptación producto**



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: El Autor

**Análisis:**

Más de la mitad de los encuestados estarían dispuestos a adquirir el proyecto, por lo tanto es viable decir que un 62% aproximadamente de la población serían nuestros aliados a la hora de sacar al mercado el fréjol cocido.

**Pregunta N° 9.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el producto en presentación de 500 gramos?**

**Cuadro N° 23**

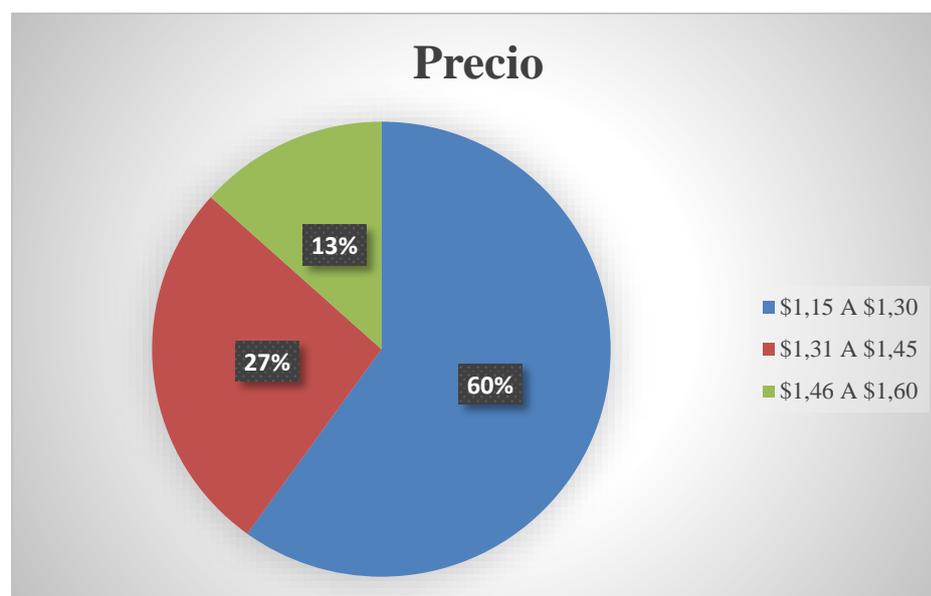
**Precio**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$1,15 A \$1,30	229	59,95%
\$1,31 A \$1,45	102	26,70%
\$1,46 A \$1,60	51	13,35%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: El Autor

**Gráfico N° 11**

**Precio**



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: El Autor

**Análisis:**

En relación a los resultados acerca del precio que la población estaría dispuesta a pagar por el producto se puede observar que más de la mitad estaría dispuesto a cancelar un costo estimado entre 1,15 a 1,30 dólares, sin embargo un poco más de la cuarta parte podría pagar un promedio entre 1,31 a 1,45 dólares, por ultimo un 13% afirma que puede pagar de 1,46 a 1,60 dólares por el producto.

**Pregunta N° 10.- ¿En qué medio de comunicación le gustaría que se promocióne el fréjol cocido?**

**Cuadro N° 24**

**Medio promoción**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
RADIO	118	30,89%
TELEVISION	70	18,32%
REDES SOCIALES	77	20,16%
PRENSA ESCRITA	98	25,65%
VOLANTES	19	4,97%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: El Autor

**Gráfico N° 12**

**Medio promoción**



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: El Autor

**Análisis:**

De acuerdo a la opinión de la población el medio más viable para publicitar el producto es la radio, seguido de cerca por la prensa escrita, de igual forma se puede apreciar que la quinta parte le gustaría que la publicidad sea por medio de redes sociales, un 18% considera como alternativa la televisión y por ultimo con un 5% la entrega de volantes.

## Resultados del censo efectuado a locales comerciales que expenden alimentos

Se tomó en cuenta los locales de mayor representatividad como se señala en el anexo N° 4

### Pregunta N° 1.- ¿Dentro de su negocio se expenden productos empacados de fréjol?

#### Cuadro N° 25

##### Venta fréjol empacado

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	20	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Censo  
Elaborado por: El Autor

#### Gráfico N° 13

##### Venta fréjol empacado



Fuente: Censo  
Elaborado por: El Autor

#### Análisis:

Con la información obtenida de las encuestas aplicadas a los intermediarios, como son tiendas, abastos, micro mercados y súper mercados de la provincia del Carchi, se puede mencionar que el 100% de la muestra tomada en cuenta para el censo adquiere fréjol empacado para la comercialización.

**Pregunta N° 2.- ¿Con que frecuencia se provee de productos empacados de fréjol?**

**Cuadro N° 26**

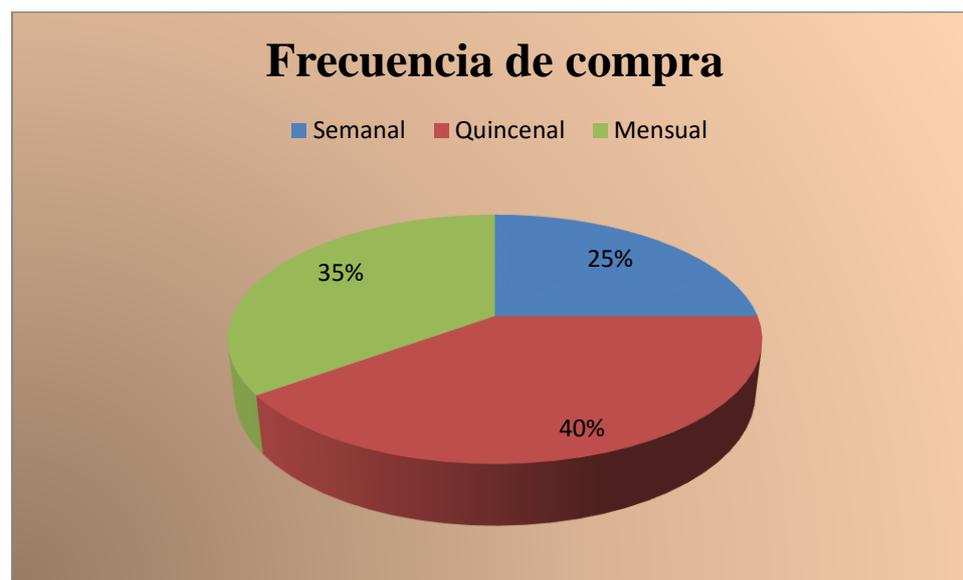
**Frecuencia compra**

VARIABLE	FRECUENCIA	%	CANTIDAD	%
Semanal	5	25%	600	15,00%
Quincenal	8	40%	900	22,50%
Mensual	7	35%	2500	62,50%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	<b>4000</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Censo  
Elaborado por: El Autor

**Gráfico N° 14**

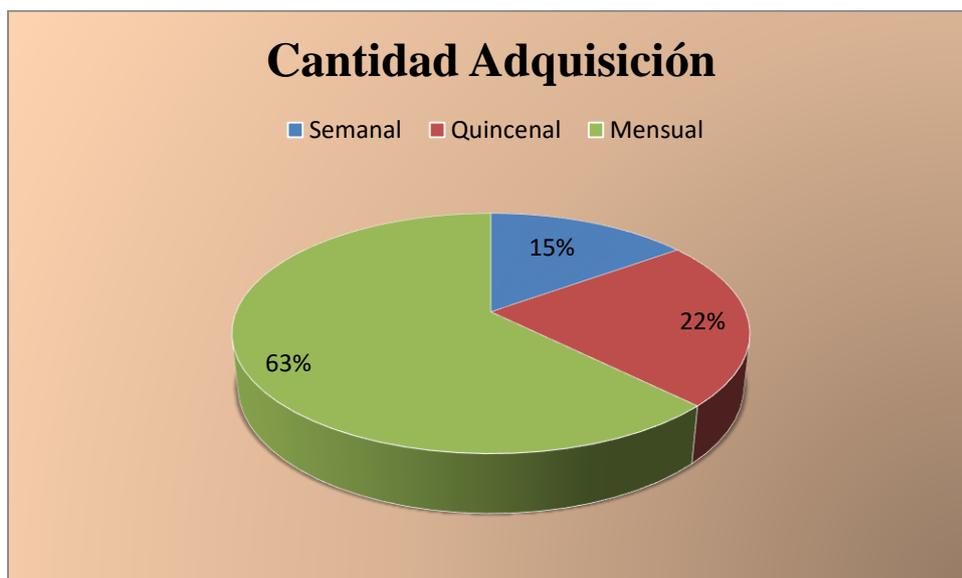
**Frecuencia compra**



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: El Autor

**Análisis**

Con referencia a los periodos de adquisición de fréjol, se puede observar que la mayoría un 40% prefiere adquirir este producto de manera quincenal, sin embargo y sin mucha diferencia un 30% prefiere adquirirlo de manera mensual y por último el 25% lo hace de manera semanal.

**Gráfico N° 15****Cantidad adquisición**

Fuente: Censo  
Elaborado por: El Autor

**Análisis**

El mayor porcentaje de adquisición corresponde al 63% el cual representa a 2500 unidades de 450 gramos, es importante señalar que ello hace observar una tendencia a adquirir el producto de manera mensual.

**Pregunta N° 3.-** A continuación se detallan varios aspectos, señale cual considera de mayor importancia a la hora de adquirir fréjol empacado.

**Cuadro N° 27**

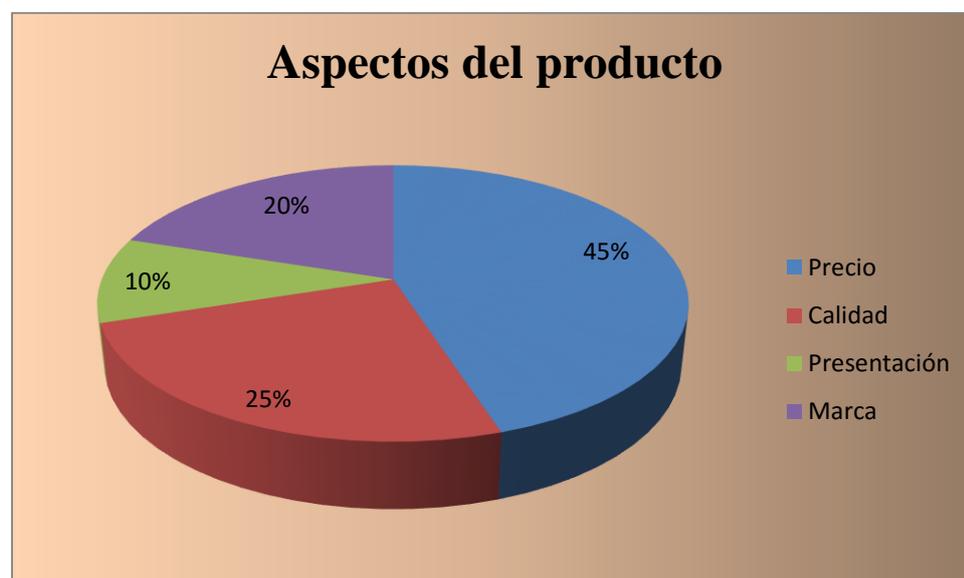
*Aspectos del producto*

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Precio	9	45,0%
Calidad	5	25,0%
Presentación	2	10,0%
Marca	4	20,0%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Censo  
Elaborado por: El Autor

**Gráfico N° 16**

*Aspectos del producto*



Fuente: Censo  
Elaborado por: El Autor

**Análisis**

Como se puede observar en el gráfico, un gran porcentaje considera al precio como una de las variables más importantes a la hora de adquirir fréjol empacado, otro de los aspectos que se muestran como de importancia es la calidad del mismo.

**Pregunta N° 4.- ¿Le gustaría adquirir fréjol cocido y empacado al vacío para la venta?**

**Cuadro N° 28**

**Adquisición fréjol cocido y empacado**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	17	85%
NO	3	15%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Censo  
Elaborado por: El Autor

**Gráfico N° 17**

**Adquisición fréjol cocido y empacado**



Fuente: Censo  
Elaborado por: El Autor

**Análisis**

De acuerdo a lo señalado en el gráfico, la predisposición a adquirir el producto es del 85%, lo cual es positivo ya que se puede concluir que el proyecto tendrá acogida con el producto que se busca ofertar.

**Pregunta N° 5.- ¿En qué tipo de presentación le gustaría que se comercialice el fréjol cocido y empacado?**

**Cuadro N° 29**

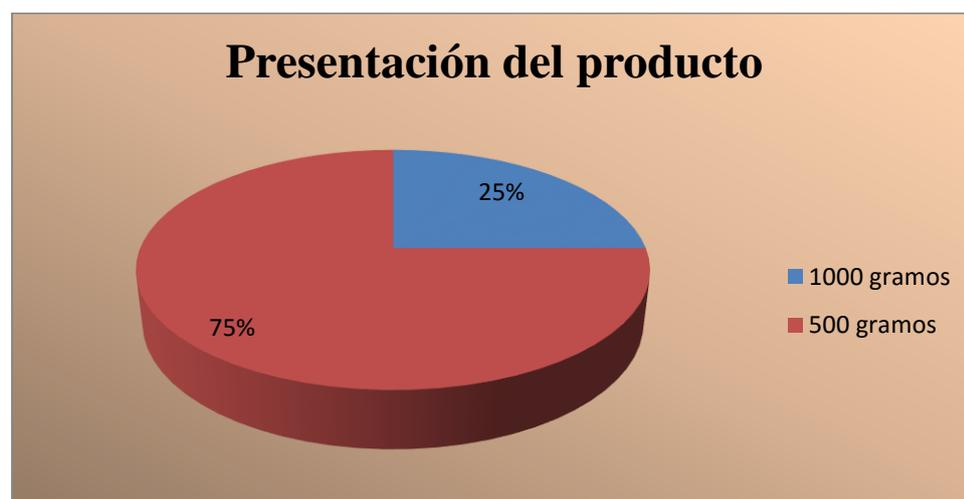
***Presentación del producto***

VARIABLE	FRECUENCIA	%
1000 gramos	5	25%
500 gramos	15	75%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Censo  
Elaborado por: El Autor

**Gráfico N° 18**

***Presentación del producto***



Fuente: Censo  
Elaborado por: El Autor

**Análisis**

De acuerdo a lo que se puede observar en el Gráfico se logra determinar que la mayoría de los locales prefieren la presentación de 500 gramos para el producto, ya que esta es la indicada en cantidad y precio para la comercialización.

**Pregunta N° 6.- ¿Considera que es importante la marca a la hora de adquirir fréjol cocido?**

**Cuadro N° 30**

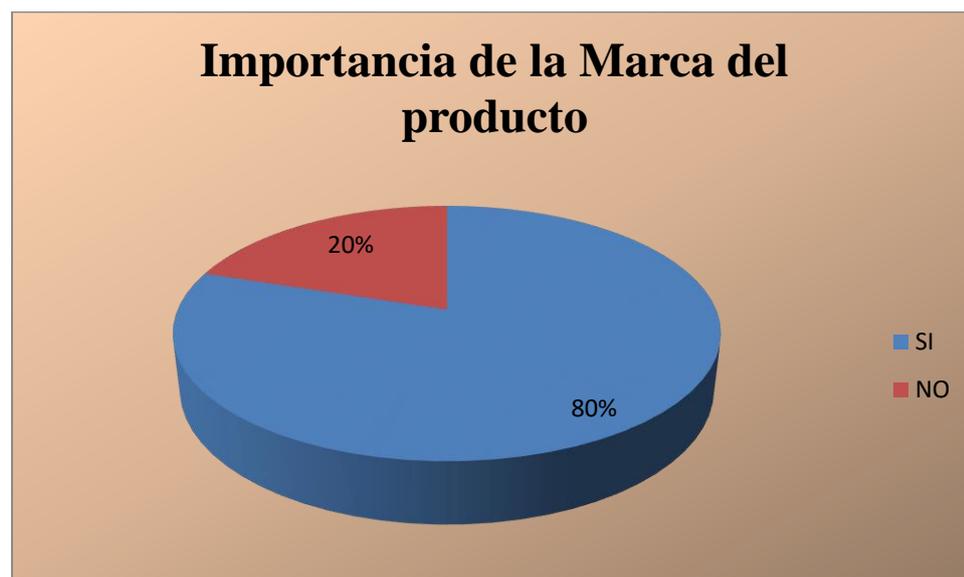
**Importancia de la Marca del Producto**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	16	80%
NO	4	20%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Censo  
Elaborado por: El Autor

**Gráfico N° 19**

**Importancia de la Marca del producto**



Fuente: Censo  
Elaborado por: El Autor

**Análisis**

Considerando lo detallado en el Gráfico anterior se puede observar que la importancia de la marca en el producto es considerada importante en un 80%, lo cual nos da como pauta para el presente proyecto.

**Pregunta N° 7.- ¿Considera que la promoción es importante a la hora de comercializar un producto?**

**Cuadro N° 31**

**Promoción del producto**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	15	75%
NO	5	25%
<b>TOTALES</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Censo  
Elaborado por: El Autor

**Gráfico N° 20**

**Promoción del producto**



Fuente: Censo  
Elaborado por: El Autor

**Análisis**

De acuerdo al Gráfico se puede observar que el 75% de las personas objeto del censo consideran que la promoción del producto es importante a la hora de comercializarlo, por lo tanto es un punto a considerar en el desarrollo del proyecto.

**Pregunta N° 8.- ¿Los precios del fréjol empacado que se comercializa considera usted que justifican su calidad?**

**Cuadro N° 32**

*Satisfacción de precio vs calidad*

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	9	45%
NO	11	55%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Censo  
Elaborado por: El Autor

**Gráfico N° 21**

*Satisfacción de precio vs calidad*



Fuente: Censo  
Elaborado por: El Autor

### **Análisis**

De acuerdo al Gráfico se puede apreciar que la mayoría de las personas objeto del censo no se sienten satisfechas con la calidad que presenta el producto, un punto a considerarse y mejorarse en la implantación del proyecto.

### 3.4. Identificación de la demanda

#### 3.4.1. Demanda actual del producto año 2014

##### *Cuadro N° 33*

##### *Demanda actual de fréjol*

%	CANTIDAD PERSONAS	PERSONAS DISPUESTAS A ADQUIRIR	GRAMOS SEMANALES	TOTAL ANUAL KILOS
55,50%	38019	29461	250	382.993,00
27,49%	18830	14591	500	379.366,00
16,23%	11119	8616	750	336.024,00
0,79%	538	417	1000	21.684,00
		<b>TOTAL</b>		<b>1.098.383,00</b>

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: Él Autor

En base a los resultados obtenidos de las encuestas se efectuó el cálculo para determinar la demanda actual de fréjol en la provincia del Carchi, tomando en cuenta el consumo semanal de fréjol por cada persona encuestada, este se multiplico por 52 semanas que tiene el año y dividió para mil y de esta manera se obtuvo el valor en kilos anuales de consumo, determinándose como 1.417, 47 toneladas por año. De acuerdo a los resultados de la encuesta en el cuadro N° 21 del total de las personas que consumen fréjol el 77, 49% estarían dispuestas a adquirir fréjol cocido y empacado, lo cual nos da una demanda de 1.098,38 toneladas al año.

#### 3.4.2. Proyección demanda.

Para la proyección de la demanda se tomó en cuenta la tasa de crecimiento poblacional de 0,4116% determinada por el INEC para la provincia del Carchi, aplicándose la fórmula del monto se obtuvo la posible demanda para los siguientes años, como se detalla en el siguiente cuadro:

**Cuadro N° 34****Proyección de la demanda**

N°	AÑO	PROYECCION Kg.
0	2014	1.098.383
1	2015	1.102.920
2	2016	1.107.475
3	2017	1.112.050
4	2018	1.116.643
5	2019	1.121.255

Fuente: Encuestas, INEC.

Elaborado por: El Autor

**3.5. Análisis de la oferta (competencia)**

Para la determinación de la oferta se tomó en cuenta los datos proporcionados por el MAGAP y el INEC que constan en los resultados de la “Encuesta de superficie y producción agropecuaria continua 2014”, en la cual se señala que en la provincia del Carchi la producción de fréjol seco (grano seco) es de 118 toneladas al año y de fréjol tierno (en vaina) es de 847 toneladas al año, dando un total de 965 toneladas al año de producción de esta leguminosa.

**3.5.1. Proyección de la oferta**

Para la proyección de la oferta se toman en cuenta los datos mencionados en el punto 3.5., y se aplica la fórmula del monto, dado que no existen datos históricos de la producción de fréjol en la provincia se toma en cuenta la tasa del 0.4116% de crecimiento poblacional.

$$\text{Formula: } M=C (1+r)^n$$

**Cuadro N° 35****Proyección de la oferta**

AÑO	CANTIDAD EN KILOS
2015	968.985
2016	972.987
2017	977.006
2018	981.041
2019	985.093

Fuente: INEC.

Elaborado: El Autor

### 3.6. Determinación de la demanda insatisfecha proyectada

*Cuadro N° 36*

*Demanda insatisfecha*

N°	AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
1	2015	1.102.920	968.985	133.934
2	2016	1.107.475	972.987	134.488
3	2017	1.112.050	977.006	135.044
4	2018	1.116.643	981.041	135.602
5	2019	1.121.255	985.093	136.162

Elaborado por: El Autor

#### 3.6.1. Cantidad proyectada del proyecto

Se estima que la capacidad instalada del proyecto inicialmente permitirá procesar una cantidad de 400 kilos al día, por 20 días al mes durante los doce meses del año, a continuación se muestra la proyección de la demanda potencial a satisfacer.

