UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA "INDOAMÉRICA"

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE EMPANADAS DE MOTE, EN LA CIUDAD DE AMBATO.

Trabajo de investigación para la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios

AUTOR:

LÓPEZ OBANDO LILIANA CAROLINA

DIRECTOR:

ING. SANDRA TEJADA

AMBATO - ECUADOR

2017

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Investigación *"Plan de Negocios para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de empanadas de mote, en la ciudad de Ambato*" presentado por López Obando Liliana Carolina para optar por el título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, CERTIFICO, que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 28 de marzo del 2017

Ing. Sandra Tejada

DIRECTOR

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

López Obando Liliana Carolina
C.I.180328853-7
AUTORA

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Liliana Carolina López Obando, declaro ser autora del Trabajo de Investigación titulado "Plan de Negocios para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de empanadas de mote, en la ciudad de Ambato", como requisito para optar al grado de "Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios", autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines normalmente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales donde se acuerden los términos de aplicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato, a los 28 días del mes de marzo de 2017, firmo conforme:

Autora: López Obando Liliana Carolina

Firma _____

Número de cédula: 180328853-7
Dirección: Izamba, calle Mazatenengo y San francisco
Correo Electrónico: caro17_lopez@hotmail.com
Teléfono: 032526638-0987667486

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico a Dios, por ser mi mayor soporte y refugio en los tiempos de dificultad. A mis amados padres por brindarme su amor, cariño, consejos y bendiciones, a mis queridas hermanas por ser siempre mi ejemplo a seguir y a la persona con quien con compartiré mi vida, a David quien ha estado junto a mí desde el inicio de esta meta entregándome siempre su apoyo y aliento en todo este trayecto de mi vida, a mí tutora Ing. Sandra Tejada quien ha sido un pilar en el desarrollo y formación de mi instrucción académica, así como del presente trabajo.

Carolina López

AGRADECIMIENTO

Sin duda alguna agradezco a Dios por haberme bendecido en este camino y permitirme culminar mi carrera a su vez por proveerme de la fuerza, conocimiento y entendimiento necesario para llegar al final de esta etapa de mi vida.

Mi agradecimiento eterno a la Universidad Tecnológica Indoamérica y en especial a la Ing. Sandra Tejada quien con su conocimiento me ha guiado de manera desinteresada, brindándome sus consejos y pautas para lograr la finalización del presente trabajo investigativo.

Gracias

ÍNDICE DE GENERAL

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA i
CERTIFICACIÓN ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD iii
AUTORIZACIÓN iv
DEDICATORIA vi
AGRADECIMIENTO vii
ÍNDICE DE TABLAS xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS xiv
ÍNDICE DE IMÁGENES xv
SUMARIO INVESTIGATIVO xvi
ABSTRACT xvii

INTRODUCCIÓN 1

CAPÍTULO 1 3
ÁREA DE MARKETING 3
1.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO 3
1.1.1 Especificación del Servicio o Producto 3
1.1.2 Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona 4
1.2. DEFINICIÓN DEL MERCADO 5
1.2.1 Qué mercado se va a tocar en general 7
1.2.1.5. Análisis e interpretación 22
1.2.2 Demanda Potencial 33
1.3. ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE 34
1.3.1 Análisis del micro ambiente 34
1.3.2 Análisis del macro ambiente 48
1.3.3 Proyección de la oferta 51
1.4 Demanda potencial insatisfecha 52

1.5 Promoción y publicidad que se realizara 52
1.6 Sistema de distribución a utilizar 59
1.7 Seguimiento de clientes 59
1.8 Especificar mercados alternativos 61

CAPITULO II 63
ÁREA DE PRODUCCIÓN 63
2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO 63
2.1.1 Descripción del proceso de transformación del bien o servicio 63
2.1.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas 70
2.1.3 Tecnología a aplicar 75
2.2 FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES 79
2.2.1 Ritmo de producción 79
2.2.3 Número de trabajadores 80
2.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN 82
2.3.1 Capacidad de producción futura 82
2.4 DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN 83
2.4.1 Especificaciones de materia prima y grado de sustitución que pueden presentar 83
2.5 CALIDAD 84
2.5.1 Método de control de calidad 84
2.6 NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN 89
2.6.1 Seguridad e higiene ocupacional 90

CAPÍTULO III 103
AREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN 103
3.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS 103
3.1.1 Visión de la empresa 103
3.1.2 Misión de la empresa 103
3.1.3 Análisis FODA 103

3.1.4 Objetivos 109
3.2 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA 111
3.2.1 Organigrama de la empresa para definir la organización interna 111
3.2.2 Describa brevemente los cargos del organigrama 113
3.3 CONTROL DE GESTIÓN 119
3.3.1 Indicadores de gestión 119
3.4 NECESIDADES DE PERSONAL 120

CAPITULO IV 122
AREA JURÍDICO LEGAL 122
4.1 DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA 122
4.2 PATENTES Y MARCAS 125
4.3 DETALLE TODO TIPO DE LICENCIAS NECESARIAS PARA FUNCIONAR Y DOCUMENTOS LEGALES (PATENTES, INICIO DE ACTIVIDADES, ETC) 128

CAPÍTULO V 147
AREA FINANCIERA 147
5.1. PLAN DE INVERSIÓN 147
5.2. PLAN DE FINANCIAMIENTO 150
5.3. CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS 151
5.4. CÁLCULO DE INGRESOS 181
5.5. FLUJO DE CAJA 184
5.6. PUNTO DE EQUILIBRIO 188
5.7. ESTADO DE RESULTADOS 190
5.8. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 192
5.9. EVALUACIÓN FINANCIERA 193

BIBLIOGRAFÍA 201
ANEXOS 204

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Tabla Nutricional por cada 100 gramos 4
Tabla 2: Categorización de sujetos 7
Tabla 3: Dimensión conductual (mamá) 7
Tabla 4: Dimensión conductual (familia) 7
Tabla 5: Dimensión geográfica. 8
Tabla 6: Dimensión demográfica (mamá) 8
Tabla 7: Dimensión demográfica (familia) 8
Tabla 8: Fórmula de la muestra 10
Tabla 9: Objetivo específico 1 11
Tabla 10: Objetivo específico 2 12
Tabla 11: Datos poblacionales del cantón Ambato 16
Tabla 12: Resultados de la entrevista aplicada a profesionales 17
Tabla 13: Ha comprado usted empanadas 23
Tabla 14: Frecuencia de Compra 24
Tabla 15: Tipo de empanadas 25
Tabla 16: Empanadas de mote 26
Tabla 17: Estaría dispuesto a comprar el muevo producto 27
Tabla 18: Características de las empanadas 28
Tabla 19: Presentación del producto 29
Tabla 20: Cuanto estaría dispuesto a pagar por paquete 30
Tabla 21: Combinación que le gustaría 31
Tabla 22: Beneficios nutricionales de las empanadas 32
Tabla 23: Tendencia de la demanda 33
Tabla 24: Proyección de la Demanda 34
Tabla 25: Poder de negociación de los compradores o cliente 36
Tabla 26: Poder de negociación de los proveedores o vendedores 36
Tabla 27: Amenazas de nuevos competidores entrantes 37
Tabla 28: Amenaza de productos sustitutos 38
Tabla 29: Rivalidad entre los competidores 39
Tabla 30: Matriz de las 5 fuerzas de Porter 40

Tabla 31: Estrategias fuerzas de Porter 41
Tabla 32: Propuesta de marca 43
Tabla 33: Matriz EFE 48
Tabla 34: Matriz EFI 49
Tabla 35: Matriz MPC 50
Tabla 36: Proyección de la Oferta 51
Tabla 37: Demanda potencial insatisfecha 52
Tabla 38: Matriz MPC 53
Tabla 39: Costos por Publicidad 54
Tabla 40: Estrategias de medios 55
Tabla 41: Descripción de equipos para el proceso productivo 72
Tabla 42: Descripción del personal del área de producción 74
Tabla 43: Cálculo del Método de nivelación 79
Tabla 44: Stock de inventarios necesarios 80
Tabla 45: Descripción de los trabajadores por áreas y funciones 81
Tabla 46: Proyección de la producción 82
Tabla 47: Descripción de nivel de importancia y grado de sustitución 83
Tabla 48: Hoja de verificación 86
Tabla 49: Elementos y causas que inciden en la calidad del producto 87
Tabla 50: Matriz de vulnerabilidad – Amenazas y Debilidades 104
Tabla 51: Cálculo de factores claves- Amenazas y Debilidades 105
Tabla 52: Matriz de aprovechabilidad – Oportunidades y Fortalezas 106
Tabla 53: Cálculo de factores claves - Oportunidades y Fortalezas 107
Tabla 54: Matriz FODA 108
Tabla 55: Matriz de estrategias 108
Tabla 56: Descripción de las funciones del gerente 113
Tabla 57: Descripción de las funciones de la secretaria 114
Tabla 58: Descripción de las funciones del contador/a 115
Tabla 59: Descripción del puesto del jefe de producción 116
Tabla 60: Descripción de las funciones de los operarios 117
Tabla 61: Descripción de las funciones del vendedor 118
Tabla 62: Descripción de las funciones del chofer 119

Tabla 63: Indicadores de gestión 120
Tabla 64: Plan de inversión inicial 147
Tabla 65: Forma de financiamiento 151
Tabla 66:Costo del producto A- Empanadas con relleno de carne de Res (Bandejas de 6 unidades) 153
Tabla 67: Costo del producto B- Empanada con relleno de carne de chancho (bandejas de 6 unidades) 154
Tabla 68: Proyecciones de costos del producto A- Empanadas con relleno de carne de res 158
Tabla 69: Proyección de costos del producto B- Empanadas con relleno de carne de cerdo 164
Tabla 70: Detalle de gastos 170
Tabla 71: Proyección de gastos 173
Tabla 72: Costo de la mano de obra 177
Tabla 73: Depreciación de los bienes de Caseritas Gourmet 179
Tabla 74: Proyección de depreciaciones 180
Tabla 75: Cálculo de ingresos 182
Tabla 76: Proyección de ingresos 183
Tabla 77: Flujo de caja 185
Tabla 78: Cálculo del Punto de equilibrio 188
Tabla 79: Estado de resultados de la empresa Caseritas Gourmet 191
Tabla 80: Estado de resultados proyectado 192
Tabla 81: Cálculo del tmar 1 global 195
Tabla 82: Cálculo Tmar 2 global mixto 195
Tabla 83: Periodo de recuperación 199

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Características y beneficios del producto 5
Gráfico 2: Ha comprado alguna vez empanadas 23
Gráfico 3: Frecuencia de Compra 24
Gráfico 4: Tipos de empanadas 25
Gráfico 5: Empanadas de mote 26
Gráfico 6: Estaría dispuesto a comprar el muevo producto 27
Gráfico 7: Características de las empanadas 28
Gráfico 8: Presentación del producto 29
Gráfico 9: Cuanto estaría dispuesto a trabajar por paquete 30
Gráfico 10: Combinación que le gustaría 31
Gráfico 11: Beneficios nutricionales de las empanadas 32
Gráfico 12: Proyección de la Demanda 34
Gráfico 13: Cinco fuerzas de Porter aplicadas al proyecto 35
Gráfico 14: Canal de distribución. 59
Gráfico 15: Administración de la gestión con el cliente CRM 60
Gráfico 16: Mercado alternativo empresarial 62
Gráfico 17: Proceso de adquisición de materias primas 65
Gráfico 18: Proceso Producir empanadas 67
Gráfico 19: Proceso Comercializar Empanadas 69
Gráfico 20: Mapa de procesos 70
Gráfico 21: Diagrama de Ishikawa 87
Gráfico 22: Organigrama estructural-Empresa Caseritas Gourmet 111
Gráfico 23: Organigrama funcional- Empresa Caseritas Gourmet 112
Gráfico 24: Punto de equilibrio en unidades 190

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: Estrategia de Marketing Centradas al Cliente 6
Imagen 2: Logo de la empresa 45
Imagen 3: Etiquetas 46
Imagen 4: El producto 47
Imagen 5: Página web 56
Imagen 6: Fan page 56
Imagen 7: Banner 57
Imagen 8: Flyers 58
Imagen 9: Plano de la empresa 71
Imagen 10: Envase de empanadas 75
Imagen 11: Semaforización del producto 76
Imagen 12: Información nutricional 76
Imagen 13: Señales éticas 102

SUMARIO INVESTIGATIVO

TEMA: "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE EMPANADAS DE MOTE, EN LA CIUDAD DE AMBATO."

AUTOR: Carolina López

TUTOR: Ing. Sandra Tejada

El presente plan de negocios contempla la "Creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de empanadas de mote, en la ciudad de Ambato", para lo cual se pretende determinar su viabilidad técnica-financiera desarrollando un estudio detallado de las diferentes áreas que lo componen. En el área de marketing, se describe las características del producto y se define el mercado objetivo categorizando a los sujetos para posteriormente segmentar el mismo. Es así que, a través de un cuestionario de preguntas, se aplica una entrevista a profesionales que brindan su opinión sobre las características y beneficios del consumo del mote; una encuesta, a las 383 personas que permitió identificar los gustos y preferencias del posible cliente y el nivel de aceptación que tendrá el nuevo producto. También se identificó cual es la oferta y demanda actual de empanadas, llegando a determinar que existe una demanda insatisfecha de 433 bandejas de empanadas diarias. El canal de comercialización a utilizar es el indirecto, siendo los intermediarios quienes harán llegar el producto al consumidor final (supermercados y mini mercados); no obstante, también se considera la posibilidad de comercializarlas de forma directa. En el área de producción, se describe los procesos necesarios para elaboración del producto, desde la adquisición de la materia prima y los insumos, la producción y su comercialización, que instalaciones, equipos y personas son necesarios. En el área de organización y gestión, se plantea la misión y visión, además de efectuar el análisis FODA de la entidad, también, se define su organización funcional y las funciones del personal. En el área jurídica se determinó que Caseritas Gourmet se constituirá bajo la denominación de Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada. Finalmente, en el área financiera se identificó que es necesario una inversión inicial de 28.537,80 USD, los cuales se financiaran el 47,44% por fondos propio y el 52,56% mediante un préstamo bancario. El precio de distribución del producto será de 1,87 USD por cada paquete de 6 unidades. Mediante el análisis aplicado se determinó que la viabilidad del proyecto, ya que, su periodo de recuperación es de 1 año, 5 meses y 22 días con una tasa de retorno del 42%.

DESCRIPTORES: Viabilidad Técnica-Financiera, Mercado Objetivo, Oferta, Demanda.

ABSTRACT

TOPIC: "BUSINESS PLAN FOR THE CREATION A COMPANY DEDICATED TO THE PRODUCTION AND MARKETING OF PIES MOTE IN THE CITY OF AMBATO."

AUTHOR: Carolina López

TUTOR: Ing. Sandra Tejada

The present business plan contemplates the "Creation of a company dedicated to the production and commercialization of mote empanadas, in the city of Ambato", for which it is intended to determine its technical-financial viability by developing a detailed study of the different areas that it's made of. In the marketing area, the characteristics of the product are described and the target market is defined categorizing the subjects to later segment the same. Thus, through a questionnaire of questions, an interview is applied to professionals who give their opinion on the characteristics and benefits of the consumption of the mote; A survey, to the 383 people that allowed to identify the tastes and preferences of the possible client and the level of acceptance that the new product will have. It was also identified the current supply and demand of empanadas, arriving to determine that there is an unsatisfied demand of 433 trays of empanadas daily. The channel of commercialization to be used is the indirect one, being the intermediaries who will get the product to the final consumer (supermarkets and mini markets); However, the possibility of marketing them directly is also considered. In the production area, it describes the processes necessary for the production of the product, from the acquisition of the raw material and the inputs, the production and its commercialization, which facilities, equipment and people are necessary. In the area of organization and management, the mission and vision is presented, in addition to performing the SWOT analysis of the entity, it also defines its functional organization and the functions of the staff. In the legal area it was determined that Caseritas Gourmet will be constituted under the denomination of Unipersonal Company of Limited Responsibility. Finally, in the financial area, it was identified that an initial investment of USD 28,537.80 is required, which will be financed by 47.44% by own funds and 52.56% by a bank loan. The product distribution price will be 1.87 USD for each 6 unit pack. Through the applied analysis it was determined that the feasibility of the project, since its recovery period is 1 year, 5 months and 22 days with a rate of return of 42%.

DESCRIPTORS: Technical and Financial Feasibility, Target Market, Supply, Demand.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo del presente plan de negocios es para crear una empresa dedicada a la producción y comercialización de empanadas de mote, para lo cual se recaba, analiza e interpreta la información que se encuentra en fuentes primarias y secundarias con el objetivo de conocer los gustos y preferencias del posible cliente, así también se determinará el nivel de aceptación que tendrá el nuevo producto frente a un mercado altamente competitivo. El esquema para el desarrollo de la investigación se encuentra estructurado de la siguiente forma:

Capítulo 1: se trata del área de marketing, en la cual se define y especifica el producto, detallando los aspectos innovadores que posee, además se define el mercado objetivo y se establece el plan de muestreo, se fijan los objetivos específicos determinando las necesidades de información, se aplica analiza e interpreta la información obtenida de las encuestas. En este capítulo también se determina y proyecta la demanda y oferta del nuevo producto. A continuación, se determinan los canales de comunicación y distribución a utilizar, finalmente se indica cómo se realizarán el seguimiento a los clientes y se fija mercados alternativos que puede abarcar el proyecto.

En el capítulo 2: en el área de producción, se describe el proceso de transformación del bien, también se describe las instalaciones, equipos, personas y tecnología a utilizar. Se determinan los factores que afectan el plan de operaciones, es decir se establece el ritmo de producción, el nivel de inventario promedio y el número de trabajadores. También se indica la capacidad de producción futura orientado a 5 años, se define los recursos necesarios para la producción, el método de control de calidad y finalmente se detalla las normativas y permisos que afectan su instalación.

En el capítulo 3: en el área de organización y gestión, se define la visión y misión de la empresa, se realiza el análisis FODA y se elabora el organigrama estructural, además se realiza un listado de indicadores de gestión necesarios para su control y funcionamiento de calidad.

En el capítulo 4: en el área jurídica legal se evidencia la forma legal de constitución de la organización y los procesos de trámites necesarios para el funcionamiento de la misma.

En el capítulo 5: en el área financiera se muestra las formas de financiamiento para su implementación, se detallan los costos, gastos e ingresos en los que se incurren para la ejecución del proyecto elaborando estados de resultados, flujos de caja, como también se elaboran indicadores como el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Beneficio Costo, Liquidez Rentabilidad.

CAPÍTULO 1

ÁREA DE MARKETING

1.1.DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

1.1.1 Especificación del Servicio o Producto

El presente plan de negocios consiste, en crear una empresa dedicada a la producción y comercialización de empanadas de mote, misma que se encontrará localizada en la ciudad de Ambato. De acuerdo a Cárdenas (2005), el mote es un grano fuente de vitaminas, energético, sobre todo es un alimento natural" (p. 302), es tradicional y típico de la cultura ecuatoriana, la empanada contará con un relleno de carne de res y cerdo que será apetecible para el paladar de los potenciales clientes.

El valor agregado en términos de marketing, según lo manifestado por Rojas (2013), es una característica o servicio extra que se le da a un producto o servicio, con el fin de darle un mayor valor comercial; generalmente se trata de una característica o servicio poco común, o poco usado por los competidores, y que le da al negocio o empresa cierta diferenciación. El valor agregado que se ofrece al consumidor es que siempre obtendrá un producto de alta calidad, bajas calorías, de fácil y rápida preparación aún excelente precio, elaborado con materia prima de la mejor calidad.

Además, Escudero (2012), sostuvo que a través de los beneficios y atributos del producto se busca que las empresas atraigan gran parte de la demanda insatisfecha con la producción y comercialización de los negocios ya existentes que pudieran

relacionarse, así posteriormente posicionar la participación de la empresa en el mercado objetivo mediante ello desarrollar el branding de marca con la finalidad de obtener la fidelidad de los consumidores para ser identificados por marca y calidad.

1.1.2 Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona

La elaboración del plan de negocios es una propulsión para ofrecer una nueva manera de comer el mote en una empanada elaborada en base a este grano muy típico de la serranía ecuatoriana.

La empanada de mote será de un sabor distintivo y único, con un relleno de carne de res y de cerdo en base a una receta exclusiva, además de ser una fuente de energía puesto que poseen carbohidratos polisacáridos que no solo aportan calorías sino azúcares y nutrientes, es antioxidante por su contenido de beta carotenos; así también, es considerado como un alimento completo, puesto que también aporta con minerales como: magnesio, calcio, hierro y fósforo, todos estos favorecen el metabolismo del organismo. Como complemento a todos los beneficios de este grano la empanada de mote se producirá bajo estrictas normas de calidad e higiene.

A continuación, se detalla su contenido nutricional por cada 100 gramos:

Tabla 1: Tabla Nutricional por cada 100 gramos

DESCRIPCIÓN	
Calorías	75
Carbohidratos	18,1 mg
Fibra	2,8 mg
Calcio	26 mg
Fósforo	16 mg
Vitamina C	11 mg

Fuente: (INIAP Archivo Historico, 2003, p. 71)
Elaborado por: López, C. (2016)

Tomando en cuenta lo expuesto anteriormente, en el siguiente gráfico se detalla las características y beneficios que posee el producto, detallando tanto sus atributos tangibles e intangibles:

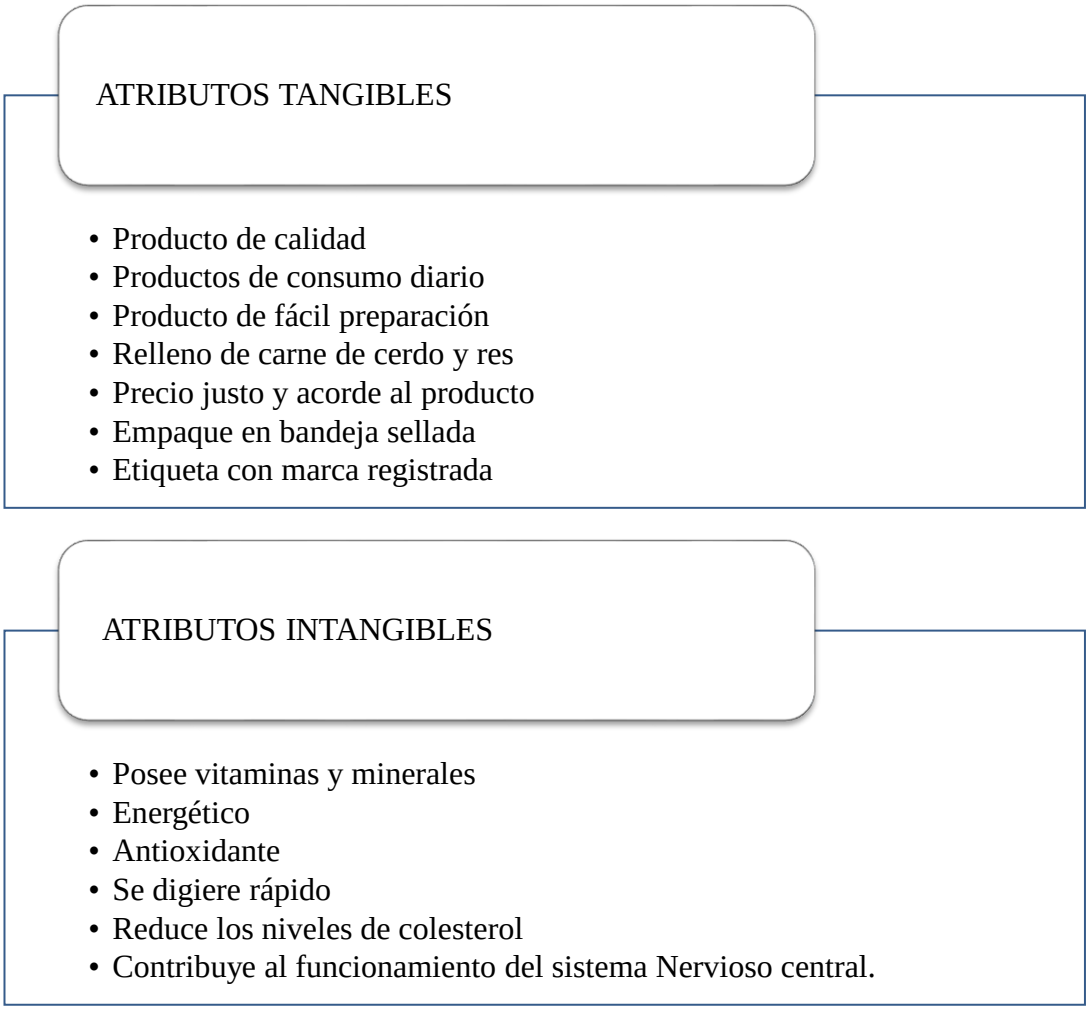


Gráfico 1: Características y beneficios del producto
Fuente: Estrategias de valor
Elaborado por: López, C. (2016)

1.2.DEFINICIÓN DEL MERCADO

Como indica en su libro Rivera y López (2012), el mercado es el lugar físico o virtual en el que se produce una relación de intercambio sea de productos o servicios entre individuos u organizaciones, con el objetivo de satisfacer una necesidad.

Por lo tanto, tomando en cuenta el punto de vista de la demanda, se supone que los compradores necesitan un producto o servicio determinado, desean y tienen la capacidad económica para adquirirlo; ahora, desde el punto de vista de la oferta, el negocio o empresa tiene la propiedad sobre el producto a ofertar y tiene la capacidad para cumplir con las expectativas del potencial cliente.

Por lo antes mencionado, para definir el mercado meta se considera segmentar un universo de habitantes con gustos, comportamientos y estilos de vida heterogéneos de tal manera que se seleccionará el más prometedor para el crecimiento y sostenibilidad del proyecto, para posteriormente diseñar las estrategias necesarias para introducir el producto al mercado objetivo y posicionar la marca en la mente de los consumidores.

De tal forma, que en el caso de este producto estará definida la segmentación acorde a los clientes que desean adquirir un producto de alta calidad con un sabor distintivo y único con un precio muy competitivo, así también se brindará satisfacción a los clientes que se preocupan básicamente por el precio y la economía familiar, satisfaciendo plenamente el requerimiento del cliente imponiendo así una imagen corporativa en el mercado.

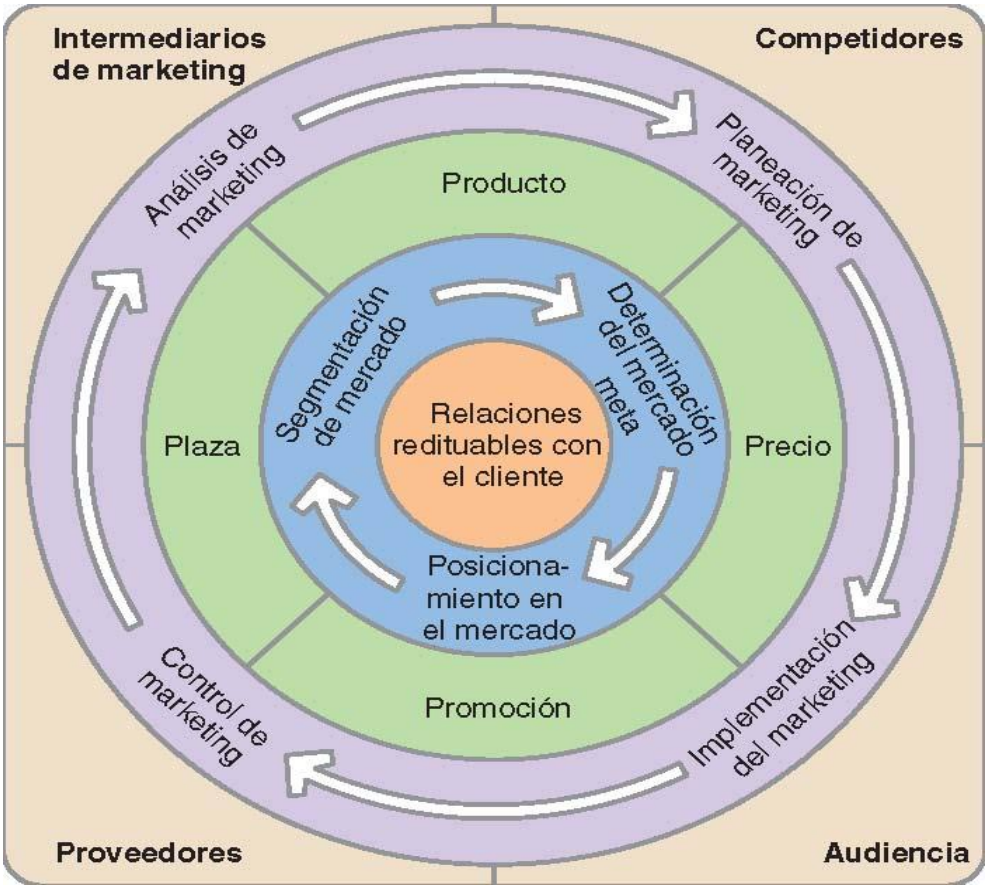


Imagen 1: Estrategia de Marketing Centradas al Cliente
Fuente: (Kotler y Keller, 2009)

1.2.1 Qué mercado se va a tocar en general

1.2.1.1 Categorización de sujetos

Tabla 2: Categorización de sujetos

CATEGORÍA	SUJETO
¿QUIÉN COMPRA?	Mamá
¿QUIÉN USA?	La familia
¿QUIÉN DECIDE?	Mamá
¿QUIÉN INFLUYE?	La familia

Fuente: Manual de plan de negocios
Elaborado por: López, C. (2016)

1.2.1.2 Estudio de segmentación

Tabla 3: Dimensión conductual (mamá)

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
TIPO DE NECESIDAD:	Alimentación
TIPO DE COMPRA:	Comparación
RELACIÓN CON LA MARCA:	No, marca nueva
ACTITUD FRENTE AL PRODUCTO:	Positiva

Fuente: Manual de plan de negocios
Elaborado por: López, C. (2016)

Tabla 4: Dimensión conductual (familia)

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
TIPO DE NECESIDAD:	Fisiológica
TIPO DE COMPRA:	Comparación
RELACIÓN CON LA MARCA:	No, marca nueva
ACTITUD FRENTE AL PRODUCTO:	Positiva

Fuente: Manual de plan de negocios
Elaborado por: López, C. (2016)

Tabla 5: Dimensión geográfica.

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	NÚMERO DE HABITANTES
PAÍS	Ecuador	14.483.499
REGIÓN	Sierra	2.946.287
POBLACIÓN URBANA	Tungurahua	244.783
CIUDAD	Ambato	178.538
TAMAÑO	(2010) 178.538 Habitantes (2016) 195.221Habitantes	

Fuente: INEC – Censo de población y vivienda 2010
Elaborado por: López, C. (2016)

Tabla 6: Dimensión demográfica (mamá)

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN 2010	POBLACIÓN 2016(1.5 tasa de crecimiento)
EDAD	22 – 59 años	92.239	100.858
SEXO	Femenino	92.239	100.858
SOCIOECONÓMICO	PEA Mujeres Ref. Tungurahua	108.229	118.342
OCUPACIÓN	Todas (Empleadas del sector público, privadas, cuenta propia, otros.)	105.662	115.535

Fuente: INEC – Censo de población y vivienda 2010
Elaborado por: López, C. (2016)

Tabla 7: Dimensión demográfica (familia)

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN 2010	POBLACIÓN 2016(1.5 tasa de crecimiento)
EDAD	5-59	401.121	109.650
SEXO	Hombre/Mujer	100.280	109.650
SOCIOECONÓMICO	PEA Ref. Tungurahua	244.893	267.777
OCUPACIÓN	Mamá	92.239	100.858/4 25.215

Fuente: INEC – Censo de población y vivienda 2010
Elaborado por: López, C. (2016)

Análisis de la segmentación de mercado

Tomando en cuenta los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), se determinó que el mercado objetivo para el nuevo producto es de 25.215 madres de familia, considerando que la Población Económicamente Activa (PEA) femenina es de 118.342 de la provincia de Tungurahua, la población segmentada conforme a la edad entre 22 - 59 años es de aproximadamente 115.535 madres de familia.

Estos indicadores de edad, sexo, nivel socio económico y ocupación son factores que permiten identificar el universo de potenciales clientes al que se dirige el nuevo producto; por lo anteriormente mencionado, las empanadas de mote están dirigidas a una población de madres de familia con capacidad de pago y que comprendan una edad entre 22 y 59 años, sean estas trabajadoras del sector público, privado, cuenta propia o sean únicamente amas de casa que gusten en adquirir empanadas para el consumo de su familia.

1.2.1.3 Plan de muestreo

Conforme a lo expuesto por Malhotra (2004), la técnica del muestreo no probabilístico se basa en el juicio del investigador, en consecuencia, no permite realizar una evaluación objetiva de la precisión de los resultados de la muestra y los estimados obtenidos no son estadísticamente proyectables a la población. Es decir, al aplicar esta técnica no existe certeza de que la muestra elegida sea representativa y se pueda obtener la información deseada.

En el anexo 2 se puede observar el procedimiento para el cálculo de la muestra según uno de los métodos de esta técnica.

Por otra parte, utilizando la técnica del muestro probabilístico para determinar el tamaño de la muestra, se debe analizar factores cualitativos y cuantitativos como la población de Ambato, edades, situación económica de los habitantes tales como la

naturaleza de la investigación lo requiere, la cual es importante al momento de realizar un plan de muestreo; al igual que el número de variables presentes en el proyecto o plan de negocios, tasas de incidencia y cumplimiento, tamaños de la muestra utilizados en proyectos con un enfoque similar al proyecto a realizar.

Además, con el objeto de aplicar de forma más objetiva el estudio del plan de negocios, según el autor Malhotra (2004), menciona de manera general que "Se necesita recabar información precisa para conocer el tipo de muestra se ajusta al análisis del plan de negocios, de manera que los datos arrojados tengan un alto grado de precisión con respecto a la población a ser muestreada" (p. 52). Al obtener información para conocer la muestra sabrá a futuro que tan alto grado de precisión obtendrá el resultado.

Para el estudio del proyecto se utilizarán la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 P * Q + N * e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 115.535}{1.96^2 * 0.5 * 0.5 + 115.535(0.05)^2}$$

$$n = \frac{110.959{,}814}{289{,}7979}$$

$n = 383$ Personas

Tabla 8: Fórmula de la muestra

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN	DATOS
N	Tamaño de la muestra	Cálculo
Z	Nivel de confiabilidad con el 95% de confianza (0,95/2= 0,4750)	1,96
N	Tamaño de la población	115.535
P	Probabilidad de ocurrencia	0,5
Q	Probabilidad de no ocurrencia	(1-p)= 1-0,5 = 0,5
e	Error de la muestra	5% = 0,05

Elaborado por: López, C. (2016)

Al aplicar la fórmula de tamaño de la muestra, se obtiene que el número representativo de habitantes escogidos de un universo de 115.335 madres de familia es igual a 383. Este número establece el tamaño de la muestra la cual se considerará como un indicador que permita conocer, medir y establecer las necesidades específicas insatisfechas del mercado objetivo. Para obtener un estudio más prolongado y cercano a la realidad se pretende aplicar la técnica de la encuesta apoyada por el instrumento del cuestionario.

NECESIDAD DE INFORMACIÓN

Objetivo específico 1

Determinar los gustos, preferencias de consumo de empanadas y con qué frecuencia las madres lo adquieren para definir el nivel de aceptación que tendría el nuevo producto.

Tabla 9: Objetivo específico 1

NECESIDADES DE INFORMACIÓN	TIPO DE INFORMACIÓN	FUENTES	INSTRUMENTOS
Identificación del mercado potencial	Secundario	Estadística segmentación	Sistema interno
Identificación de gustos y preferencias de los potenciales clientes.	Primaria	Encuesta	Cuestionario
Establecimiento del rango de precio de venta al público (PVP) del producto.	Primaria	Mercado	Encuesta
Identificación del PVP que el consumidor está dispuesto a pagar por el producto.	Primaria	Encuesta	Cuestionario
Identificación de la frecuencia de consumo.	Primaria	Encuesta	Cuestionario

Fuente: Manual de plan de negocios
Elaborado por: Elaborado por: López, C. (2016)

Objetivo específico 2

Establecer cuáles son los recursos materiales, económicos, humanos y tecnológicos necesarios para la elaboración de las empanadas de mote.

Tabla 10: Objetivo específico 2

NECESIDADES DE INFORMACIÓN	TIPO DE INFORMACIÓN	FUENTES	INSTRUMENTOS
Tipos de equipos y tecnología necesarios para la producción y comercialización.	Secundario	Libros Internet	Servicios agrupados
Materia prima de calidad y saludable	Secundario	Proveedores	Banco de datos de otras organizaciones
Costos de la materia prima, equipos y tecnología.	Secundario	Proveedores	Banco de datos de otras organizaciones
Determinación de la mano de obra	Secundario	Proveedores	Banco de datos de otras organizaciones
Establecimiento de los canales de distribución	Secundario	Libros, internet	Banco de datos de otras organizaciones

Fuente: Manual de plan de negocios
Elaborado por: Elaborado por: López, C. (2016)

1.2.1.4 Diseño y recolección de información

DESARROLLO DE INSTRUMENTOS

INFORMACIÓN SECUNDARIA

BASE DE DATOS DE OTRAS ORGANIZACIONES

- **Identificación de gustos y preferencias de los potenciales clientes. –** De acuerdo a Valdivia (2015), los clientes potenciales son aquellos que aún no realizan compras a la empresa pero que tienen grandes posibilidades de hacerlo en el futuro, ya que tienen una cierta predisposición hacia el producto o servicio ofertado y poseen poder y autoridad de compra. Para

identificar los gustos y preferencia de los potenciales clientes de Caseritas Gourmet se aplicará una encuesta.

- **Establecimiento el rango de PVP. –** De acuerdo a López y Lobato (2006), en su libro titulado Operaciones de venta indicaron que el precio de venta al público P.V.P. es un pago asignado por la obtención de un bien o servicio. A pesar que tal pago no necesariamente se efectúa en dinero los precios son generalmente referidos o medidos en unidades monetarias. Para establecer el P.V.P. es de vital importancia y requiere de un profundo análisis de los costos incurridos durante todo el proceso de producción considerando la mano de obra, materia prima y el resto de costos indirectos de fabricación.

- **Identificación del PVP que el cliente estaría dispuesto a pagar. -** Para identificar el PVP que el cliente estaría dispuesto a pagar se aplica una encuesta a la muestra establecida, ya que esta se halla estructurada conforme la información que se desea obtener, permitiendo identificar de forma clara cual es valor que los posibles clientes estarían dispuestos a pagar.

- **Identificación de la frecuencia de consumo. –** Por lo que se refiere a la frecuencia de consumo López y Lobato (2006), señalaron que es el número de veces que una persona adquiere un producto determinado para su uso o consumo. Para conocer el promedio de consumo de empanadas por familia se empleará una encuesta.

- **Materia prima de calidad. -** Según Dávalos y Córdova (2003), la materia prima son los principales recursos que se utiliza en la producción, es decir, esta forma o es utilizada para elaborar un producto, las materias primas se transforman en bienes terminados con la intervención de mano de obra directa y costos indirectos de fabricación. Para adquirir la materia prima se identificará y enlistará a los proveedores mediante:

    1. Guías comerciales

2. Páginas de internet
3. Zonas comerciales

Se solicitará proformas para analizar costo, calidad, tiempo de entrega y facilidades de pago.

- **Costos de la materia prima y equipos. –** Mediante el aporte de Dávalos y Córdova (2003), se puede señalar que el costo es el valor económico de un producto o servicio, es decir es el valor monetario que posee el mismo. Para analizar el costo de la materia prima y de los equipos necesarios para la producción y elaboración del producto se solicitará proformas a diferentes proveedores para seleccionar el que oferte:

    1. Calidad
    2. Bajo costo comparativo
    3. Tiempo de entrega
    4. Facilidades de pago

- **Determinación de la mano de obra. –** Para Prieto, Aguilar, y Santidrián (2006), en su libro Contabilidad de costes y de gestión señalan que la mano de obra representa el esfuerzo físico o intelectual que realiza un individuo con el objeto de transformar la materia prima en un producto.

    Para contar con mano de obra calificada la empresa seguirá los siguientes lineamientos:

    1. **Reclutamiento:** Publicación en el periódico de mayor circulación de la ciudad.

    2. **Selección:** Elegir 3 carpetas que cumpla con los requisitos especificados, realizar la entrevista.

3. **Evaluación:** Evaluar a la persona seleccionada según el puesto que vaya a ocupar.

4. **Contratación:** Elaborar un contrato laboral según la Legislación Laboral vigente.

- **Establecimiento de los canales de distribución. –** De acuerdo a Cantos (1999), manifestó que por canal de distribución entendemos a la ruta por la que circula el flujo de productos desde su creación en origen hasta llegar a su consumo o uso en el destino final. Entonces, se entiende que un canal de distribución está constituido por aquel conjunto de personas o empresas que facilitan la circulación del producto elaborado hasta llegar a manos del consumido o usuario.

  Los canales de distribución para la comercialización de las empanadas de mote son:

  1. Mayoristas: Supermercados
  2. Minoristas: Mini-mercados

SISTEMA DE INFORMACIÓN

- **Identificación del mercado potencial. –** Con respecto al mercado potencial Rivera y López (2012)**,** indicaron que es el número máximo de compradores al cual se puede dirigir la oferta comercial de la empresa o conjunto de posibles clientes de la misma. Para determinar el mercado potencial se hace uso de los datos proporcionados por el instituto nacional de estadísticas y censos INEC, el cual es el único organismo autorizado a nivel nacional para proporcionar datos de interés económico y social.

  El proyecto será desarrollado en la provincia de Tungurahua, cantón Ambato; para lo cual se hará uso de los siguientes datos:

Tabla 11: Datos poblacionales del cantón Ambato

El cantón Ambato cuenta con 19 parroquias	
Representa el 30.1% de territorio de la provincia de Tungurahua	
Población:	329.9 mil hab. (65.4% respecto a la provincia de Tungurahua).
Urbana:	50.1%
Rural	49.9%
Mujeres	51.5%
Hombres:	48.5%
PEA:	60.0 % (65.4% de la PEA de la provincia de Tungurahua)

Fuente: (INEC, 2010)
Elaborado por: López, C. (2016)

INFORMACIÓN PRIMARIA

Entrevista

De acuerdo a Hernández et al. (2010), "las entrevistas implican que una persona calificada (entrevistador) aplica el cuestionario a los participantes; el primero hace las preguntas a cada entrevistado y anota las respuestas. Su papel es crucial, es una especie de filtro" (p. 239). Es decir, la entrevista consiste en un diálogo entablado entre dos personas el entrevistado y el entrevistador, con el fin de obtener cierta información que permita entender y explicar una situación determinada.

En este proyecto se aplicó dos entrevistas a dos profesionales que conocen sobre el consumo del mote y los beneficios que este producto posee.

Ver anexo 3

Tabla 12: Resultados de la entrevista aplicada a profesionales

Entrevistado:	Msc. Omitza Jiménez Espineira	Ing. Cristina Proaño
Especialidad:	Bioquímica-farmacéutica, master en nutrición y dietética	Ingeniera en alimentos
PREGUNTAS	**RESPUESTAS**	
¿El mote posee propiedades y valor nutricional? ¿Cuáles?	Varias son las propiedades del mote, pues por cada 100g presenta 25g de carbohidratos, siendo estos polisacáridos complejos aportando azúcares y nutrientes, tiende a engordar mientras se consuma moderadamente, pues deja una sensación de saciedad, es rico en fibras y antioxidante por su contenido de beta carotenos. Cien gramos de mote aportan en energía 330 kcal, en su composición se encuentra aproximadamente 4g de grasa total, 66g de carbohidratos, 66g de azúcares y 8 g de proteína.	Posee proteínas, carbohidratos, lípido y minerales como el hierro, fosfato, sodio, calcio.
¿El mote contribuye a mejorar la salud de quienes lo consumen? ¿por qué?	Es cierto que el mote ayuda a mejorar la salud de quienes le consumen pues el aporte de azúcares y nutrientes dota al cuerpo de energía, lo cual es provechoso para deportistas y niños en crecimiento, debido a la actividad física que estos realizan. Al ser rico en fibra ayuda a reducir los niveles de colesterol malo, mantiene saludable el aparato digestivo y evitan el estreñimiento, los beta caroteno que contiene componente de la vitamina A, ayudan a la producción de defensas al organismo, a s vez el contenido de vitaminas del complejo B, como la B1, B3, y B9,favorecen el funcionamiento del sistema nervioso central, así mismo al aportar minerales como el magnesio, calcio hierro y fósforo favorece al metabolismo del organismo, adicionalmente en forma de harina es una buena opción para ser	Si es un alimento saludable.

	consumido por personas con enfermedad celíaca pues no contienen gluten.	
¿Cuáles son los efectos a largo plazo por consumo de productos procesados?	De manera general el consumo excesivo de productos procesados afectan a largo plazo a nuestro organismo, pues estos estos pasan por numerosas etapas de elaboración perdiendo gran parte de su valor nutricional, lo que conlleva que los productores le agreguen nutrientes, sabor y texturas con el propósito de hacerlos más ricos, por lo que les llena de aditivos lo cual perjudica paulatinamente la salud humana pues contribuyen al aumento de la presión sanguínea por la incorporación de alto contenido de sodio y grasas saturadas, incrementan la hormonas de acumulación de grasa lo cual incide en el aumento de peso y ansiedad, contribuyen a la diabetes, al contener harinas refinadas en su elaboración, el contenido de transgénicos repercute en alergias, resistencia a determinados antibióticos, infertilidad e incluso afectan las funciones renales y hepáticas.	Mientras más naturales son los productos mejor, el procesamiento debe ser artesanal como las cocciones, el procesamiento del mote es por una técnica de cenizas al carbón lo que lo hace mejor digerible por el organismo, los alimentos procesados con productos químicos sintéticos y los preservantes son los que a largo plazo son dañinos para el organismo
¿Qué opinión tiene sobre las empanadas precocidas?	Estos alimentos aunque son prácticos aportan menos minerales y vitaminas, que los frescos y comidas recién preparadas, aunque el aporte de nutrientes depende también de la porción que se consume, pueden ser utilizados en refrigerios o acompañando comidas, pero nunca ser un sustitutos de estas, 100 gramos de un alimento de este tipo aporta de 25 a 50% de sales, lo cual es considerado excesivo, pues el organismo necesita diariamente de 3g, diarios, además como producto precocido suele agregársele sodio para para prolongar su tiempo	Que es una tendencia en la actualidad porque se ahorra tiempo, el costo es menor pero el proceso de cocción hace que pierda valor nutricional los productos con respecto a los alimentos frescos.

	de caducidad lo cual es negativo para las personas que padecen hipertensión, siendo recomendable antes de sus consumo fijarse en la feche a de caducidad, pues ya vencidos pueden ser nocivos para la salud, aunque es de considerar que ingerir alimentos de este tipo resulta seguro para el ser humano, pues estos son esterilizados y sometidos al vacío, lo que garantiza su inocuidad.	
¿En la elaboración de empanadas de mote que productos pueden mejorar su contenido nutricional?	Para mejorar el contenido nutricional de estas empanadas es recomendable añadirles de relleno, carne, pollo, pescado o queso, pues en el caso de la carne esta aporta por cada 100g, 288 calorías, 26,33g de proteínas y casi 20g de grasas, por otra parte el pollo en la misma porción aporta 195 calorías, casi 30 gramos de proteínas y poca grasa alrededor de 8g, en dependencia de la parte seleccionada, el pescado aporta 84 calorías, alrededor de 18g de proteínas y prácticamente no aporta grasas y el queso presenta 145 calorías, 8g de grasa aproximadamente 5 gramos de carbohidratos y 12g de proteínas, es de mencionar que cada alimento aporta en si vitaminas y minerales esenciales para el organismo, lo que es de considerar como beneficios unidos al aporte nutricional del morocho.	Los hidratos de carbonos y los minerales
¿Qué tipo de empaque es el más apropiado para conservar los productos en refrigeración?	Considerando que la refrigeración detiene el crecimiento bacteriano, aunque puede afectar la presentación del producto, es recomendable que unida a esta se emplee un empaque adecuado que sería en bandejas de poli estireno expandido	Los mejores empaques son los de polietileno que ofrece protección frente a la humedad y cambios de temperatura.