*Cuadro N° 37*

*Demanda proyectada*

N°	AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA A SATISFACER (71,68%)	DEFICIT
1	2015	133.934	96.000	37.934
2	2016	134.488	96.397	38.091
3	2017	135.044	96.795	38.249
4	2018	135.602	97.195	38.407
5	2019	136.162	97.597	38.565

Elaborado: El Autor

### 3.7. Determinación del precio del producto

Para la determinación del precio se toma en cuenta como referencia el análisis a los costos encontrados en productos similares (empacados al vacío en estado natural) comercializados dentro de la provincia, la recolección de la información se la realizó con la observación directa:

#### *Cuadro N° 38*

##### *Precios competencia*

NOMBRE	PRESENTACION	PRECIO
Mas Corona	500 g	1,79
F&C	500 g	2,29
Pesado	500 g	0,85
La Casa del Cereal	500 g	1,15
Aki Frejol Rojo	500 g	1,37
Aki Frejol Fresa	500 g	1,42
<b>PROMEDIO</b>		<b>1,48</b>

Fuente: Observación Directa  
Elaborado por: El Autor

De igual forma de los datos obtenidos de la encuesta se presenta el siguiente cuadro en referencia al precio:

#### *Cuadro N° 39*

##### *Precio promedio encuestas*

Precio Promedio	Frecuencia	Total
1,225	229	280,53
1,38	102	140,76
1,53	51	78,03
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>499,32</b>
<b>PROMEDIO</b>		<b>1,31</b>

Con lo antes detallado y en base a un análisis de precios de productos similares comercializados en los locales de expendio y distribución y el precio promedio obtenido de las encuestas efectuadas a los posibles clientes, se puede definir como precio para el producto 1,40

dólares, tomando en cuenta la tasa de inflación promedio de los últimos cinco años que se establece en 3,854% se procede a efectuar la proyección de precios de venta a los intermediarios, de igual forma el precio de venta al público se estima en 1,60 en el año inicial el cual estaría entre un 10% y 20% de margen de utilidad para los intermediarios.

***Cuadro N° 40***

***Proyección de precio***

<b>AÑO</b>	<b>PRECIO</b>
2014	1,40
2015	1,45
2016	1,50
2017	1,56
2018	1,62
2019	1,69

Elaborado por: Él Autor

**3.8. Comercialización de fréjol cocido**

**3.8.1. Comercialización**

Para que el producto llegue al consumidor final se tomara en cuenta la venta a través de intermediarios, se ha considerado que es la manera más sencilla y eficiente de hacer llegar el producto al cliente.

Es importante recalcar que la minimización de costos es primordial y por ello se toma en cuenta que el producto debe ser vendido en locales comerciales que se dediquen al expendio de alimentos.

### 3.8.2. Presentación

#### 1. Logotipo de la empresa y del producto

Gráfico N° 22

Diseño empaque



### 3.9. Promoción y publicidad

De acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta que se reflejan en el cuadro N° 24 se estableció de las estrategias que se toma en cuenta para promocionar el producto, la difusión de spots publicitarios a través de medios radiales locales, publicaciones en diarios, entrega de volantes e instalación de pancartas en lugares estratégicos de la localidad.

Dado que en la actualidad existe apoyo por parte del estado será primordial realizar gestiones para que en las publicaciones que hacen los diferentes órganos del estado como son

Gobierno Provincial, Gobierno Cantonal, MAGAP, etc., se incluyan de manera gratuita un par de hojas dedicadas a publicitar y hacer conocer la empresa.

### **3.10. Conclusiones del estudio**

- Una vez concluido el estudio de mercado se puede afirmar que el proyecto que se pretende instaurar tiene un 77% de aceptación dentro de la población, por lo tanto se puede afirmar que es viable la creación de la empresa encargada de industrializar y comercializar fréjol en Bolívar, Carchi.
- La intención de la población de adquirir el producto es del 62%, por lo que ello demuestra que existe interés en la zona por la introducción de un producto innovador.
- Después del análisis de oferta y demanda se puede mencionar que el mercado de la zona es altamente adecuada para introducir un nuevo producto como lo es el fréjol cocido, de igual forma por los antecedentes encontrados el mercado internacional es una opción a considerarse en el futuro.
- Dentro de la provincia se pudo detectar que la mayoría de productores de fréjol no entregan un valor agregado al mismo, por lo que ello representa una ventaja competitiva en comparación a la competencia.
- Otro punto a favor determinado es que la oferta del producto puede crecer gracias a la competitividad de precios y el crecimiento poblacional determinado por el INEC.
- Los negocios que se constituyen como posibles intermediarios mencionan el interés en el producto, lo que es positivo para el proyecto ya que nos permitirá llegar a un mercado más amplio.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO O INGENIERÍA DEL PROYECTO**

#### **4.1. Tamaño del proyecto**

Para determinar el tamaño del proyecto se toman en cuenta varios factores, los cuales son detallados a continuación:

##### **4.1.1. Mercado**

Dentro del estudio de mercado efectuado se puede detallar que la población del Carchi estaría dispuesta a consumir fréjol procesado, ya que es un producto nuevo dentro del mercado el nivel de aceptación es considerado positivo.

##### **4.1.2. Disponibilidad de recursos**

Uno de los aspectos más importantes para el desarrollo del proyecto es la disponibilidad de una serie de recursos, los cuales se pueden detallar a continuación:

#### **1. Financieros**

Los recursos financieros que permitan la puesta en marcha del proyecto serán aportados en una parte por los inversionistas y la diferencia será cubierta por un préstamo, la alternativa de un crédito es viable ya que dentro de la zona es posible obtener solvencia con tasas de interés, plazos y garantías aceptables.

## **2. Mano de obra**

Dentro de la zona el encontrar personal capacitado es complicado, sin embargo la ubicación en este sentido es estratégica ya que a pocas horas es posible encontrar profesionales, para el caso puede ser las ciudades de Ibarra, Tulcán, San Gabriel entre las más destacadas.

## **3. Materia prima**

Uno de los parámetros primordiales del estudio es el acceso a materia prima para el funcionamiento del proyecto, para ello es importante que las cantidades necesarias de fréjol sean dotadas con la producción local que para el caso los agricultores de la zona serán los proveedores de las cantidades necesarias de materias primas e insumos.

### **4.1.3. Definición de capacidad de producción**

La capacidad de producción está definida por la capacidad instalada que requiere el proyecto, después de realizar el estudio de mercado, el análisis de campo a la demanda insatisfecha a cubrir, la asesoría del Ingeniero Agroindustrial Fernando Zambrano, se puede señalar que la empresa inicialmente tendrá la capacidad de producir 96.000 kilos anualmente, sin embargo el producto será presentado en fundas de 500g, por lo que la cantidad de unidades a producir al año es de 192.000 fundas, mensualmente serán 16.000 fundas de 500g, diarias 800 fundas de 500 gramos, en el anexo N° 5 se detallan las especificaciones técnicas de capacidad productiva y consumo de energía.

## **4.2. Localización del proyecto**

Para determinar la localización del proyecto fue necesario determinar aspectos de macro y micro localización en lo concerniente a factores y aspectos que permitan definir la mejor opción para ubicar la planta de producción.

#### 4.2.1. Macro localización

Para implantación de la empresa se toma en cuenta al cantón Bolívar, Provincia del Carchi, tomando en cuenta que dentro de las parroquias que comprenden dicho cantón existen una gran cantidad de agricultores que se encargan de cultivar fréjol, en el mismo cantón existe un mercado mayorista donde se comercializa fréjol todas las semanas y además su posición geográfica es estratégica ya que la movilidad hacia otros cantones y provincias del norte del país se facilita por su cercanía.

#### *Gráfico N° 23*

#### *Mapa político provincia del Carchi*



Fuente: es.wikipedia.org

A continuación se hace referencia a la división política del cantón Bolívar el cual presenta factores favorables para instalar la planta.

**Gráfico N° 24****División política del cantón Bolívar**

Fuente: GAD Bolívar

**4.2.2. Micro localización**

Dentro de este parámetro se busca establecer el mejor lugar para implantar el proyecto, para ello se hace referencia a varios factores que afectan directa e indirectamente a la propuesta.

**Cuadro N° 41****Factores locacionales**

FACTORES LOCACIONALES	%	Los Andes		Bolívar		García Moreno	
		Punt.	Pond.	Punt.	Pond.	Punt.	Pond.
Electricidad	10%	8	0,8	9	0,9	8	0,8
Agua Potable	10%	8	0,8	8	0,8	7	0,7
Alcantarillado	10%	7	0,7	8	0,8	5	0,5
Teléfono	10%	8	0,8	8	0,8	6	0,6
Vías de Acceso	15%	8	1,2	9	1,35	6	0,9
Seguridad	10%	7	0,7	8	0,8	5	0,5
Bomberos	10%	6	0,6	8	0,8	5	0,5
Transporte	15%	6	0,9	8	1,2	5	0,75
Centros de Salud	10%	7	0,7	8	0,8	6	0,6
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>7,20</b>		<b>8,25</b>		<b>5,85</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: El Autor

Después de analizar las posibles alternativas para implantar el proyecto se ha logrado determinar que el sector que presenta mejores opciones es Bolívar, entre los aspectos que más relevantes están las vías de acceso, transporte, servicios básicos y salud. La dirección exacta de la planta se muestra a continuación:

### Gráfico N° 25

#### Croquis ubicación proyecto



Fuente: Google Maps  
Elaborado por: El Autor

## 4.3. Ingeniería de proyecto

### 4.3.1. Procesos

#### a. Recepción de Materia Prima

La recepción de la materia prima es el primer paso a seguir y uno de los principales procesos ya que aquí se realiza el control de la misma en lo que tiene que ver con peso.

#### b. Control de calidad

Se verifica la calidad de la materia prima, se verifica el estado de la misma y se hace la selección de la que sigue en el proceso de producción y la que será materia de rechazo.

**c. Limpieza y selección**

En este proceso se verifica que el producto este totalmente limpio de impurezas y se selecciona que producto está apto para seguir con el proceso de producción.

**d. Cocción**

Para que el producto entre en el proceso de cocción se tomara en cuenta que el fréjol se cocinara por alrededor de una hora treinta a dos horas en marmitas de alta presión, es indispensable que dichas marmitas estén constantemente abastecidas de agua ya que esta se evapora con el calor producido.

**e. Drenado**

Para el proceso de drenado del producto se toma en cuenta que una vez que el producto sale de la cocción este debe ser depositado en bandejas a una temperatura ambiente por alrededor de dos horas para que este elimine el agua que posee.

**f. Empacado**

Se lo hace con la intención de proporcionar mayor tiempo de vida para su consumo para lo cual se saca todo el aire que el empaque contiene y dar la presentación de 500 gramos que cada funda deberá pesar.

**g. Etiquetado y embodegado**

Una vez que el producto llega a este paso lo único que hay que hacer es etiquetar la funda con el producto, señalar la fecha de producción y la de caducidad para luego ser trasladado a bodega para su posterior comercialización.

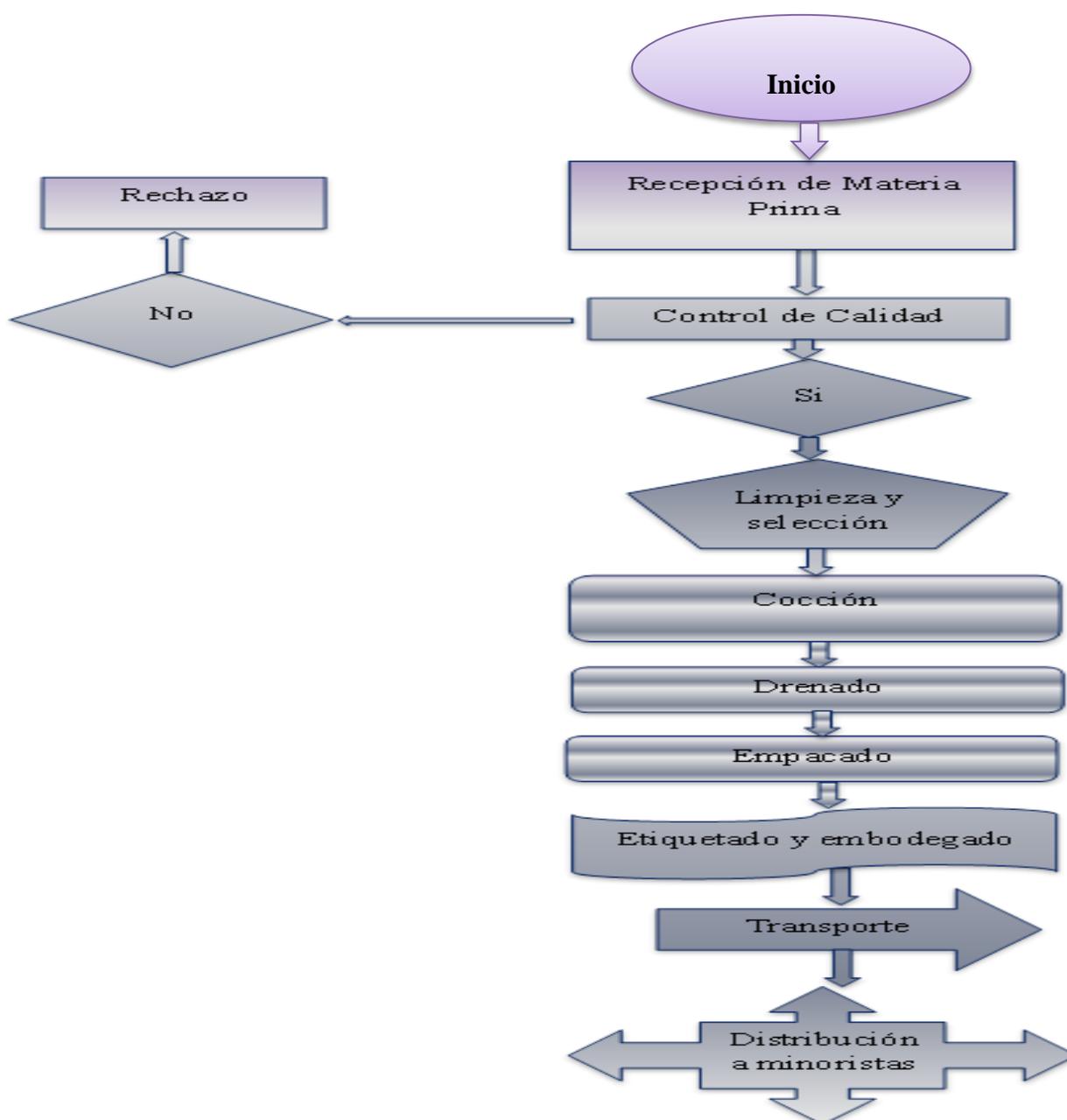
## h. Transporte

En este proceso la empresa se encargará de entregar el producto a las tiendas, centros de abastos, supermercados y demás minoristas que se encarguen de comercializar el producto.

### 4.3.2. Flujograma de procesos

Gráfico N° 26

Flujograma de procesos



Cuadro N° 42

## Plantilla para la producción

Simbología	N°	Listado actividades	Tiempo estimado
	a	Recepción de materia prima	60 min
	b	Control de calidad	10 min
	c	Limpieza y selección	60 min
	d	Cocción	120 min
	e	Drenado	120 min
	f	Empacado	20 min
	g	Etiquetado y embodegado	15 min
	h	Transporte	60 min
TOTAL MINUTOS			465 minutos

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: El Autor

### 4.3.3. Tecnología

Dado que el proceso de globalización y competitividad hace que las empresas se tecnifiquen cada vez en el ámbito de maquinarias, equipos, sistemas de producción, etc., es importante señalar que la empresa contara con un alto nivel de tecnificación para así obtener un producto con estándares de calidad óptimos.

Cabe indicar que un punto importante dentro de la implementación de tecnología es la necesidad de disminuir costos, optimización de recursos y rapidez en el proceso para ello se definió las principales inversiones que se detallan a continuación para ayudar con la eficiencia del proceso productivo.

## **1. Maquinaria y equipo**

Seleccinadora de granos: Sirve para seleccionar los granos que serán procesados.

*Gráfico N° 27*

*Seleccinadora de granos*



Fuente: Internet

Marmita de cocción: funciona con electricidad, está hecha de acero inoxidable.

**Gráfico N° 28**

***Marmita de cocción***



Fuente: Internet

Mesa de acero inoxidable: Sirve para el manejo del producto, está hecha de acero inoxidable, permite el manejo de alimentos.

**Gráfico N° 29**

***Mesa de acero inoxidable***



Fuente: internet

Empacadora: Es alimentada con electricidad y permite el rápido empaquetado del producto ya que puede ser configurada con los pesos y medidas requeridas.

**Gráfico N° 30****Empacadora**

Fuente: Internet

Selladora Industrial: Una vez que el producto es empacado este es sellado en la máquina que se presenta a continuación.

**Gráfico N° 31****Selladora industrial**

Fuente: Internet

#### **4.3.4. Obras civiles**

##### **1. Diseño de las instalaciones**

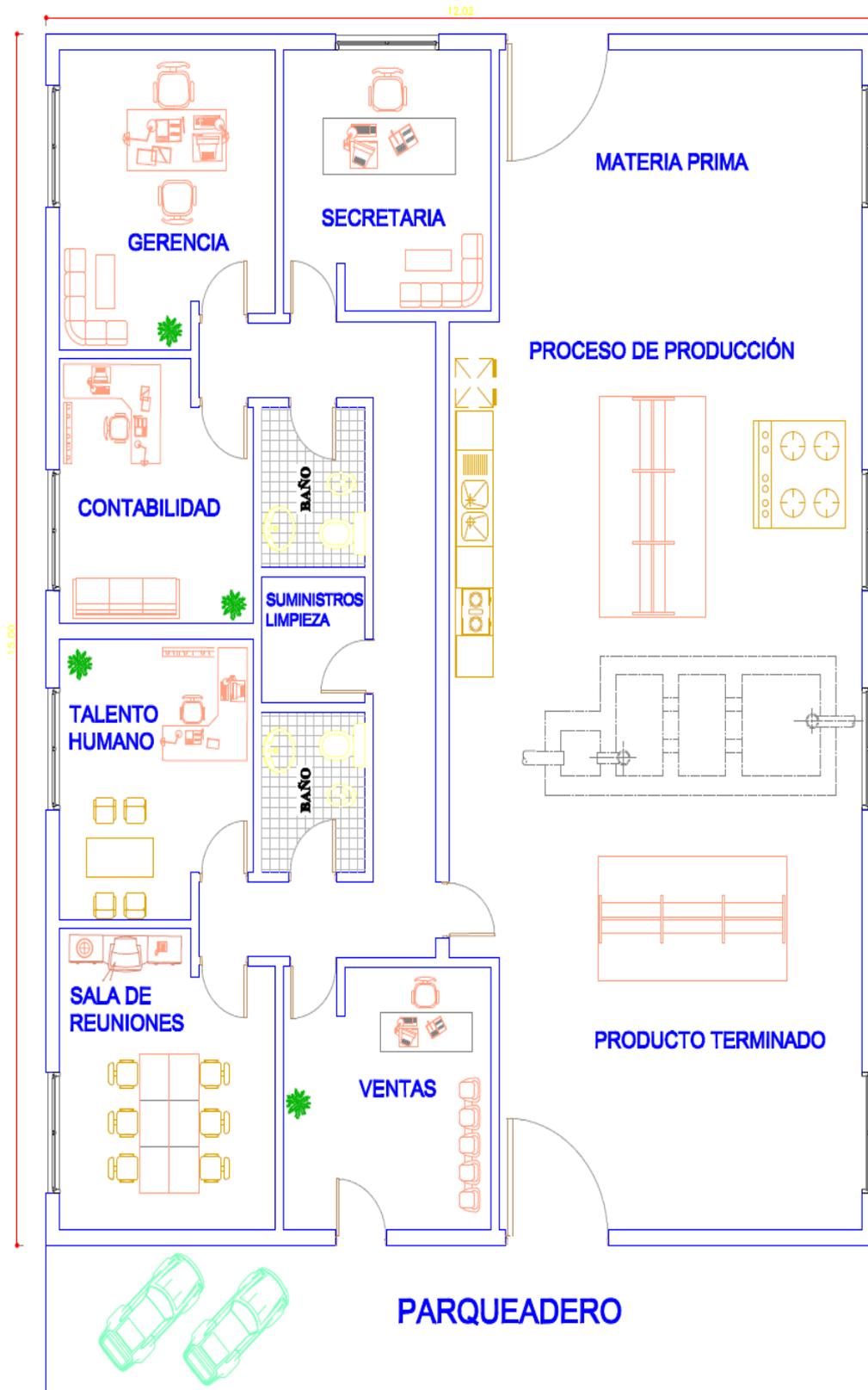
Con relación a la ocupación que tendrá el proyecto es de 180 metros cuadrados, para el diseño de la planta y oficinas es importante detallar que la inspección por parte del personal administrativo debe ser frecuente es por ello que la planta debe adaptarse a las necesidades del personal de control.

De igual forma es importante mencionar que uno de los factores más importantes es el orden de los procesos, para lo cual la planta debe adaptarse a las necesidades de proceso productivo, comodidad para los empleados, suficiente iluminación, ventilación, de tal manera que los empleados se vean motivados a trabajar de manera más eficaz y eficiente.

Las oficinas deben ser funcionales y hacer que las personas que trabajen en las mismas se sientan cómodas ya que allí desarrollan mejor sus actividades y cuando lleguen los clientes o visitas estas tengan una buena impresión de la empresa.

Gráfico N° 32

Plano de distribución de la planta y oficinas



PANAMERICANA NORTE KM. 62 1/2

#### **4.4. Presupuesto técnico**

##### **4.4.1. Inversiones fijas**

###### **1. Terreno**

El terreno donde se construirá la empresa cuenta con un total de 500 metros cuadrados, a un costo por metro cuadrado de 30,00 dólares, valor que se toma en base al criterio del Sr. Marco Arévalo Jefe de avalúos y Catastros del GAD Bolívar avaluado en 15.000 dólares, propiedad perteneciente a un familiar el cual da las facilidades para construir la planta de producción.

###### **2. Infraestructura física**

Para el detalle se pidió la ayuda de un experto, para el caso es un arquitecto el cual colaboró con los costos estimados para la implantación del proyecto, la obra civil suma un costo total de 47.884,55 dólares, siendo el valor por metro cuadrado de construcción de 265,58 dólares.