	(EPS) con recubrimiento en bolsa de plástico envolvente sellado al vacío lo que posibilitará su conservación y refrigeración.	
¿Cuáles son los parámetros para transportar los productos que deben mantenerse en refrigeración?	Entre los principales parámetros a cumplir para la trasportación de productos que deben mantenerse refrigerados es el mantener intacta la cadena de frío desde el fabricante al consumidor, por lo que los vehículos de transporte deben ser refrigerados, manteniendo una temperatura acorde al producto que se transporta, garantizando su conservación, otros parámetros son la adecuada manipulación de los productos tanto en el cargue como el descargue, así como la colocación dentro del vehículo evitando la obstaculización del frío al producto, garantizando así sus adecuadas propiedades organolépticas e inocuidad.	La temperatura, la higiene, vehículo refrigerado.

Fuente: Entrevista aplicada a profesionales
Elaborado por: López, C. (2016)

Encuesta

Mediante el aporte de Abascal y Grande (2005), se puede decir que la encuesta es una técnica primaria de obtención de información sobre la base de un conjunto objetivo, coherente y articulado de preguntas, que garantiza que la información proporcionada por una muestra puede ser analizada mediante métodos cuantitativos y los resultados sean extrapolables con determinados errores y confianzas a una población. Por otra parte, las encuestas personales consisten en un encuentro entre dos personas en el cual una de ellas obtiene información proporcionada por la otra sobre la base de un cuestionario predefinido o estructurado que no puede ser alterado por el entrevistador.

La encuesta se realizará de forma personal en base a un cuestionario de preguntas previamente estructuradas, para obtener la información que se requiera para la creación de la empresa.

De acuerdo a Pérez (1986), la principal ventaja del uso de la encuesta es que, dependiendo de la profundidad que se dé a la misma, se pueden obtener datos muy precisos; mientras que la desventaja radica en la posibilidad de que los encuestados puedan brindar respuestas falsas, o que los encuestadores puedan recurrir a atajos.

La realizacion de la encuesta es necesaria para conocer la opinion de los posibles clientes acerca de un producto o servicio que piense ofertar en el futuro, teniendo resultados numericos y un analisis sobre el criterio que puedan brindar las personas asistentes.

Diseño de la encuesta

La encuesta se elaboro en base a preguntas estructuradas conforme los requerimientos de la presente investigación, con el objetivo de determinar el nivel de aceptación de la creación de una empresa dedicada a la producción y

comercialización de empanadas de mote, para el público en general de la provincia de Tungurahua ciudad de Ambato.

Ver anexo 4

1.2.1.5.Análisis e interpretación

A continuación, se efectuará el análisis e interpretación de los resultados obtenidos mediante la aplicación de la encuesta:

Pregunta No.1. ¿Ha comprado usted empanadas?

Tabla 13: Ha comprado usted empanadas

OPCIONES	FRECUENCIA	FRECUENCIA %
Sí	356	93%
No	28	7%
TOTAL	**383**	**100%**

Fuente: Encuesta
Elaborado por: López, C. (2016)

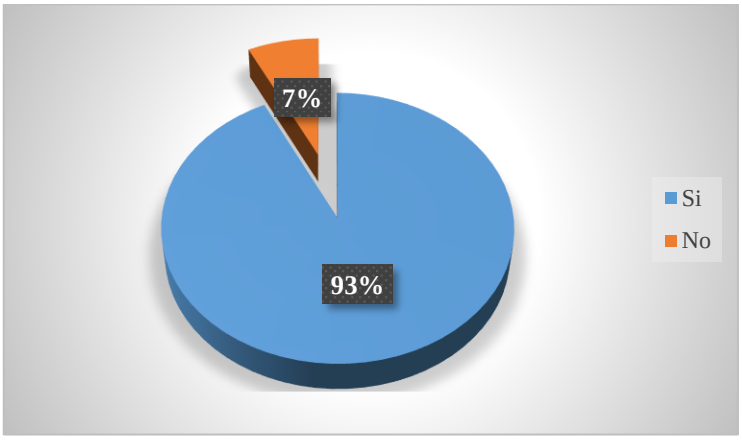


Gráfico 2: Ha comprado alguna vez empanadas
Fuente: Encuesta
Elaborado por: López, C. (2016)

Interpretación

De las 30 personas encuestadas, 383 de ellas, que representa el 93%, indicaron que alguna vez si han adquirido empanadas pre cocidas , mientras que, 28 personas, es decir, el 7% indicaron que no han comprado este tipo de empanadas.

Análisis

Como se puede observar en el gráfico dos la mayoría de las personas encuestadas afirman que han comprado alguna vez empanas para compartirlo con su familia, por ser un alimento muy apetecido y rápido de preparar.

Pregunta No. 2 ¿Con qué frecuencia usted compra empanadas?

Tabla 14: Frecuencia de Compra

OPCIONES	FRECUENCIA	FRECUENCIA %
Todos los días	8	2%
1 vez a la semana	60	16%
Quincenalmente	180	47%
Mensualmente	118	31%
Nunca	17	4%
TOTAL	**383**	**100%**

Fuente: Encuesta
Elaborado por: López, C. (2016)

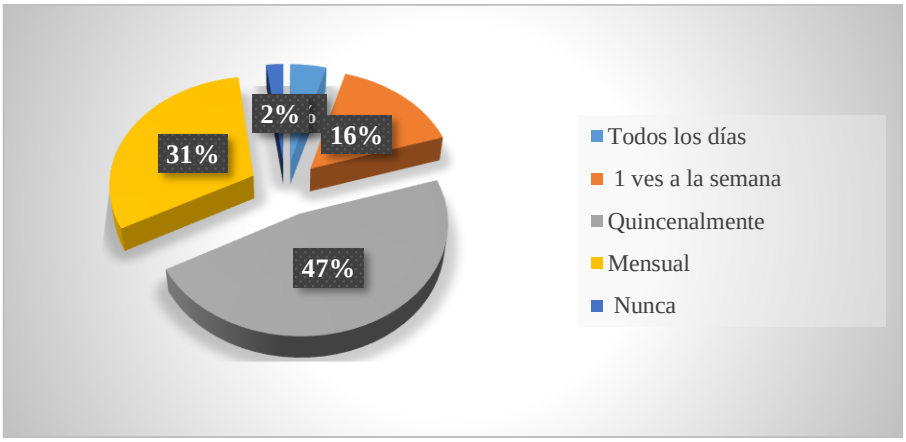


Gráfico 3: Frecuencia de Compra
Fuente: Encuesta
Elaborado por: López, C. (2016)

Interpretación

Como se indica en el gráfico tres el 47% de la población encuestada afirma que compra empanadas quincenalmente, el 31% de forma mensual, el 16% una vez por semana, el 4% todos los días y el 2% nunca.

Análisis

En base al resultado obtenido se concluye que la mayoría de las personas compran empanadas por lo menos dos veces al mes para su consumo familiar. Así también existen personas que las adquieren una vez al mes.

Pregunta No. 3 ¿Qué tipo de empanada compra?

Tabla 15: Tipo de empanadas

OPCIONES	FRECUENCIA	FRECUENCIA %
Empanadas de verde	190	50%
Empanadas de viento	103	27%
Empanadas de maíz	52	14%
Otras	38	10%
TOTAL	**383**	**100%**

Fuente: Encuesta
Elaborado por: López, C. (2016)

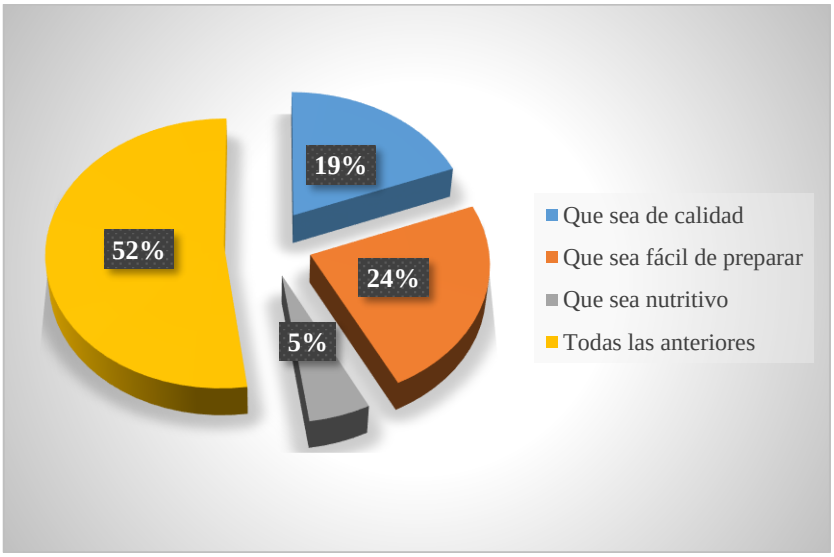


Gráfico 4: Tipos de empanadas
Fuente: Encuesta
Elaborado por: López, C. (2016)

Interpretación

Con los resultados de la encuesta aplicada se puede observar en la representación gráfica cuatro que el 50% de las personas compran empanadas de verde, el 27% empanadas de viento, el 13% empanadas de maíz y el 10% otras.

Análisis

En base a estos resultados se concluye que las empanadas de verde están entre las favoritas del consumidor, seguidas de las de viento y maíz.

Pregunta No. 4 ¿Ha escuchado alguna vez sobre las empanadas de mote?

Tabla 16: Empanadas de mote

OPCIONES	FRECUENCIA	FRECUENCIA %
Sí	39	10,18%
No	344	89,82%
TOTAL	**383**	**100%**

Fuente: Encuesta
Elaborado por: López, C. (2016)

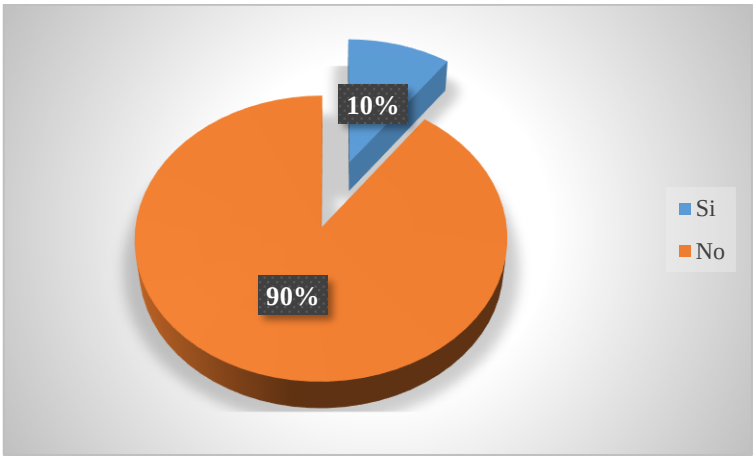


Gráfico 5: Empanadas de mote
Fuente: Encuesta
Elaborado por: López, C. (2016)

Interpretación

De las 383 personas encuestadas, 344 de ellas que representa el 90% no ha escuchado sobre las empanadas de mote y solo 39, es decir, el 10% si conocen sobre el producto.

Análisis

Como se puede observar en el gráfico cinco, se afirma que la mayoría de personas no han escuchado sobre las empanadas de mote y por ende desconocen su contenido alimenticio y sus beneficios.

Pregunta No. 5 ¿Estaría dispuesto a comprar este nuevo producto?

Tabla 17: Estaría dispuesto a comprar el nuevo producto

OPCIONES	FRECUENCIA	FRECUENCIA %
Sí	383	100%
No	0	0%
TOTAL	**383**	**100%**

Fuente: Encuesta
Elaborado por: López, C. (2016)

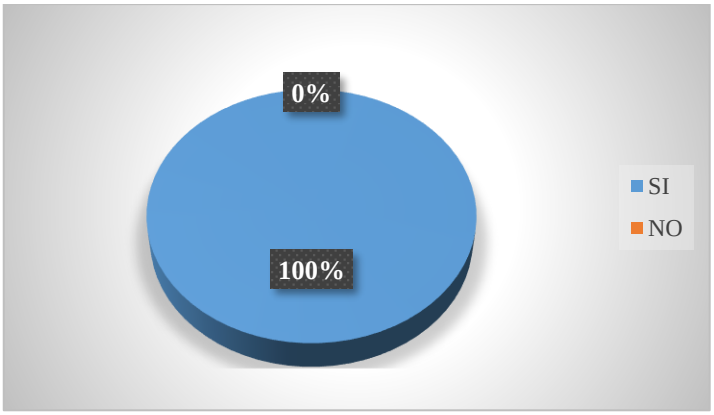


Gráfico 6: Estaría dispuesto a comprar el nuevo producto
Fuente: Encuesta
Elaborado por: López, C. (2016)

Interpretación

De las 383 personas encuestadas, el 100% de ellas manifestaron que si están dispuestas a probar y adquirir este nuevo producto.

Análisis

Como se puede observar en el gráfico seis el total de las personas encuestadas manifiesta que, si estarían dispuestas a probar y comprar este nuevo producto, además de mostrar interés para conocer su contenido nutricional y los beneficios que tendría poder consumir esta nueva empanada.

Pregunta No. 6 ¿Qué características considera que debería poseer las empanadas?

Tabla 18: Características de las empanadas

	OPCIONES	FRECUENCIA	FRECUENCIA %
a)	Que sea de calidad	73	19%
b)	Que sea fácil de preparar	90	23%
c)	Que sea nutritivo	20	5%
d)	Todas las anteriores	200	52%
	TOTAL	**383**	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: López, C. (2016)

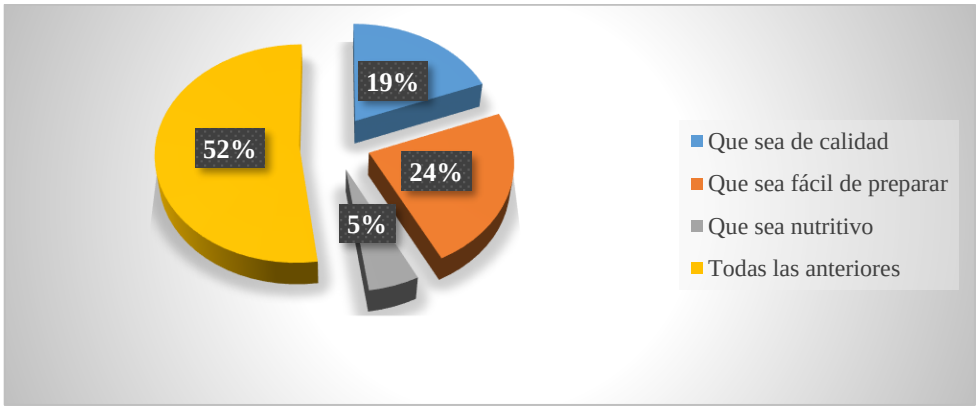


Gráfico 7: Características de las empanadas
Fuente: Encuesta
Elaborado por: López, C. (2016)

Interpretación

De las 383 personas encuestadas, 200 de ellas que representa el 52% considera que es importante que las empanadas sean de calidad, de fácil preparación y que sean nutritivas, mientras que el 24 % considera que es más importante que sean fácil de preparar, el 19% considera importante la calidad y solo un 5% de las personas considera relevante que sean nutritivas.

Análisis

Como se puede observar en el gráfico siete, la mayoría de personas encuestadas, consideran que es importante que el producto sea de calidad, nutritivo y fácil de preparar.

Pregunta No. 7 ¿En qué presentación le gustaría adquirirla?

Tabla 19: Presentación del producto

OPCIONES	FRECUENCIA	FRECUENCIA %
Funda	55	14%
Funda Zipper	50	13%
Bandeja Sellada	278	73%
TOTAL	**383**	**100%**

Fuente: Encuesta
Elaborado por: López, C. (2016)

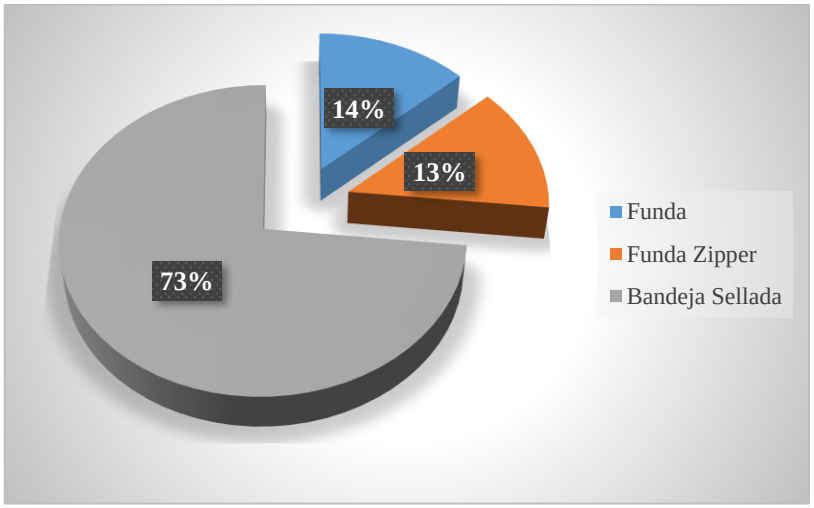


Gráfico 8: Presentación del producto
Fuente: Encuesta
Elaborado por: López, C. (2016)

Interpretación

De las 383 personas encuestadas, 278 que representa el 73% manifiestan que la presentación del producto debería ser en una bandeja sellada, 50 personas, es decir el 13% le gustaría recibir el producto en una funda normal y el 14% en una funda zipper.

Análisis

Como se puede observar en el gráfico ocho se concluye que a la mayoría de personas encuestadas les gustaría recibir el producto en una bandeja sellada.

Pregunta No. 8 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el paquete del producto?

Tabla 20: Cuánto estaría dispuesto a pagar por paquete

UNIDADES POR PAQUETE	PRECIO			TOTAL
	1,50 a 2,00	2,01 a 2,50	2,51 a 3,00	
4 a 6	30	10		40
6 a 10	171	60		231
8 a 10	38	48	26	112
TOTAL	180	10	2	383

Fuente: Encuesta
Elaborado por: López, C. (2016)

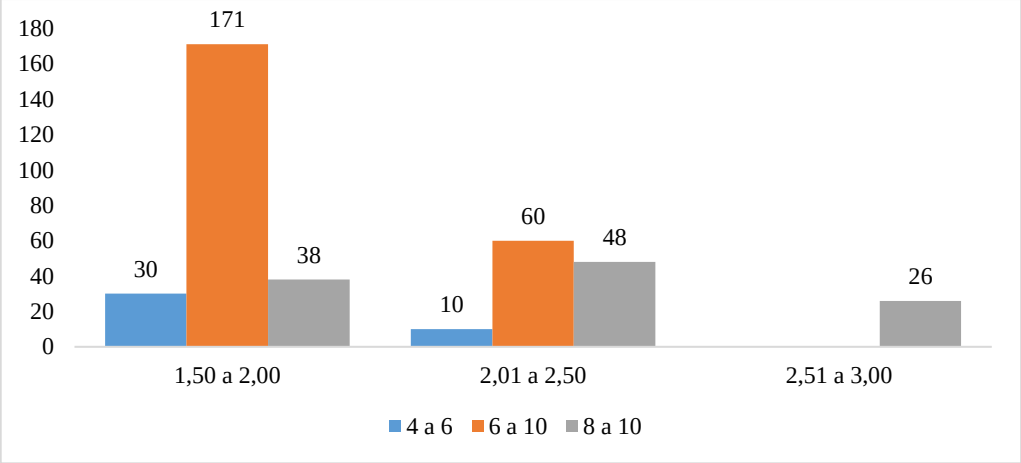


Gráfico 9: Cuánto estaría dispuesto a pagar por paquete
Fuente: Encuesta
Elaborado por: López, C. (2016)

Interpretación

Del total de personas encuestadas 171 estarían dispuestas a pagar de $ 1.50 a $ 2.00 por la bandeja de 6 hasta 10 empanadas, seguido de 60 personas que hasta $2,50. Mientras que 48 personas indicaron que pagarían $ 2.01 a $ 2.50 por el paquete de 8 a 10 unidades, seguidas por 38 que pagarían hasta $ 2.00 máximo, 30 personas estarían dispuestas a pagar hasta 2.00 por el paquete de 4 a 6 unidades.

Análisis

Como se puede observar en el gráfico nueve, la mayoría de personas estarían dispuestas a pagar de $ 2.01 hasta $ 2.50 por el paquete de 4 a 6 unidades de empanadas, puesto que consideran la calidad, la facilidad de preparación y el valor nutricional que esta ofrece.

Pregunta No. 9 ¿Qué combinación le gustaría?

Tabla 21: Combinación que le gustaría

OPCIONES	FRECUENCIA	FRECUENCIA %
Carne de res	125	33%
Pollo	64	17%
Carne de Cerdo	190	50%
TOTAL	**383**	**100%**

Fuente: Encuesta
Elaborado por: López, C. (2016)

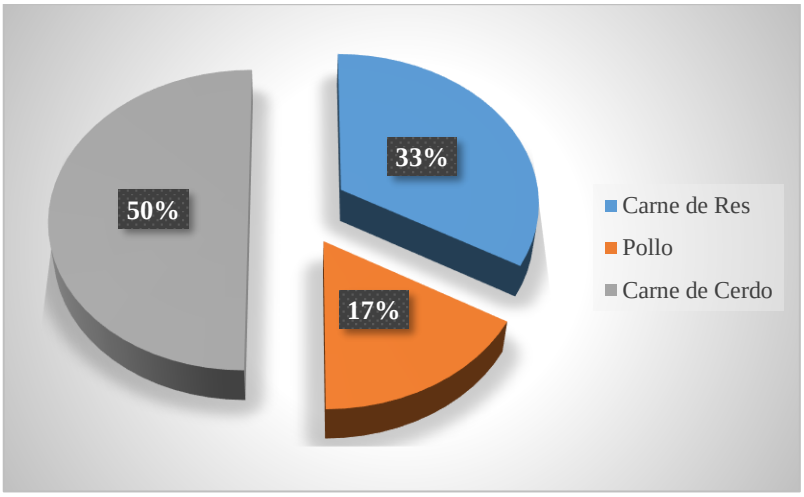


Gráfico 10: Combinación que le gustaría
Fuente: Encuesta
Elaborado por: López, C. (2016)

Interpretación

Según los datos obtenido 190 personas que representa el 50% indica que le gustaría recibir como relleno de la empanada carne de cerdo, 125 personas es decir el 33% le gustaría que el relleno fuera de carne de res y 64 personas que representa el 17% de los encuestados manifiesta que le gustaría que el relleno fuera de carne de pollo.

Análisis

Como se observa en el gráfico diez la mayoría de personas le gustaría que el relleno fuera de carde de res y de cerdo, respectivamente.

Pregunta No. 10 ¿Conoce usted los beneficios nutricionales de las empanadas de mote?

Tabla 22: Beneficios nutricionales de las empanadas

OPCIONES	FRECUENCIA	FRECUENCIA %
Sí	75	20%
No	308	80%
TOTAL	**383**	**100%**

Fuente: Encuesta
Elaborado por: López, C. (2016)

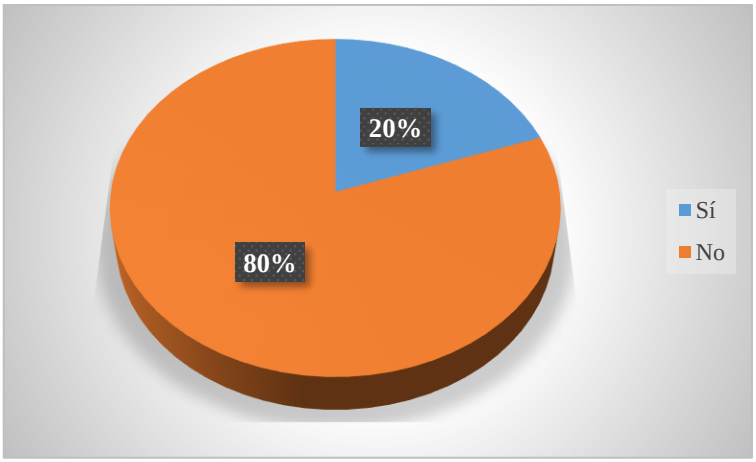


Gráfico 11: Beneficios nutricionales de las empanadas
Fuente: Encuesta
Elaborado por: López, C. (2016)

Interpretación

De las 383 personas encuestadas, 308 que representa el 80% manifiesta que desconoce el valor nutricional del producto y por ello debe constar en el empaque del mismo, y 75 personas, es decir el 20% restante indica que si lo conoce y sugiere que no es necesario que conste esta información en el empaque del producto.

Análisis

Como se indica en el gráfico once se concluye que la mayoría de personas desconocen el valor nutricional del mote y por ende la información nutricional del producto debe ir en el empaque.

1.2.2 Demanda Potencial

De acuerdo a Rubira (2013), la demanda potencial es el volumen máximo que podría alcanzar un producto o servicio en unas condiciones y tiempo determinado, y se expresa en unidades físicas o monetarias. Es decir, la demanda potencial es la hipótesis respecto a cuantos individuos son posibles compradores del producto.

- **Proyección de la demanda**

Se trata de tener una previsión del nivel de ventas de las empanadas de mote en el futuro, para lo cual se tomaron datos de las ventas históricas de la empresa JOSELO, la cual es una empresa familiar ubicada en la ciudad de Quito, con ya varios años de experiencia en el mercado y produce empanadas de verde pre cocidas. Las empanadas contienen varios rellenos, además, su gerente ofrece degustación gratis a sus clientes, principalmente efectúa publicidad en la Universidad Tecnológica Equinoccial. Distribuye su producto principalmente en la ciudad de Quito y a nivel nacional para los principales supermercados como son: Santa María, Tía, Corporación el Rosado S.A., Supermalia y Jumbo.

La proyección se realizó utilizando el método de los mínimos cuadrados como se describe en las siguientes tablas:

Tabla 23: Tendencia de la demanda

	X	Y	XY	X2
1	2011	702.804	702.804	1
2	2012	713.486	1.426.972	4
3	2013	724.330	2.172.990	9
4	2014	735.339	2.941.356	16
5	2015	746.516	3.732.580	25
15		**3622475**	**10976702**	**55**

Fuente: Joselo Empanadas de Verde con Relleno de Queso
Elaborado por: López, C. (2016)

Tabla 24: Proyección de la Demanda

AÑO	DEMANDA
2016	904.435
2017	1.004.753
2018	1.105.071
2019	1.205.388
2020	1.305.706

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

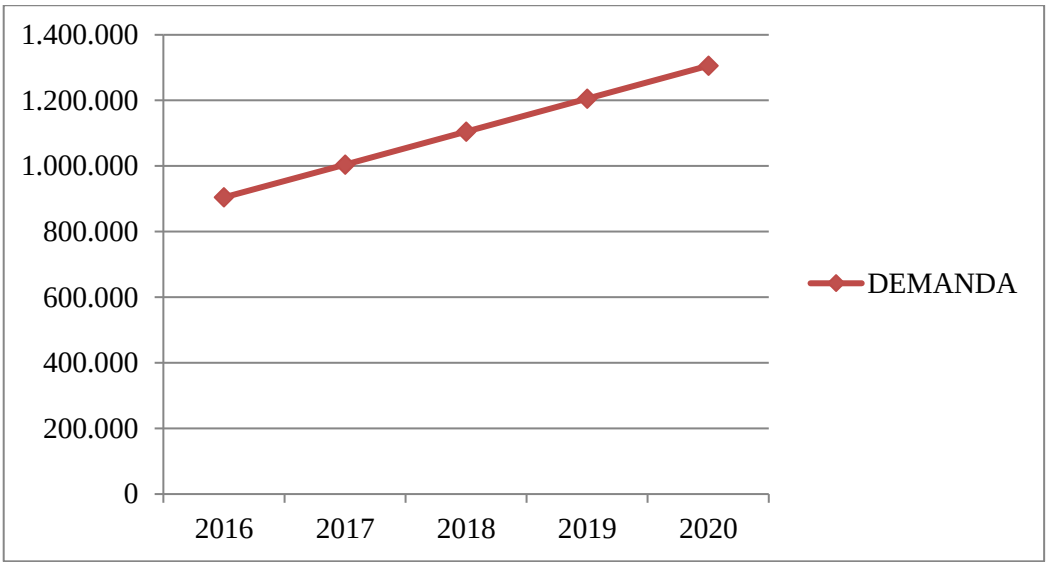


Gráfico 12: Proyección de la Demanda
Fuente: Tabla No. 24
Elaborado por: López, C. (2016)

1.3. ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE

1.3.1 Análisis del micro ambiente

De acuerdo a Escudero (2012), existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de éste. Las cienco Fuerzas de Porter ayuda a visualizar factores importantes para la creación de una empresa como:

1 Poder de negociación de los compradores o cliente

2 Poder de negociación de los proveedores o vendedores

3 Amenazas de nuevos competidores entrantes

4 Amenaza de productos sustitutos

5 Rivalidad entre los competidores

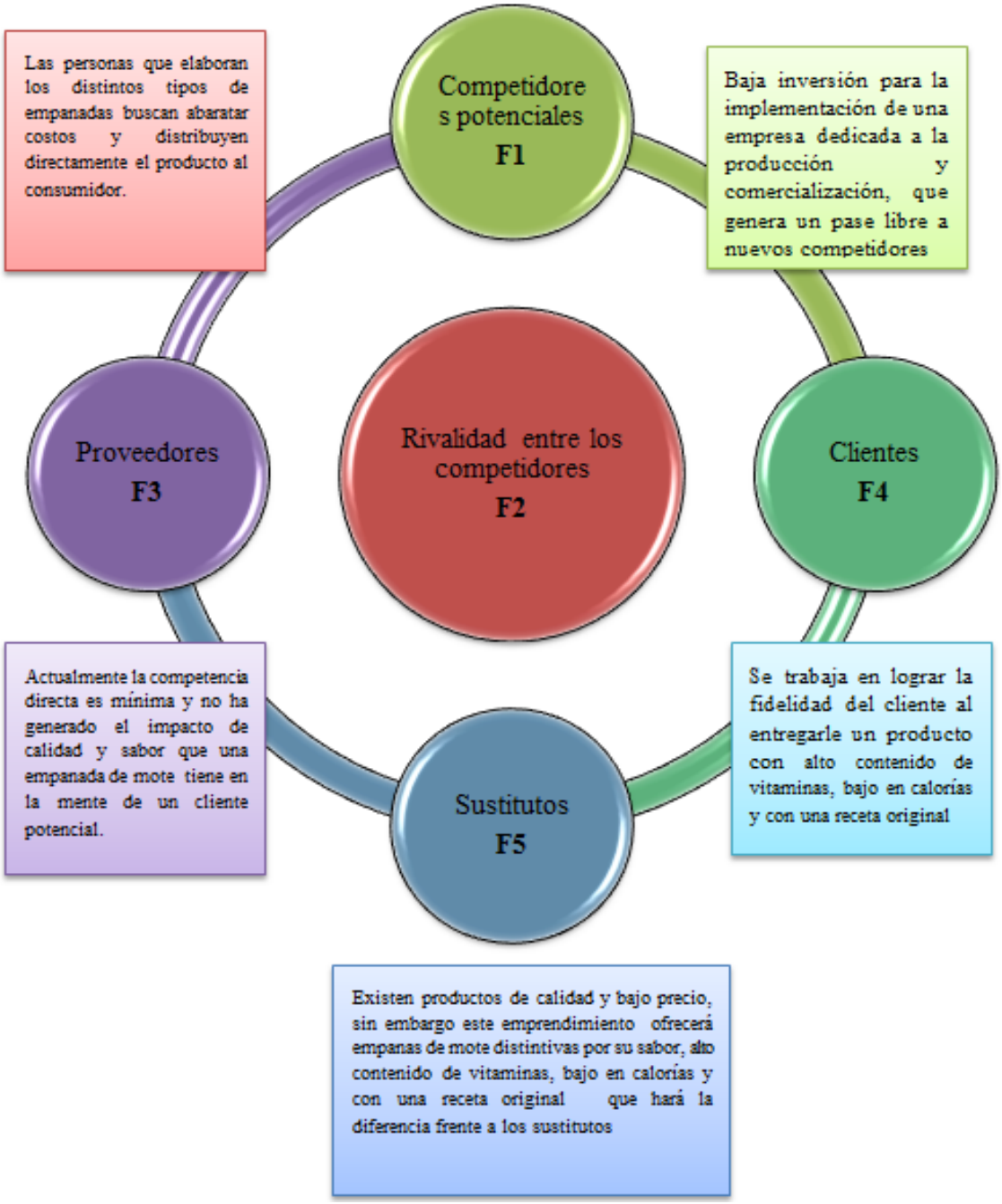


Gráfico 13: Cinco fuerzas de Porter aplicadas al proyecto
Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

Tabla 25: Poder de negociación de los compradores o cliente

OPCIONES	SI (+)	MEDIO	NO (-)
Concentración de los clientes	X		
Riesgo de cobro por venta al por mayor			X
Nivel de diferenciación			X
Facilidad para cambiar de proveedor	X		
Clientes exigentes		X	

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

El poder de negociación de los clientes, puede afectar a la empresa cuando este posea suficiente información sobre el producto que se oferta, es decir, los beneficios que pueda obtener en cuanto a precios por adquirir el producto al por mayor y pueda presionar para reducir este.

El nivel de diferenciación que se pueda dar a un producto nuevo marca la diferencia, ya que, al ofrecer un producto con características únicas permite introducirlo al mercado a pesar que existan productos de características similares o sustitutas.

En cuanto a la facilidad que tiene un cliente para cambiar de proveedor influye cuando el sujeto se identifica con una marca, puesto que, es muy difícil convencerle para que cambie, sin embargo, la calidad y los diversos atributos del producto pueden incentivar su compra y si le satisface optara por una nueva marca. El producto que se elabore debe ser capaz de satisfacer a los clientes más exigentes, brindando calidad y valor agregado al producto a ofertar.

Tabla 26: Poder de negociación de los proveedores o vendedores

OPCIONES	SI (+)	MEDIO	NO (-)
Facilidad de encontrar nuevos clientes	X		
Poder de la marca	X		
Rentabilidad de los proveedores			X
Nivel de calidad y servicio		X	
Integración hacia adelante			X

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

La facilidad que posea una empresa para encontrar nuevos clientes depende de las estrategias de marketing que se implementen para introducir el producto en la mente del consumidor.

El poder de la marca, brinda posicionamiento en el segmento de mercado al que va dirigido el producto, ya que, por la marca los clientes pueden recordar el producto y sus atributos.

De la rentabilidad de los proveedores depende que éstos tengan el stock necesario para cumplir con el aprovisionamiento de la materia prima e influye directamente en la producción programada de la empresa.

El nivel de calidad del producto y del servicio que se ofrezca al cliente marca la diferencia del producto con sus sustitutos y demás competidores. Así pues, los factores ya mencionados contribuyen en la integración y posicionamiento de la empresa para que sea competitiva y se prolongue su vida en el mercado.

Tabla 27: Amenazas de nuevos competidores entrantes

OPCIONES	SI (+)	MEDIO	NO (-)
Intensidad de la competencia	X		
Conocimiento especializado	X		
Tecnología		X	
Canales de distribución adecuados		X	
Políticas gubernamentales	X		

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

Los competidores nuevos, pueden afectar a la empresa cunado oferten un producto con similares características a un menor precio.

El conocimiento especializado de los diferentes aspectos en cuanto a la gestión administrativa, operativa y financiera que debe efectuarse para posicionar a la empresa en el mercado brinda una ventaja ante sus competidores.

Los canales de distribución que se utilice influyen en la puntualidad de entrega del producto. El entregar el producto conforme las especificaciones del cliente garantiza su satisfacción y con un servicio postventa adecuado se podrá conocer las nuevas necesidades de éste con la finalidad de mejorar continuamente el producto y su distribución.

La tecnología está al alcance de todas las empresas, sin embargo, en ocasiones representa un alto costo que la empresa no puede costear.

Los factores que pueden actuar tanto a favor como en contra de la empresa son las políticas cambiantes que implanta el gobierno nacional, como son: tributarias, económicas, laborales y otras.

Tabla 28: Amenaza de productos sustitutos

OPCIONES	SI (+)	MEDIO	NO (-)
Calidad del producto		X	
Voluntad del comprador para sustituir	X		
Precio	X		
Factibilidad de cambio		X	

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

La calidad del producto es importante, pues, el cliente prefiere productos de calidad que deleite su paladar y que sean saludables.

El comprador es vulnerable a comprar productos sustitutos que satisfaga una misma necesidad y sobre todo en el mercado alimenticio los clientes deciden probar nuevos productos.

En cuanto al precio, en la actualidad los clientes desean adquirir productos de calidad que satisfagan sus necesidades a un bajo precio, de ahí surge la importancia de distribuir adecuadamente los costos para ofrecer un precio competitivo y que permita a la empresa posicionarse en el mercado y generar utilidades.

Facilidad de cambio, hoy en día, las empresas deben ser capaces de adaptarse a los diversos cambios que surgen en el mercado, para que pueda mantenerse en el mercado.

En el mercado actual, existen varios productos sustitutos para las empanadas de mote, como son: las empanadas de verde que poseen una alta aceptación por los consumidores, y estas se distribuyen precocidad a nivel nacional. Sin embargo, las empanadas de mote, es un producto nuevo que ofrece características ubicas y que las diferencia de las demás. A demás, se ofrece un precio acorde a sus características y al mercado elegido. La empresa también cuenta con proveedores fijos con los cuales se ha negociado el aprovisionamiento de la materia prima e insumos.

Tabla 29: Rivalidad entre los competidores

OPCIONES	**SI (+)**	**MEDIO**	**NO (-)**
Estructura de las empresas competidoras			X
Diferenciación de los productos			X
Segmentación de mercados competidores		X	
Posicionamiento	X		

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

Estructura de las empresas competidoras, en la actualidad en la ciudad de Ambato no existe una empresa que se dedique a elaborar empanadas de mote para su comercialización a gran escala, sin embargo, únicamente existen pequeños productores que se dedican a producirlas artesanalmente y en pequeñas cantidades.

Diferenciación de los productos, generalmente los competidores elaboran productos con características similares a los que produce o comercializa otros, muy rara vez existe diferenciación visible del mismo, e incluso el cliente llega a pensar que son iguales.

En cuanto a la segmentación del mercado competidor, están divididos de acuerdo al mercado al cual están enfocados, puesto que, cada uno de ellos elige cuanto quieren vender.

Las empresas logran su posicionamiento en el mercado en base al arduo trabajo para crecer y mejorar continuamente con la finalidad de mantenerse en el mercado y ser competitivas en el mismo.

Tabla 30: Matriz de las 5 fuerzas de Porter

CASERITAS GOURMET			
FUERZAS DE PORTER	**SI (+)**	**MEDIO**	**NO (-)**
Amenaza de nuevos competidores	2	1	2
Poder de negociación de los clientes	2	1	2
Amenaza de productos sustitutos	3	3	0
Poder de negociación de proveedores	3	1	0
Rivalidad entre competidores	1	1	2
TOTAL	**11**	**7**	**6**

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

La matriz de las cinco fuerzas de Porter permitió identificar y analizar los factores externos que afectan directamente la creación de la empresa, en un mediano o largo plazo bajo parámetros de medición establecidos. Los resultados evidencian que el ingreso de nuevos competidores que puedan ofrecer el mismo producto o con similares características, causaría un impacto que representa un alto nivel de riesgo para el crecimiento de la empresa. Los productos sustitutos es el de menor incidencia para el desarrollo y sostenibilidad del proyecto.

Tabla 31: Estrategias fuerzas de Porter

FUERZAS DE PORTER	OBJETIVO	ESTRATEGIAS	PROYECTOS ESTRATEGICOS	PRESUPUESTO TIEMPO	RESPONSABLE	INDICADOR
Amenaza de nuevos competidores	Posicionar el producto en el mercado objetivo.	Realizar degustaciones gratis del producto.	Ofrecer degustaciones gratis a las personas que acuden al Mall de los Andes.	300.00	Administrador/Vendedor	#Clientes satisfechos/ # total de clientes
Poder de negociación de los clientes	Lograr la fidelización de los clientes que gusten de consumir empanadas.	Ofrecer un producto de calidad a precio competitivo.	Realizar publicidad en la cual se indique las características y beneficios del producto.		Administrador/Vendedor/Producción	# Clientes fijos/ # total Clientes
Amenaza de productos sustitutos	Elaborar un producto de calidad con características distintivas.	Adquirir materia prima de calidad.	Evaluar continuamente el mercado escogido.		Producción	# producto defectuoso/# de producto fabricado
Poder de negociación de proveedores	Adquirir materia prima e insumos de calidad.	Analizar los potenciales proveedores.	Solicitar proformas para evaluar quienes son los potenciales proveedores.		Administrador	# de proveedores eficientes/ # proveedores
Rivalidad entre competidores	Dar a conocer las características y beneficios de las empanadas de mote para posicionar la marca en la mente del consumidor.	Efectuar publicidad de forma continua.	Contratar una empresa que se encargue de elaborar flyers para entregar a los posibles clientes.	300.00	Administrador/Vendedor	# de bandejas entregadas/ # de bandejas producidas

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

Branding

A grandes rasgos, para Baños y Rodríguez (2012), el branding hace referencia a la creación, desarrollo y gestión de la marca. Por tanto, no se limita al diseño del logotipo o de la identidad visual, pues es una tarea muy compleja que exige conocer la identidad corporativa de una organización y la forma más adecuada de trasmitirla a los clientes.

Según lo expuesto por Valiente (2016), el branding hace referencia al proceso de construcción de la marca mediante la gestión estratégica de ésta para incrementar su valor, tanto para el cliente como para la empresa.

En base a las definiciones citadas, se concluye que el branding comprende la construcción de la marca en función de las características del producto para dar a conocer al consumidor y que éste se posicione en su mente y les permita identificar rápidamente el producto.

El branding, representa un aspecto fundamental para el presente emprendimiento, considerando que la marca del producto es nueva, es decir no es conocida en el mercado, por ello es crucial desarrollar una marque que se posicione en la mente del consumidor y que además permite identificar fácilmente el producto.

Para desarrollar el branding en éste emprendimiento, se presenta los siguientes elementos:

Marca

Bajo el criterio de Pérez y Salinas (2008), la marca constituye un conjunto de características físicas o asociaciones culturales o emocionales vinculadas con un producto, servicio u organización. Bajo esta definición, una marca es un nombre o un símbolo basado en un conjunto de recuerdos asociados en la mente de los distintos grupos de interés (clientes, público en general, empleados, entre otros),

que hace referencia a un producto, un servicio o una empresa, y que influye en la decisión de compra de éstos.

A continuación, se presenta la propuesta de la marca para este proyecto:

Tabla 32: Propuesta de marca

CARACTERÍSTICAS	APLICACIÓN
Marca paraguas	Se desarrolla con el objetivo de crear una imagen corporativa compacta.
Brevedad	**"Caseritas Gourmet"**, el nombre contiene dos palabras permitiendo una economía visual u oral.
Eufonía	El nombre de la marca es atractivo al oído del cliente (consumidor).
Fácil de recordar	Tomando en cuenta que el nombre de la marca cumple las dos características anteriores, las palabras serán fáciles de recordar.
Tipografía	Con la finalidad que el cliente perciba la marca con rapidez y quede grabada en su memoria, la tipografía que se ha considerado es serifa, imprenta y simple.
Distinta a marcas competidoras	No existe un nombre similar o igual en el mercado, por ello se diferencia de la competencia.
Que se asocie o transmita el producto	Se asocia al producto, dado que identifica lo tradicional con lo innovador al momento de elegir el tipo de empanadas a consumir.
Colores	Blanco: naturalidad, unidad. Marrón: estabilidad, realismo, cautela, fertilidad. Naranja: energía, alegría, felicidad, atracción, creatividad.

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

La marca busca relacionar el producto con el beneficio intangibles del consumo de las empanadas de mote en salud de los consumidores, tomando en cuenta que además de satisfacer una necesidad inmediata se proporciona beneficios nutricionales.

Logotipo

De acuerdo a Martínez (2017), el logotipo es la representación gráfica de la marca, que implica la utilización de símbolos o dibujos, unos colores y un tipo de letra determinados y que puedan combinarse de forma diferente.

Según el criterio de Caldevilla (2007), el diseño del logotipo presta atención obligada a las tipografías y a los colores como elementos sugestivos de emociones, pues pueden expresar inclinaciones psicológicas e interpretacionales que generan conductas receptivas determinadas, previamente calculadas en función de unos intereses.

Considerando el punto de vista de los autores antes citados, el logotipo de la empresa será una representación gráfica que permita identificar al consumidor las características y beneficios de las empanadas de mote. Para lo cual se utilizó el color blanco, marrón y naranja.

Significado de colores

Blanco

Es el color más puro de todos, expresa pureza, naturalidad, unidad. Este color permite asociar un momento de unión familiar, rodeada de paz y tranquilidad, en el cual se puede compartir un momento ameno con todos sus miembros.

Marrón

El color marrón aporta un sentido de la estabilidad y aleja la inseguridad. Aporta realismo, porque no acerca a los ciclos de la vida, a la tierra, a la naturaleza.

Naranja

Este color representa la energía, alegría, felicidad, atracción, creatividad, lo que ocasiona la necesidad repentina de comer y una creciente hambre, el cerebro es influenciado mentalmente para esto.

Imagen 2: Logo de la empresa
Elaborado por: López, C. (2016)

"Las dos empanadas unidas por una cinta", reflejan la unión familiar sumergidos en una tradición que pasa de generación en generación.

Slogan

Tomando en cuenta el producto que la empresa ofrece al mercado busca deleitar el paladar de las familias ambateñas ofreciendo un producto sin preservantes y que además posee propiedades nutricionales, se consideró el siguiente slogan: "El placer de lo nutritivo".

Etiquetas

En la etiqueta consta la marca registrada, información sobre el producto, contenido del envase, cantidad de empanadas que lleva la bandeja, ingredientes utilizados, métodos de cocción. Además, también consta la semaforización del producto que es importante.

Imagen 3: Etiquetas
Elaborado por: López, C. (2016)

El producto

Las empanadas de mote serán elaboradas de forma artesanal, con materia prima de calidad y un equipo de trabajo capacitado. Para obtener un producto de calidad éste estará sujeto a un estricto control, cumpliendo las normas técnicas y de higiene.

El producto será embazado en bandejas de poli estireno expandido (EPS) con recubrimiento en bolsa de plástico envolvente sellado al vacío lo que posibilitará su conservación y refrigeración, considerando que la refrigeración detiene el crecimiento bacteriano. Entre los principales parámetros a cumplir para la trasportación de productos que deben mantenerse refrigerados es el mantener intacta la cadena de frío desde el fabricante al consumidor, por lo que el vehículo de transporte deben ser refrigerados, para mantener una temperatura acorde al producto que se transporta, garantizando su conservación, otros parámetros son la adecuada manipulación de los productos tanto en el cargue como el descargue, así como la colocación dentro del vehículo evitando la obstaculización del frío al producto, garantizando así sus adecuadas propiedades organolépticas e inocuidad.

Imagen 4: El producto
Elaborado por: López, C. (2016)

1.3.2 Análisis del macro ambiente

Por medio del análisis de este podemos determinar la estabilidad y el crecimiento de la economía del país en el que la empresa se está desarrollando.

Tabla 33: Matriz EFE

CASERITAS GOURMET			
FACTOR CLAVE	**PESO**	**CALIFICACIÓN**	**PESO P.**
OPORTUNIDADES			
Aceptación del producto en el mercado	0,05	3	0,15
No existe competencia directa	0,20	4	0,80
Apoyo del Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)	0,10	3	0,30
Regulaciones que favorecen	0,10	4	0,40
Tendencia de consumo	0,08	3	0,24
AMENAZAS			
Altas tasas de interés para el financiamiento	0,17	1	0,17
Saturación del segmento de mercado elegido	0,05	2	0,10
Cambio continuo de las políticas laborales y tributarias que influyen de forma adversas al desarrollo empresarial.	0,05	2	0,10
Requerimientos Legales para la implementación y funcionamiento de la empresa	0,10	2	0,20
Incremento de la competencia ofertando productos similares	0,10	2	0,20
TOTAL	**1**		**2,66**

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

Para este emprendimiento la mayor oportunidad que se presenta es que no existe competencia directa, así también, que en el país existen regulaciones que favorecen e incentivan la creación de nuevas empresas. Una forma de aprovechar estas oportunidades es acudiendo ante un organismo gubernamental el cual apoye la creación de esta pequeña empresa y presentarle el emprendimiento, para que este lo analice y poder acogernos a los beneficios que este ofrece.

Del mismo modo se identificó que la mayor amenaza para este emprendimiento son los requerimientos legales para la implementación y funcionamiento de la empresa y el incremento progresivo de la competencia ofertando productos similares.