A continuación se detallan un presupuesto estimado para la construcción:

**Cuadro N° 43****Presupuesto obras civiles**

<b>PRESUPUESTO REFERENCIAL</b>					
<b>Ítem</b>	<b>DETALLE</b>	<b>Unit</b>	<b>Cant</b>	<b>P. Unit</b>	<b>P. Total</b>
1	Limpieza y nivelación Terreno	m2	200	5,40	1.080,00
2	Excavación de Plintos	m3	25	6,50	162,50
3	Columnas Hormigón	m3	8	980,00	7.840,00
4	Losa de Hormigón	m2	180,3	32,50	5.859,75
5	Mampostería	m2	285	20,25	5.771,25
6	Enlucido Vertical Interior	m2	260	7,30	1.898,00
7	Enlucido Vertical Exterior	m2	72	7,30	525,60
8	Contrapiso Hormigón	m2	180,3	15,20	2.740,56
9	Piso Cerámica	m2	85	25,50	2.167,50
10	Ventanas aluminio	m2	20,25	60,25	1.220,06
11	Seguridades de Hierro ventanas	m2	20,25	81,30	1.646,33
12	Puertas interiores, madera	U	10	225,00	2.250,00
13	Puertas exteriores bodega, hierro	U	2	785,00	1.570,00
14	Puerta exterior oficinas, madera	U	1	490,00	490,00
15	Seguridad Hierro puerta oficina	U	1	360,00	360,00
16	Instalaciones Sanitarias	gl	2	1.230,00	2.460,00
17	Instalaciones Eléctricas planta producción	U	1	3.200,00	3.200,00
18	Instalaciones eléctricas oficinas	U	1	1.750,00	1.750,00
19	Pintura toda la planta	m2	265	5,20	1.378,00
20	Instalaciones Agua potable	U	1	565,00	565,00
21	Instalaciones Desagües planta	U	1	670,00	670,00
22	Imprevistos		1	2.280,00	2.280,00
<b>TOTAL</b>					<b>47.884,55</b>

Fuente: Arq. Diego Acosta

Elaborado: El Autor

**3. Maquinaria y equipos de producción**

Es importante señalar que las maquinarias y equipos necesarios serán adquiridos a fabricantes nacionales ya que su costo es menor en comparación a los importados.

**Cuadro N° 44****Maquinaria y equipo**

<b>Maquinaria y Equipo de Producción</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Marmita de Cocción 380 litros	1	8.500,00	8.500,00
Mesa Acero Inoxidable 1mx1.5mx2,5m	3	1.500,00	4.500,00
Seleccionadora de Granos	1	3.500,00	3.500,00
Empacadora	1	3.000,00	3.000,00
Selladora	1	1.300,00	1.300,00
Herramientas pequeñas	1	1.500,00	1.500,00
Estantería de Drenado	1	1.800,00	1.800,00
<b>TOTAL</b>			<b>24.100,00</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado: El Autor

Es importante señalar que la maquinaria necesaria para la producción ha sido seleccionada con la intención de minorizar costos y optimizar tiempos en el proceso productivo, para que de este modo el proyecto sea más efectivo en la utilización de recursos.

**4. Muebles y equipos de oficina**

A continuación se muestran los muebles básicos para el inicio de las actividades, de requerirse más muebles y enseres su adquisición será de acuerdo al crecimiento de la empresa.

**Cuadro N° 45****Muebles y enseres**

<b>Muebles y Enseres</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Estaciones de trabajo	5	275,00	1.375,00
Mesa de Reuniones	1	320,00	320,00
Silla de gerencia	1	280,00	280,00
Silla de escritorio	4	89,00	356,00
Sillas de espera	12	45,00	540,00
Sillas de Reuniones	6	65,00	390,00
Archivadores mixtos	2	280,00	560,00
Sillones Gerencia	2	520,00	1.040,00
<b>TOTAL</b>			<b>4.861,00</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado: El Autor

**5. Equipos de cómputo**

De acuerdo a las necesidades de la empresa se necesitan los siguientes equipos de cómputo:

**Cuadro N° 46****Equipo de cómputo**

<b>Equipos de cómputo</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Computadoras de escritorio	5	617,00	3.085,00
Impresora Inyección continua	2	227,00	454,00
Sistema Contable	1	3.400,00	3.400,00
Impresora Matricial	2	235,00	470,00
Otros Equipos	2	60,00	120,00
<b>TOTAL</b>			<b>7.529,00</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado: El Autor

## 6. Vehículo

Para que la empresa pueda hacer llegar el producto hasta el intermediario será necesario la adquisición de un vehículo, para el caso se lo hará comprando un camión pequeño usado ya que su costo es menor al de una casa comercial. El camión será un Chevrolet NHR con furgón valorado en 20.000,00 dólares.

## 7. Resumen de inversión fija

A continuación se resume los rubros que serán necesarios en lo que tiene que ver con la inversión fija del proyecto:

### *Cuadro N° 47*

#### *Inversión fija*

DETALLE	VALOR TOTAL
Terreno	15.000,00
Infraestructura	47.884,55
Equipo y maquinaria	24.100,00
Equipo de cómputo	7.529,00
Muebles y enseres	4.861,00
Vehículo	20.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>119.374,55</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado: El Autor

### 4.4.2. Inversión diferida

Para que la empresa inicie sus actividades de producción y comercialización es necesario entrar en gastos previos como son de asesoría legal, constitución, diseño de ingeniería, etc.

**Cuadro N° 48****Inversión diferida**

<b>INVERSION DIFERIDA</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Gastos de constitución	1.500,00
Diseños de ingeniería	1.200,00
Gastos pre operativos	500,00
<b>TOTAL</b>	<b>3.200,00</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado: El autor

**4.4.3. Capital de trabajo**

Para la determinación del capital de trabajo se tomó en cuenta el dinero necesario para tres meses de trabajo.

**Cuadro N° 49****Capital de trabajo**

<b>VALORACION CAPITAL DE TRABAJO</b>		
<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR TOTAL</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>
<b>Gastos de Producción</b>	148.336,49	12.361,37
<b>Gastos Administración</b>	26.034,85	2.169,57
<b>Gastos de Ventas</b>	17.609,49	1.467,46
<b>TOTAL</b>	<b>191.980,82</b>	<b>15.998,40</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado: El Autor

De acuerdo a lo antes mencionado se puede observar que 15.998,40 dólares siendo el rubro para un mes de labores, sin embargo se tomara en cuenta un capital de trabajo para tres meses, siendo de 47.995,21 dólares.

#### 4.4.4. Inversión total del proyecto

##### *Cuadro N° 50*

##### *Inversión total*

<b>Destino de Inversión</b>	
Activos Fijos	119.374,55
Activos diferidos	3.200,00
Capital de Trabajo	47.995,21
<b>Total</b>	<b>170.569,75</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado: El Autor

#### 4.4.5. Financiamiento

Para la puesta en marcha del proyecto será necesario de la aportación de los socios y un crédito el cual permita financiar la adquisición de los activos fijos, pago de activos diferidos y capital de trabajo.

##### *Cuadro N° 51*

##### *Financiamiento del proyecto*

<b>FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>PORCENTAJE %</b>
Capital propio	55.000,00	32,24%
Crédito	115.569,75	67,76%
<b>Total</b>	<b>170.569,75</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado: El Autor

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

#### 5.1. Determinación de ingresos proyectados

Después de realizado el estudio de mercado se puede proceder a la determinación de ingresos para lo cual se realiza una multiplicación entre cantidad y precios proyectados.

Se toma en cuenta que un 2,5% de la producción sea desecho, por lo tanto esto será vendido para abono a un precio de 0,11 ctvs., el kilo.

#### *Cuadro N° 52*

#### *Determinación de Ingresos*

	AÑO	2015	2016	2017	2018	2019
<b>RUBROS</b>						
Ing. Venta producto						
Frejol Cocido						
Cantidad Fundas de 500 gramos		192.000	192.794	193.590	194.391	195.194
Precio		1,45	1,50	1,56	1,62	1,69
Subtotal		<b>278.162,60</b>	<b>290.076,90</b>	<b>302.501,60</b>	<b>315.458,50</b>	<b>328.970,40</b>
Subproducto (Desechos)						
Cantidad Kilos		4.800	9.640	9.680	9.720	9.760
Precio		0,11	0,12	0,13	0,14	0,15
Subtotal		<b>528,00</b>	<b>1.156,76</b>	<b>1.258,34</b>	<b>1.360,73</b>	<b>1.463,95</b>
<b>TOTAL</b>		<b>278.690,60</b>	<b>291.233,66</b>	<b>303.759,94</b>	<b>316.819,23</b>	<b>330.434,35</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado: El Autor

## 5.2. Determinación de egresos

Para determinar lo egresos se toman en cuenta los costos y gastos en los cuales el proyecto tiene que incurrir para poder ejecutar el proceso de producción.

### 5.2.1. Costos de producción

En lo que se refiere a los costos de producción se conforma de materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación, a continuación se hace un detalle de cada uno de los rubros antes mencionados.

#### 1. Materia prima

Es importante mencionar que para determinar la adquisición de materia prima se tomó en cuenta la asesoría del ingeniero agroindustrial Fernando Zambrano el cual por su experiencia señala que para producir una funda de 500 gramos es necesario 350 gramos de fréjol seco ya que este gana peso con el proceso de cocción por el agua, de igual forma en base a una investigación de campo en la cual se pudo observar la tendencia en precios del saco de 45 kilos se determinó como precio promedio el de 70 dólares, el mismo que se toma en cuenta para la proyección de incremento en el precio de la materia prima.

#### *Cuadro N° 53*

##### *Materia prima directa*

<b>MATERIA PRIMA</b>					
<b>RUBROS/AÑOS</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Compra frejol seco Kg	73.847	74.152	74.459	74.766	75.076
Precio	1,55	1,61	1,67	1,73	1,80
subtotal	<b>114.272,73</b>	<b>119.167,31</b>	<b>124.271,53</b>	<b>129.594,38</b>	<b>135.145,23</b>
Materiales indirectos (Sal, Ajo, empaques, etiquetas)	5.713,64	5.958,37	6.213,58	6.479,72	6.757,26
<b>TOTAL</b>	<b>119.986,36</b>	<b>125.125,67</b>	<b>130.485,11</b>	<b>136.074,10</b>	<b>141.902,49</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado: El Autor

## 2. Mano de obra

En lo que concierne a mano de obra se forma por dos obreros quienes se encargaran de llevar a cabo con los procesos productivos, a continuación se detallan:

### *Cuadro N° 54*

#### *Mano de Obra directa*

<b>MANO DE OBRA</b>					
<b>RUBROS/AÑOS</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
SBU	9.094,97	9.736,16	10.422,56	11.157,35	11.943,95
Aporte Patronal	1.105,04	1.182,94	1.266,34	1.355,62	1.451,19
Fondos de reserva		811,35	868,55	929,78	995,33
Décimo tercer sueldo	757,91	811,35	868,55	929,78	995,33
Décimo cuarto sueldo	708,00	757,92	811,34	868,54	929,78
Vacaciones	378,96	405,67	434,27	464,89	497,66
<b>TOTAL</b>	<b>12.044,88</b>	<b>13.705,39</b>	<b>14.671,61</b>	<b>15.705,96</b>	<b>16.813,24</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado: El Autor

## 3. Costos indirectos de fabricación (CIF).

En lo que concierne a costos indirectos de fabricación se toman en cuenta los rubros necesarios para la producción, a continuación se detallan, cabe señalar que para determinar los costos y cantidades necesarios de cada rubro se tomó en cuenta la producción anual estimada y mediante asesoría de un experto se estableció el agua y energía eléctrica necesarios para ejecutarse el proyecto.

**Cuadro N° 55****Costos indirectos de fabricación**

<b>RUBROS/AÑOS</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Consumo Anual</b>					
<b>ENERGIA ELECTRICA</b>					
Cant. Kw/h.	20.225,00	20.225,00	20.225,00	20.225,00	20.225,00
Precio Kw/h.	0,10	0,11	0,11	0,12	0,12
Costo Kw/h.	<b>2.117,15</b>	<b>2.218,28</b>	<b>2.319,40</b>	<b>2.420,53</b>	<b>2.521,65</b>
<b>AGUA</b>					
Cant. M3	1.175,00	1.177,88	1.180,76	1.183,64	1.186,52
Precio M3	0,67	0,74	0,81	0,89	0,98
Costo	<b>787,25</b>	<b>871,63</b>	<b>956,42</b>	<b>1.053,44</b>	<b>1.162,79</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2.904,40</b>	<b>3.089,91</b>	<b>3.275,82</b>	<b>3.473,97</b>	<b>3.684,44</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado: El Autor

**Cuadro N° 56****Mano de obra indirecta**

<b>RUBROS/AÑOS</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
SBU Bodeguero	4800	5138,4	5500,68	5888,4	6303,6
Aporte Patronal	583,20	624,32	668,33	715,44	765,89
Fondos de reserva		428,02872			
Décimo tercer sueldo	400	428,2	458,39	490,7	525,3
Décimo cuarto sueldo	354	378,96	405,67	434,27	464,89
Vacaciones	200	214,1	229,195	245,35	262,65
<b>TOTAL</b>	<b>6337,2</b>	<b>7212,00432</b>	<b>7262,26762</b>	<b>7774,1606</b>	<b>8322,3274</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado: El Autor

**Cuadro N° 57****Costos de producción**

<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>					
<b>RUBROS/AÑOS</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
MATERIA PRIMA	119.986,36	125.125,67	130.485,11	136.074,10	141.902,49
MANO DE OBRA DIRECTA	12.044,88	13.705,39	14.671,61	15.705,96	16.813,24
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICA MOI	2.904,40	3.089,91	3.275,82	3.473,97	3.684,44
	6.337,20	7.212,00	7.262,27	7.774,16	8.322,33
<b>SUBTOTAL</b>	<b>141.272,85</b>	<b>149.132,97</b>	<b>155.694,80</b>	<b>163.028,19</b>	<b>170.722,50</b>
5% Imprevistos	7.063,64	7.456,65	7.784,74	8.151,41	8.536,13
<b>TOTAL</b>	<b>148.336,49</b>	<b>156.589,62</b>	<b>163.479,54</b>	<b>171.179,60</b>	<b>179.258,63</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado: El Autor

**5.2.2. Gastos administrativos****1. Sueldos al personal administrativo**

Dentro de lo que compete a la determinación de gastos administrativos se toman en cuenta los puestos de trabajo necesarios para que la empresa pueda poner en marcha sus actividades, para ello se muestra los cuadros con el detalle de gastos en sueldos detallados y a nivel anual, es importante señalar que la proyección se hace en base al crecimiento de los sueldos de los últimos 5 años.

**Cuadro N° 58****Remuneraciones personal administrativo (mensual)**

<b>RUBROS/AÑOS</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Gerente General	700,00	749,35	802,18	858,73	919,27
Contador /Jefe Personal	475,00	508,49	544,34	582,71	623,79
Secretaria	400,00	428,20	458,39	490,70	525,30
<b>TOTAL</b>	<b>1.575,00</b>	<b>1.686,04</b>	<b>1.804,91</b>	<b>1.932,14</b>	<b>2.068,36</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado: El Autor

**Cuadro N° 59****Remuneraciones personal administrativo (anual)**

<b>RUBROS/AÑOS</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
SBU	18.900,00	20.232,48	21.658,92	23.185,68	24.820,32
Aporte patronal	2.296,35	2.458,25	2.631,56	2.817,06	3.015,67
Fondos de Reserva		1.685,37	1.804,19	1.931,37	2.067,53
Décimo Tercer sueldo	1.575,00	1.686,04	1.804,91	1.932,14	2.068,36
Décimo Cuarto Sueldo	1.416,00	1.515,84	1.622,68	1.737,08	1.859,56
Vacaciones	787,50	843,02	902,46	966,07	1.034,18
<b>TOTAL</b>	<b>24.974,85</b>	<b>28.420,99</b>	<b>30.424,71</b>	<b>32.569,40</b>	<b>34.865,62</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado: El Autor

**2. Otros gastos generales de administración**

A parte de los gastos de personal administrativo son necesarios otro tipo de gastos como son: servicios básicos y suministros de oficina, los mismos que se detallan en los siguientes cuadros.

**Cuadro N° 60****Otros gastos de administración**

<b>RUBROS/AÑOS</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Energía eléctrica	190,00	197,32	204,91	212,80	220,99
Agua	110,00	114,24	118,63	123,20	127,94
Teléfono-Internet	420,00	436,17	452,96	470,40	488,51
<b>TOTAL</b>	<b>720,00</b>	<b>747,73</b>	<b>776,50</b>	<b>806,40</b>	<b>837,44</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado: El Autor

**Cuadro N° 61****Suministros y materiales de oficina**

<b>RUBROS/AÑOS</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Suministros y materiales de oficina	340,00	353,09	366,68	380,80	395,46
<b>TOTAL</b>	<b>340,00</b>	<b>353,09</b>	<b>366,68</b>	<b>380,80</b>	<b>395,46</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado: El Autor

**Cuadro N° 62****Resumen gastos administrativos**

<b>RUBROS/AÑOS</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Remuneraciones Administrativas	24.974,85	28.420,99	30.424,71	32.569,40	34.865,62
Suministros y Materiales	340,00	353,09	366,68	380,80	395,46
Servicios Básicos	720,00	747,73	776,50	806,40	837,44
<b>TOTAL</b>	<b>26.034,85</b>	<b>29.521,81</b>	<b>31.567,89</b>	<b>33.756,60</b>	<b>36.098,52</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado: El Autor

**5.2.3. Gastos de ventas**

Lo que tiene que ver con gastos de ventas básicamente se relaciona con las actividades necesarias para hacer que el producto llegue a los intermediarios que comercializaran el producto.

## 1. Sueldo a personal de ventas

Es importante señalar que se contara con un vendedor u un chofer los cuales estarán encargados de las tareas de ventas y distribución del producto.

### *Cuadro N° 63*

#### *Remuneraciones personal ventas (mensual)*

<b>RUBROS/AÑOS</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Vendedor</b>	400,00	428,20	458,39	490,70	525,30
<b>Chofer</b>	400,00	428,20	458,39	490,70	525,30
<b>TOTAL</b>	<b>800,00</b>	<b>856,40</b>	<b>916,78</b>	<b>981,40</b>	<b>1.050,60</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado: El Autor

### *Cuadro N° 64*

#### *Remuneraciones personal ventas (anual)*

<b>RUBROS/AÑOS</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
SBU	9.600,00	10.276,80	11.001,36	11.776,80	12.607,20
Aporte patronal	1.166,40	1.248,63	1.336,67	1.430,88	1.531,77
Fondos de Reserva		856,06	916,41	981,01	1.050,18
Décimo Tercer sueldo	800,00	856,40	916,78	981,40	1.050,60
Décimo Cuarto Sueldo	708,00	757,92	811,34	868,54	929,78
Vacaciones	400,00	428,20	458,39	490,70	525,30
<b>TOTAL</b>	<b>12.674,40</b>	<b>14.424,01</b>	<b>15.440,95</b>	<b>16.529,33</b>	<b>17.694,83</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado: El Autor

## 2. Publicidad

Dentro de publicidad se puede mencionar que con la tendencia actual en el uso de las redes sociales se utilizara este recurso de manera que se haga conocer el producto de manera gratuita ya que la publicación y difusión del producto se lo hará a través de medios como Facebook, twitter, etc., y como recurso adicional se realizaran campañas en una radio local.

**Cuadro N° 65****Publicidad**

AÑO	2015	2016	2017	2018	2019
<b>RUBROS</b>					
Radio					
Cantidad minutos	240	288	336	384	432
Precio	7,00	7,27	7,55	7,84	8,14
<b>Valor</b>	<b>1.680,00</b>	<b>2.093,76</b>	<b>2.536,80</b>	<b>3.010,56</b>	<b>3.516,48</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: El Autor

**3. Movilización y transporte****Cuadro N° 66****Combustibles, lubricantes, repuestos**

AÑO	2015	2016	2017	2018	2019
<b>RUBROS</b>					
<b>COMBUSTIBLE</b>					
Cant. Galones	960	1000	1040	1080	1120
Precio	0,98	0,98	0,98	0,98	0,98
<b>Valor</b>	<b>940,8</b>	<b>980</b>	<b>1019,2</b>	<b>1058,4</b>	<b>1097,6</b>
<b>LUBRICANTES</b>					
Cant. Galones	20,57	21,43	22,29	23,14	24,00
Precio	25,00	25,96	26,96	28,00	29,08
<b>Valor</b>	<b>514,29</b>	<b>556,29</b>	<b>600,82</b>	<b>648,00</b>	<b>697,92</b>
<b>Repuestos</b>					
Neumáticos					
Cantidad (unit)	6	6	6	6	6
Precio	280,00	290,79	302,00	313,64	325,72
<b>Valor</b>	<b>1.680,00</b>	<b>1.744,74</b>	<b>1.812,00</b>	<b>1.881,84</b>	<b>1.954,32</b>
<b>Filtros</b>					
Cantidad	8	9	9	9	10
Precio	15,00	15,58	16,18	16,80	17,45
<b>Valor</b>	<b>120,00</b>	<b>140,22</b>	<b>145,62</b>	<b>151,20</b>	<b>174,50</b>
<b>TOTAL</b>	<b>3.255,09</b>	<b>3.421,25</b>	<b>3.577,64</b>	<b>3.739,44</b>	<b>3.924,34</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: El Autor

**Cuadro N° 67****Resumen gastos de ventas**

<b>RUBROS/AÑOS</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Remuneraciones Ventas	12.674,40	14.424,01	15.440,95	16.529,33	17.694,83
Combustibles, lubricantes, etc.	3.255,09	3.421,25	3.577,64	3.739,44	3.924,34
Publicidad	1.680,00	2.093,76	2.536,80	3.010,56	3.516,48
<b>TOTAL</b>	<b>17.609,49</b>	<b>19.939,01</b>	<b>21.555,39</b>	<b>23.279,33</b>	<b>25.135,65</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado: El Autor

**5.3. Amortización del préstamo**

En lo que tiene que ver al financiamiento, se realizaran los trámites pertinentes en la Corporación Financiera Nacional, la cual financia hasta un 70% en lo que tiene que ver con proyectos nuevos y sus tasas de interés varían del 9,75% al 11.5% anual, para el proyecto se tomara en cuenta la tasa máxima.

De igual forma se hace referencia al capital que los inversionistas tendrán que aportar para poder acceder al crédito ya que CFN financia el 70% de un proyecto como máximo, el aporte de capital deberá ser de por lo menos el 30%, a continuación se detalla cómo será financiado el proyecto en lo que tiene que ver a capital propio y el acceso a un crédito.