Tabla 34: Matriz EFI

CASERITAS GOURMET			
FACTOR CLAVE	**PESO**	**CALIF.**	**PESO POND.**
FORTALEZAS			
Personal capacitado y motivado	0,15	4	0,60
Equipo y tecnología de punta	0,15	4	0,60
Materia prima de calidad y alto valor nutricional	0,15	4	0,60
Calidad del producto final y bajo precio	0,15	4	0,60
Cumplimiento de normas y estándares de calidad e higiene	0,10	4	0,40
DEBILIDADES			
Falta de capital propio	0,12	1	0,12
Poca información y desconocimiento del valor nutricional del producto.	0,05	2	0,10
Empresa nueva en el mercado	0,04	2	0,08
Línea del producto restringida	0,03	2	0,06
Tiempo de demora de la instalación y adecuación de la infraestructura	0,03	2	0,06
Requerimientos sanitarios	0,03	2	0.06
TOTAL	**1**		**3,28**

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

De acuerdo a la Matriz de evaluación de los factores internos (EFI) se determinó que las fortalezas de la empresa Caseritas Gourmet son que contará con personal capacitado y motivado, la materia prima de calidad y con alto contenido nutricional, además de contar con el equito adecuado y tecnología de punta, todas estas fortalezas permitirán que el producto terminado sea de calidad. La principal debilidad de Caseritas Gourmet es que no cuenta con un capital propio para concretar este emprendimiento, otra de las debilidades que debe afrontar es el ser una empresa nueva en el mercado y en el mismo existe desconocimiento y poca información sobre el valor nutricional del producto.

Tabla 35: Matriz MPC

FACTOR CLAVE	CASERITAS GOURMET			LIFPRODEC S.A.		JOSELO EMPANADAS DE VERDE	
	PESO	**CALF.**	**P. P.**	**CALF.**	**P. P.**	**CALF.**	**P. P.**
FORTALEZAS							
Personal capacitado y motivado	0,15	4	0,60	3	0,45	4	0,60
Equipo y tecnología de punta	0,15	4	0,60	3	0,45	4	0,60
Materia prima de calidad y alto valor nutricional	0,15	4	0,60	3	0,45	3	0,45
Calidad del producto final y bajo precio	0,15	4	0,60	3	0,45	3	0,45
Cumplimiento de normas y estándares de calidad e higiene	0,10	4	0,40	2	0,20	4	0,40
DEBILIDADES							
Falta de capital propio	0,12	1	0,12	2	0,24	2	0,24
Poca información y desconocimiento del valor nutricional del producto.	0,05	2	0,10	2	0,10	1	0,05
Empresa nueva en el mercado	0,04	2	0,08	2	0,08	1	0,04
Línea del producto restringida	0,03	2	0,06	2	0,06	2	
Tiempo de demora de la instalación y adecuación de la infraestructura	0,03	2	0,06	2	0,06	1	0,04
Requerimientos sanitarios	0,03	2	0.06	1	0,03	1	0,03
TOTAL	**1**		**3,28**		**2,57**		**2,90**

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

La matriz de posicionamiento competitivo evidencia que las dos empresas tienen un nivel moderado de competencia con respecto a Caseritas Gourmet, se destaca

que existen tres fortalezas en común con la empresa Joselo, cuentan con personal capacitado y motivado, poseen equipo y tecnología de punta, además de cumplir con las normas y estándares de calidad e higiene.

Entonces, los factores claves para que Caseritas Gourmet alcance el éxito, radica en ofrecer productos de alta calidad, adquiriendo materia prima de calidad, para ofrecer un excelente producto. Así también, el factor humano es importante para alcanzar el éxito, puesto que, con un personal capacitado e incentivado se prevé una óptima productividad. El contar con la maquinaria y equipo adecuado, harán que se pueda cumplir con la producción planificada y justo a tiempo. Todos estos factores contribuyen positivamente para que la empresa alcance el éxito, siempre y cuando exista una excelente gestión en todas las áreas que la conforman.

1.3.3 Proyección de la oferta

Mediante el aporte de Spencer (1993), se puede indicar que la oferta se entiende como la cantidad de bienes o servicios que una empresa está dispuesta a vender a un determinado precio del mercado. Para realizar la proyección de la oferta se hace uso de la inflación anual proporcionada por el Banco Central del Ecuador, se toma como base para la proyección la información de la empresa JOSELO, ya que produce y comercializa un producto similar.

Tabla 36: Proyección de la Oferta

AÑO	OFERTA
2015	746.516
2016	770.703
2017	795.674
2018	821.454
2019	848.069
2020	875.546

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

1.4 Demanda potencial insatisfecha

Acerca de este tema Rivera y López (2012), afirmaron que la demanda insatisfecha responde a aquella demanda dada cuando los productos disponibles no son suficientes ni satisfacen la demanda de los destinatarios. Por otra parte, se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo

Tabla 37: Demanda potencial insatisfecha

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DPI/AÑO	DPI/DIA
2016	904.435	746.516	157.919	433
2017	1.004.753	770.703	234.050	641
2018	1.105.071	795.674	309.397	848
2019	1.205.388	821.454	383.934	1052
2020	1.305.706	848.069	457.637	1254

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

1.5 Promoción y publicidad que se realizara

La promocion y publicidad comprende todas la actividades que se realizaran con el objetivo de informar y persuadir en un determinado sentido a las personas de nuestro mercado objetivo.

Con respecto a la promoción y publicidad Kotler y Keller (2009), afirmaron que en la actualidad las comunicaciones de marketing están cambiando influenciadas por la era digital y los consumidores están inclinando la balanza hacia una compra en línea se han establecido varias estrategias que permitan estar a la vanguardia. Tomar en cuenta la evolución y el desarrollo con el fin de aprovechar los recursos tecnológicos y reducir los gastos con respecto a los medios publicitarios tradicionales**.**

La promoción y publicidad que se detalla en el siguiente plan de medios:

Tabla 38: Matriz MPC

ETAPAS DEL PLAN DE MEDIOS		EXPECTATIVA		BOMBARDEO		SOSTENIMIENTO	
MEDIO DE COMUNICACIÓN	**INV.**	**ENE.**	**FEB.**	**MAR.**	**ABR.**	**MAY.**	**JUN.**
Radio	Bajo costo	Todos los días	1 semana	2 semanas	mes completo	4ta semana	2 semanas
Página Web	Costo moderado	Diseño	Activación	Permanente	Permanente	Permanente	Permanente
BANNERS	Costo moderado	Permanente	Permanente	Permanente	Permanente	Permanente	Permanente
FLYERS	Costo moderado	Permanente	Permanente	Permanente	Permanente	Permanente	Permanente
Promociones-degustación	Costo moderado	Fin de semana	Fin de semana		Fin de semana		Fin de semana

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

Tabla 39: Costos por Publicidad

ETAPAS DEL PLAN DE MEDIOS		EXPECTATIVA		BOMBARDEO		SOSTENIMIENTO	
MEDIO DE COMUNICACIÓN	**INVERSIÓN A 6 MESES**	**ENE.**	**FEB.**	**MAR.**	**ABR.**	**MAY.**	**JUN.**
Radio	$ 824,00	$248,00	$56,00	$112,00	$240,00	$ 56,00	$ 112,00
Página Web	$ 400,00	$400,00	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
BANNERS	$ 672,00	$112,00	$112,00	$ 12,00	$112,00	$112,00	$112,00
FLYERS	$ 300,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00
Promociones-Degustación	$ 300,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00
GASTO PUBLICIDAD	$ 2.496,00	$860,00	$268,00	$324,00	$452,00	$268,00	$324,00

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

Tabla 40: Estrategias de medios

MEDIOS PUBLICITARIOS	OBJETIVO	ESTRATEGIAS	PROYECTOS ESTRATEGICOS	PRESUPUESTO TIEMPO	RESPONSABLE
Radio	Posicionar la marca en la mente del consumidor.	Realizar cuñas publicitarias.	Efectuar publicidad por radio pues el consumidor recibe el mensaje directamente.	824,00	Administrador/ Vendedor
Página web	Interactuar con los clientes.	Implementar una página web, donde se interactúe con el cliente.	Diseñar una página web, en la cual los consumidores, puedan conocer las características y beneficios del producto, las receta para elaborar la empanada, consultar las ofertas y dejar sugerencias.	400,00	Administrador/ Vendedor
Banner	Difundir las características del producto.	Implantar banners publicitarios llamativos para captar la atención de los potenciales clientes.	Definir el diseño del banner de forma atractiva, ya que se dispone de un tiempo y espacio limitado para lograr captar la atención del usuario y convencerle de dar clic en nuestro anuncio.	672,00	Administrador/ Vendedor
Flyers	Captar la atención del posible cliente.	Presenta en un flyers el producto con imágenes llamativas y colores fuertes.	Distribuir flyers en lugares concurridos por las familias ambateñas.	300,00	Administrador/ Vendedor
Promociones	Atraer posibles clientes.	Brindar degustaciones del producto de forma gratuita.	Dar degustación gratis durante los días sábados en el Mall de los Andes, porque a este lugar acuden las familias frecuentemente los fines de semana.	300,00	Administrador/ Vendedor

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

A continuación, se presenta el diseño de la página web, fan page, el banner y flyers:

Imagen 5: Página web
Elaborado por: López, C. (2016)

Imagen 6: Fan page
Elaborado por: López, C. (2016)

Imagen 7: Banner
Elaborado por: López, C. (2016)

Como ya se mencionó para captar la atención del posible cliente se utilizará flyers del producto con una imagen llamativa y colores fuertes.

Imagen 8: Flyers
Elaborado por: López, C. (2016)

1.6 Sistema de distribución a utilizar

Mediante el aporte de Parkin (2007), se puede indicar que el canal de distribución constituye una pieza clave dentro de la satisfacción del cliente, e implica que todos quienes intervienen directa o indirectamente dentro de este proceso sean interdependientes y que se encuentren contentos con la negociación establecida. Para que la relación pueda perdurar en el tiempo, de tal forma que el producto terminado pueda estar a disposición permanente del consumidor con la máxima efectividad en tiempo y calidad. El canal de distribución que se ha estructurado para este emprendimiento es el siguiente:

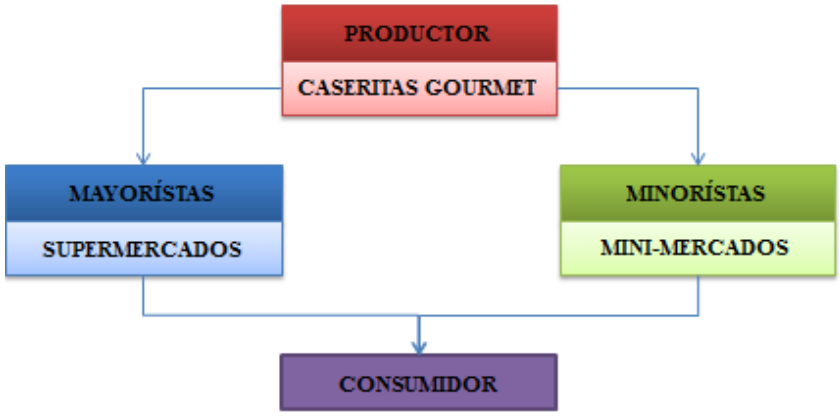


Gráfico 14: Canal de distribución.
Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

1.7 Seguimiento de clientes

Para realizar un seguimiento a los clientes se aplicará el Customer Relationship Managment o más conocido con sus siglas CRM, según Swift (2002), el CRM incluye todas las actividades que permiten convertir a un consumidor ocasional en un cliente leal, satisfaciendo sus necesidades (incluso ofreciendo más de lo pedido) de manera que permita que el cliente vuelva a comprar. Este objetivo se logra no solo a través de ofertas medulares sino también con ampliaciones de productos o servicios, o por medio de socios comerciales. El CRM es un proceso de interacción gracias al cual la información se transforma en provechosas relaciones con este.

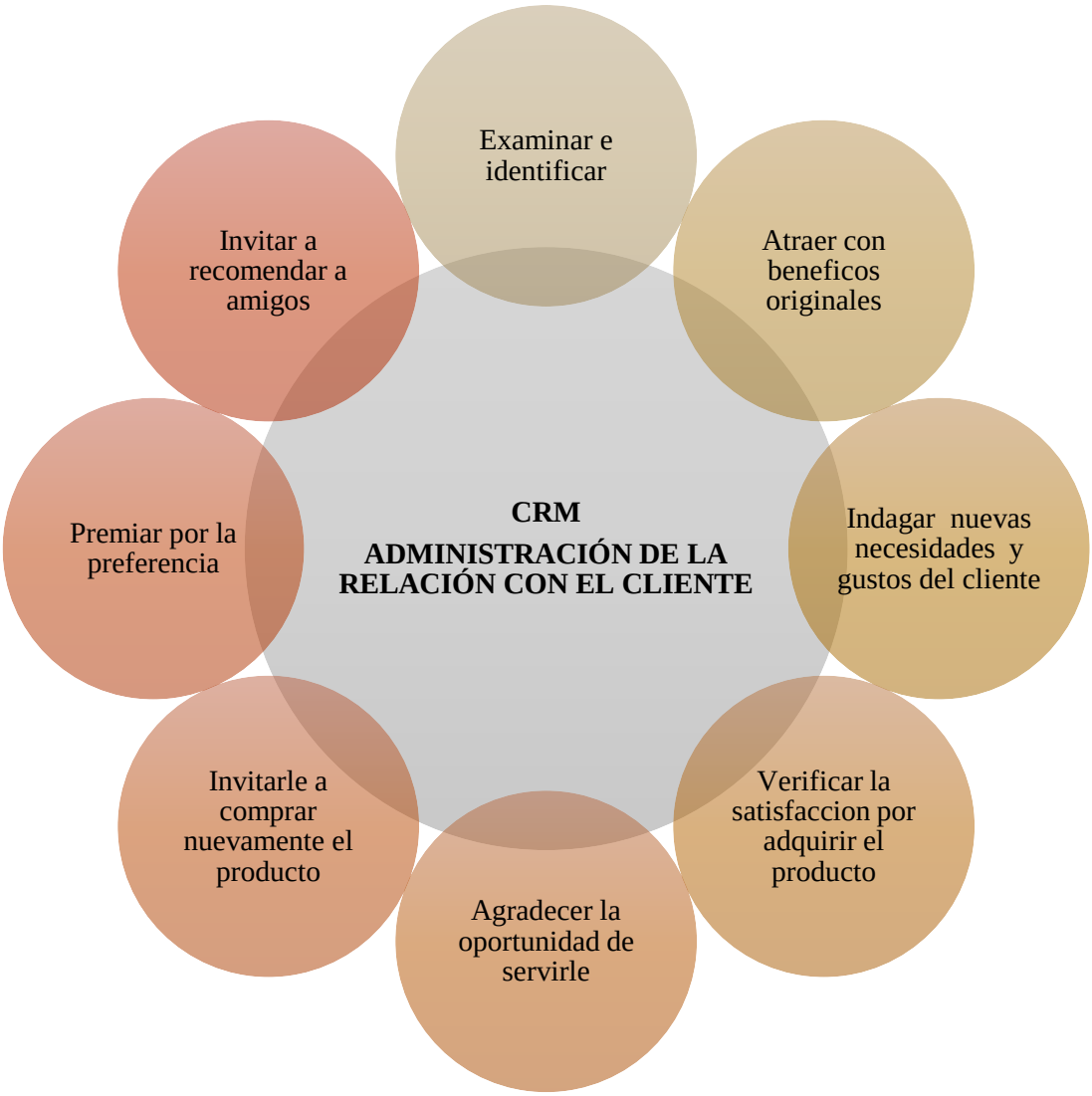


Gráfico 15: Administración de la gestión con el cliente CRM
Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

Descripción del seguimiento a los clientes

Para efectuar una correcta administración de los clientes la empresa Caseritas Gourmet aplicara los siguientes procedimientos:

- Cuando el cliente efectúa la compra. La atención debe ser personalizada y amable, por ello la persona encargada de realizar la venta debe agradecerle por la oportunidad de servirle y preguntar si le gusta el producto que está adquiriendo, siempre verificando que el cliente se retire satisfecho e

incentivando a que regrese nuevamente. Todo esto se puede lograr cuando la persona encargada de llevar a cabo la venta está capacitada para interrelacionarse con cualquier tipo de cliente, no hay que olvidar que el cliente siempre tiene la razón.

- A todas las personas que adquieren cualquier producto les gusta ser premiadas. Otra forma de mantener satisfecho a un cliente es ofrecerle un premio por efectuar una compra y para ello Caseritas Gourmet, realizará descuentos por las compras frecuentes, ofrecerá producto adicional y degustación del producto.

- Con lo expuesto en los párrafos anteriores se puede invitar al cliente que recomiende a la empresa con otras personas.

- Para atraer a los clientes se realizará campañas publicitarias donde se incluya degustación gratis, donde además se dará a conocer los beneficios y atributos de este producto.

- A demás con una adecuada interacción con el cliente, se puede conocer sus nuevas necesidades y preferencias.

1.8 Especificar mercados alternativos

El proyecto de emprendimiento para producir y comercializar empanadas de mote esta inicialmente contemplado para introducirse en un mercado meta que genere la sostenibilidad del mismo; sin embargo, en caso de que las condiciones contempladas no sean las más idóneas se considera la posibilidad de producir las empanadas de mote y comercializarlas de forma directa al consumidor final mediante la apertura de un local propio y a tiendas pequeñas de las diferentes ciudadelas. Por otra parte, se podría diversificar el producto, es decir elaborar distintos tipos de empanadas y rellenos.

Gráfico 16: Mercado alternativo empresarial
Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

Tiendas: Se ofrecerá y distribuirá las empanadas en tiendas pequeñas de las diferentes ciudadelas de Ambato, en el vehículo de la empresa. El vendedor deberá realizar ventas externas, es decir, deberá visitar a los posibles clientes en sus establecimientos para mostrar el producto, una vez le soliciten el producto deberá informar a gerencia para el despacho del mismo. El chofer debe llevar el producto solicitado a la dirección que el vendedor indique, además deberá entregar y revisar el producto para garantizar una entrega oportuna y eficiente.

Local de venta: Se arrendará un local por la zona centro de la ciudad de Ambato, para vender directamente las empanadas de mote. A demás se podrá brindar degustación gratis para atraer nuevos clientes.

CAPITULO II

ÁREA DE PRODUCCIÓN

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

2.1.1 Descripción del proceso de transformación del bien o servicio

La empresa Caseritas Gourmet dedicada a la producción y comercialización de empanadas de mote en la ciudad de Ambato definirá sus procesos con el objetivo de cumplir con los requisitos del cliente acorde a la calidad requerida. Los mismos se encuentran divididos en 3 grupos:

- Procesos estratégicos
- Procesos claves
- Procesos de apoyo

Dentro de los procesos estratégicos se encuentran: planeación estratégica y gestión de control.

Los procesos claves son: adquisición de materias primas, producción y comercialización del producto.

En los procesos de apoyo están: gestión de recursos humanos, gestión de calidad, gestión administrativa y gestión de salud e higiene ocupacional.

Adquisición de materia prima

El proceso comienza cuando se solicita a los proveedores la materia prima que requiere la empresa para producir las empanadas de mote para 15 días (415 Kg de mote, 130 Kg de carne molida, 5000 unidades de huevo, 750000 ml de aceite, 20 kg. de cebolla, 5000 gr. de ajo, 5000 gr. de sal y 5000 gr. de pimienta y 5000 gr. De curry). La solicitud de materia prima debe efectuarse cada 15 días con la finalidad de tener el inventario completo y cumplir con la producción planificada.

- El asistente administrativo es el encargado de enviar la solicitud a los proveedores para el suministro de la materia prima requerida, éstos verifican su stock y envían la cotización. Para realizar esta actividad los proveedores disponen de 5 a 7 días.

- Una vez que el gerente aprueba la cotización, el proveedor se encarga del envió de la materia prima solicitada a las instalaciones de la empresa.

- El jefe de producción debe verificar la cantidad y calidad de la materia prima entregada por el transportista.

- Si los materiales están conforme a lo solicitado, se recibe los productos, y el encargado de bodega, que en este caso es el jefe de producción, debe guardar la materia prima en el almacén según la temperatura regulada y actualiza el inventario concluyendo el proceso.

- Cuando los productos no cumplan con las especificaciones acordadas se devolverá al proveedor para su cambio.

DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DE ADQUISICIÓN DE MATERIAS PRIMAS

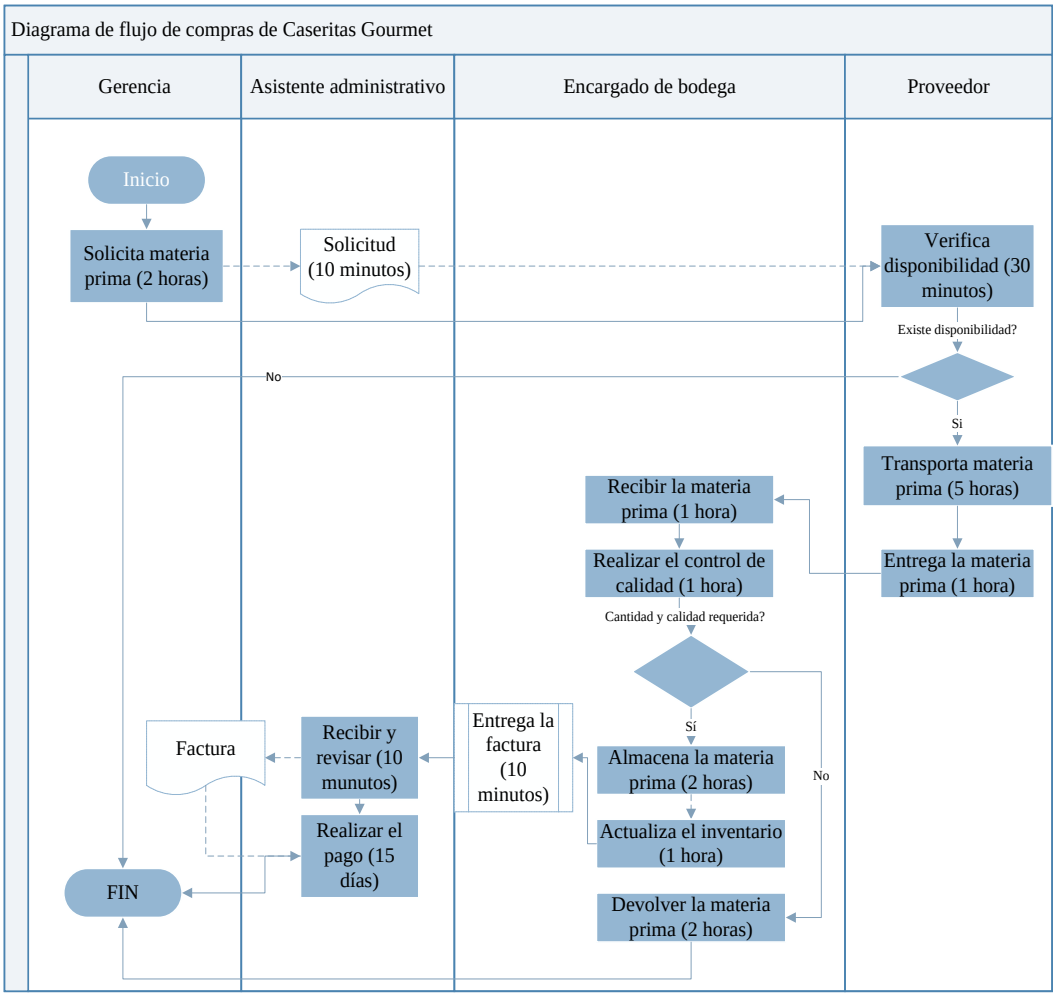


Gráfico 17: Proceso de adquisición de materias primas
Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

Símbolo	**Significado**
	Inicio/fin
	Proceso
	Punto de decisión: Sí/No
	Documento
	Subproceso

Elaborado por: López, C. (2016)

Producción de empanadas

El proceso comienza cuando el encargado de la elaboración de las empanadas solicita al jefe de producción los productos necesarios para elaborar las empanadas de un día de producción (55,2 Kg de mote, 15 Kg de carne molida, 11 Kg de arroz, 240 unidades de huevo, 12 unidades de margarina, 3 botellas de aceite de color, 20 unidades de cebolla, 12 unidades de ajo, 24 botellas de aceite, 4 paquetes de sal y 2 paquetes de comino y pimienta).

El jefe de producción debe verificar la disponibilidad de la materia prima en la bodega, si se posee en existencia lo necesario para la producción, procede a pesar la cantidad requerida para la elaboración del producto, además, debe actualizar el inventario especificando qué cantidad de materia prima fue entregada.

La persona encargada de la elaboración recibe la materia prima y procede a:

- Amasar, laminar y dividir.
- Preparar el relleno.
- Colocar el relleno.
- Enrollar las empanadas.
- Dejar reposar las empanadas.

El jefe de producción debe tomar una muestra del 10% de las empanadas para verificar su calidad. Las empanadas que no cumplan con la calidad requerida serán desechadas.

Realizar el empaque de las empanadas en una bandeja sellada y el etiquetado con la marca registrada. Una vez concluida esta actividad se traslada las empanadas hacia la bodega e informa la cantidad de empanadas producidas.

El jefe de producción recibe las empanadas en la bodega de productos terminados y actualiza el inventario.

DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

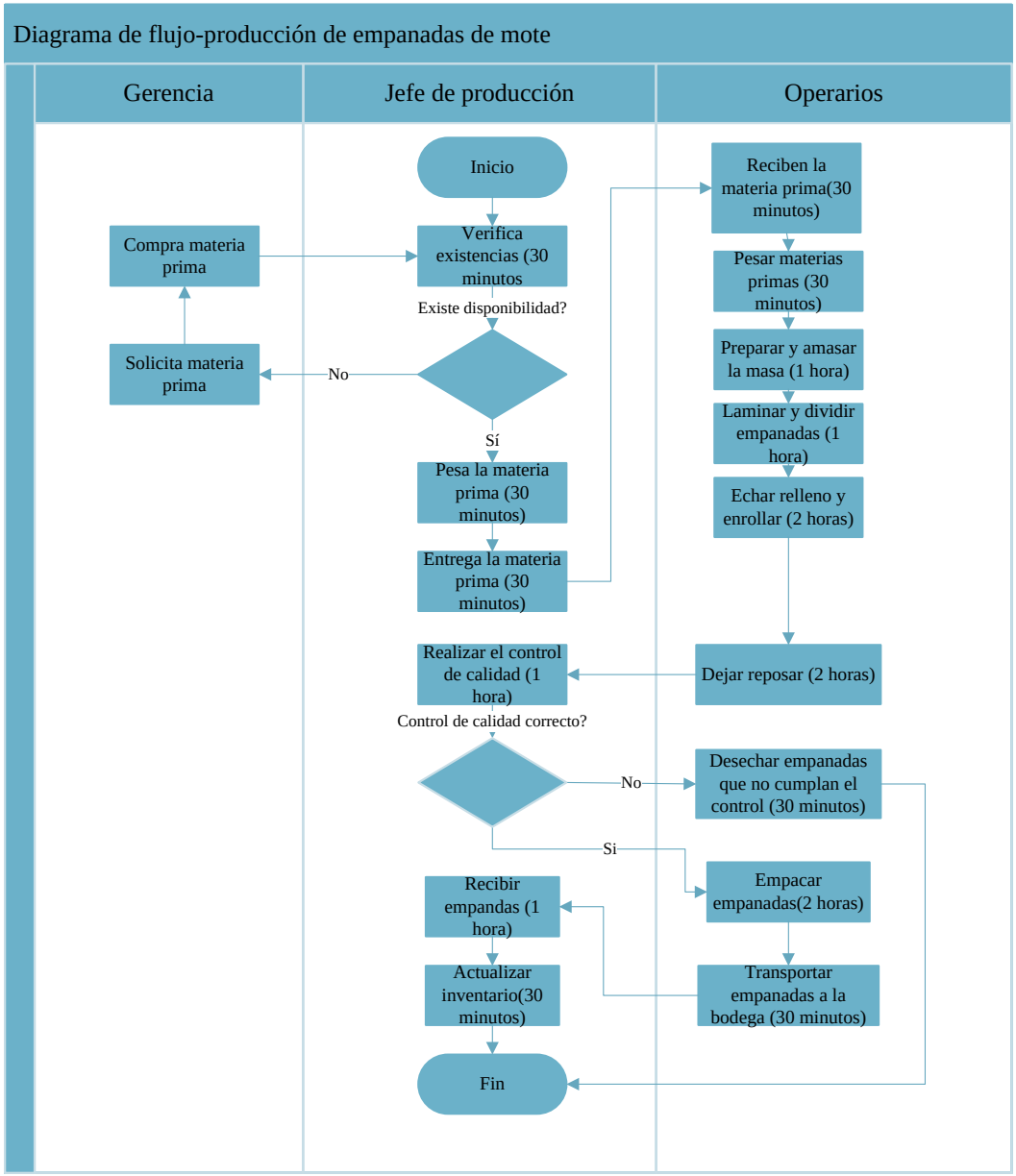


Gráfico 18: Proceso de produción de empanadas
Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

Símbolo	**Significado**
	Inicio/fin
	Proceso
	Punto de decisión: Sí/No

Elaborado por: López, C. (2016)

Comercialización de empanadas de mote

Como se indicó en el capítulo anterior las empanadas serán distribuidas a los supermercados (mayoristas) y mini mercados (minoristas) de la ciudad de Ambato, a través de estos dos canales se hará llegar las empanadas de mote al mercado objetivo.

- El proceso comienza cuando el vendedor recepta el pedido de los clientes, procede a solicitar las empanadas al jefe de producción, este verifica la existencia de los productos solicitados por el vendedor.

- Sí se posee en existencias la cantidad solicitada del producto se entrega al chofer para cargar las empanadas a la camioneta.

- El jefe de producción debe registrar la salida del producto en la kardex.

- Una vez colocados los pedidos en el medio de transporte, el transportista realiza la entrega a los clientes en los lugares indicados por el vendedor.

- El cliente recibe el producto, verifica la cantidad solicitada y la calidad de las empanadas recibidas.

- En caso de estar conforme con la cantidad y calidad requerida procede a realizar el pago del producto y se culmina el proceso, en caso contrario devuelve el producto y el transportista regresa el producto a la bodega.

- El proceso se realiza en un día completo. Una vez que se termine de entregar todos los pedidos el transportista retorna a la empresa.

DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN

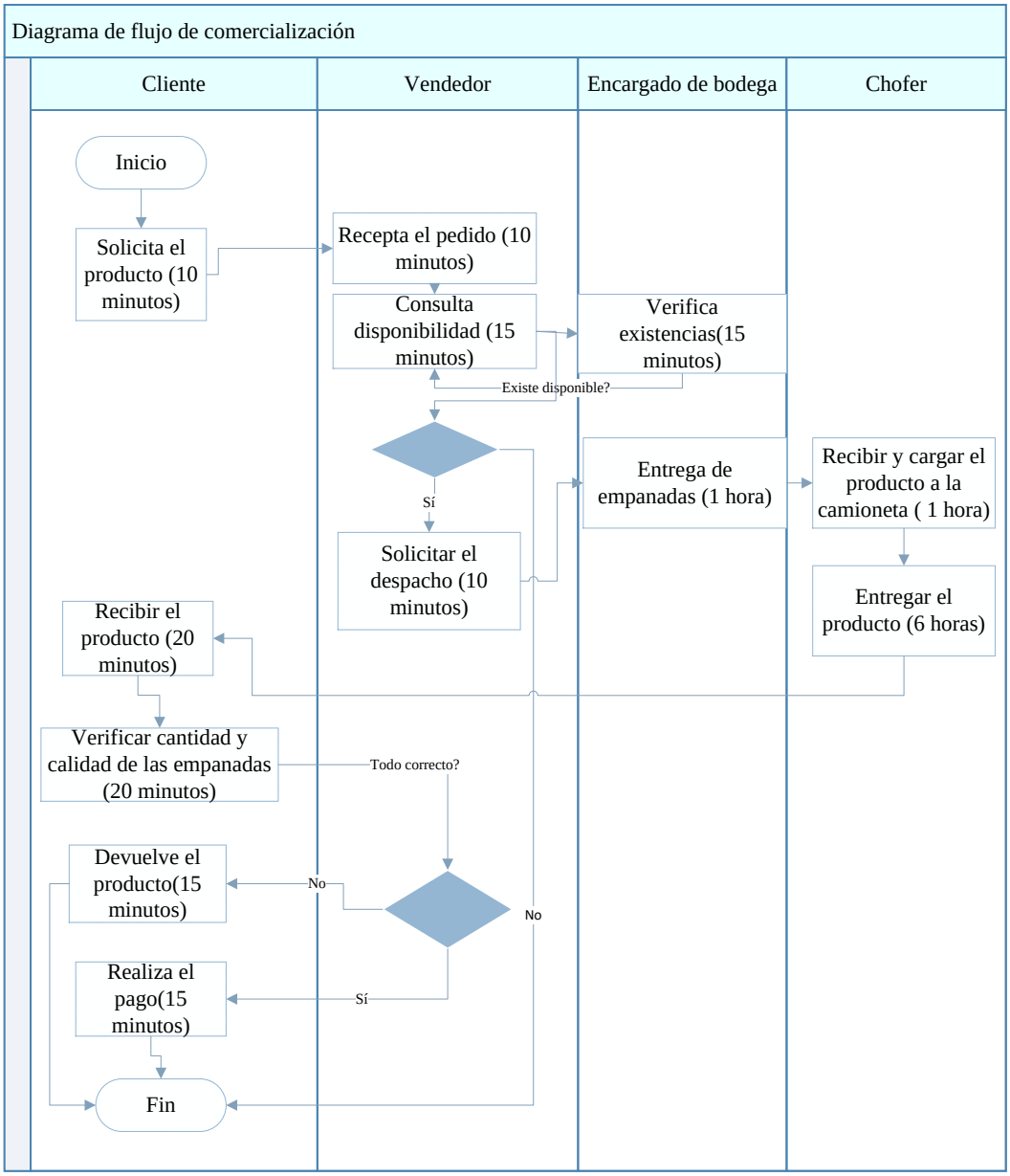


Gráfico 19: Proceso comercializar empanadas
Elaborado por: López, C. (2016)

Símbolo	**Significado**
	Inicio/fin
	Proceso
	Punto de decisión: Sí/No

Elaborado por: López, C. (2016)

En la presente investigación se describen los procesos claves para la empresa pues son los que tienen como fin lograr la satisfacción del cliente, para así medir la calidad del servicio.

El siguiente gráfico muestra el mapa de los procesos de la empresa:

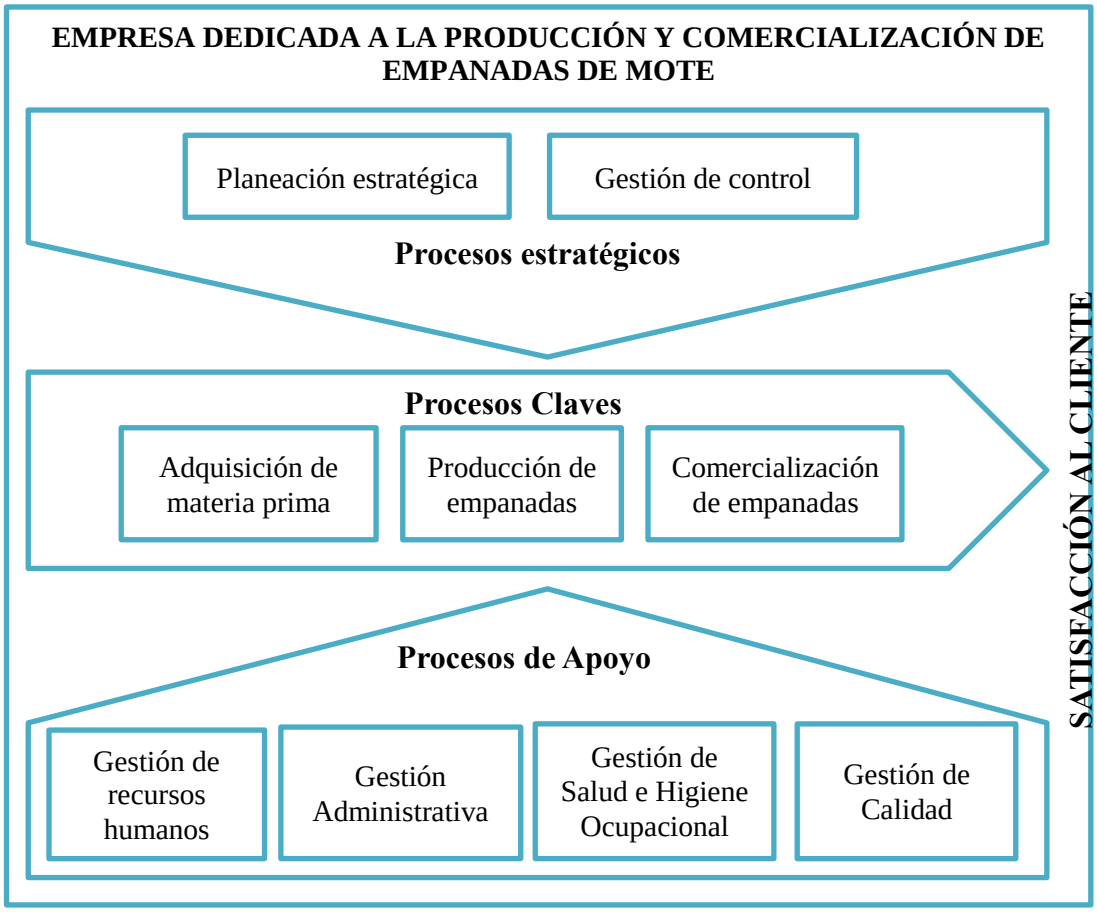


Gráfico 20: Mapa de procesos
Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

2.1.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas

Las instalaciones de la empresa para la producción y comercialización de empanadas de mote estarán compuestas por dos áreas fundamentales: el área de producción y el área de oficinas cubriendo un total de 42 m^2.

El área de producción constara de la cocina, área de reposo, la bodega de materias primas y la de productos terminados.

El área de oficinas estará compuesta por el local del gerente, la secretaria, el contador, el comercial y el especialista de calidad, así como dos baños.

La empresa tendrá una puerta principal para la entrada de clientes y trabajadores y una puerta trasera para la recepción de materias primas y el transporte del producto elaborado. En el área de producción se encuentran los equipos y accesorios indispensables para la producción.

A continuación, se muestra el plano de la empresa:

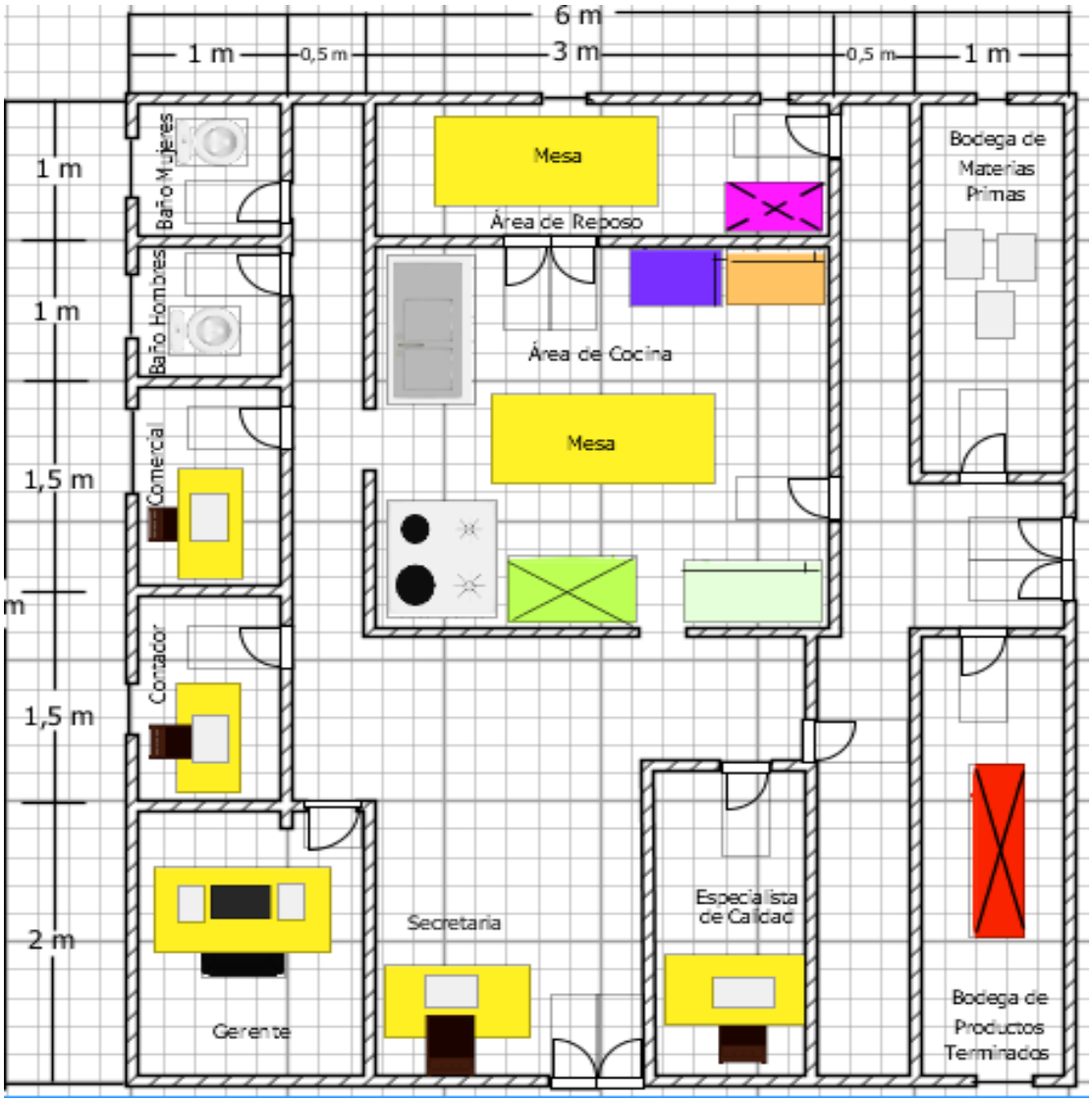


Imagen 9:Plano de la empresa
Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

Leyenda:

Molino eléctrico para granos.

Máquina cortadora de masa

Máquina amasadora

Laminadora para masa

Refrigerador industrial

Emplasticadora

Cocina industrial

Fregadero

De acuerdo con la capacidad instalada en la empresa es necesario conocer los equipos, costo y actividad o función a desarrollar para llevar acabo la elaboración del producto, en este caso las empanadas de mote. Ver anexo 5

Tabla 41: Descripción de equipos para el proceso productivo

EQUIPOS PARA EL PROCESO DE PRODUCCIÓN			
ACTIVIDAD	**DESCRIPCIÓN**	**ESPECIFICACIONES TÉCNICAS**	**COSTO UNITARIO**
Elaboración de la materia prima	Molino eléctrico para granos	Motor eléctrico, marca WEG (Brasilero) de 1/2 Hp. Acero inoxidable. Muele 1 kg de maíz en 20 segundos.	500,00
Elaboración de la materia prima	Máquina cortadora de masa	Cortadora automática en acero inoxidable. Motor 1/2 Hp monofásico. Cortes variados desde 20 a 700grs con una precisión de más o menos 5grs.	350,00
Elaboración de la materia prima	Máquina amasadora	Amasado lento, 12 kg entre 30 y 40 min. Tiene un brazo amasador en forma de horquilla. Tacho de acero inoxidable.	450,00

Pasa a la siguiente página

Continuación de la tabla: 41

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	COSTO UNIT.
Elaboración de la materia prima	Laminadora para masa	Máquina portátil. Lamina la masa al grosor deseado de 0,2 a 8 mm y asegura siempre su uniformidad. Sus rodillos, guardas y bandeja de entrada son en acero inoxidable de accionamiento manual.	420,00
Conservar el producto	Refrigerador industrial	Refrigerador de Acero Inox Mod. T-72. Marca: True / SKU: 6175. Frente y piso fabricado en acero inoxidable. 9 parrillas de alambre para uso industrial recubiertas con PVC, ajustables en altura. 3 puertas sólidas con mecanismo de auto cierre y sello positivo. Capacidad total: 72 pies3. Medidas: 1.98 x 0.75 x 1.99 mts.	1.350,00
Empaquetar	Emplasticadora	Plastifica por los dos lados, usa material BOPP (polipropileno tratado con pegamento integrado), el material se adhiere por medio de temperatura. Dispositivo de corte y marcado para el rollo de BOPP.	260,00
Cocinar el producto	Olla de presión	Semi industrial, 40 litros de capacidad.	320,00
Cocinar el producto	Cocina industrial	Cocina a gas elaborada en acero inoxidable 410. Posee 6 hornillas, plancha con gratinador y un horno de 66x61 cm. Ancho: 144 cm. Alto: 90 cm. Profundidad: 73 cm. Peso: 140 Kg.	480,00
Pesar el producto	Balanza	Balanza de cocina PCE-WS 30, posee una memoria interna. Capacidad de hasta 30Kg. Para nivelar la balanza cuenta con un nivel de burbuja y unos pies ajustables.	185,00
Extraer el vapor, la grasa y olores	Extractor	Campana con frente en acero inoxidable de 90 cm de fácil limpieza. Dos Motores con tres velocidades de operación que garantiza una evacuación eficaz de vapores y olores. Filtro atrapa grasa en aluminio tipo malla fácil de montar. Filtro de carbón activado tipo textil que retiene los olores	200,00
TOTAL			**4.515,00**

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

El equipo necesario para elaborar las empanadas de mote estará integrado por un jefe de producción, quien tendrá la función de controlar y verificar la correcta ejecución del proceso productivo, además también es el encargado de entregar la materia prima necesaria para la elaboración de las empanadas. Tres ayudantes, quienes irán rotando diariamente en las actividades a realizarse para la elaboración del producto, sus principales funciones serán moler el grano para preparar la masa. Operar la máquina amasadora para amasar el producto y darle la textura, cortar la masa, elaborarán la empanada y posteriormente la pesarán para verificar que cumpla con el gramaje establecido. Una vez que se haya concluido con su elaboración se tomará el 10% de las empanadas para realizar el control de calidad, las empanadas que estén en óptimas condiciones serán empaquetadas para finalmente trasladar el producto final a la bodega para su almacenamiento.

La siguiente tabla muestra la cantidad de personal del área productiva con su respectiva actividad, la especificación del tiempo de la actividad y las horas de trabajo diarias.

Tabla 42: Descripción del personal del área de producción

Actividad	**Tiempo (horas)**	**Responsable**
Solicitar materiales para elaborar	0,30h	Operarios
Consultar disponibilidad	0,30h	Encargado de bodega
Pesar materias primas	0,30h	Encargado de bodega
Actualizar inventario	0,30h	Encargado de bodega
Entregar materiales	1h	Encargado de bodega
Recibir materiales	1h	Operarios
Pesar materiales	0,30h	Operarios
Preparar y amasar la masa	1h	Operarios
Laminar y dividir empanadas	1h	Operarios
Echar relleno y enrollar	0,30h	Operarios
Sacar y poner a enfriar empanadas	2h	Operarios
Realizar control de calidad	1h	Jefe de producción
Desechar empanadas	0,10h	Operarios
Envasar empanadas	2h	Operarios
Transportar empanadas a la bodega	0,15h	Operarios
Recibir empanadas	0,30h	Jefe de producción
Actualizar inventario	0,30h	Jefe de producción
Total de tiempo	13,15h	

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

2.1.3 Tecnología a aplicar

De acuerdo con el paulatino crecimiento de la empresa, se pronostica que en el largo plazo debe efectuarse una ampliación de su área de producción, para ello es necesaria la adquisición de nuevos equipos especializados con tecnología de punta y de mayor capacidad que permitan que la producción aumente sostenieblemente. Además, será necesaria la contratación de una empresa de seguridad con el fin de instalar alarmas y cámaras para el sistema de vigilancia. Por otra parte, se tiene planificada la adquisición de un camión refrigerado para realizar entregas directas a los clientes.

La distribución de los equipos estará organizada según el espacio del que dispone la empresa. Contará con los siguientes equipos tecnológicos: molino eléctrico para granos, máquina cortadora de masa, máquina amasadora, laminadora para masa, refrigerador industrial, emplasticadora, olla de presión y cocina industrial que funciona con gas industrial. Las operaciones de división de porciones y armado se realizarán de forma manual, mientras que el embalaje o empaque será con el apoyo de la emplasticadora.

Las empanadas serán colocadas en una bandeja de espuma flex y cubiertas de plástico a base de polietileno, permitiendo una mejor manipulación y conservación. A la misma se le adhiere una etiqueta con las especificaciones del producto, fecha establecida para el consumo y nombre de la empresa.