**Cuadro N° 68****Financiamiento del proyecto**

<b>FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>PORCENTAJE %</b>
<b>Capital propio</b>	55.000,00	32,24%
<b>Crédito</b>	115.569,75	67,76%
<b>Total</b>	<b>170.569,75</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado: El Autor

**Cuadro N° 69****Tabla de amortización**

<b>TABLA DE AMORTIZACION</b>					
Crédito:	115.569,75				
Plazo:	5		Cuota	23.113,95	
Año			capital		
Tasa	11,50%				
interés:					
<b>Sobre saldos pendientes de pago</b>					
<b>AÑOS</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>CUOTA CAPITAL</b>	<b>INTERES</b>	<b>INTERES+CAPITAL</b>	<b>SALDO</b>
<b>1</b>	115.569,75	23.113,95	13.290,52	36.404,47	92.455,80
<b>2</b>	92.455,80	23.113,95	10.632,42	33.746,37	69.341,85
<b>3</b>	69.341,85	23.113,95	7.974,31	31.088,26	46.227,90
<b>4</b>	46.227,90	23.113,95	5.316,21	28.430,16	23.113,95
<b>5</b>	23.113,95	23.113,95	2.658,10	25.772,06	-
<b>TOTAL</b>			<b>39.871,56</b>	<b>155.441,32</b>	

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: El Autor

**5.4. Depreciación de los activos fijos**

Para el cálculo de las depreciaciones a los activos fijos se toman lo dispuesto en la Ley de Régimen Tributario Interno y su respectivo reglamento.

**Cuadro N° 70****Depreciación de activos fijos**

<b>RUBROS/AÑOS</b>	<b>VALOR</b>	<b>% Dep.</b>	<b>Vida Útil</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Muebles y Enseres de Equipo de Computación	4.861,00	10%	10	486,10	486,10	486,10	486,10	486,10
Vehículos	7.529,00	33%	3	2.484,57	2.484,57	2.484,57	2.484,57	2.484,57
Edificio	20.000,00	6,67%	15	1.334,00	1.334,00	1.334,00	1.334,00	1.334,00
Equipo y Maquinaria	47.884,55	5%	20	2.394,23	2.394,23	2.394,23	2.394,23	2.394,23
	24.100,00	8,33%	12	2.007,53	2.007,53	2.007,53	2.007,53	2.007,53
<b>Total</b>	<b>104.374,55</b>			<b>8.706,43</b>	<b>8.706,43</b>	<b>8.706,43</b>	<b>8.706,43</b>	<b>8.706,43</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: El Autor

## 5.5. Estados financieros

## 5.5.1. Balance general

Cuadro N° 71

Balance General

**DON FRIJOLITO**  
**BALANCE GENERAL INICIAL**  
**01 DE ENERO 2015**

<b>ACTIVO</b>	<b>PASIVO</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>PASIVO NO CORRIENTE</b> <b>115.569,75</b>
<b>EFFECTIVO Y EQUIVALENTES</b> <b>47995,21</b>	
Bancos 47.995,21	Préstamo Bancario 115.569,75
Total Activo Corriente 47995,21	
<b>NO CORRIENTE</b>	<b>TOTAL PASIVO</b> <b>115.569,75</b>
<b>Inmovilizado Material</b> <b>119.374,55</b>	
Terreno 15.000,00	
Infraestructura 47.884,55	<b>PATRIMONIO</b> <b>55.000,00</b>
Equipo y Maquinaria 24.100,00	
Equipo de Computo 7.529,00	Capital Social 55.000,00
Muebles y Enseres 4.861,00	
Vehículo 20.000,00	
	<b>TOTAL PATRIMONIO</b> <b>55.000,00</b>
<b>OTROS NO CORRIENTES</b> <b>3.200,00</b>	
Gastos diferidos 3.200,00	
<b>Total no Corriente</b> <b>122.574,55</b>	
<b>TOTAL ACTIVO</b> <b>170.569,76</b>	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b> <b>170.569,75</b>

Fuente: Estudio Financiero  
 Elaborado: El Autor

## 5.5.2. Estado de pérdidas y ganancias

### Cuadro N° 72

#### Estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
AÑO	2015	2016	2017	2018	2019
RUBROS					
INGRESOS					
<b>Vta. Producto Principal</b>	278.162,60	290.076,90	302.501,60	315.458,50	328.970,40
<b>Vta. Subproducto</b>	528,00	1.156,76	1.258,34	1.360,73	1.463,95
<b>TOTAL</b>	<b>278.690,60</b>	<b>291.233,66</b>	<b>303.759,94</b>	<b>316.819,23</b>	<b>330.434,35</b>
<b>(-) Costo Producción</b>	148.336,49	156.589,62	163.479,54	171.179,60	179.258,63
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>130.354,11</b>	<b>134.644,04</b>	<b>140.280,40</b>	<b>145.639,64</b>	<b>151.175,73</b>
<b>(-) Gastos Administrativos</b>	26.034,85	29.521,81	31.567,89	33.756,60	36.098,52
<b>(-) Gastos de venta</b>	17.609,49	19.939,01	21.555,39	23.279,33	25.135,65
<b>(-) Gastos financieros</b>	13.290,52	10.632,42	7.974,31	5.316,21	2.658,10
<b>(-) Depreciaciones</b>	8.706,43	8.706,43	8.706,43	8.706,43	8.706,43
<b>(-) Amortización gastos diferidos</b>	640,00	640,00	640,00	640,00	640,00
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>64.072,83</b>	<b>65.204,37</b>	<b>69.836,37</b>	<b>73.941,07</b>	<b>77.937,02</b>
<b>(-) 15% PTU</b>	9.610,92	9.780,66	10.475,46	11.091,16	11.690,55
<b>UTILIDAD ANTES IMPUESTOS</b>	<b>54.461,91</b>	<b>55.423,71</b>	<b>59.360,91</b>	<b>62.849,91</b>	<b>66.246,47</b>
<b>(-) 22%IR</b>	11.981,62	12.193,22	13.059,40	13.826,98	14.574,22
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>42.480,29</b>	<b>43.230,49</b>	<b>46.301,51</b>	<b>49.022,93</b>	<b>51.672,25</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado: El Autor

### 5.5.3. Flujo de caja

#### Cuadro N° 73

##### Flujo de caja

<b>DON FRIJOLITO</b>						
<b>FLUJO DE CAJA</b>						
<b>RUBROS/AÑOS</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Inversión</b>	170.569,75					
<b>Utilidad Operacional</b>		64.072,83	65.204,37	69.836,37	73.941,07	77.937,02
<b>Depreciaciones</b>		8.706,43	8.706,43	8.706,43	8.706,43	8.706,43
<b>15% PTU</b>		9.610,92	9.780,66	10.475,46	11.091,16	11.690,55
<b>22% IR</b>		11.981,62	12.193,22	13.059,40	13.826,98	14.574,22
<b>TOTAL</b>		<b>51.186,71</b>	<b>51.936,91</b>	<b>55.007,94</b>	<b>57.729,36</b>	<b>60.378,68</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: El Autor

### 5.6. Evaluación financiera

#### 5.6.1. Tasa de redescuento

#### Cuadro N° 74

##### Tasa de redescuento

<b>TASA DE REDESCUENTO</b>				
<b>FINANCIAMIENTO</b>	<b>VALOR</b>	<b>PONDERACION</b>	<b>TASA MINIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO</b>	<b>TASA DE DESCUENTO</b>
<b>Capital Propio</b>	55.000,00	32,24%	6,50%	2,10%
<b>Crédito</b>	115.569,75	67,76%	11,50%	7,79%
<b>Subtotales</b>	<b>170.569,75</b>	<b>100%</b>	<b>18%</b>	<b>9,89%</b>
	Inflación 2014			<b>3,67%</b>
	<b>TOTAL</b>			<b>13,56%</b>

**El 6,50% hace referencia a la tasa pasiva del sistema financiero.**

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado: El Autor

### 5.6.2. VAN

#### Cuadro N° 75

#### Flujos actualizados

AÑOS	Flujos Netos de Caja	Flujos Actualizados 13,56%	Flujos Actualizados
		113,56%	118,10%
1	51.186,71	45.074,60	43341,84
2	51.936,91	40.274,06	37237,14
3	55.007,94	37.562,04	33394,56
4	57.729,36	34.713,25	29675,44
5	60.378,68	31.971,03	26280,53
		<b>189.596,12</b>	<b>169.930,69</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado: El Autor

#### Cuadro N° 76

#### VAN

Inversión	<b>170.569,75</b>
VAN positivo	19.026,36
VAN negativo	-639,06

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado: El Autor

De acuerdo a los datos analizados se puede encontrar que el VAN asciende a 19.026,36 el cual es resultado de la resta a los flujos actualizados el valor de la inversión inicial, con ello podemos mencionar que el proyecto es factible.

### 5.6.3. TIR

$$\text{TIR} = 20,61\%$$

La TIR es el reflejo de la rentabilidad que devuelve el proyecto, para el caso esta es del 20,61%, ello significa que este porcentaje es el máximo en el cual se puede obtener beneficios.

#### 5.6.4. Beneficio/costo.

En lo que tiene que ver con la relación beneficio/costo se pudo determinar que esta una vez realizado la actualización de los flujos se define en 1,33 lo que significa que por cada dólar de egreso obtendremos un beneficio de 0,33 dólares.

#### 5.6.5. Periodo de recuperación de la inversión

##### *Cuadro N° 77*

##### *Periodo de recuperación de la inversión*

<b>RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>Flujos Netos de Caja</b>	<b>Flujos Actualizados (13,56%)</b>	<b>Flujos Acumulados</b>
1	51.186,71	45.074,60	45.074,60
2	51.936,91	40.274,06	85.348,66
3	55.007,94	37.562,04	122.910,70
4	57.729,36	34.713,25	157.623,95
5	60.378,68	31.971,03	189.594,98
<b>Inversión</b>	170.569,75	4 años	
<b>A</b>	12.945,81		
<b>B</b>	2.664,25		
<b>N° meses</b>	<b>4</b>	4 meses	
<b>C</b>	10.657,01		
<b>D</b>	88,81		
<b>E</b>	2.288,80		
<b>N° días</b>	<b>25</b>	25 días	
	2.220,21		
<b>F</b>	68,59		

Con lo antes señalado se puede definir que la inversión será recuperada en un periodo de 4 años, 4 meses 25 días.

### 5.6.6. Punto de equilibrio

La fórmula para el cálculo del punto de equilibrio es la siguiente:

$$PE = \frac{\text{Inversión Fija} + \text{Costo fijo}}{\text{Margen de contribución}}$$

$$PE = \frac{170569,75 + 65641,28}{1,45 - 0,77}$$

$$PE = 349.332,93$$

## **CAPÍTULO VI**

### **6. PROPUESTA ESTRATÉGICA DE LA ORGANIZACIÓN**

#### **6.1. Denominación de la empresa**

La propuesta concerniente a la denominación de la empresa es **DON FRIJOL**

#### **6.2. Tipo de empresa**

De acuerdo a la legislación del Ecuador específicamente a la Ley de Compañías, se ha tomado la decisión de constituir una sociedad anónima, por lo tanto su constitución se realizara con dos socios los cuales aportaran con el capital necesario para el funcionamiento de la sociedad.

#### **6.3. Base legal**

Uno de los principales aspectos que concierne a la creación de una unidad de producción es la constitución de la empresa de acuerdo a las leyes del Ecuador y a sus organismos competentes, para el caso serán los siguientes:

**6.3.1. SRI: Obtener el Registro único de Contribuyentes**

**6.3.2. Superintendencia de Compañías: Constitución y registro de socios, capital suscrito, administradores, representantes legales, los demás que sean necesarios.**

**6.3.3. Registro mercantil: Registro de la empresa y de sus administradores.**

**6.3.4. Municipio: Pago de patentes.**

### **6.3.5. Bomberos: Permisos de Funcionamiento**

### **6.3.6. Los demás que sean necesarios.**

## **6.4. Bases filosóficas**

### **6.4.1. Misión**

La empresa “DON FRIJOLITO” tiene como misión especializarse en la industrialización y comercialización de fréjol cocido con características de calidad que satisfagan al mercado, mediante la especialización de su personal operativo y administrativo.

### **6.4.2. Visión**

Dentro de cinco años la empresa busca posicionarse como una empresa líder en el mercado local con expectativas de expansión al ámbito regional y nacional proveyendo un producto de calidad que permita generar competitividad con mejoramiento continuo.

### **6.4.3. Objetivos organizacionales**

#### **1. Objetivo general**

Constituirse como una empresa líder en el mercado de la industrialización y comercialización de fréjol cocido, en base a una administración eficiente y oportuna en la toma de decisiones.

#### **2. Objetivos específicos**

- a. Posicionar la marca dentro del mercado.
- b. Desarrollo de canales de comercialización y comunicación con el cliente.
- c. Lograr la consolidación de un ente económico estable.

### **3. Objetivos estratégicos**

- a. Reinventar el modelo de negocio.
- b. Ofrecer un producto de calidad
- c. Incentivo en la producción de fréjol en la región para así obtener materia prima a bajos costos.

#### **6.4.4. Valores corporativos**

Dentro de una empresa lo principal dentro del personal administrativo y operativo es el fomento de valores que les constituyan como un ente sólido.

- a. Puntualidad: Una de las principales características dentro del personal es la puntualidad ya que la pérdida de tiempo significa pérdida de dinero.
- b. Honestidad: El trabajo debe ser desempeñado por personas que irradian transparencia y sobre todo que cada uno de los empleados y administradores puedan confiar el uno en el otro.
- c. Respeto: El respeto entre los miembros de la empresa y para con los clientes es fundamental en la creación de un ambiente de armonía.
- d. Calidad y entrega: El desempeño de la parte administrativa y operativa debe reflejarse en la presentación de un producto que preste satisfacción al cliente.

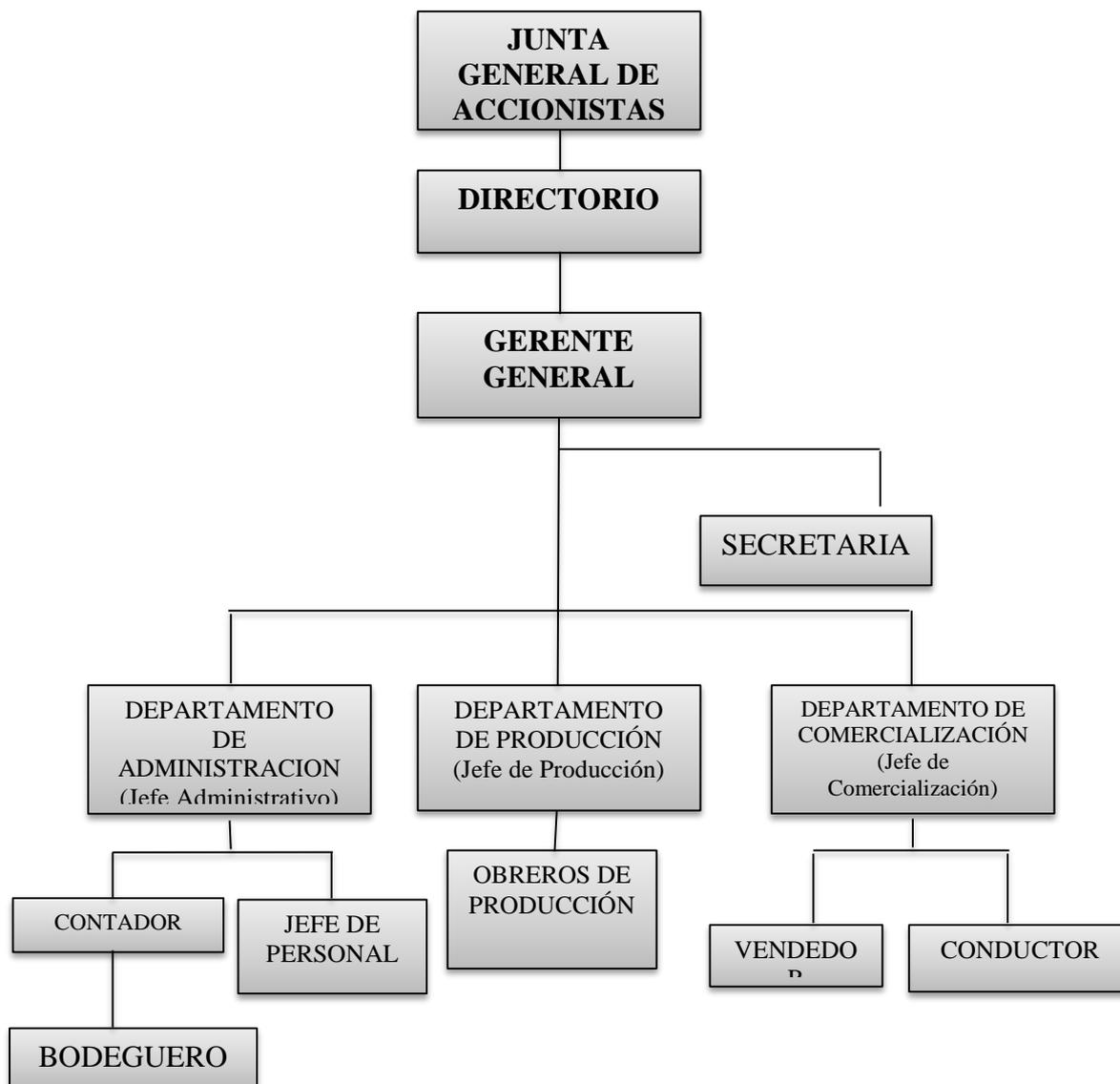
#### **6.5. Estructura orgánica**

La estructura orgánica dentro de la empresa representa los niveles jerárquicos de personal que presta sus servicios en la empresa, de igual forma constituye un instrumento necesario que permite llevar las cosas de manera ordenada y eficiente.

### 6.5.1. Organigrama estructural

Gráfico N° 33

Orgánico estructural empresa Don Frijolito



## 6.6. Descripción de funciones

### 6.6.1. Orgánico funcional

**1. Junta General de Accionistas:** Dentro de la empresa se constituye como la máxima autoridad, por lo tanto sus atribuciones son:

- a. Nombrar al presidente, gerente, miembros de directorio cuando la empresa lo requiera.
- b. Aprobación de informes financieros y administrativos de cada periodo económico.
- c. Decisión en lo concerniente a los resultados financieros de la empresa.
- d. Aprobación de reglamentos, estatutos, transformación, fusión, disolución de la compañía.
- e. Los demás que establezcan las leyes pertinentes.

**2. Directorio:** Dentro del ámbito jerárquico se ubican bajo la supervisión de la junta general de accionistas, sus principales funciones son:

- a. Establecer normas y políticas de la empresa.
  - b. Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de la junta general.
  - c. Emitir opinión en las decisiones importantes en el manejo de los recursos financieros de la empresa.
  - d. Supervisar las gestiones de la gerencia y de ser el caso intervenir en la toma de decisiones dentro del manejo de personal.
  - e. Analizar los riesgos que puede tener la empresa y dar soluciones eficientes y oportunas.
- a. Las demás que se establecen en las leyes pertinentes.

**3. Gerente General:** Responde directamente al directorio de la empresa por la toma de decisiones, de igual forma presenta sus informes y análisis al mismo.

**Cuadro N° 78**

**Gerente general**

<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	<b>GERENTE GENERAL</b>	
<b>MISION DEL PUESTO</b>	Realizar todas las actividades referentes a la planificación, ejecución, organización y control de la empresa, de igual forma cumplir con todas las tareas encomendadas por parte del directorio de accionistas.	
<b>PERFIL</b>	Capacidad para tomar decisiones.	
	Emprendedor y dinámico.	
	Creativo e innovador.	
	Liderazgo con sus colaboradores	
	Flexible y seguro en sus disposiciones	
<b>REQUERIMIENTOS</b>	Profesional en Administración de Empresas, Auditoría, Economía o afines.	
	Experiencia en el ámbito empresarial y dirección de empresas.	
	Capacitaciones en lo concerniente a manejo de personal y trato a clientes.	
<b>FUNCIONES</b>		
Representar a la empresa judicial y extrajudicialmente.		
Ejecutar las políticas administrativas, financieras y operativas establecidas.		
Liderar al personal de la empresa.		
Toma de decisiones de carácter inmediato.		
Presentar informes al directorio y junta de accionistas.		
Análisis de resultados y ejecución de políticas para el crecimiento institucional.		
Cumplir y hacer cumplir las políticas, normas, estatutos establecidos en la empresa y las leyes que instituye el estado.		
Los demás que establecen las leyes pertinentes.		
<b>Elaborado</b>	<b>Revisado</b>	<b>Aprobado</b>

**4. Secretaria:** Su jefe inmediato es el gerente general, a quien responde por sus labores y responsabilidades.

**Cuadro N° 79**

**Secretaria**

<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	<b>SECRETARIA</b>	
<b>MISION DEL PUESTO</b>	Ser un apoyo incondicional para la gerencia en sus actividades de planificación y ejecución de actividades o proyectos que desarrolle la empresa.	
<b>PERFIL</b>	Responsabilidad y puntualidad.	
	Trabajo en equipo.	
	Destreza mental.	
	Buenas relaciones con clientes, proveedores y compañeros de labores.	
	Disposición para trabajar bajo presión.	
<b>REQUERIMIENTOS</b>	Experiencia en manejo de sistemas operativos.	
	Buena presencia y trato con clientes y proveedores.	
	Título en secretariado, administración, contabilidad o afines.	
	Experiencia en cargos similares.	
<b>FUNCIONES</b>		
Manejo de archivo.		
Colaboración directa con la gerencia en planificación de reuniones, envío de comunicados, recepción de correspondencia, manejo de agenda, relaciones públicas, etc.		
Confidencialidad con información a su cargo.		
Estar a cargo de los trámites legales.		
Recepción de documentos		
Manejo de comunicaciones tanto verbales como escritas.		
Se involucra directamente en las funciones del gerente.		
<b>Elaborado</b>	<b>Revisado</b>	<b>Aprobado</b>

**5. Jefe de Administración:** Responde directamente por sus actos y responsabilidades al gerente general de la empresa.

**Cuadro N° 80**

**Jefe de administración**

<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	<b>JEFE DE ADMINISTRACIÓN</b>	
<b>MISION DEL PUESTO</b>	Coordinar y supervisar la Administración, Contabilidad y Presupuestos y consolidar la información de la empresa.	
<b>PERFIL</b>	Responsabilidad y puntualidad.	
	Trabajo bajo presión.	
	Don de mando y liderazgo.	
	Destreza mental.	
	Flexible y seguro de sus decisiones.	
<b>REQUERIMIENTOS</b>	Profesional en administración de empresas, economía, auditoria o afines.	
	Experiencia con manejo de personal.	
	Capacitación en manejo de personal.	
	Capacitación en manejo financiero.	
<b>FUNCIONES</b>		
Dirección del departamento administrativo.		
Revisión de informes financieros.		
Elaboración de informes administrativos y financieros para la gerencia de manera periódica y oportuna.		
Análisis de resultados y toma de decisiones conjuntamente con la gerencia.		
Apoyo y trabajo en conjunto con gerencia.		
<b>Elaborado</b>	<b>Revisado</b>	<b>Aprobado</b>

**6. Contador:** Depende directamente del jefe administrativo, a quien debe presentar sus informes periódicamente y de manera oportuna.

**Cuadro N° 81**

**Contador**

<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	<b>CONTADOR</b>	
<b>MISION DEL PUESTO</b>	Es suministrar a la Gerencia información financiera confiable, útil y oportuna para la toma de decisiones y el control gerencial	
<b>PERFIL</b>	Trabajo en equipo.	
	Razonamiento e interpretación de resultados.	
	Honrado y responsable.	
	Destreza mental.	
	Seguridad, firmeza.	
<b>REQUERIMIENTOS</b>	Título de tercer nivel.	
	Experiencia en el campo empresarial.	
	Conocimiento de leyes tributarias, societarias, laborales, etc.	
	Trato de personal.	
<b>FUNCIONES</b>		
Realización de roles de pago mensuales.		
Elaboración de impuestos.		
Generar planillas del IESS.		
Presentar informes económicos de manera oportuna.		
Comparar resultados periódicamente y comunicar de las novedades encontradas a la gerencia.		
Realizar asientos contables y revisión de cuentas de mayor.		
Conciliación de las cuentas contables.		
Revisar de manera periódica las cuentas y documentos por cobrar y por pagar.		
<b>Elaborado</b>	<b>Revisado</b>	<b>Aprobado</b>

**7. Bodeguero:** Su jefe inmediato es el contador a quien debe reportar informes concernientes a existencias, entradas y salidas de productos a su cargo.

**Cuadro N° 82**

**Bodeguero**

<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	<b>BODEGUERO</b>	
<b>MISION DEL PUESTO</b>	Recepcionar materiales de proveedores, chequear estos de acuerdo a los requerimientos, mantener en resguardo los bienes materiales adquiridos apoyando en labores de almacenaje, orden y limpieza; Uso de herramientas computacionales en el rotulado y control de insumos.	
<b>PERFIL</b>	Trabajo en equipo.	
	Ética profesional.	
	Rapidez y eficiencia.	
	Responsable de sus ocupaciones.	
<b>REQUERIMIENTOS</b>	Tener conocimiento en almacenamiento y conservación de productos alimenticios.	
	Experiencia en cargos similares.	
	Conocimiento de administración, contabilidad o afines.	
	Manejo de sistemas de control de inventario.	
<b>FUNCIONES</b>		
Realizar el almacenaje de materias primas y productos terminados.		
Controlar las existencias de inventarios.		
Clasificación de materias primas y productos terminados.		
Registro de entradas y salidas de inventario.		
Revisión de rotación de productos.		
Entregar y despachar materias primas y productos terminados de acuerdo a los requerimientos.		
<b>Elaborado</b>	<b>Revisado</b>	<b>Aprobado</b>

**8. Jefe de personal:** Depende del jefe administrativo, a quien debe informare de manera oportuna y recurrente sobre las novedades de personal.

**Cuadro N° 83**

**Jefe de personal**

<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	<b>JEFE DE PERSONAL</b>	
<b>MISION DEL PUESTO</b>	Planificar, dirigir y controlar los procesos vinculados a la administración de talento humano tales como: vinculación, capacitación, desarrollo, remuneraciones, movimientos de personal, compensaciones y beneficios del personal, en función de los objetivos de la empresa.	
<b>PERFIL</b>	Trabajo bajo presión.	
	Manejo de relaciones con los empleados.	
	Competencias de liderazgo.	
	Influencia en el personal.	
	Capacidad de resolver conflictos.	
<b>REQUERIMIENTOS</b>	Título en administración, contabilidad, economía o afines.	
	Experiencia en el manejo de personal.	
	Conocimientos sólidos en el ámbito laboral.	
<b>FUNCIONES</b>		
Evaluación al personal.		
Dirección del talento humano.		
Asesorar y participar en la formulación de la política de personal.		
Revisión de contratos, renunciaciones, despidos, actas de finiquito.		
Colaborar con la administración en la estructuración de las escalas salariales de la empresa.		
Hacer cumplir las políticas, normas y reglamentos internos.		
<b>Elaborado</b>	<b>Revisado</b>	<b>Aprobado</b>

**9. Jefe de producción:** Su jefe inmediato se constituye el gerente general, a quien reporta sus informes acerca de la producción.

**Cuadro N° 84**

**Jefe de producción**

<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	<b>JEFE DE PRODUCCIÓN</b>	
<b>MISION DEL PUESTO</b>	Supervisar todas las líneas de producción durante todo el proceso, se encarga de revisar la dotación de materia prima y suministros, está a cargo del personal operario y primordialmente coordina con la gerencia las ordenes de producción.	
<b>PERFIL</b>	Trabajo en equipo.	
	Liderazgo y don de mando.	
	Responsabilidad y estabilidad emocional.	
	Comunicación fluida con el personal.	
<b>REQUERIMIENTOS</b>	Título de tercer nivel en áreas de agroindustrias o afines.	
	Experiencia en el manejo y control de calidad de alimentos.	
	Orientado al logro de metas.	
<b>FUNCIONES</b>		
Supervisión de procesos productivos, personal y control de calidad.		
Coordinar labores de producción.		
Verificar el funcionamiento de maquinaria y equipos.		
Responsable de existencias de materia prima directa, indirecta y suministros en conjunto con bodega.		
Ejecuta planes de mejora en procesos de producción.		
Control de orden y limpieza de área de trabajo, maquinaria y suministros.		
<b>Elaborado</b>	<b>Revisado</b>	<b>Aprobado</b>

**10. Obreros de producción:** Responden a las órdenes del jefe de producción.

*Cuadro N° 85*

*Obreros de producción*

<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	<b>OBREROS DE PRODUCCIÓN</b>	
<b>MISION DEL PUESTO</b>	Prestar su servicio laboral, trabajando con la intención de satisfacer las necesidades de su jefe, entregar un producto de calidad y cumplir los parámetros de eficiencia y eficacia que se le impongan	
<b>PERFIL</b>	Responsabilidad y puntualidad.	
	Trabajo en equipo.	
	Buena comunicación con el resto de sus compañeros de trabajo.	
	Honestidad.	
<b>REQUERIMIENTOS</b>	Experiencia en manejo de alimentos y producción de los mismos.	
	Manejo de maquinaria.	
<b>FUNCIONES</b>		
Encargados del proceso de producción del fréjol cocido.		
Revisión de estar proveídos de materias primas y suministros.		
Mantenimiento de maquinaria y equipo.		
Aseo del área de producción.		
Elaboración del producto final en el tiempo establecido.		
<b>Elaborado</b>	<b>Revisado</b>	<b>Aprobado</b>

**11. Jefe de comercialización:** Responde al gerente como su jefe inmediato.

*Cuadro N° 86*

*Jefe de Comercialización*

<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	<b>JEFE DE COMERCIALIZACIÓN</b>	
<b>MISION DEL PUESTO</b>	Se encarga de dirigir, planificar, organizar todo lo referente a la comercialización del producto, diseña canales de distribución, mejores opciones de promoción y estrategias de comercialización.	
<b>PERFIL</b>	Trabajo bajo presión.	
	Trabajo en equipo y dirección de personal.	
	Destreza mental.	
	Puntualidad y responsabilidad.	
<b>REQUERIMIENTOS</b>	Profesional en marketing, economía, administración o afines.	
	Experiencia en ventas y comercialización.	
	Capacitación en manejo de clientes.	
<b>FUNCIONES</b>		
Elaborar plan de mercadeo.		
Encargado de revisar y evaluar niveles de ventas.		
Revisión, análisis y recuperación de cartera.		
Verificación de inventarios para comercializar.		
Propuestas de comercialización y promoción del producto.		
<b>Elaborado</b>	<b>Revisado</b>	<b>Aprobado</b>

**12. Vendedor:** Responde de manera directa a su inmediato que se constituye el jefe de comercialización.

**Cuadro N° 87**

**Vendedor**

<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	<b>VENDEDOR</b>	
<b>MISION DEL PUESTO</b>	Dar un valor agregado al producto para que este entre en el mercado, de igual forma es el encargado de obtener resultados de ventas en volumen y precio del producto.	
<b>PERFIL</b>	Facilidad de comunicación y poder de convencimiento.	
	Honestidad y puntualidad.	
	Trato con clientes.	
<b>REQUERIMIENTOS</b>	Conocimientos en ventas y comercialización.	
	Título en marketing, administración, contabilidad o afines.	
	Experiencia en el ámbito de ventas.	
	Conocimiento en el manejo de alimentos.	
<b>FUNCIONES</b>		
Ventas personalizadas con los clientes.		
Búsqueda de nuevos mercados.		
Verificación de inventarios listos para la venta.		
Revisión de cartera.		
Cobro de cartera.		
Presentar propuestas de expansión en el mercado.		
Análisis del mercado para mejorar el producto en su presentación y calidad.		
Realización de propuestas coherentes en la promoción del producto.		
<b>Elaborado</b>	<b>Revisado</b>	<b>Aprobado</b>

**13. Conductor:** Responde de manera directa al jefe de comercialización como su inmediato.

*Cuadro N° 88*

**Conductor**

<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	<b>CONDUCTOR</b>	
<b>MISION DEL PUESTO</b>	El conductor es el encargado de hacer llegar el producto de manera oportuna y sin que el mismo pierda sus propiedades de calidad y presentación.	
<b>PERFIL</b>	Responsable y puntual.	
	Ético y honesto.	
	Trato con clientes.	
	Manejo a la defensiva.	
<b>REQUERIMIENTOS</b>	Título de conductor profesional con licencia tipo E.	
	Experiencia en conducción.	
	Conocimiento en el manejo de alimentos.	
	Conocimiento de trato al cliente.	
<b>FUNCIONES</b>		
Revisión de las órdenes de entrega antes de salir el producto de bodega.		
Trazado de rutas de distribución para optimizar el tiempo.		
Encargado de transporte de materia prima, materiales e insumos a la empresa de manera oportuna.		
Verificar la carga y descarga de los productos.		
Revisión de que los documentos para circular estén en orden.		
Encargado de hacer los chequeos y mantenimientos oportunamente al vehículo.		
<b>Elaborado</b>	<b>Revisado</b>	<b>Aprobado</b>

## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS DEL PROYECTO

El análisis de impactos constituye un análisis de los aspectos positivos y negativos que afectan al proyecto, en áreas y ámbitos diferentes, para lo cual se ha escogido los contextos más relevantes y que se acoplan a la investigación.

Para dicho análisis se toma en cuenta relaciones numéricas de acuerdo a la siguiente ponderación:

#### *Cuadro N° 89*

#### *Tabla de valoración de impactos*

NIVEL	IMPACTO
-3	Alto Negativo
-2	Medio Negativo
-1	Bajo Negativo
0	No hay Impacto
1	Bajo Positivo
2	Medio Positivo
3	Alto Positivo

Elaborado por: El Autor

Para dicho análisis se toma en cuenta la elaboración de una matriz de evaluación de impactos, en la cual serán colocados una serie de indicadores que darán la información necesaria para cada ámbito o área investigada.

Para determinar el nivel de impacto se realizara la siguiente operación:

$$\text{nivel de impacto} = \frac{\text{sumatoria de calificación}}{\text{numero de indicadores}}$$

## 7.1. Impacto social

### Cuadro N° 90

#### Impacto social

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Calidad de Vida						X	
Desarrollo Comunitario							X
Migración						X	
<b>TOTAL</b>						<b>4</b>	<b>3</b>

Elaborado por: El autor

$$\text{nivel de impacto} = \frac{\text{sumatoria de calificacion}}{\text{numero de indicadores}}$$

$$\text{nivel de impacto} = \frac{7}{3}$$

$$\text{nivel de impacto} = 2.33$$

$$\text{nivel de impacto} = 2 \text{ MEDIO POSITIVO}$$

Con la implementación del proyecto, se permitirá mejorar la calidad de vida de la población del cantón Bolívar, ya que a través de la creación de nuevas fuentes de empleo se puede permitir una mejora en los ingresos de la localidad, y ello incide directamente en el desarrollo comunitario con lo cual uno de los fenómenos sociales más comunes de la actualidad como es la migración de las personas en busca de mejores oportunidades se puede reducir ya que se les presentaran oportunidades de inversión, de trabajo y de crecimiento económico.

## 7.2. Impacto económico

### Cuadro N° 91

#### Impacto económico

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Rentabilidad						X	
Fuentes de trabajo						X	
Inversión							X
<b>TOTAL</b>						<b>4</b>	<b>3</b>

Elaborado por: El autor

$$\text{nivel de impacto} = \frac{\text{sumatoria de calificacion}}{\text{numero de indicadores}}$$

$$\text{nivel de impacto} = \frac{7}{3}$$

$$\text{nivel de impacto} = 2.33$$

$$\text{nivel de impacto} = 2 \text{ MEDIO POSITIVO}$$

Una de las principales consecuencias en el ámbito económico es la obtención de rentabilidad, ya que el proyecto estará enfocado en la obtención de ingresos que permitan la permanencia de la empresa dentro del mercado, con ello es posible generar fuentes de empleo lo cual es positivo en el desarrollo económico e implica que la estabilidad económica de las familias sea positiva, otro punto fuerte dentro de la propuesta es que no solo se invertirá dentro de la empresa, sino que los agricultores se verán beneficiados con la presencia de una demanda estable de fréjol. Con todo lo detallado anteriormente se puede concluir que el nivel de impacto económico que es de 2 MEDIO POSITIVO demuestra que el proyecto es positivo dentro del ámbito monetario.

### 7.3. Impacto ambiental

#### Cuadro N° 92

#### Impacto ambiental

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Reciclaje		X					
Optimizar Materia Prima						X	
Emisión de Gases						X	
<b>TOTAL</b>			<b>-1</b>			<b>4</b>	

Elaborado por: El autor

$$\text{nivel de impacto} = \frac{\text{sumatoria de calificacion}}{\text{numero de indicadores}}$$

$$\text{nivel de impacto} = \frac{3}{3}$$

$$\text{nivel de impacto} = 1$$

$$\text{nivel de impacto} = 1 \text{BAJO POSITIVO}$$

Dado que dentro de nuestra cultura el reciclaje se ha venido instaurando desde hace poco tiempo es porque se da una valoración baja negativa al reciclaje, es importante señalar que uno de los principales compromisos de la empresa es contribuir con el ambiente en su conservación, será una prioridad el optimizar la materia prima directa, indirecta e insumos que intervengan dentro del proceso productivo, un punto a favor que sobresale es la baja emisión de gases de efecto invernadero ya que con la mejora de tecnologías se pretende utilizar marmitas de cocción alimentadas con electricidad y no con combustibles fósiles.

## 7.4. Impacto cultural

### Cuadro N° 93

#### Impacto cultural

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Cultura de ahorro						X	
Igualdad de género					X		
Identidad cultural							X
<b>TOTAL</b>					<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>

Elaborado por: El autor

$$\text{nivel de impacto} = \frac{\text{sumatoria de calificacion}}{\text{numero de indicadores}}$$

$$\text{nivel de impacto} = \frac{6}{3}$$

$$\text{nivel de impacto} = 2$$

$$\text{nivel de impacto} = 2 \text{ medio POSITIVO}$$

Es importante señalar que el impacto cultural es medio positivo por la influencia que el proyecto tendrá en la población en su cultura de consumo de frejol en la dieta alimenticia de los habitantes del Carchi, al entregarse un proceso de industrialización al frejol se le entregara un valor agregado que contribuirá al desarrollo cultural de la zona.

## CONCLUSIONES

Una vez concluido con el desarrollo del estudio, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Mediante los medios de investigación se pudo encontrar que dentro del sector no existe una planta que se encargue de industrializar y comercializar el fréjol, por lo tanto el proyecto tiene gran posibilidad de introducirse en el mercado.
- Las bases teóricas y científicas se constituyen en un pilar fundamental para la elaboración del proyecto, ya que las mismas dan las pautas de cómo realizar la propuesta.
- Uno de los puntos a favor del proyecto fue la ubicación, ya que la misma permite llegar de manera fácil y directa a los proveedores de la materia prima, al igual que permite una distribución eficiente.
- El fréjol se constituye en un nutriente indispensable en la dieta de las personas, razón por la cual su consumo tiene una gran acogida dentro de la población, después de realizar el estudio de mercado se pudo encontrar que la propuesta tiene acogida dentro del sector.
- Después de realizar el estudio y análisis económico y financiero al proyecto se obtuvo resultados favorables, los cuales demuestran su rentabilidad, a pesar de que la inversión inicial es alta, esta será recuperada dentro de los primeros años de iniciado la propuesta.
- Es importante señalar que la organización de la empresa busca optimizar el desempeño en las actividades de cada uno de los miembros, se perfila a pequeña escala dada sus características.

## RECOMENDACIONES

Una vez concluido el estudio se pueden mencionar las siguientes recomendaciones:

- Es indispensable que en el lugar donde se implemente el proyecto cuente con todos los requerimientos del caso para la puesta en marcha y su desarrollo, para el caso es indispensable que haya facilidad de obtener materia prima, mano de obra, servicios básicos, etc.
- Es importante que se busque mayor interés por parte de organismos del estado al igual que instituciones del sector privado, las cuales pueden aportar con inversión para el desarrollo de este tipo de proyectos que buscan ofertar productos nutritivos y sanos.
- El beneficio que ofrece el proyecto es evidente, por lo tanto es importante que los inversionistas ejecuten el proyecto optimizando los recursos, realizando controles al aspecto financiero y económico de manera periódica ya que la inversión inicial es alta.
- Las empresas deben encaminarse a brindar calidad y servicio para de esta forma mantenerse en el mercado e incrementar las ventas haciendo que sus clientes se sientan satisfechos con el bien o servicio obtenido.
- La competitividad dentro del mercado debe ser la prioridad para la empresa, ya que ello le permitirá mantenerse dentro del sector productivo y comercial, para ello se deben fijar precios en base a análisis detallados de la competencia, de costos y márgenes de rentabilidad.
- Es importante señalar que a futuro se realice un estudio para la implementación de una planta de biogás, la cual sea utilizada para producir combustible con los desechos que genere el proceso productivo, y de este modo disminuir el impacto ambiental que el proyecto genera.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARBOLEDA VELEZ, German, Proyectos, Identificación, Formulación, Evaluación y Gerencia, Segunda edición, Colombia, Alfaomega Colombia S.A. (2013)
- BACA URBINA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, sexta edición, Mexico, McGRAW-HILL / Interamericana Editores S.A. de CV. (2010)
- BAENA TORO, Diego, Análisis Financiero Enfoque y Proyecciones, primera edición, Bogotá, ECOE Ediciones. (2010)
- IZAR LANDETA, Manuel, Ingeniería Económica y Financiera, primera edición, México, Editorial Trillas. (2013)
- KOTLER, Philip & ARMSTRONG, Gary, Marketing, Decimocuarta edición, México, Pearson. (2013)
- MENDEZ, José Silvestre, Fundamentos de Economía para la Sociedad del Conocimiento, sexta edición, México D.F., Edamsa Impresiones S.A. de CV. (2014)
- SAPAG CHAIN, Nassir, Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación, segunda edición, Chile, Pearson Educación. (2011)
- SARMIENTO R., Rubén, Contabilidad de Costos, segunda edición, Quito, Impresos Andinos S.A. (2010)
- ZAMBRANO PONTON, Pablo, Microeconomía, primera edición, Ecuador – Quito, Editorial Jurídica del Ecuador. (2013)

## REFERENCIAS LEGALES

- Código de trabajo.
- Ley Orgánica del Régimen Tributario Interno.
- Ley de Compañías.
- Normas INEN

## LINKOGRAFÍA

- [Http://dle.rae.es](http://dle.rae.es) (Real Academia De La Lengua)
- [Http://www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)
- [www.trabajo.gob.ec/wp.../Reglamento-Interno-MRL-corregido-21.doc](http://www.trabajo.gob.ec/wp.../Reglamento-Interno-MRL-corregido-21.doc)

# ANEXOS

**ANEXO 1****UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE****FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS****ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE CARCHI**

**Objetivo General:** Determinar el estudio de factibilidad de crear una empresa dedicada a la industrialización y comercialización de fréjol cocido.

**INSTRUCCIONES**

Lea detenidamente las preguntas y seleccione con una **X** las opciones que usted crea conveniente.

**DATOS INFORMATIVOS**

Edad:..... Género:

Ocupación: Ama de Casa  Comerciante  Estudiante   
Empleado Público  Empleado Privado

**CUESTIONARIO**

1. ¿Consume usted fréjol?

SI  NO

2. ¿Qué cantidad de fréjol consume de manera semanal?

250 gramos   
500 gramos   
750 gramos   
1000 gramos   
Otros.....

3. ¿Toma en cuenta el lugar donde adquiere este tipo de productos?

SI  NO

**4. ¿En qué lugar prefiere comprar este producto?**

- Tienda   
Mercados   
Supermercados   
Otros: .....

**5. ¿Considera que el precio pagado por el producto se justifica con la calidad del mismo?**

- SI  NO

**6. ¿Qué aspecto cree que tiene mayor importancia a la hora de adquirir fréjol?**

- Precio   
Calidad   
Presentación   
Conservación

**7. ¿Estaría de acuerdo con que se cree una empresa encargada de elaborar fréjol cocido?**

- SI  NO

**8. ¿Estaría dispuesto a adquirir el fréjol cocido como una opción alimenticia?**

- SI  NO

**9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el producto en presentación de 500 gramos?**

- \$1,15 A \$1,30   
\$1,31 A \$1,45   
\$1,46 A \$1,60

**10. ¿En qué medio de comunicación le gustaría que se promocióne el fréjol cocido?**

- RADIO   
TELEVISIÓN   
REDES SOCIALES   
PRENSA ESCRITA   
VOLANTES

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**ANEXO 2****UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE****FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS****ENCUESTA DIRIGIDA A LOS INTERMEDIARIOS**

**Objetivo:** La presente encuesta tiene como objetivo el recolectar información con respecto a la factibilidad de crear una empresa dedicada a la industrialización y comercialización de productos empacados de Fréjol.