Imagen 10: Envase de empanadas
Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

Es importante mencionar, que cuando se realice el empaquetado es necesario que este contenga la semaforización de los ingredientes del producto con respecto a la grasa, el azúcar y la sal y la información nutricional. A continuación, se muestran estos dos elementos:

Imagen 11: Semaforización del producto
Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

Datos Nutricionales

Tamaño de la Porción 80ml

Porciones Totales: 6

Calorias 40 Calorias de grasa 10

	% Valor Diario*
Grasa Total 2g	3%
Grasa Saturada 0g	0%
Colesterol 0g	0%
Sodio 100mg	4%
Carbohidrato Total 7mg	2%
Fibra Dietetica 1g	4%
Azúcares 0g	
Proteinas1g	

* Porcentajes de Valores diarios estan calculados en una dieta diaria de 2000 calorias.

Imagen 12: Información nutricional
Elaborado por: López, C. (2016)

Con el objetivo de mantener las empanadas en un estado de conservación adecuado se utilizará el método de refrigeración pues estos alimentos se encuentran en la clasificación de alimentos potencialmente peligrosos y deben ser mantenidos por debajo de 40˚F.

Estos productos llevan un mayor costo de envío y almacenaje pues es necesario mantenerlos refrigerados. Sin embargo, las empanadas son productos que gustan al

consumidor por su sabor, contenido nutricional y por su fácil cocción, las cuales, cumpliendo con la refrigeración establecida, presentan una durabilidad de 7 días de conservación.

El almacenamiento y conservación adecuada de los productos alimentarios permite combatir ante contaminantes como microbios y otros agentes de alteración.

De acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO, 2009), es necesario adoptar buenas prácticas sobre condiciones higiénicas, entre ellas se encuentran:

- Lograr un adecuado empaque de los productos.
- Guardar los productos en recipientes limpios.
- Proteger los productos con cubiertas de plástico.
- Refrigerar los productos a una temperatura adecuada.
- Mantener limpios los locales y estanterías donde se ordenan los productos.
- Desechar los productos alterados.
- Combatir los insectos y roedores.
- Mantener la higiene personal de los que tienen acceso a las áreas de almacenamiento y conservación.
- Mantener una limpieza adecuada exhaustiva de los locales.
- Evitar la presencia de animales domésticos en lugares de almacenamiento.

Otro aspecto importante es hacer énfasis sobre el personal que trabaja directamente con los alimentos, el cual debe mantener una higiene personal adecuada, ya que al manipular estos los puede contaminar. Los seres humanos albergan gérmenes en varias partes del cuerpo, los cuales pueden ser transmitidos a los alimentos mediante el contacto con ellos causando enfermedades.

Todo trabajador que manipule directamente los productos debe extremar la higiene personal. En tal sentido es necesario adoptar medidas como lavarse las manos antes de comenzar la manipulación y cada vez que las circunstancias lo requieran. Tener

las unas cortas, limpias y sin pintar, prestar debida atención a los cortes o heridas, protegiéndolas con apósitos impermeables que eviten el contacto con los alimentos.

Todo manipulador de alimentos ha de recibir información y formación sobre las necesidades higiénicas básicas de su trabajo.

A continuación, mediante el aporte de Aráoz (2008), se exponen algunas de las principales normas de higiene que se deben aplicar durante la manipulación de alimentos:

- No hablar, toser o estornudar sobre alimentos: ya que en la nariz y la boca se encuentran bacterias y estafilococos que se diseminan con facilidad al hablar, toser o estornudar, siendo la causa de infecciones alimentarias.

- Informar de cualquier enfermedad: pues no se debe tener contacto con los alimentos hasta que no esté curado completamente.

- Cubrir y proteger heridas: ya que pueden transmitir bacterias, por tanto, es necesario cubrir adecuadamente las heridas.

- Utilizar cubrecabezas efectivas: pues las personas mudan el pelo continuamente, además en este se almacena con facilidad polvo y suciedad, por tanto, el manipulador no debe tocarse el pelo mientras trabaja. Debe usar gorro o tener el pelo recogido para evitar que el cabello caiga sobre los alimentos, así como evitar barba y bigotes.

- Evitar joyas y objetos personales: pues estos acumulan suciedad y pueden caer sobre los alimentos.

- Utilizar ropa de trabajo exclusiva y limpia: para el trabajo y manipulación de los alimentos no se debe usar la ropa frecuente, pues esta se contamina en la calle con humo, gérmenes, polvo entre otras que puede pasar a los

alimentos. Por ello se exige el uso de vestimenta adecuada y exclusiva para la ocasión.

- No fumar en el lugar de trabajo: pues está prohibido fumar en locales donde se manipulan alimentos.

2.2 FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES

2.2.1 Ritmo de producción

La empresa pretende llevar a cabo su proceso productivo todo el año, laborando de lunes a viernes, con un horario comprendido desde las 9:00 hasta las 18:00 horas, con una hora intermedia para el almuerzo desde las 13:00 hasta las 14:00 horas. La siguiente tabla muestra el ritmo de trabajo medio que se le exige a cada uno de los trabajadores del área de producción.

Tabla 43: Cálculo del Método de nivelación

Actividad	N° personas	Tiempo promedio		Tiempo Normal		Ritmo de trabajo
		Diario (minutos)	Mensual (minutos)	Diario	Mensual	
Recepción de materia prima	1	45	900	90	1800	NORMAL
Moler el grano	1	60	1200	90	1800	MEDIO
Cocinar	1	45	900	60	1200	MEDIO
Amasar	1	40	800	60	1200	INTENSO
Elaborar	2	120	2400	150	3000	NORMAL
Empacar	1	105	2100	120	2400	INTENSO
Trasladar	1	45	900	60	1200	NORMAL

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

2.2.2 Nivel de inventario promedio

De acuerdo con los resultados que arroja la encuesta, en la actualidad hay una demanda insatisfecha de 433 bandejas de 6 unidades aproximadamente de empanada de mote.

De acuerdo con la capacidad de la empresa se prevé una producción diaria de 500 bandejas, la cual cubre la demanda, quedando 67 bandejas diarias. Este stock de producción si no tiene salida en el día se almacena y va rotando diariamente remplazado por la nueva producción.

Mensualmente la empresa contará con un stock de aproximadamente 2010 bandejas selladas de empanadas, a pesar de ser un número relativamente bajo, es con el que cuenta la empresa pues se adapta a su plan de producción de acuerdo a la capacidad de la instalación.

En cuanto a la materia prima directa, la empresa planifica contar con un nivel de inventarios que cubra la producción de un periodo de quince días, el cual se renueva con una semana de antelación previendo mantener un stock que garantice que no haya faltantes o deficiencia de materia prima en el área de producción.

La siguiente tabla muestra el stock de inventarios de materia prima para quince días.

Tabla 44: Stock de inventarios necesarios

PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD
Mote	Kg	830
Carne molida	Kg	130
Huevos	Unid.	10.000
Alverja	Kg	16
Cebolla perla	Kg	40
Pimienta	Gr	10.000
Ajo	Gr	10.000
Aceite	Ml	1500.000
Sal	Gr	10.000
Curry	Gr	10.000

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

2.2.3 Número de trabajadores

Con excepción del contador/ra, todos los trabajadores son parte de la plantilla de la empresa, ninguno es subcontratado. La siguiente tabla muestra el número de

trabajadores, con sus cargos correspondientes y al área que pertenecen, así como una pequeña síntesis de las principales funciones que ejercerán de acuerdo al rol que juegan en la empresa. Todos los trabajadores son plantilla fija de la empresa.
Se espera que paulatinamente la empresa vaya aumentando sus producciones de acuerdo a la aceptación del producto, en tal sentido deberá contratar más mano de obra en el área de producción.

Tabla 45: Descripción de los trabajadores por áreas y funciones

CARGO	ÁREA	CANTIDAD	FUNCIONES
Gerente	Administración	1	Representa la empresa, evalúa el comportamiento organizacional y funcional.
Contador	Administración	1	Lleva la contabilidad de la empresa, manteniendo actualizados los registros, controla el pago y los bienes de la empresa.
Secretaria	Administración	1	Se encarga de la organización y actualización de la documentación y realiza funciones de gestión de recursos humanos.
Vendedor	Ventas	1	Atiende los contratos y requerimientos de clientes y proveedores.
Jefe de Producción	Producción	1	Se encarga de controlar el proceso de producción, colabora con el traslado de la materia prima y el producto terminado a las áreas correspondientes.
Cocinero	Producción	3	Son los encargados de elaborar las empanadas.
Chofer	Administración	1	Se encarga de cargar y distribuir las empanadas a los clientes.

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

2.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

2.3.1 Capacidad de producción futura

La capacidad de producción no solo depende de la disposición de capital para invertir, sino que también hay que tener en cuenta el comportamiento de la demanda y los posibles mercados en los que se desea explorar.

Es por ello, que tomando en cuenta estos factores inicialmente la empresa pretende distribuir su producto en los supermercados y mini mercados de la ciudad de Ambato, posteriormente se espera expandir su producto a otras regiones del país de acuerdo a la gestión de comercialización que se efectúa y la demanda de la población.

Otro factor que influye es el crecimiento de la población, de acuerdo a Countrymeters (2016), Ecuador presenta al cierre del año 2015 una tasa de crecimiento de 1.44%. A medida que la población aumenta se avizora un crecimiento de la demanda.

A continuación, se muestra la proyección de la producción a largo plazo para los siguientes cinco años.

Tabla 46: Proyección de la producción

AÑO	PAQUETE DIARIO	PAQUETE ANUAL	UNIDADES ANUAL
2016	500	12.000	72.000
2017	507	12.173	73.037
2018	515	12.348	74.089
2019	522	12.526	75.155
2020	529	12.706	76.238

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

2.4 DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN

2.4.1 Especificaciones de materia prima y grado de sustitución que pueden presentar

La materia prima es la base fundamental para la producción de cualquier producto. En el caso de las empanadas de mote existen un grupo de componentes e ingredientes con los que se elabora la misma.

La siguiente tabla muestra el nivel de importancia de los mismos en una escala del 1 al 5, donde el nivel de importancia mayor va desde 1 hasta 5, siendo este último el de menor importancia. De igual forma se detalla el grado de sustitución de los productos, es decir, en caso de faltar un producto específico, puede ser sustituido por uno similar sin afectar la consistencia, paladar y la percepción del producto para los clientes.

Tabla 47: Descripción de nivel de importancia y grado de sustitución

PRODUCTOS	NIVEL DE IMPORTANCIA	GRADO DE SUSTITUCIÓN
Mote	1	1
Carne Molida	1	5
Huevos	1	1
Alverja	2	2
Cebolla perla	2	4
Pimienta	3	4
Ajo	3	4
Aceite	1	2
Sal	1	1
Curry	2	4

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

Los principales proveedores de la empresa serán:

- Organización “Camari” Sistema Solidario de Comercialización del Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio (FEPP): está ubicada en la ciudad de

Quito en las calles Antonio de Marchena OE2-38 y Versalles, Santa Clara. Telfs.: (593-2) 2523-613 / 2549-407 / 2567-112, página web: www.camari.org.

- Cereales la Pradera: está ubicada en ciudad de Latacunga, Parroquia Belisario Quevedo, Panamericana Sur Km.6, telf.:032266222 - 032266333 – 032266444, página web: www.cerealeslapradera.com.

- Mascorona: está ubicada en la ciudad de Ambato en la Av. Indoamerica Km 4 1/2 a 300mts de la gasolinera América. Telf.: (593)-32451293 – 2854382, su página web: www.mascorona.com y es uno de los proveedores más cercanos a nuestra empresa.

Se debe considerar que los proveedores pueden ser variados, ya que los productos son de fácil adquisición y se encuentran de disímiles mercados. A pesar de ello, es importante definir proveedores a través de contratos, de los cuales se puede aprovechar la opción de entrega directa, descuentos, entre otros factores que beneficiarían a la empresa.

2.5 CALIDAD

2.5.1 Método de control de calidad

De acuerdo a la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica (2006), se puede decir que la calidad es el esfuerzo continuo por trabajar cada vez mejor y satisfacer más a los clientes. Es un camino constante a recorrer, teniendo como premisa que siempre hay cosas que se pueden mejorar.

Dentro de los procesos de apoyo de la empresa estará el de gestión de la calidad. Existirá un área de gestión de calidad, la cual se encargará de asegurar y verificar el proceso de elaboración del producto y su resultado final. El equipo de calidad tomará partida siempre que se elabore una nueva masa y productos de relleno para

las empanadas. Además, se realizará control de calidad a la materia prima para la elaboración del producto a través de métodos visuales.

Uno de los elementos importantes para el éxito del negocio es lograr la calidad del proceso y del producto. Con el objetivo de que los productos tengan la mejor calidad el negocio cumplirá con las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM). Para esto se contará con el manual de BPM firmado por todos los responsables de la calidad y los trabajadores del área de producción. Las materias primas serán estibadas en tarimas (parihuelas), o estantes de material no absorbente, donde el nivel inferior se encontrará a más de 0,20 m del piso, a 0,60 m del techo, y a 0,50 m o más entre filas con condiciones adecuadas de limpieza y de mantenimiento. Todo el personal recibirá capacitación sobre las BPM.

En el centro de elaboración se tendrá la receta de las empanadas (ingredientes, sabor, cantidades, punto de cocción). Además, estará descrito el procedimiento, (técnicas de elaboración y cocción, de sazón, de mezcla y de presentación la empanada). Todos los empleados deberán utilizar el uniforme determinado por la empresa y mantener la higiene necesaria. Las superficies de trabajo deben ser de acero inoxidable debido a su resistencia y fácil desinfección y limpieza. La zona de elaboración debe poseer una exhaustiva limpieza y desinfección adecuada.

En la empresa se tendrán un sistema de gestión de calidad basado en la norma internacional ISO 9001:2000. Dicha norma no especifica cómo implementar el Sistema de Gestión de Calidad, sino que muestran cómo crearlo e implementarlo. (Rada, 2006). Dentro de los beneficios de utilizar un sistema de gestión de calidad, la empresa aprovechará los siguientes: responder a las necesidades del cliente, el trabajo se encontrará organizado, se obtendrá el rendimiento óptimo en el servicio y se puede optar por certificaciones internacionales.

Otros elementos a tener presente para controlar la calidad son la preparación de la masa, el almacenamiento de las empanadas y el empaquetado de las mismas pues son procesos que pueden afectar la calidad del producto. Al concluir cada uno de

los procesos se debe, con la hoja de verificación, evaluar si el resultado cumple con la calidad requerida.

La siguiente imagen muestra la hoja de verificación que se utilizará para el control de la calidad del proceso de elaboración de las empanadas de mote.

Tabla 48: Hoja de verificación

PLANILLA DE INSPECCIÓN

Producto:
Fecha:
No. de lote:
Inspector:

	Escala				
Proceso	1	2	3	4	5
Elaboración					
Empaquetado					
Etiquetado					
Acabado					
Peso					

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

Por otra parte, también se utilizará el diagrama de Ishikawa. De acuerdo al libro publicado por 50minutos.es (2016), también es conocido como: diagrama de espina de pescado, diagrama de causa-efecto o diagrama Grandal, es una herramienta gráfica, utilizada en empresas, que ofrece una visión global de las causas que han generado un problema y los efectos correspondientes. Como las causas están jerarquizadas, es posible identificar de manera concreta las fuentes del problema.

Es importante señalar, que el profesor Ishikawa clasifica las diferentes causas de un problema en cinco grandes familias las 5M.: Materia, Medio, Métodos, Máquina, Mano de Obra. Cabe recalcar, que las categorías pueden integrarse en otras causas o categorías de causa según el nivel detalle deseado.

A continuación, se detalla el diagrama de Ishikawa de la empresa Caseritas Gourmet:

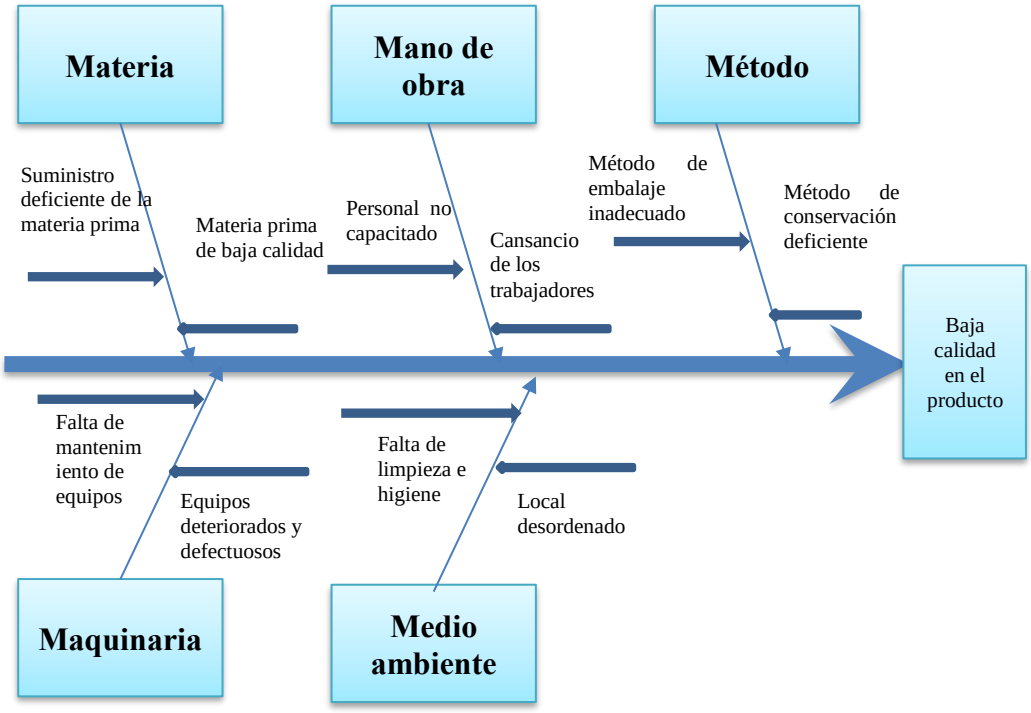


Gráfico 21: Diagrama de Ishikawa
Fuente: (50minutus.es, 2016)
Elaborado por: López, C. (2016)

Para garantizar la producción de un servicio de calidad hay que tener en cuenta un grupo de elementos y las posibles causas que pudieran incidir en el cumplimiento con los requisitos que exige la empresa.

*Tabla 49***:** *Elementos y causas que inciden en la calidad del producto*

ELEMENTOS	CAUSAS
Mano de Obra	Falta de compromiso
	Personal no capacitado
	Equipo de trabajo incompleto
	Inadecuada selección del personal
	Cansancio de los trabajadores
Método	Deficiente Sistema de Gestión de la Calidad
	No existencia de un Plan estratégico
	Método de embalaje inadecuado
	Método de conservación deficiente

Pasa a la siguiente página

Continuación de la tabla 49

ELEMENTOS	CAUSAS
Maquinaria	Tecnología obsoleta
	Equipos deteriorados y defectuosos
	Falta de mantenimiento de equipos
Medio Ambiente	Inestabilidad económica
	Malas condiciones del local
	Mala distribución del espacio físico
	Local desordenado
	Falta de limpieza e higiene
Material	Uso de materiales sustitutos
	Mala distribución de gramajes
	Mala calidad de la materia prima
	Proveedores deficientes

Fuente: Investigación.
Elaborado por: López, C. (2016)

En la fábrica de empanadas se tendrán presente las siguientes normas establecidas por el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN, 2014):

- Rotulado de productos alimenticios para consumo humano: es aplicada a todo producto alimenticio procesado, envasado y empaquetado. Se debe especificar el nombre del alimento, la lista de ingredientes, contenido neto, identificación del fabricante, envasador, importador o distribuidor, ciudad y país de origen, identificación del lote, marcado de la fecha e instrucciones para la conservación, instrucciones para el uso y registro sanitario.

- Código de práctica para manipulación de alimentos: establece prácticas generales de higiene en la manipulación (preparación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte, distribución y venta) de alimentos para el consumo humano. Se especifican elementos sobre el transporte, procedimiento de manipulación, emplazamiento, los edificios e instalaciones, zona de manipulación de alimentos, abastecimiento de agua, alumbrado, alimentación, equipos y utensilios, la limpieza, entre otros.

- Accesibilidad de las personas al medio físico. Señalización detalla las características que deben tener las señales utilizadas en todos los espacios

de las instituciones para mostrar la condición de accesibilidad a las personas. Especifica los tipos de señales y las dimensiones.

2.6 NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN

En la República de Ecuador el Ministerio de Salud Pública (2010), planteó los siguientes permisos para las plantas procesadoras de alimentos, bebidas y aditivos alimentarios (Industria Mediana, Pequeña, Artesanal y Microempresa).

1) Permiso para el funcionamiento de la empresa.

- Planilla de Inspección.
- Certificado del título profesional del Consejo Nacional de Educación Superior (CONESUP).
- Listado de productos a producir.
- Categoría otorgada por el Ministerio de Industrias y Comercio (Ind ustrias y Pequeñas Industrias).
- Plano de la entidad que elabora los alimentos.
- Croquis donde está ubicado el establecimiento.
- Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos de la e mpresa.
- Procesos de la fabricación de alimentos.
- Copia de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.
- Copia del certificado de salud ocupacional entregado por alguno de los centros de salud del Ministerio de Salud.
- Copia del RUC del establecimiento.

2) Permiso de uso del suelo

- Solicitud dirigida al señor alcalde en papel municipal (adquirir en caja)

- Gráfico de ubicación exacta del predio
- Carta de pago del predio actual
- Una copia cedula y papeleta de votación

2.6.1 Seguridad e higiene ocupacional

La Organización Mundial de la Salud (OMS, 2006), define la salud como el estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades.

.

Por su parte, el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (1986), especificó lo siguiente:

> **Artículo 14**: En todo centro de trabajo en que laboren más de quince trabajadores deberá organizarse un Comité de Seguridad e Higiene del Trabajo integrado en forma paritaria por tres representantes de los trabajadores y tres representantes de los empleadores, quienes de entre sus miembros designarán un Presidente y Secretario que durarán un año en sus funciones pudiendo ser reelegidos indefinidamente. Si el Presidente representa al empleador, el Secretario representará a los trabajadores y viceversa.
>
> **Artículo. 34**: LIMPIEZA DE LOCALES. Los locales de trabajo y dependencias anexas deberán mantenerse siempre en buen estado de limpieza.
>
> **Artículo. 38**: Para locales que posean cocinas, los pisos, paredes y techos serán lisos y susceptibles de fácil limpieza; teniendo estos últimos una altura mínima de 2,30 metros.
>
> **Artículo 41**: SERVICIOS HIGIÉNICOS. El número de elementos necesarios para el aseo personal, debidamente separados por sexos, se ajustará en cada centro de trabajo a lo establecido en la siguiente tabla:
>
> | Elementos | Relación por número de trabajadores |
> |---|---|
> | Excusados | 1 por cada 25 varones o fracción |
> | | 1 por cada 15 mujeres o fracción |
> | Lavados | 1 por cada 10 trabajadores o fracción |
>
> **Artículo 53**: CONDICIONES GENERALES AMBIENTALES: VENTILACIÓN, TEMPERATURA Y HUMEDAD. En los locales

> de trabajo y sus anexos se procurará mantener, por medios naturales o artificiales, condiciones atmosféricas que aseguren un ambiente cómodo y saludable para los trabajadores.
>
> **Artículo 56**: ILUMINACIÓN, NIVELES MÍNIMOS. Todos los lugares de trabajo y tránsito deberán estar dotados de suficiente iluminación natural o artificial, para que el trabajador pueda efectuar sus labores con seguridad y sin daño para los ojos.

Todos los artículos especificados anteriormente se aplicarán en el centro de producción y comercialización de empanadas de mote. Además, se pondrán en las diferentes áreas señales éticas. Dentro de las señales a utilizar se encontrarán las de color rojo para especificar las señales de prohibición, peligro o alarma y material de lucha contra incendios.

Normas de Buenas Prácticas de Manufactura-BPM

De acuerdo al Ministerio de Industrias y Productividad (2014), las Normas de Buenas Prácticas de Manufactura-BPM son los principios básicos y prácticas generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado y almacenamiento de alimentos para consumo humano, con el objeto de garantizar que los alimentos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y se disminuyan los riesgos inherentes a la producción.

A continuación, se describe de forma resumida el contenido de las Normas de Buenas Prácticas de Manufactura:

Instalaciones

- Minimizar riesgos
- Fácil limpieza y desinfección
- Control efectivo de plagas

Localización:

- Evitar focos de insalubridad que representen riesgos de contaminación.

Diseño y construcción:

- Brindar protección.
- Edificación sólida y con espacio suficiente, dividido por zonas marcadas

Distribución del área:

- Claramente distribuidos y señalizados, siendo el flujo hacia delante.
- Permitir un apropiado mantenimiento, limpieza y desinfección, evitando contaminación cruzada.
- Elementos inflamables en áreas adecuadas propias para este uso y con suficiente ventilación.