**INSTRUCCIONES**

Lea detenidamente las preguntas y seleccione con una **X** las opciones que crea convenientes en las preguntas que lo requieran.

**DATOS INFORMATIVOS**

Nombre Comercial:.....

Ciudad:.....

Edad:.....

Sexo: M.... F....

1. Dentro de su negocio se expenden productos empacados de fréjol.

Si (...)

No (...)

2. ¿Qué cantidad de fréjol empacado en presentación de 450 gramos adquiere para la venta?

¿Con que frecuencia lo hace?

Semanal  Cantidad...

Quincenal  Cantidad....

Mensual  Cantidad....

3. A continuación se detallan varios aspectos, señale cual considera de mayor importancia a la hora de adquirir fréjol empacado.

Precio

Calidad

Presentación

Marca

4. ¿Le gustaría adquirir fréjol cocido y empacado al vacío para la venta?

Si (...)

No (...)

5. ¿En qué tipo de presentación le gustaría que se comercialice el fréjol cocido y empacado?

1000 gramos

500 gramos

6. ¿Considera que es importante la marca a la hora de adquirir fréjol cocido?

Si (...)

No (...)

7. ¿Considera que la promoción es importante a la hora de comercializar un producto?

Si (...)

No (...)

8. ¿Los precios del fréjol empacado que comercializa considera usted que justifican su calidad?

Si (...)

No (...)

**Gracias por su atención**

## ANEXO 3

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN</b>	
<b>Ficha n°</b>	
<b>Fecha</b>	
<b>Hora</b>	
<b>Elaborado por:</b>	
<b>Ciudad</b>	
<b>Dirección</b>	
<b>TIEMPO</b>	<b>OBSERVACIÓN</b>
<b>PALABRAS CLAVE</b>	

## ANEXO 4

## Locales fuente para el censo

Núm.	Local Comercial	Dirección
<b>Tulcán</b>		
1	Surtí Max	Av. Veintimilla (Frente al cuartel)
2	Súper Express	Av. Veintimilla
3	Micro mercado LC	Junto al terminal
4	Víveres Sarinahin	Av. Coral
5	Distribuidora su Miscelánea	Av. Coral y Venezuela
6	Micro mercado Arita	Junto al terminal
<b>Julio Andrade</b>		
7	Tienda del Ahorro	Entre el Oro y Juan Montalvo
8	Víveres Odalys	Juan Montalvo y María Borja
9	Víveres Nuevo Horizonte	13 de Abril y Orejuela
10	Supermercado Aldair	8 de Diciembre (parque central)
<b>Huaca</b>		
11	Micro mercado Central	Juan Montalvo y García Moreno
12	Víveres Leidy	Eugenio Espejo entre 8 de Diciembre y García Moreno
<b>San Gabriel</b>		
13	Minimarket Alejandro	Carrera los Andes y Rumichaca
14	Víveres Otavalo	Atahualpa y Rumichaca
15	Surtigranos	Montufar y Salinas
<b>Bolívar</b>		
16	Víveres Andrea	Julio Andrade y García Moreno
17	Micro mercado Santa Anita	Av. Mantilla y García Moreno
<b>El Ángel</b>		
18	Micro mercado Espejo	Av. Salinas
<b>Mira</b>		
19	Bodega Magdalena	García Moreno y 13 de Abril
20	Víveres Elizabeth	13 de Abril

**ANEXO 5****DATOS TECNICOS MAQUINARIA Y EQUIPO**

<b>DATOS TECNICOS</b>	<b>CAPACIDAD</b>	<b>CONSUMO</b>
MARMITA DE COCCION	380 LITROS CADA 2,5 HORAS	3,63KW/h
SELECCIONADORA DE GRANOS	1.5 TONELADAS POR HORA	2,63KW/h
EMPACADORA	50-100 BOLSAS POR MINUTO	2,14KH/h
SELLADORA	900 FUNDAS HORA	2,14KH/h

**ANEXO 6****Cultivo de frejol**

## ANEXO 7

## Proformas

# P&S SYSTEMS

VENTA Y MANTENIMIENTO DE EQUIPOS Y SUMINISTROS DE COMPUTACIÓN E IMPRESORAS  
 VENTA DE SISTEMA CONTABLE SICADI Y DESARROLLO DE SOFTWARE  
 AV. EUGENIO ESPEJO 9-66 BONILLA 062585463/097789205 / 0987805075

CLIENTE : ALEXANDER CANGAS  
 DIRECCIÓN :  
 FECHA : 15/12/2015

CIUDAD : IBARRA

## PROFORMA

CANT.	PRODUCTO	V. UNITARIO	V. TOTAL
2	IMPRESORA MATRICIAL EPSON LX-350	209,82	419,64
2	IMPRESORA MULTIFUNCION EPSON L210	202,68	405,36
5	COPUTADORA DE ESCRITORIO CASE KIT E LASER NEGRO BOARD GIGABYTE H81MS LGA 1150 PROCESADOR INTEL CORE I3 DISCO DURO 500GB SATA WD 7200RMP BLUE 32Mb DIMM 4Gb DDR3 PC 1600Mhz KINGSTON PC DVD RW LG SUPER MULTI SATA 24x DVD 52X CD LECTOR MULTI CARD 3.5 INTERNO MONITOR 20" LED LG REGULADOR FORZA 1200VA 600W 110V COBERTOR NORMAL 20LCD WINDOWS 7 HOME BASIC 64 BITS	550,89	2754,46
			3579,46
			429,54
		VALOR TOTAL	4009,00

TIEMPO DE ENTREGA 48 HORAS A LA CONFIRMACION DEL PEDIDO

VALIDEZ DE LA PROFORMA 3 DIAS

GARANTIA DE UN AÑO CONTRA DEFECTOS DE FABRICACION

SISTEMA OPERATIVO : NINGUNO

NOTA: LOS PRECIOS PUEDEN CAMBIAR SIN PREVIO AVISO

SANTIAGO YEPEZ R.  
 GERENTE DE VENTAS





Quito, 11 de Diciembre del 2015

**Señores**

**Atentamente,  
Omar Cangas**

De mis consideraciones:

**SQLSYS Cía. Ltda.**, se dedica al desarrollo e implementación de Sistemas Integrales Administrativos para los sectores comercial e industrial del país con una **Experiencia de 15 años** en el Mercado. Con su Sistema Administrativo Contable **SMA** o **Sistema Maestro Contable**, a dado como resultado un Software de uso exclusivo, para Empresas con gran envergadura de información, que necesitan control y rapidez en la información.

Nuestra Empresa cuenta con una basta experiencia en la ejecución exitosa de proyectos de automatización y consultoría a nivel nacional, con una alta especialización en las tendencias de la tecnología de sistemas.

Nuestro Sistema se encuentra Patentado, con derechos de Autor y propiedad Intelectual. Con la autorización del SRI., por lo que cumple con todas las exigencias legales y tributarias.

El SMA es un Software orgullosamente ecuatoriano, es decir contamos con los programas fuentes, lo cual permite adaptarse exactamente a las necesidades de su Empresa.

En la actualidad SQLSYS cuenta con una nueva versión del sistema SMA Manager V 1.00, esta versión tiene las siguientes características:

**DESCRIPCION GENERAL DEL SISTEMA (Manager)**

Fabricante:	SQLSYS Cía. Ltda.
Marca:	Manager Software
Clase del Producto:	Software de Gestión Empresarial Integrado
Versión:	1.00
Proveedor:	SQLSYS Cía. Ltda.
Ambiente:	Gráfico para Microsoft Windows
Tipo de Producto	Base de Datos Arquitectura N Capas
	Cliente - Servidor



#### REQUERIMIENTOS MINIMOS DE HARDWARE

- SERVIDOR:
  - Pentium 4
  - 4 GB de memoria RAM
  - 120 GB libres en Disco
  - Sistema Operativo Windows 2003 Server R2 / Windows 2008 Server R2
  
- TERMINALES:
  - Pentium 4
  - 1 GB de memoria RAM
  - 500 MB en Disco
  - Sistema Operativo Windows XP / Windows 7 / Windows 8, (preferencia 64 bits)
  - Red local LAN / WAN, configuración TCP/IP, Conexiones Internet 512 Kb.
  
- IMPRESORAS:
  - Matricial
  - Tinta
  - Láser

#### CARACTERISTICAS ESPECIALES

- Multi-base de Datos Relacional  
MS-SQL Standard, MS-SQL Express, etc.
- Campos definidos por el Usuario  
Con referencia a archivos maestros de Clientes, Proveedores, Productos, etc
- Generador de Consultas  
Permite generar Consultas en Lenguaje SQL sobre toda la información de la Base de Datos.  
Estas consultas poder mirar en pantalla, exportar a Excel, Pdf, etc.
- Multiples tareas en tiempo real.  
El Usuario podrá abrir varias ventanas simultáneamente.
- Se seguirá agregando nuevas funcionalidades según requerimientos factibles de ser programados en próximas versiones.



### **MODULOSDELSISTEMA**

El Sistema Manager V 1.00, está conformado por los siguientes módulos:

- Contabilidad
- Cuentas X Pagar
- Inventarios
- Facturación
- Cuentas X Cobrar
- Tesorería
- Anexo Transaccional
- Rol de Pagos
- Activos Fijos
- Administrativo

### **CARACTERISTICASDELSISTEMASMA**

- Multi-Ruc
- Multiusuario
- Multibodega
- Auditoria de transacciones
- Multitarea
- Menús Interactivos
- Volumen de información ilimitado
- Anexos Transaccionales ATS/REOC
- Ambiente totalmente gráfico
- Mayorización e Integración en tiempo Real
- Reportes prediseñados y generados por el Usuario ilimitadamente
- Excelente Control de Acceso y Auditoría Informática
- Integridad Transaccional y alta Consistencia de Datos.
- Generador de Consultas SQL



#### **CONTABILIDAD**

Partidas Contables (Plan de Cuentas NIIF-SRI)  
Unidades Estratégicas del Negocio (UEN)  
Informes Contables:  
    Saldos Contables  
    Libro Diario y Notas NIIF  
    Retenciones en la Fuente  
    Estados Financieros, Comparativo Presupuestario.  
    Estados Financieros por Centros de Costos  
    Estado de Situación  
    Estado de Resultados  
Transaccional

#### **CUENTAS POR PAGAR**

Datos Generales de Proveedores (según exigencias del SRI)  
Registro de Compras  
Control de Vencimientos de créditos y obligaciones  
Reporte Estadístico de Compras  
Control de Pagos  
Reporte de Pendientes de Pago  
Generador de Reportes SQL.

#### **INVENTARIOS**

Manejo de Almacenes y Bodegas (Bienes y Servicios)  
Datos Generales de Productos  
Recetas de Productos  
Tipo de Costeo PROMEDIO y FIFO  
Kardex  
Inventarios Valorizados a cualquier fecha  
Transferencia entre Bodegas  
Impresión de Documentos de Entradas y Salidas en cualquier momento  
Rotación de Inventarios  
Ordenes de Producción  
Toma de Inventario Físico (Diferencias y Cierre de Inventarios Automáticamente)  
Impresión de Códigos de Barra

#### **FACTURACION**

Datos Generales de Zonas, Vendedores, Plazos  
Registro de Facturas, Notas de Crédito, Cotizaciones (Bienes o Servicios), con o sin IVA  
Conversión de Cotizaciones a Facturas  
Varias Formas Pago  
Cierre de Caja (Informe y Asiento Contable )  
Reportes de Estadísticos de Ventas  
Comisiones de Vendedores



#### **CUENTAS POR COBRAR**

- Datos Generales de Clientes
- Control de vencimientos de Crédito y Obligaciones
- Estatus y Límite de Crédito
- Generación Automática de Facturas y Cancelaciones (Colegios, Asociaciones, etc.)
- Antigüedad de Cartera
- Reporte de Pendientes de Cobro

#### **CAJA-BANCOS (TESORERIA)**

- Datos Generales de Caja/Bancos
- Impresión de Cheques y Comprobantes e Integración de Datos SRI
- Asiento Automático de Compras (Proveedores) Retenciones en la Fuente
- Saldo Real de Bancos
- Libro Caja Bancos
- Conciliación Bancaria
- Tabla de Retención en la Fuente: Impuesto a la Renta e IVA

#### **ACTIVOS FIJOS**

- Datos Generales del Activo (partes y piezas)
- Creación de Custodios, Puestos de Trabajo.
- Grupos Contables
- Depreciación Costo Original
- Integración con Contabilidad
- Impresión de Códigos de Barra
- Reportes:
  - Depreciaciones Acumuladas y del Período
  - Depreciaciones X Departamento
  - Depreciaciones X Custodio
  - Depreciaciones X Puesto de Trabajo

#### **NOMINA Y ADMINISTRACION DE PERSONAL**

- Datos Generales del Empleado
- Roles y Sobres de Pago
- Beneficios y Deducciones definidos por el Usuario
- Informes Pre-liquidaciones
- Impuesto a la Renta, IESS, Ministerio de Relaciones Laborales.
- Prestamos a Empleados
- Cálculo de Provisiones
- Transferencias Bancarias



### **COTIZACION DEL SISTEMA**

La versión MULTIUSUARIA-SERVER tiene un valor de \$3.500 dólares.

Un Servidor y hasta 10 terminales, dependiendo de la infraestructura de Hardware totalmente MultiEmpresa.

Los Módulos que incluye:

- ✚ Contabilidad
- ✚ Cuentas X Pagar
- ✚ Inventarios
- ✚ Facturación
- ✚ Cuentas X Cobrar
- ✚ Tesorería
- ✚ Activos Fijos
- ✚ Anexo Transaccional
- ✚ Rol de Pagos
- ✚ Sma Remoto gratis

Con la disponibilidad de programas fuentes para asegurarnos que no tendrá problemas en la Actividad que ustedes realizan.

Estos Precios no incluyen IVA.

El pago se lo realizará 50% a la Instalación y 50% a la finalización de la Implantación. La Capacitación e Implementación tendrá una duración de 30 horas, durante este tiempo SQLSYS, adaptará y creará cualquier reporte que el usuario necesite. Además se dará un seguimiento al Sistema de tres meses.

Nuestra experiencia ha permitido que visualicemos claramente el valor estratégico del manejo de información, generando seguridad en cualquier organización y proyectándonos hacia el futuro con soluciones integrales.

***Seguros que la información les será de mucha utilidad, nos ponemos a órdenes, para ofrecerles una Solución altamente competitiva en el mercado.***

Cordialmente,

Ing. Iván A. López M.

**ANEXO 8****Modelo de Reglamento Interno, Fuente Ministerio de Relaciones Laborales**

[www.trabajo.gob.ec/wp.../Reglamento-Interno-MRL-corregido-21.doc](http://www.trabajo.gob.ec/wp.../Reglamento-Interno-MRL-corregido-21.doc)

**REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO DON FRIJOLITO S.A.**

La Empresa “DON FRIJOLITO S.A.”, legalmente constituida, con domicilio principal en la ciudad de Bolívar, Provincia del Carchi, en aplicación de lo que dispone el artículo 64 del Código del Trabajo y con el fin de que surta los efectos legales previstos en el numeral 12 del artículo 42; letra a) del artículo 44; y numeral 2º del artículo 172 del mismo Cuerpo de Leyes, aplicará, de forma complementaria a las disposiciones del Código del Trabajo, el siguiente reglamento interno en su matriz y agencias (de existir) a nivel nacional y con el carácter de obligatorio para todos los ejecutivos, empleados y trabajadores de la empresa.

**CAPÍTULO I****OBJETO SOCIAL DE LA ORGANIZACIÓN Y OBJETIVO DEL REGLAMENTO**

- Art.- 1. **OBJETO GENERAL.-** Don Frijolito S.A., tiene como objetivo principal la Industrialización y comercialización, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 6 del contrato de constitución; objeto que lo realiza acatando estrictamente todas las disposiciones legales vigentes.
- Art.- 2. **OBJETO DEL REGLAMENTO.-** El presente Reglamento, complementario a las disposiciones del Código del Trabajo, tiene por objeto clarificar y regular en forma justa los intereses y las relaciones laborales, existentes entre la COMPAÑÍA y SUS EMPLEADOS O TRABAJADORES. Estas normas, tienen fuerza obligatoria para ambas partes.

**CAPÍTULO II****VIGENCIA, CONOCIMIENTO, DIFUSIÓN, ALCANCE Y AMBITO DE APLICACIÓN**

- Art.- 3. **VIGENCIA.-** Este reglamento Interno comenzará a regir desde 05 de enero de 2015, fecha en que es aprobado por la Dirección Regional de Trabajo y Servicio Público.

- Art.- 4. **CONOCIMIENTO Y DIFUSIÓN.-** La Empresa dará a conocer y difundirá este Reglamento Interno a todos sus trabajadores, para lo cual colocará un ejemplar en un lugar visible de forma permanente dentro de cada una de sus dependencias, cargará el texto en la intranet y entregará un ejemplar del referido Reglamento a cada uno de sus trabajadores. En ningún caso, los trabajadores, argumentarán el desconocimiento de este Reglamento como motivo de su incumplimiento.
- Art.- 5. **ORDENES LEGÍTIMAS.-** Con apego a la ley y dentro de las jerarquías establecidas en el organigrama de la Empresa, los trabajadores deben obediencia y respeto a sus superiores, a más de las obligaciones que corresponden a su puesto de trabajo, deberán ceñirse a las instrucciones y disposiciones legítimas, sea verbales o por escrito que reciban de sus jefes inmediatos.
- Art.- 6. **ÁMBITO DE APLICACIÓN.-** El presente Reglamento Interno es de aplicación obligatoria para todos los ejecutivos, empleados y trabajadores, que actualmente o a futuro laboren para la Empresa Don Frijolito S.A.

### **CAPÍTULO III**

#### **DEL REPRESENTANTE LEGAL**

- Art.- 7. El Representante legal es la autoridad ejecutiva de la empresa, por consiguiente le corresponde ejercer la dirección de la misma y de su talento humano, teniendo facultad para nombrar, promover o remover empleados o trabajadores, con sujeción a las normas legales vigentes.
- Art.- 8. Se considerarán oficiales las comunicaciones, circulares, memorandos, oficios, etc., debidamente suscritos por el Representante legal, quien lo subroga, o las personas debidamente autorizadas para el efecto.

Sin perjuicio de lo anterior, las amonestaciones y llamados de atención, serán suscritas por el Gerente de Recursos Humanos o quien haga sus veces; y, los memorandos referentes a políticas o procedimientos de trabajo que implemente la Empresa, serán firmadas por el Representante legal.

## CAPÍTULO IV

### DE LOS TRABAJADORES, SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE PERSONAL

Art.- 9. Se considera empleados o trabajadores de Don Frijolito S.A., a las personas que por su educación, conocimientos, formación, experiencia, habilidades y aptitudes, luego de haber cumplido con los requisitos de selección e ingreso, establecidos en la ley, reglamentos, resoluciones del Ministerio de Relaciones Laborales, manuales o instructivos de la Compañía, presten servicios con relación de dependencia en las actividades propias de la empresa.

Art.- 10. La admisión e incorporación de nuevos trabajadores, sea para suplir vacantes o para llenar nuevas necesidades de la Empresa es de exclusiva potestad del Representante Legal o su delegado.

Como parte del proceso de selección, la empresa podrá exigir a los aspirantes la rendición de pruebas teóricas o prácticas de sus conocimientos, e incluso psicológicas de sus aptitudes y tendencias, sin que ello implique la existencia de relación laboral alguna.

El contrato de trabajo, en cualquiera de clases, que se encuentre debida y legalmente suscrito e inscrito, será el único documento que faculta al trabajador a ejercer su puesto de trabajo como dependiente de la Empresa, antes de dicha suscripción será considerado aspirante a ingresar.

Art.- 11. El aspirante que haya sido declarado apto para cumplir las funciones inherentes al puesto, en forma previa a la suscripción del contrato correspondiente, deberá llenar un formulario de “datos personales del trabajador”; entre los cuáles se hará constar la dirección de su domicilio permanente, los número telefónicos (celular y fijo) que faciliten su ubicación y números de contacto referenciales para prevenir inconvenientes por cambios de domicilio.

Para la suscripción del contrato de trabajo, el aspirante seleccionado deberá presentar los siguientes documentos actualizados:

a) Hoja de vida actualizada.

- b) Al menos dos (2) certificados de honorabilidad.
- c) Exhibir originales y entregar 2 copias legibles y a color de la cédula de ciudadanía; certificado de votación; y, licencia de manejo cuando corresponda.
- d) Presentar los originales y entregar copias de los certificados o títulos legalmente conferidos, con el correspondiente registro de la autoridad pública competente.
- e) Partida de matrimonio y de nacimiento de sus hijos según el caso.
- f) Dos fotografías actualizadas tamaño carné.
- g) Formulario de Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta (No. 107), conferido por el último empleador.
- h) Certificados de trabajo y honorabilidad.

En lo posterior, el trabajador informará, por escrito y en un plazo máximo de cinco días laborables, al departamento de Recursos Humanos respecto de cambios sobre la información consignada en la compañía, de no hacerlo dentro del plazo señalado se considerará falta grave.

La alteración o falsificación de documentos presentados por el aspirante o trabajador constituye falta grave que faculta al empleador a solicitar visto bueno ante el Inspector del Trabajo competente; sin perjuicio, de la obligatoria remisión de la información y documentos a las autoridades penales que corresponda.

Art.- 12. Los aspirantes o candidatos deberán informar al momento de su contratación si son parientes de trabajadores de la Empresa, hasta el cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad.

Art.- 13. Si para el desempeño de sus funciones, el trabajador cuando, recibe bienes o implementos de la compañía o clientes, deberá firmar el acta de recepción y descargo que corresponda aceptando la responsabilidad por su custodia y cuidado; debiendo devolverlos a la empresa, al momento en que se lo solicite o de manera inmediata por conclusión de la relación laboral; la empresa verificará que los bienes presenten las mismas condiciones que tenían al momento de ser entregados al trabajador, considerando el desgaste natural y normal por el tiempo. La destrucción o pérdida

por culpa del trabajador y debidamente comprobados, serán de su responsabilidad directa.

## **CAPÍTULO V**

### **DE LOS CONTRATOS**

- Art.- 14. **CONTRATO ESCRITO.-** Todo contrato de trabajo se realizará por escrito; y, luego de su suscripción, deberá ser inscrito ante el Inspector de Trabajo, en un plazo máximo de treinta contados a partir de la fecha de suscripción.
- Art.- 15. **PERIODO DE PRUEBA.-** Con los aspirantes seleccionados que ingresen por primera vez a la Empresa, se suscribirá un contrato de trabajo sujeto a las condiciones y período de prueba máximo fijado por el Código del Trabajo.
- Art.- 16. **TIPOS DE CONTRATO.-** De conformidad con sus necesidades, la Empresa celebrará la modalidad de contrato de trabajo que considere necesaria, considerando aspectos técnicos, administrativos y legales.

## **CAPÍTULO VI**

### **JORNADA DE TRABAJO, ASISTENCIA DEL PERSONAL Y REGISTRO DE ASISTENCIA**

- Art.- 17. De conformidad con la ley, la jornada de trabajo será de 8 horas diarias y 40 horas semanales a las que deben sujetarse todos los trabajadores de la Empresa, en los centros de trabajo asignados.

Sin embargo, respetando los límites señalados en el Código del Trabajo, las jornadas de labores podrán variar y establecerse de acuerdo con las exigencias del servicio o labor que realice cada trabajador y de conformidad con las necesidades de los clientes y de la Empresa.

- Art.- 18. De conformidad con la ley, éstos horarios especiales, serán sometidos a la aprobación y autorización de la Dirección Regional del Trabajo de Tulcán, Carchi.

Art.- 19. Los trabajadores tienen la obligación personal de registrar su asistencia utilizando los sistemas de control que sean implementados por la Empresa. La falta de registro de asistencia al trabajo, se considerará como falta leve.

Si por fuerza mayor u otra causa, el trabajador no puede registrar su asistencia, deberá justificar los motivos por escrito ante su Jefe Inmediato y dar a conocer al Departamento de Recursos Humanos o quien hiciere sus veces.

Art.- 20. El trabajador que requiera ausentarse de las instalaciones de la empresa durante la jornada de trabajo, deberá solicitar el permiso respectivo de su superior inmediato. La no presentación del permiso al Departamento de Recursos Humanos o a su Representante por parte del trabajador, será sancionada como falta leve.

Art.- 21. Si por enfermedad, calamidad doméstica, fuerza mayor o caso fortuito, debidamente justificado, el trabajador no concurre a laborar, en forma obligatoria e inmediata deberá comunicar por escrito el particular al Departamento de Recursos Humanos. Superada la causa de su ausencia, deberá presentar los justificativos que corresponda ante el Departamento de Recursos Humanos o quien hiciere sus veces.

El Departamento de Recursos Humanos procederá a elaborar el respectivo formulario de ausencias, faltas y permisos, con el fin de proceder a justificar o sancionar de conformidad con la ley y este reglamento

Art.- 22. Las faltas de asistencia y puntualidad de los trabajadores de la compañía serán sancionadas de acuerdo a las disposiciones legales y reglamentarias vigentes, los valores recaudados por este concepto serán entregados a un fondo común de la Caja de Ahorros de la empresa.

Art.- 23. Debido a la obligación que tienen los trabajadores de cumplir estrictamente los horarios indicados, es prohibido que se ausenten o suspendan su trabajo sin previo permiso del Jefe Inmediato y conocimiento del Departamento de Recursos Humanos.

Art.- 24. A la hora exacta de inicio de funciones, el trabajador deberá estar listo con el uniforme adecuado y los artículos de seguridad a su cargo, de ser el caso.

Art.- 25. Las alteraciones del registro de asistencia, constituyen falta grave al presente Reglamento y la serán causal para solicitar la terminación de la relación laboral, previa solicitud de visto bueno de conformidad con la ley.

Art.- 26. No se considerarán trabajos suplementarios los realizados en horas que exceden de la jornada ordinaria, ejecutados por los trabajadores que ejercen funciones de confianza y dirección por así disponerlo el artículo 58 del Código del Trabajo, así como también los trabajos realizados fuera de horario sin autorización del jefe inmediato, por lo que para el pago de horas extras se deberá tener la autorización del jefe inmediato.

Art.- 27. No se entenderá por trabajos suplementarios o extraordinarios los que se realicen para:

- a) Recuperar descansos o permisos dispuestos por el gobierno, o por la Empresa.
- b) Recuperar por las interrupciones del trabajo, de acuerdo al artículo 60 del Código de Trabajo.

Art.- 28. La Empresa llevará el registro de asistencia de los trabajadores por medio de un sistema de lectura biométrica más un código, o la que creyere conveniente para mejorar el registro de asistencia de los trabajadores.

En este sistema el trabajador marca el inicio y la finalización de la jornada de trabajo y durante la salida e ingreso del tiempo asignado para el almuerzo.

Si por cualquier razón no funcionare este sistema, los trabajadores notificarán este particular a su Jefe Inmediato, al departamento de Recursos Humanos y/o a su Representante, el mismo que dispondrá la forma provisional de llevar el control de asistencia mientras dure el daño.

En el caso de Asesores Comerciales que se encuentren fuera de la ciudad, sin Supervisor de Ventas en la zona, tienen la obligación de reportarse telefónicamente con la persona designada para el efecto, quien deberá llevar el registro correspondiente de dichos reportes.

Art.- 29. El trabajador que tenga la debida justificación por escrito de su Jefe Inmediato y de Recursos Humanos o su Representante, para ausentarse en el transcurso de su jornada de trabajo, deberá marcar tanto al salir como al ingresar a sus funciones.

Art.- 30. La omisión de registro de la hora de entrada o salida, hará presumir ausencia a la correspondiente jornada, a menos que tal omisión fuere justificada por escrito con la debida oportunidad al departamento de Recursos Humanos; su Representante, o en su defecto a su Jefe Inmediato. El mismo tratamiento se dará a la omisión de las llamadas telefónicas que deben realizar los Asesores Comerciales, Cobradores y cualquier otro personal que por alguna circunstancia se encuentren fuera de la Oficina Principal.

Art.- 31. El Departamento de Recursos Humanos o su Representante, llevará el control de asistencia, del informe mecanizado que se obtenga del sistema de intranet, de cada uno de los trabajadores y mensualmente elaborará un informe de atrasos e inasistencia a fin de determinar las sanciones correspondientes de acuerdo a lo que dispone el presente Reglamento y el Código del Trabajo.

El horario establecido para el almuerzo será definido con su jefe inmediato, el cual durará una hora, y podrá ser cambiado solo para cumplir con actividades inherentes a la empresa, y este deberá ser notificado por escrito al Departamento de Recursos Humanos o a su Representante, previa autorización de Jefe Inmediato.

Art.- 32. Si la necesidad de la empresa lo amerita, los Jefes Inmediatos podrán cambiar el horario de salida al almuerzo de sus subordinados, considerando, siempre el lapso de 1 hora, de tal manera que el trabajo y/o departamento no sea abandonado.

## **CAPÍTULO VII**

### **DE LAS VACACIONES, LICENCIAS, FALTAS, PERMISOS Y JUSTIFICACIONES**

#### **DE LAS VACACIONES**

Art.- 33. De acuerdo al artículo 69 del Código del Trabajo los trabajadores tendrán derecho a gozar anualmente de un período ininterrumpido de quince días de vacaciones, las

fechas de las vacaciones serán definidas de común acuerdo entre el jefe y trabajador, en caso de no llegar a un acuerdo el jefe definirá las fechas a tomar.

Art.- 34. Las vacaciones solicitadas por los trabajadores, serán aprobadas por los Jefes inmediatos, o Gerencia de Recursos Humanos.

Art.- 35. Para hacer uso de vacaciones, los trabajadores deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Cumplir con la entrega de bienes y documentación a su cargo a la persona que suplirá sus funciones, con el fin de evitar la paralización de actividades por efecto de las vacaciones, cuando el caso así lo amerite.
- b) El trabajador dejará constancia de sus días de vacaciones llenando el formulario establecido para este caso.

## **DE LAS LICENCIAS**

Art.- 36. Sin perjuicio de las establecidas en el Código del Trabajo, serán válidas las licencias determinados en este Reglamento, que deberán ser solicitadas por escrito y llevar la firma del Jefe Inmediato o de Recursos Humanos o de la persona autorizada para concederlos.

Se concederá licencias con sueldo en los siguientes casos:

- a. Por motivos de maternidad y paternidad
- b. Por matrimonio civil del trabajador, tendrá derecho a tres días laborables consecutivos, a su regreso obligatoriamente el trabajador presentará el respectivo certificado de matrimonio.
- c. Para asistir a eventos de capacitación y/o entrenamiento, debidamente autorizados por la Empresa.
- d. Tres días por calamidad doméstica, debidamente comprobada, como por ejemplo: incendio o derrumbe de la vivienda, que afecten a la economía de los trabajadores.
- e. Cualquier otra licencia prevista en el Código del Trabajo.

Art.- 37. La falta de justificación en el lapso de 24 horas de una ausencia podrá considerarse como falta injustificada, haciéndose el trabajador acreedor a la sanción de amonestación por escrito y el descuento del tiempo respectivo.

### **DE LOS PERMISOS**

Art.- 38. Se concederá permisos para que el trabajador atienda asuntos emergentes y de fuerza mayor, hasta por tres horas máximo durante la jornada de trabajo, en el periodo de un mes, que serán recuperadas en el mismo día o máximo en el transcurso de esa semana; y, en el evento de no hacerlo, descontará el tiempo no laborado, previa autorización del Gerente, Recursos Humanos o de la persona autorizada para el efecto:

## **CAPÍTULO IX**

### **DE LA REMUNERACIÓN Y PERÍODOS DE PAGO**

Art.- 39. Para la fijación de las remuneraciones de los trabajadores, la Empresa se orientará por las disposiciones o normas establecidas en el mercado laboral relativo a la clasificación y valoración de puestos, aprobados por la Presidencia que estarán siempre en concordancia con la ley; y no podrán ser inferiores a los mínimos sectoriales determinados para esta empresa.

Art.- 40. La empresa pagará la remuneración mensual directamente a sus trabajadores mediante el depósito en una cuenta bancaria, u otros mecanismos de pago permitidos por la ley.

Art.- 41. La Empresa efectuará descuentos de los sueldos del Trabajador solo en casos de:

- a) Aportes personales del IESS;
- b) Dividendos de préstamos hipotecarios o quirografarios, conforme las planillas que presente el IESS;
- c) Ordenados por autoridades judiciales.

- d) Valores determinados por las Leyes o autorizados expresamente por el trabajador así como por compras o préstamos concedidos por la empresa a favor del trabajador.
- e) Multas establecidas en este Reglamento
- f) Descuentos autorizados por consumos del trabajador, cancelados por la empresa como tarjetas de comisariato, seguro médico privado, consumo de celulares, repuestos, servicios, mantenimiento, etc.

Art.- 42. Cuando un trabajador cesare en su trabajo por cualquier causa y tenga que realizar pagos por cualquier concepto, se liquidará su cuenta; y antes de recibir el valor que corresponde se le descontará todos los valores que esté adeudando a la Empresa, como préstamos de la Empresa debidamente justificados y los detallados en el artículo anterior.

Art.- 43. Los beneficios voluntarios u ocasionales de carácter transitorio que la Empresa otorgue al trabajador pueden ser modificados o eliminados cuando a juicio de ella hubiese cambiado o desaparecido las circunstancias que determinaron la creación de tales beneficios.

## **CAPÍTULO X**

### **ÍNDICES MÍNIMOS DE EFICIENCIA**

Art.- 44. Los trabajadores deberán cumplir estrictamente con la labor objeto del contrato, esto es dentro de los estándares de productividad establecidos en las caracterizaciones de cada proceso; caso contrario la Empresa se acogerá al derecho previsto en el numeral 5 del artículo 172 del Código del Trabajo.

Art.- 45. Todos los trabajadores de la Empresa precautelarán que el trabajo se ejecute en observancia a las normas técnicas aplicadas a su labor específica y que redunde tanto en beneficio de la Empresa, como en el suyo personal.

## **CAPÍTULO XI**

### **DE LAS BECAS, CURSOS, SEMINARIOS, EVENTOS DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO EN GENERAL**

**Art.- 46.** El departamento de Recursos Humanos de acuerdo con sus requerimientos, brindará capacitación y entrenamiento a los trabajadores, conforme al Plan Anual de Capacitación que será elaborado por el Departamento de Recursos Humanos y/o su Representante.

## **CAPÍTULO XII**

### **TRASLADOS Y GASTOS DE VIAJE**

Art.- 47. Todo gasto de viaje dentro y fuera del país que se incurra por traslado, movilización será previamente acordado con el trabajador y aprobado por el Jefe Inmediato y por Recursos Humanos y/o su Representante. Para el reembolso deberá presentar las facturas o notas de ventas debidamente legalizadas de acuerdo con las normas tributarias que sustenten el gasto.

Art.- 48. No se cancelará gastos que no sean consecuencia del desempeño de las labores encomendadas al trabajador, o contradigan las políticas de viáticos y viajes establecidas por la empresa.

Art.- 49. La Compañía y el trabajador podrá acordar el traslado temporal a su personal a cualquier sitio del territorio nacional, según lo estime conveniente y según las funciones que el puesto lo requieran con el fin de cumplir los objetivos de la empresa.

## **CAPITULO XIII**

### **LUGAR LIBRE DE ACOSO**

Art.- 50. Lugar De Trabajo Libre De Acoso.- La empresa se compromete en proveer un lugar de trabajo libre de discriminación y acoso. Quien cometa alguno de estos hechos será sancionado de acuerdo al presente reglamento.

Discriminación incluye uso de una conducta tanto verbal como física que muestre insulto o desprecio hacia un individuo sea por su raza, color, religión, sexo, nacionalidad, edad, discapacidad, con el propósito de:

- a) Crear un lugar de trabajo ofensivo;
- b) Interferir con las funciones de trabajo de uno o varios individuos;
- c) Afectar el desempeño laboral; y,
- d) Afectar las oportunidades de crecimiento del trabajador.

Art.- 51. La Empresa estrictamente prohíbe cualquier tipo de acoso sexual en el lugar de trabajo, en el caso de llevarse a cabo se constituirá causal de Visto Bueno. Se entenderá acoso sexual lo siguiente:

- Comportamiento sexual inadecuado.
- Pedido de favores sexuales cuando se intenta conseguir una decisión de cualquier tipo.
- Interferir en el desempeño de labores de un individuo.
- Acoso verbal donde se usa un vocabulario de doble sentido que ofende a una persona.

Art.- 52. Si alguien tiene conocimiento de la existencia de los tipos de acoso ya mencionados tiene la responsabilidad de dar aviso a la Gerencia de Recursos Humanos para que se inicie las investigaciones pertinentes y tomar una acción disciplinaria.

Art.- 53. Todo reclamo será investigado, tratado confidencialmente y se llevará un reporte del mismo.

Art.- 54. Durante la Jornada de Trabajo diaria o cumpliendo funciones asignadas por la empresa, dentro o fuera del país, se establece como particular obligación de los trabajadores, observar disciplina. En consecuencia queda expresamente prohibido, en general, todo cuanto altere el orden y la disciplina interna.

#### **CAPÍTULO XIV**

## **OBLIGACIONES, DERECHOS Y PROHIBICIONES DEL TRABAJADOR**

### **DE LAS OBLIGACIONES**

Art.- 55. Además de las obligaciones constantes en el artículo 45 del Código de Trabajo, las determinadas por la ley, las disposiciones de Don Frijolito S.A., las del Contrato de Trabajo, Código de Conducta y este Reglamento, son obligaciones del Trabajador las siguientes:

1. Cumplir las leyes, reglamentos, instructivos, normas y disposiciones vigentes en la Empresa; que no contravengan al presente reglamento y código de conducta.
2. Ejecutar sus labores en los términos determinados en su contrato de trabajo, y en la descripción de funciones de cada posición, según consta en el Manual de Funciones, desempeñando sus actividades con responsabilidad, esmero y eficiencia;
3. Ejecutar su labor de acuerdo a las instrucciones y normas técnicas que se hubieren impartido; y, cumplir estrictamente con las disposiciones impartidas por la Empresa y/o autoridades competentes, sin que en ningún caso pueda alegarse su incumplimiento por desconocimiento o ignorancia de la labor específica confiada.
4. Observar en forma permanente una conducta armónica, respetuosa, y de consideraciones debidas en sus relaciones con sus compañeros de trabajo, superiores, subalternos, clientes y particulares.
5. Comunicar cualquier cambio de su dirección domiciliaria, teléfono dentro de los cinco primeros días siguientes de tal cambio.
6. Presentarse al trabajo vestido o uniformado, aseado y en aptitud mental y física para el cabal cumplimiento de sus labores. Los trabajadores de oficina y los que deban atender al público, se sujetarán a las disposiciones de uso respectivas.
7. Velar por los intereses de Don Frijolito S.A., y por la conservación de los valores, documentos, útiles, equipos, maquinaria, muebles, suministros,

uniformes y bienes en general confiados a su custodia, administración o utilización. Y usarlos exclusivamente para asuntos de la compañía, o en caso de extrema emergencia para asuntos particulares.

8. En el caso de desaparición de cualquier herramienta, instrumento o equipo entregado al trabajador por parte de la Empresa, sea este de propiedad de Don Frijolito S.A., o sus clientes, ésta procederá a su reposición a costo del trabajador. Cuando tal hecho se deba a su culpa, negligencia, o mala fe previamente comprobada.
9. En caso de enfermedad, es obligación del trabajador informar lo ocurrido al inmediato superior o representante legal de la compañía, se justificará las faltas, previa comprobación de la enfermedad, mediante el correspondiente certificado médico extendido por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, o por un Centro Médico autorizado por la empresa.
10. Guardar absoluta reserva respecto a la información confidencial, secretos técnicos, comerciales, administrativos, e información del cliente sobre asuntos relacionados con su trabajo, y con el giro del negocio de la Empresa. . Esta información confidencial o no pública, no debe ser revelada a nadie fuera de la Empresa, incluidos familiares y amigos, en el cual pueda existir conflicto de intereses.
11. Abstenerse de realizar competencia profesional con la Empresa o colaborar para que otros lo hagan, mientras dure la relación laboral.
12. Registrar su ingreso a la empresa en el sistema de control de asistencia, cuando el trabajador este listo para empezar con sus labores, de igual forma al salir de su jornada de trabajo.
13. Cumplir con puntualidad con las jornadas de trabajo, de acuerdo a los horarios establecidos por la compañía.
14. Una vez terminada la jornada laboral todo el personal deberá mantener bajo llave toda documentación correspondiente a datos confidenciales o reservados de la Empresa.

15. Desplazarse dentro o fuera de la ciudad y del país, de acuerdo con las necesidades de Don Frijolito S.A., para tal efecto la Empresa reconocerá los gastos de transporte, hospedaje y alimentación en que se incurra, según el Art. 42 numeral 22 del Código del Trabajo.
16. Asistir a cursos, seminarios, y otros eventos que se consideren necesarios, como parte de su entrenamiento y capacitación.
17. Todos los trabajadores deberán prestar esmerada atención a los clientes de la Empresa, con diligencia y cortesía, contestando en forma comedida las preguntas que le formulen.
18. Mantener los lugares de trabajo en perfecto orden y limpieza, así como los documentos, correspondientes. y todo el material usado para desempeñar su trabajo.
19. Devolver los bienes, materiales y herramientas que recibieren ya sean de propiedad del empleador o sus clientes, cuidar que estos no se pierdan, extravíen o sufran daños.
20. Sujetarse a las medidas de prevención de riesgo de trabajo que dicte la Empresa, así como cumplir con las medidas sanitarias, higiénicas de prevención y seguridad como el uso de aparatos y medios de protección proporcionados por las mismas.
21. Utilizar y cuidar los instrumentos de prevención de riesgos de trabajo, entregados por la Empresa, como: cinturones de protección para carga, etc.
22. Comunicar a sus superiores de los peligros y daños materiales que amenacen a los bienes e intereses de la Empresa o a la vida de los trabajadores, así mismo deberá comunicar cualquier daño que hicieren sus compañeros, colaborar en los programas de emergencia y otros que requiera la Empresa, independientemente de las funciones que cumpla cada trabajador.
23. Informar inmediatamente a sus superiores, los hechos o circunstancias que causen o puedan causar daño a la Empresa.

24. En caso de accidente de trabajo, es obligación dar a conocer de manera inmediata al Jefe Inmediato, Recursos Humanos, Jefe de Seguridad y Salud en el Trabajo; o a quien ejerza la representación legal de la Empresa, a fin de concurrir ante la autoridad correspondiente, conforme lo establece el Código del Trabajo.
25. Facilitar y permitir las inspecciones y controles que efectúe la Compañía por medio de sus representantes, o auditores.
26. Cuidar debidamente los vehículos asignados para el cumplimiento de sus labores.
27. Cumplir con la realización y entrega de reportes, informes que solicite la empresa en las fechas establecidas por la misma.
28. Firmar los roles de pago en todos sus rubros al percibir la remuneración o beneficio que sea pagado por parte de la Empresa.

## **DE LOS DERECHOS**

Art.- 56. Serán derechos de los trabajadores de Don Frijolito S.A.

- a) Percibir la remuneración mensual que se determine para el puesto que desempeñe, los beneficios legales y los beneficios de la Empresa.
- b) Hacer uso de las vacaciones anuales, de acuerdo con la Ley y las normas constantes de este Reglamento.
- c) Recibir ascensos y/o promociones, con sujeción a los procedimientos respectivos, y de acuerdo con las necesidades y criterios de la Empresa.
- d) Ejercer el derecho a reclamo, siguiendo el orden correspondiente de jerarquía, cuando considere que alguna decisión le puede perjudicar.
- e) Recibir capacitación o entrenamiento, de acuerdo con los programas de desarrollo profesional que determine la Empresa, tendiente a elevar los niveles de eficiencia y eficacia en el desempeño de sus funciones.

- f) Ser tratado con las debidas consideraciones, no infringiéndoles maltratos de palabra y obra.
- g) Las demás que estén establecidos o se establezcan en el Código del Trabajo, Leyes, Código de Conducta, Reglamentos especiales o instrumentos, disposiciones y normas de Don Frijolito S.A.

### **DE LAS PROHIBICIONES**

Art.- 57. A más de las prohibiciones establecidas en el artículo 46 del Código del Trabajo, que se entienden incorporadas a este Reglamento y Código de Conducta, y las determinadas por otras Leyes, está prohibido al Trabajador:

- a) Mantener relaciones de tipo personal, comercial o laboral, que conlleven un conflicto de intereses, con las personas naturales o jurídicas que se consideren como competencia o que sean afines al giro de Empresa. El trabajador deberá informar al empleador cuando pueda presentarse este conflicto.
- b) Exigir o recibir primas, porcentajes o recompensas de cualquier clase, de personas naturales o jurídicas, proveedores, clientes o con quienes la Empresa tenga algún tipo de relación o como retribución por servicios inherentes al desempeño de su puesto.
- c) Alterar los precios de los productos o servicios que ofrece la Empresa a cambio de recompensas en beneficio personal.
- d) Alterar la respectiva jornada de trabajo o suspenderla sin sujetarse a la reglamentación respectiva de horarios y turnos designados.
- e) Encargar a otro trabajador o a terceros personas la realización de sus labores sin previa autorización de su Jefe Inmediato.
- f) Suspender arbitraria e ilegalmente el trabajo o inducir a sus compañeros de trabajo a suspender las suyas.
- g) Causar pérdidas, daño o destrucción, de bienes materiales o de herramientas, pertenecientes al empleador o sus clientes, por no haberlos devuelto una vez

concluidos los trabajos o por no haber ejercido la debida vigilancia y cuidado mientras se los utilizaba; peor aún producir daño, perdida, o destrucción intencional, negligencia o mal uso de los bienes, elementos o instrumentos de trabajo.

- h)** Realizar durante la jornada de trabajo rifas o ventas; de igual manera atender a vendedores o realizar ventas de artículos personales o de consumo, se prohíbe realizar actividades ajenas a las funciones de la Empresa o que alteren su normal desarrollo; por lo que le está prohibido al trabajador, distraer el tiempo destinado al trabajo, en labores o gestiones personales, así como realizar durante la jornada de trabajo negocios y/o actividades ajenas a la Empresa o emplear parte de la misma, en atender asuntos personales o de personas que no tengan relación con la Empresa, sin previa autorización de Recursos Humanos.
- i)** Violar el contenido de la correspondencia interna o externa o cualquier otro documento perteneciente a la Empresa, cuando no estuviere debidamente autorizado para ello;
- j)** Destinar tiempo para la utilización inadecuada del internet como bajar archivos, programas, conversaciones chat y en fin uso personal diferente a las actividades específicas de su trabajo.
- k)** Instalar software, con o sin licencia, en las computadoras de la Empresa que no estén debidamente aprobados por la Gerencias o por el Responsable de Sistemas.
- l)** Divulgar información sobre técnicas, método, procedimientos relacionados con la empresa, redacción, diseño de textos, ventas, datos y resultados contables y financieros de la Empresa; emitir comentarios con los trabajadores y terceras personas en relación a la situación de la Empresa.
- m)** Divulgar información sobre la disponibilidad económica y movimientos que realice la Empresa, ningún trabajador de la misma, podrá dar información, excepto el personal de contabilidad que dará información únicamente a sus superiores.

- n)** Queda prohibido para los trabajadores, divulgar la información proporcionada por los clientes a la compañía.
- o)** Todo personal que maneje fondos de la Empresa, no podrá disponer de los mismos para otro fin que no sea para el que se le haya entregado. Ello dará lugar a la máxima sanción establecida en este reglamento, que implicará la separación de la Empresa previo visto bueno otorgado por el Inspector del Trabajo competente, sin perjuicio de otras acciones legales a que hubieren lugar.
- p)** Utilizar en actividades particulares los servicios, dinero, bienes, materiales, equipos o vehículos de propiedad de la Empresa o sus clientes, sin estar debidamente autorizados por el jefe respectivo.
- q)** Sacar bienes, vehículos, objetos y materiales propios de la empresa o sus clientes sin la debida autorización por escrito del jefe inmediato.
- r)** Queda terminantemente prohibida la violación de los derechos de autor y de propiedad intelectual de la compañía y de cualquiera de sus clientes o proveedores.
- s)** Ejercitar o promover la discriminación por motivos de raza, etnia, religión, sexo, pensamiento político, etc., al interior de la Empresa.
- t)** Sostener altercados verbales y físicos con compañeros, trabajadores y jefes superiores dentro de las instalaciones de la Empresa y en su entorno, así como también hacer escándalo dentro de la Empresa.
- u)** Propiciar actividades políticas o religiosas dentro de las dependencias de la empresa o en el desempeño de su trabajo.
- v)** Presentarse a su lugar de trabajo en evidente estado de embriaguez o bajo los efectos de estupefacientes prohibidos por la Ley.
- w)** Ingerir o expender durante la jornada de trabajo, en las oficinas o en los lugares adyacentes de la empresa bebidas alcohólicas, sustancias psicotrópicas y estupefacientes, u otros que alteren el sistema nervioso, así como presentarse a su trabajo bajo los efectos evidentes de dichos productos.

- x)** Ingerir alimentos o bebidas en lugares que puedan poner en peligro la calidad del trabajo o las personas.
- y)** Fumar en el interior de la empresa.
- z)** No cumplir con las medidas sanitarias, higiénicas de prevención y seguridad impartidas por la empresa y negarse a utilizar los aparatos y medios de protección de seguridad proporcionados por la misma, y demás disposiciones del Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional;
- aa)** Portar cualquier tipo de arma durante su permanencia en la empresa que pueda poner en peligro la vida y seguridad de las personas y equipos con excepción de las personas que tengan autorización de la empresa.
- bb)** Ingresar televisores y cualesquier otro artefacto que pueda distraer y ocasionar graves daños a la salud y a la calidad del trabajo de la empresa sin la autorización por escrita de sus superiores.
- cc)** Ingresar a las dependencias de la compañía material pornográfico o lesivo, reservándose la compañía el derecho a retirar dicho material y sancionar al infractor.
- dd)** Alterar o suprimir las instrucciones, avisos, circulares o boletines colocados por la Empresa en los tableros de información, carteleros o en cualquier otro lugar;
- ee)** Permitir que personas ajenas a la Empresa permanezcan en las instalaciones de la misma, sin justificación ó causa para ello.
- ff)** Está prohibido a las personas que laboran con claves en el sistema informático entregarlas a sus compañeros o terceros para que utilicen; por tanto la clave asignada es personalísima y su uso es de responsabilidad del trabajador.
- gg)** Los beneficios concedidos al trabajador, que no constituyen obligación legal, son exclusivos para este y su cónyuge, y se extenderá a terceros por autorización escrita del empleador. .
- hh)** Vender sin autorización bienes, vehículos, accesorios, regalos y repuestos de la empresa.

- ii)** Practicar juegos de cualquier índole durante las horas de trabajo
- jj)** Distraer su tiempo de trabajo en cosas distintas a sus labores, tales como: leer periódicos, revistas, cartas, ajenas a su ocupación así como dormir, formar grupos y hacer colectas sin autorización de las autoridades de la compañía.
- kk)** Propagar rumores que afecten al prestigio o intereses de la compañía sus funcionarios o trabajadores; así como no podrán reunirse sin autorización de los ejecutivos.
- ll)** Tener negocio propio o dentro de la sociedad conyugal relacionado al giro de negocio de la Compañía, con el fin de favorecer a su negocio antes que a la Compañía.
- mm)** Comprar acciones o participaciones o montar un negocio directa o indirectamente, por sí mismo o a través de interpuesta persona, para ser proveedor de la Compañía sin conocimiento expreso por parte de la Empresa.
- nn)** Laborar horas suplementarias o extraordinarias sin previa orden expresa de sus superiores o de Recursos Humanos o del funcionario debidamente autorizado.
- oo)** Utilizar en beneficio propio los bienes dejados por los clientes incluyendo vehículos, accesorios o pertenencias.

## **CAPÍTULO XVI**

### **DE LAS PERSONAS QUE MANEJAN RECURSOS ECONÓMICOS DE LA EMPRESA**

Art.- 58. Los Trabajadores que tuvieren a su cargo activos de la Empresa, como: dinero, accesorios, vehículos, valores o inventario de la Empresa; como el personal de tesorería, repuesto, bodega, agencias y cualquier otra área que estén bajo su responsabilidad dinero, valores, insumos, cajas chicas entre otros, son personalmente responsables de toda pérdida, salvo aquellos que provengan de fuerza mayor debidamente comprobada.

Art.- 59. Todas las personas que manejan recursos económicos estarán obligadas a sujetarse a las fiscalizaciones o arqueos de caja provisionales o imprevistos que ordene la Empresa; y suscribirán conjuntamente con los auditores el acta que se levante luego de verificación de las existencias físicas y monetarias.

## **CAPÍTULO XVII**

### **DEL RÉGIMEN DISCIPLINARIO**

Art.- 60. A los trabajadores que contravengan las disposiciones legales o reglamentarias de la Empresa se les aplicará las sanciones dispuestas en el Código del Trabajo, Código de Conducta, las del presente reglamento y demás normas aplicables.

Art.- 61. En los casos de inasistencia o atraso injustificado del trabajador, sin perjuicio de las sanciones administrativas que se le impongan, al trabajador se le descontará la parte proporcional de su remuneración, conforme lo dispuesto en el Código del Trabajo. En el caso que el trabajador se encuentre fuera de la ciudad, y no presente la justificación debida de las labores encomendadas, se procederá a descontar los valores cancelados por viáticos, transporte, etc.

Art.- 62. Atendiendo a la gravedad de la falta cometida por el trabajador, a la reincidencia y de los perjuicios causados a la Empresa, se aplicará una de las siguientes sanciones:

- a) Amonestaciones Verbales;
- b) Amonestaciones Escritas;
- c) Multas, hasta el 10% de la remuneración del trabajador;
- d) Terminación de la relación laboral, previo visto bueno sustanciado de conformidad con la Ley.

### **DE LAS SANCIONES PECUNIARIAS - MULTAS**

Art.- 63. La amonestación escrita será comunicada al trabajador en persona, quien deberá suscribir la recepción del documento respectivo. En caso de negativa del trabajador

a suscribir o recibir el documento de la amonestación, se dejará constancia de la presentación, y la firmará en nombre del trabajador su Jefe Inmediato, con la razón de que se negó a recibirla.

Las amonestaciones escritas irán al expediente personal del trabajador.

Las amonestaciones por escrito que se realicen a un mismo trabajador por tres veces consecutivas durante un periodo de noventa días, serán consideradas como falta grave.

Art.- 64. La sanción pecuniaria es una sanción que será impuesta por el Gerente de Recursos Humanos, de oficio o a pedido de un jefe o de cualquier funcionario de la empresa; se aplicará en caso de que el trabajador hubiere cometido faltas leves, o si comete una falta grave a juicio del Gerente General y Gerente de Recursos Humanos no merezca el trámite de Visto Bueno, constituirá en el descuento de una multa de hasta el 10% de la remuneración del Trabajador. La sanción pecuniaria no podrá superar el 10% de la remuneración dentro del mismo mes calendario, y en el caso de reincidencia se deberá proceder a sancionar al trabajador siguiéndole el correspondiente trámite de Visto Bueno.

Art.- 65. Las multas serán aplicadas, a más de lo señalado en este reglamento, en los siguientes casos:

1. Provocar desprestigio o enemistad entre los componentes de LA EMPRESA, sean directivos, funcionarios o trabajadores;
2. No acatar las órdenes y disposiciones impartidas por su superior jerárquico;
3. Negarse a laborar durante jornadas extraordinarias, en caso de emergencia;
4. Realizar en las instalaciones de LA EMPRESA propaganda con fines comerciales o políticos;
5. Ejercer actividades ajenas a LA EMPRESA durante la jornada laboral;
6. Realizar reclamos infundados o mal intencionados;

7. No guardar la consideración y cortesía debidas en sus relaciones con el público que acuda a la Empresa;
8. No observar las disposiciones constantes en cualquier documento que LA EMPRESA prepare en el futuro, cuyo contenido será difundido entre todo el personal.
9. No registrar personalmente su asistencia diaria de acuerdo con el sistema de control preestablecido por el Departamento de Recursos Humanos;

### **DE LAS FALTAS EN GENERAL**

Art.- 66. Las faltas son leves y graves, sin perjuicio de las multas a las que se refiere el artículo anterior.

### **DE LAS FALTAS LEVES**

Art.- 67. Se consideraran faltas leves el incumplimiento de lo señalado en el código de trabajo.

Son además faltas leves:

- a) La reincidencia por más de tres veces en los casos que hayan merecido amonestación verbal dentro del mismo periodo mensual. La reincidencia que se refiere el presente literal será causal para una amonestación escrita.
- b) Excederse sin justificación en el tiempo de permiso concedido.
- c) La negativa del trabajador a utilizar los medios, recursos, materiales y equipos que le suministre la Empresa.
- d) Los trabajadores que durante el último periodo mensual de labor, hayan recibido tres amonestaciones escritas.
- e) Los trabajadores que no cumplieren con responsabilidad y esmero las tareas a ellos encomendados.

- f) La negativa de someterse a las inspecciones y controles, así como a los exámenes médicos y chequeos.
- g) Poner en peligro su seguridad y la de sus compañeros. Si la situación de peligro se genere por hechos que son considerados faltas graves, se sancionarán con la separación del trabajador, previo visto bueno.
- h) Disminuir injustificadamente el ritmo de ejecución de su trabajo.
- i) El incumplimiento de cualquier otra obligación o la realización de cualquier otro acto que conforme otras disposiciones de este reglamento sea sancionada con multa y no constituya causal para sanción grave.
- j) Ingresar datos erróneos en la facturación de productos y servicios.
- k) Recibir cheques de pago que no han sido llenados correctamente y que deban ser devueltos al suscriptor, multa de hasta el 10 % de la remuneración.

### **DE LAS FALTAS GRAVES**

Art.- 68. Son Faltas graves aquellas que dan derecho a sancionar al trabajador con la terminación del contrato de trabajo. Las sanciones graves se las aplicará al trabajador que incurra en las siguientes conductas, a más de establecidas en otros artículos del presente Reglamento como son los artículos, serán sancionados con multa o Visto Bueno dependiendo de la gravedad de la falta las siguientes:

- a) Estar incurso en una o más de las prohibiciones señaladas en el presente Reglamento, excepto en los casos en que el cometer dichas prohibiciones sea considerada previamente como falta leve por la Empresa, de conformidad con lo prescrito en este instrumento.
- b) Haber proporcionado datos falsos en la documentación presentada para ser contratado por la Empresa.
- c) Presentar certificados falsos, médicos o de cualquier naturaleza para justificar su falta o atraso.

- d) Modificar o cambiar los aparatos o dispositivos de protección o retirar los mecanismos preventivos y de seguridad adaptados a las máquinas, sin autorización de sus superiores.
- e) Alterar de cualquier forma los controles de la Empresa sean estos de entrada o salida del personal, reportes o indicadores de ventas, cuentas por cobrar, indicadores de procesos de la empresa, etc.
- f) Sustraerse o intentar sustraerse de los talleres, bodegas, locales y oficinas dinero, materiales, materia prima, herramientas, material en proceso, producto terminado, información en medios escritos y/o magnéticos, documentos o cualquier otro bien.
- g) Encubrir la falta de un trabajador.
- h) No informar al superior sobre daños producto de la ejecución de algún trabajo, y ocultar estos trabajos.
- i) Inutilizar o dañar materias primas, útiles, herramientas, máquinas, aparatos, instalaciones, edificios, enseres y documentos de la Empresa o clientes, así como vehículos pertenecientes a clientes.
- j) Revelar a personas extrañas a la Empresa datos reservados, sobre la tecnología, información interna de la Empresa, e información del cliente.
- k) Dedicarse a actividades que impliquen competencia a la Empresa; al igual que ser socio, accionista o propietario de negocios iguales o relacionados al giro del negocio de empresa, ya sea por sí mismo o interpuesta persona, sin conocimiento y aceptación escrita por parte del Representante Legal.
- l) Los malos tratos de palabra u obra o faltas graves de respeto y consideración a jefes, compañeros, o subordinados, así como también el originar o promover peleas o riñas entre sus compañeros de trabajo;
- m) Causar accidentes graves por negligencia o imprudencia;

- n) Por indisciplina o desobediencia graves al presente Reglamento, instructivos, normas, políticas, código de conducta y demás disposiciones vigentes y/o que la Compañía dicte en el futuro.
- o) Acosar u hostigar psicológica o sexualmente a trabajadores, compañeros o jefes superiores.
- p) Por ineptitud en el desempeño de las funciones para las cuales haya sido contratado, el mismo que se determinará en la evaluación de desempeño.
- q) Manejar inapropiadamente las Políticas de Ventas, promociones, descuentos, reservas, dinero y productos de la Empresa para sus Clientes; incumplimiento de las metas de ventas establecidas por la Gerencia; así como la información comercial que provenga del mercado.
- r) Los trabajadores que hayan recibido dos o más infracciones, de las infracciones señaladas como leves, dentro del periodo mensual de labor, y que hayan sido merecedores de amonestaciones escritas por tales actos. Sin embargo, si el trabajador tuviese tres amonestaciones escritas dentro de un periodo trimestral de labores, será igualmente sancionado de conformidad con el presente artículo.
- s) Cometer actos que signifiquen abuso de confianza, fraude, hurto, estafa, conflictos de intereses, discriminación, corrupción, acoso o cualquier otro hecho prohibido por la ley, sea respecto de la empresa de los ejecutivos y de cualquier trabajador.
- t) Portar armas durante horas de trabajo cuando su labor no lo requiera.
- u) Paralizar las labores o Incitar la paralización de actividades.
- v) Se considerara falta grave toda sentencia ejecutoriada, dictada por autoridad competente, que condene al trabajador con pena privativa de libertad. Si es un tema de transito es potestad de la empresa, si el trabajador falta más de tres días se puede solicitar visto bueno.

## CAPÍTULO XVIII

### DE LA CESACIÓN DE FUNCIONES O TERMINACIÓN DE CONTRATOS

Art.- 69. Los trabajadores de Don frijolito S.A., cesarán definitivamente en sus funciones o terminarán los contratos celebrados con la Empresa, por las siguientes causas, estipuladas en el artículo 169 del Código del Trabajo:

- a) Por las causas legalmente previstas en el contrato
- b) Por acuerdo de las partes.
- c) Por conclusión de la obra, periodo de labor o servicios objeto del contrato.
- d) Por muerte o incapacidad del colaboradores o extinción de la persona jurídica contratante, si no hubiere representante legal o sucesor que continúe la Empresa o negocio.
- e) Por caso fortuito o fuerza mayor que imposibiliten el trabajo, como incendio, terremoto y demás acontecimientos extraordinarios que los contratantes no pudieran prever o que previsto, no pudieran evitar.
- f) Por visto bueno presentado por el trabajadores o empleador.
- g) Por las demás establecidas en las disposiciones del Reglamento Interno y Código del Trabajo.

Art.- 70. El trabajador que termine su relación contractual con Don Frijolito S.A., por cualquiera de las causa determinadas en este Reglamento o las estipuladas en el Código del Trabajo, suscribirá la correspondiente acta de finiquito, la que contendrá la liquidación pormenorizada de los derechos laborales, en los términos establecidos en el Código del Trabajo.

## CAPITULO XIX

### OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES PARA LA EMPRESA

Art.- 71. Son obligaciones de la empresa, a parte de las establecidas en el Código de Trabajo, Estatuto, Código de Ética, las siguientes:

- a) Mantener las instalaciones en adecuado estado de funcionamiento, desde el punto de vista higiénico y de salud.
- b) Llevar un registro actualizado de los datos del trabajador y, en general de todo hecho que se relacione con la prestación de sus servicios.
- c) Proporcionar a todos los trabajadores los implementos e instrumentos necesarios para el desempeño de sus funciones.
- d) Tratar a los trabajadores con respeto y consideración.
- e) Atender, dentro de las previsiones de la Ley y de este Reglamento los reclamos y consultas de los trabajadores.
- f) Facilitar a las autoridades de Trabajo las inspecciones que sean del caso para que constaten el fiel cumplimiento del Código del Trabajo y del presente Reglamento.
- g) Difundir y proporcionar un ejemplar del presente Reglamento Interno de Trabajo a sus trabajadores para asegurar el conocimiento y cumplimiento del mismo.

Art.- 72. Son prohibiciones de la empresa, a parte de las establecidas en el Código de Trabajo, Estatuto, Código de Ética, las siguientes:

- a) Retener más del diez por ciento (10%) de la remuneración por concepto de multas;
- b) Exigir al trabajador que compre sus artículos de consumo en tiendas o lugares determinados;

- c) Imponer colectas o suscripciones entre los trabajadores;
- d) Hacer propaganda política o religiosa entre los trabajadores;
- e) Obstaculizar, por cualquier medio, las visitas o inspecciones de las autoridades del trabajo a los establecimientos o centros de trabajo, y la revisión de la documentación referente a los trabajadores que dichas autoridades practicare;

## **CAPITULO XX**

### **SEGURIDAD E HIGIENE**

Art.- 78. Se considerara falta grave la transgresión a las disposiciones de seguridad e higiene previstas en el ordenamiento laboral, de seguridad social y Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional de la empresa, quedando facultada la compañía para hacer uso del derecho que le asista en guardar la integridad de su personal.

### **DISPOSICIONES GENERALES**

Art.- 79. Los trabajadores tienen derecho a estar informados de todos los reglamentos, instructivos, Código de conducta, disposiciones y normas a los que están sujetos en virtud de su Contrato de Trabajo o Reglamento Interno.

Art.- 80. La Empresa aprobará en la Dirección Regional del Trabajo, en cualquier tiempo, las reformas y adiciones que estime convenientes al presente Reglamento. Una vez aprobadas las reformas o adiciones. La Empresa las hará conocer a sus trabajadores en la forma que determine la Ley.

Art.- 81. En todo momento la Empresa impulsará a sus Trabajadores a que denuncien sin miedo a recriminaciones todo acto doloso, daño, fraudes, violación al presente reglamento y malversaciones que afecten económicamente o moralmente a la Empresa, sus funcionarios o trabajadores.

Art.- 82. En todo lo no previsto en este Reglamento, se estará a lo dispuesto en el Código del Trabajo y más normas aplicables, que quedan incorporadas al presente Reglamento Interno de Trabajo.

Art.- 83. El presente Reglamento Interno de Trabajo entrará a regir a partir de su aprobación por el Director Regional de Trabajo y Servicio Público de Tulcán, Carchi.

Atentamente,

**Gerente General**