Pisos, paredes, techos y drenajes:

- Condiciones de diseño
- Permitir un adecuado mantenimiento.
- Evitar la acumulación de polvo.
- Garantizar las condiciones sanitarias.
- Áreas críticas
- Las uniones entre paredes y pisos deben ser cóncavas.
- Evitar terminaciones en ángulo de 90˚.

Ventanas, puertas y otras aberturas

Ventanas:

- Material no astillable.
- De contener vidrio debe colocarse una lámina de seguridad
- Repisas internas con pendiente. No tener cuerpos huecos.

Comunicación al exterior:

- Sistemas de protección contra plagas.

- No tener puertas de acceso directo.

Escaleras, elevadores / Instalaciones eléctricas, red de agua

Escaleras, elevadores y estructuras complementarias:

- De material durable, fácil de limpiar y mantener.
- Con elementos de protección.
- No intervengan en el proceso

Instalaciones eléctricas y redes de agua:

- Red IE abierta.
- Sin cables colgantes.
- Líneas de flujo identificables por colores.

Iluminación/ Calidad de aire y ventilación

Iluminación:

- Luz natural con protección.
- Mayor intensidad de luz en las operaciones de control.
- Fuente de luz artificial con protección.

Calidad de aire y ventilación:

- Ventilación adecuada natural o mecánica, directa o indirecta.
- Evitar paso de aire contaminado.
- Aberturas para circulación de aire protegidas.

Control de temperatura/ Instalaciones Sanitarias

Control de temperatura y humedad ambiental:

- Mecanismos para controlar la temperatura y humedad ambiental, si es necesario.

Instalaciones sanitarias:

- Servicios higiénicos, duchas y vestuarios suficientes e independientes.
- Sin acceso directo a las áreas de producción.
- Dosificadores para desinfección.
- Señalización
- Servicios de planta / facilidades

Suministros de agua

Abastecimiento adecuado:

- Mecanismos que garanticen temperatura y presión requerida en los procesos.
- Sistemas de agua no potable identificados.

Suministro de vapor:

- Se debe disponer de sistema de filtros.

Servicios de planta / facilidades:

- Disposición de desechos líquidos
- Sistemas adecuados para su disposición.
- Sistemas que eviten la contaminación.

Disposición de desechos sólidos:

- Sistema adecuado de recolección almacenamiento, protección y eliminación

- Remoción de residuos frecuente.
- Áreas de desperdicio fuera de zona de producción.

Equipos y Utensilios

Requisitos:

1) Construcción con materiales no tóxicos. Evitar el uso de maderas.
2) Acorde a la operación a realizar.
3) Fáciles de limpiar, desinfectar e inspeccionar
4) Uso de lubricantes de grado alimentario
5) Superficies de contacto sin recubrimiento desprendibles.
6) Tuberías resistentes, inertes, no porosas.
7) Facilitar el flujo continuo.
8) Materiales que resistan la corrosión, limpieza y desinfección.

Condiciones de instalación y funcionamiento

Instalación y funcionamiento:

- Instalación de acuerdo a las condiciones del fabricante.
- Provistos de instrumentación adecuada y de un sistema de calibración.

Personal

Higiene y cuidado personal

El personal debe cumplir los siguientes aspectos:

- Bañarse todos los días.
- Mantener cortas las uñas y sin esmalte.

- Mantener corto el cabello y barba (hombres).
- Evitar los malos hábitos, tales como: escupir, masticar chicle, comer en el área de proceso, fumar.
- Siempre lavarse las manos después de ir al baño.

Educación y capacitación:

- Desarrollar un programa de capacitación continuo y permanente.
- Impartir charlas relacionadas al Reglamento de BPM.
- Impartir capacitaciones sobre normas, procedimientos y precauciones a tomar.

Estado de salud:

- Realizar evaluaciones médicas del colaborador antes que ingrese a la organización.
- Realizar exámenes médicos periódicos después de que una persona ha sufrido una enfermedad infecto contagiosa.
- Brindar de protecciones o descanso médico a los colaboradores que han sufrido un accidente y/o se sospeche de una persona que tenga una enfermedad infecto contagiosa.

Higiene y medidas de protección:

- Disponer de la indumentaria necesaria para realizar las actividades.
- Verificar que la indumentaria se encuentra limpia y en buen estado
- Establecer una cultura de lavarse y desinfectarse las manos antes de empezar a trabajar y después de realizar actividades contaminantes.

Comportamiento:

- Está prohibido fumar y consumir alimentos de las áreas críticas.

- Debe mantenerse el comportamiento durante el trabajo.
- No usar joyas, mantener el cabello cubierto, barba recortada.
- No escupir, hurgarse la nariz, pellizcarse, rascarse y golpearse entre compañeros de trabajo.

Materia primas e insumo

Consideraciones:

- Generar un instructivo para la recepción de materia prima.
- Establecer parámetros para recibir o rechazar materia prima e insumos.
- Almacenar las materias primas e insumos en condiciones óptimas que eviten la contaminación y deterioro.
- Crear un procedimiento para el manejo de ingredientes.

Agua:

- Cumplir con los parámetros de agua potable para el uso de materia prima.
- En el caso de necesitar hielo debe ser fabricado con agua potable.
- La reutilización no se recomienda.
- El lavado de instalaciones y equipos debe realizarse con agua potable.

Operaciones de producción

La fabricación del alimento debe:

- Cumplir con las normas establecidas (Técnicas y procedimientos previos).
- Evitar toda omisión, contaminación, error o confusión en el transcurso de las diversas operaciones.
- Efectuarse con procedimientos validados, en locales apropiados, con áreas, equipos limpios y adecuados, con personal competente, con materias primas y materiales conforme a las especificaciones, según

criterios definidos, registrando en el documento de fabricación todas las operaciones efectuadas, incluidos los puntos críticos de control donde fuere el caso, así como las observaciones y advertencias necesarias.

Condiciones ambientales en la elaboración:

- Limpieza y orden prioridad.
- Sustancias utilizadas para limpieza aprobadas.
- Procedimientos de limpieza y desinfección validados periódicamente.
- Mesas de trabajo apropiadas.

Importante recordar:

- Antes de comenzar a trabajar se debe verificar que los materiales, equipos y los utensilios, así como el personal destinado a la elaboración, cumplan los requisitos higiénicos indispensables.
- Que los equipos estén en perfecto funcionamiento.
- Perfectas condiciones ambientales.
- Instrumentos de medición en buenas condiciones y calibrados.
- Documentos necesarios disponibles

Se debe considerar:

- Identificación del alimento, trazabilidad.
- Control de las condiciones de operación.
- Medidas efectivas ante los contaminantes.
- Alimento defectuoso a reproceso o eliminación.

Envasado, etiquetado y empaquetado

Envases:

- Protección adecuada.

- Materiales no tóxicos.
- No reutilización

Etiquetas:

- Información de acuerdo a la normativa correspondiente.
- Codificación del producto, fechas de elaboración y vencimiento de ser el caso.

Empaque:

- Personal entrenado.
- Almacenaje adecuado.

Almacenamiento, distribución, transporte y comercialización

Almacenamiento:

- Mantener condiciones higiénicas y ambientales apropiadas.
- Programa sanitario.
- Identificación de productos en cuarentena o aprobados.

Transporte:

- Debe garantizar la calidad e higiene del producto.
- Los vehículos serán adecuados a la naturaleza del producto.
- No rompa la cadena de frío.
- No transportar alimentos con sustancias consideradas tóxicas.
- No colocar alimentos en contacto directo con el piso del vehículo

Comercialización:

- Vitrinas, estantes o muebles de fácil limpieza.

- Neveras y congeladores, cuando se requiera.
- El propietario del establecimiento de comercialización, es el responsable de mantener condiciones sanitarias, esto no exime la responsabilidad del fabricante.

Aseguramiento y control de calidad

El sistema de aseguramiento de la calidad debe, como mínimo, considerar los siguientes aspectos:

1) Especificaciones sobre las materias primas y alimentos terminados., incluyendo criterios claros para su aceptación, liberación o retención y rechazo.
2) Documentación sobre la planta, equipos y procesos.
3) Manuales e instructivos donde se sustente los sistemas de almacenamiento, distribución y procedimientos de laboratorio.
4) Todas las operaciones deben estar sujetas a controles de calidad.
5) Todas las fábricas de alimentos deben contar con un sistema de control y aseguramiento de la inocuidad.
6) Elaborar formatos de control desde la materia prima hasta el producto terminado
7) Los métodos de limpieza de planta y equipos deben verificarse.
8) Para la desinfección definir los agentes y sustancias y demás aspectos para garantizar la efectividad de la operación.
9) Registrar inspecciones de verificación después de la limpieza y desinfección
10) Validación de estos procedimientos.
11) Los planes de saneamiento deben incluir un sistema de control de plagas.

12) El control puede ser realizado directamente por la empresa o mediante un servicio tercerizado.

13) La empresa es la responsable por las medidas preventivas.

Estas son las Normas que deben cumplir las empresas ecuatorianas que se dedican a elaborar productos alimenticios. Si se desea tener un conocimiento más amplio de estas Normas ver anexo 6.

En el área de oficinas, en la cocina y en las bodegas estará la señal de extintor. En la cocina y en la puerta de salida de las bodegas estará la señal de los instrumentos contra incendios. Las de color amarillo o amarillo anaranjado serán señales de advertencia y se mostrarán las de baja temperatura y riesgo eléctrico. Las de color azul serán de obligación. Por ejemplo, en la cocina debe usarse el gorro higiénico y en las bodegas debe existir libre paso. La de color verde será de salvamento o auxilio y estarán las de salida.

En la empresa se tendrá un manual de seguridad ocupacional donde se tendrán en cuenta los siguientes elementos: los requisitos mínimos en seguridad y salud ocupacional, guías de las operaciones a realizar por los empleados para mantener su salud y la higiene en el centro laboral, las reglas generales a cumplir y las responsabilidades de cada persona y el objetivo de las auditorías a realizar para el cumplimiento de las normas de salud e higiene ocupacional.

La siguiente imagen muestra las señales éticas que se utilizarán:

Imagen 13: Señales éticas
Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

CAPÍTULO III

AREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

3.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

3.1.1 Visión de la empresa

"Ser una empresa líder en la producción y comercialización de empanadas de mote con un alto contenido de vitaminas, para el deleite y satisfacción del consumidor, trabajando con un equipo responsable, honesto y comprometido con entregar un producto de calidad a un excelente precio."

3.1.2 Misión de la empresa

"Ofrecer empanadas de mote con características especiales utilizando materia prima de óptima calidad brindando una filosofía de conservación que deguste el paladar de nuestros consumidores."

3.1.3 Análisis FODA

En base a las siguientes tablas se procede analizar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, del proyecto. En este contexto, se debe tomar en cuenta que las Fortalezas son los factores críticos positivos que posee la empresa y las oportunidades son los aspectos positivos que la rodean y se pueden aprovechar, estos dos se refieren al medio externo que rodea a la organización. Por otra parte, las debilidades son los factores críticos negativos que posee la empresa que se deben disminuir o eliminar, mientras que las amenazas, son los aspectos negativos que pueden obstaculizar el alcance de los objetivos, estos dos factores se refieren al entorno interno de la empresa.

Tabla 50: Matriz de vulnerabilidad – Amenazas y Debilidades

		AMENAZAS						
		Altas tasas de interés para el financiamiento	Saturación del segmento de mercado elegido	Cambio continuo de las políticas laborales que influyen de forma adversas al desarrollo empresarial	Permisos de implementación y funcionamiento del emprendimiento	Incremento de la competencia ofertando productos similares	**TOTAL**	**PRIORIDAD**
DEBILIDADES	Falta de capital propio	5	4	3	2	4	**18**	**1**
	Los sistemas de gestión de los procesos	2	3	1	1	5	**12**	
	Empresa nueva en el mercado	3	5	3	2	5	**18**	**2**
	Tiempo de demora de la instalación y adecuación de la infraestructura	1	1	1	3	1	**7**	
	Carecer de un sistema contable y de control de compras e inventarios	1	1	2	1	1	**6**	
	TOTAL	12	14	10	9	16	**61**	
	PRIORIDAD		2			1		

Elaborado por: López, C. (2016)

Tabla 51: Cálculo de factores claves- Amenazas y Debilidades

CÁLCULO DE FACTORES CLAVES		
TOTAL	**AMENAZA**	**DEBILIDAD**
61	12,2	12,2
	CONCLUSIÓN	**CONCLUSIÓN**
	Las amenazas claves serán las que estén por encima de 12,20	Las debilidades claves serán las que estén por encima de 12,20

Elaborado por: López, C. (2016)

Conclusión:

Después de haber efectuado los cálculos correspondientes se determinó que las amenazas claves que posee la empresa deben estar sobre la calificación de 12,20, del mismo modo las debilidades también deben estar sobre 12,20 puntos.

Análisis:

Por lo expuesto en el párrafo anterior, se puede afirmar que las principales debilidades que posee la empresa son la falta de capital propio y el ser una empresa nueva en el mercado. Por otra parte, las amenazas que se encuentran sobre 12,20 son el incremento de la competencia ofertando productos similares y la saturación del mercado al cual está dirigido el presente emprendimiento.

Tabla 52: Matriz de aprovechabilidad – Oportunidades y Fortalezas

		OPORTUNIDADES						
		Aceptación del producto en el mercado	No existe competencia directa	Apoyo del MIPRO	Regulaciones que favorecen	Tendencia de consumo	**TOTAL**	**PRIORIDAD**
FORTALEZAS	Personal capacitado	4	2	5	5	5	21	1
	Adquirir equipo y tecnología de punta a bajo costo	5	4	5	4	3	21	2
	Materia Prima de Alto Valor Nutricional	5	5	3	3	5	21	3
	Calidad del Producto	4	5	3	4	5	21	4
	Cumplimiento de normas y estándares de calidad e higiene	4	3	2	5	4	18	
	TOTAL	22	19	18	21	22	102	
	PRIORIDAD	1			3	2		

Elaborado por: López, C. (2016)

Tabla 53: Cálculo de factores claves - Oportunidades y Fortalezas

CÁLCULO DE FACTORES CLAVES		
TOTAL	**OPORTUNIDADES**	**FORTALEZAS**
102	20,4	20,4
	CONCLUSIÓN	**CONCLUSIÓN**
	Las oportunidades claves serán las que estén por encima de 20,40	Las fortalezas claves serán las que estén por encima de 20,40

Elaborado por: López, C. (2016)

Conclusión

Luego de haber efectuado los cálculos correspondientes, se determinó que las oportunidades claves están sobre los 20,40 puntos, así también, las Fortalezas claves son las que están por encima de los 20,40 puntos.

Análisis

Entonces, se puede afirmar que las principales fortalezas que posee la empresa son que cuenta con personal capacitado, maquinaria y equipo con tecnología de punto, calidad de la metería prima, todos estos factores contribuirán a tener un producto de alta calidad. Por otra parte, las oportunidades que se encuentran sobre 20,40 y que debe aprovechar la empresa es la tendencia de consumo que posee el mercado al cual esta dirijo el emprendimiento, así como también, la aceptación que posee este tipo de productos.

Tabla 54: Matriz FODA

	FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
	FORTALEZAS	**OPORTUNIDADES**
POSITIVO	Personal capacitado Adquirir equipo y tecnología de punta a bajo costo Materia Prima de Alto Valor Nutricional Calidad del Producto	Aceptación del producto en el mercado Tendencia de consumo Regulaciones que favorecen
NEGATIVO	**DEBILIDADES**	**AMENAZAS**
	Falta de capital propio Empresa nueva en el mercado	Incremento de la competencia ofertando productos similares Saturación del segmento de mercado elegido

Elaborado por: López, C. (2016)

Tabla 55: Matriz de estrategias

EXTERNO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS	ESTRATEGIAS PARA O - A
	Aceptación del producto en el mercado	Incremento de la competencia ofertando productos similares	Realizar un estudio para el lanzamiento de nuevas líneas de productos nutritivos con el fin de contar con una cartera diversificada que permita al cliente tener más opciones de alimentos saludables
	Tendencia de consumo	Saturación del segmento de mercado elegido	Efectuar campañas publicitarias para concientizar al mercado objetivos sobre el consumo de alimentos sanos y con nutrientes.
INTERNO	Regulaciones que favorecen		Gestionar con organismos del gobierno y aprovechar la apertura para el desarrollo de la producción nacional.

Elaborado por: López, C. (2016)

3.1.4 Objetivos

Objetivo general

- Posicionar a Caseritas Gourmet en los próximos cinco años como la mejor empresa productora y comercializadora de empanadas de mote mediante el conocimiento de su sector y con una eficiente gestión de las áreas que la conforman.

Objetivos específicos

Año 1

- Elevar el reconocimiento de la marca con los clientes en base a la atención personalizada.

- Difundir los beneficios y atributos del producto a través de campañas publicitarias.

- Formar alianzas estratégicas con nuestros proveedores con la finalidad de que nos brinden insumos de buena calidad y aun mejor precio al momento que sea requerido.

Año 2

- Lograr la fidelización de nuestros clientes a través de la aplicación del CRM y la aplicación de estrategias.

- Recuperar el capital invertido en el proyecto.

- Generar utilidades para mantener la solidez financiera e impulsar el crecimiento de la empresa.

Año 3

- Lograr el reconocimiento de nuestra marca a nivel local.
- Incrementar el nivel de producción y ventas en un 10%.

- Mantener un buen clima laboral y de confianza que promueva la innovación y la mejora continua.

Año 4

- Contribuir al desarrollo personal y profesional de nuestros trabajadores, mediante capacitaciones, brindándoles incentivos por los méritos que realicen.

- Estudiar la posibilidad de ampliar la línea de producción.

Año 5

- Consolidar a Caseritas Gourmet como una empresa líder en la producción y comercialización de empanadas de mote.

- Realizar un estudio de mercado para expandir la empresa en diferentes provincias del país.

3.2 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA

3.2.1 Organigrama de la empresa para definir la organización interna

El organigrama es un modelo sistemático, que permite tener una idea general acerca de la organización interna de una empresa, por ello, en las siguientes figuras se indica la forma organizativa de Caseritas Gourmet:

CASERITA GOURMET

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

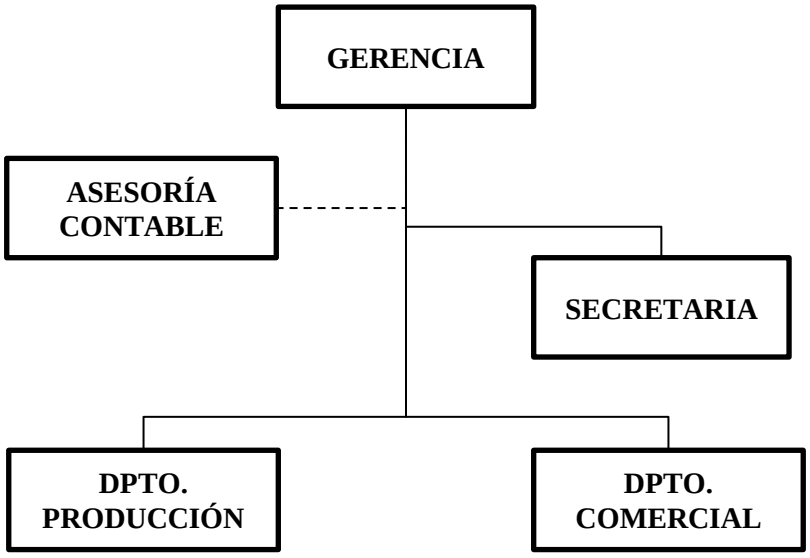


Gráfico 22: Organigrama estructural-Empresa Caseritas Gourmet
Elaborado por: López, C. (2016)

REFERENCIA			
Relación de mando			
Relación de apoyo	**Elaborado por:**	**Aprobado por:**	**Fecha:**
Relación de autoridad funcional	Srta. Carolina López	Ing. Sandra Tejada	29 de abril del 2016

CASERITA GOURMET

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

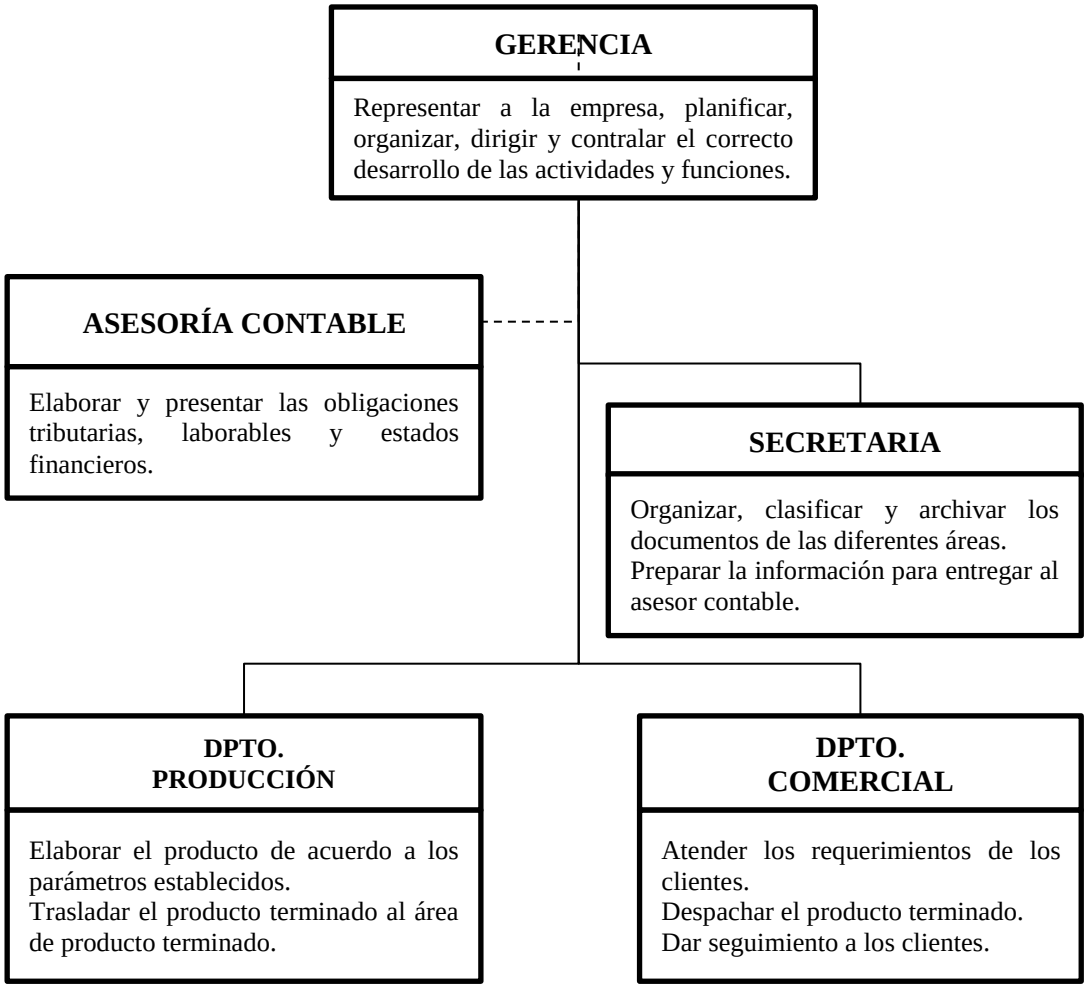


Gráfico 23: Organigrama funcional- Empresa Caseritas Gourmet
Elaborado por: López, C. (2016)

REFERENCIA			
Relación de mando			
Relación de apoyo	**Elaborado por:**	**Aprobado por:**	**Fecha:**
Relación de autoridad funcional	Srta. Carolina López	Ing. Sandra Tejada	29 de abril del 2016

3.2.2 Describa brevemente los cargos del organigrama

Tabla 56: Descripción de las funciones del gerente

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Gerente
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	No aplica
SUPERVISA A	Jefes departamentales y asistente administrativa

II. NATURALEZA DEL PUESTO

Administración eficiente de los recursos económicos y financieros. Dirigir la organización de los procedimientos operativos, administrativos-contables y de control.

III. FUNCIONES

1. Representar legal y jurídicamente a la empresa.
2. Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales.
3. Distribuir adecuadamente las funciones que debe efectuar el personal.
4. Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
5. Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y los análisis se están ejecutando correctamente.
6. Crear un ambiente armonioso en el que los trabajadores y empleados puedan desarrollarse con dinamismo.
7. Solicitar al departamento de contabilidad reportes mensuales de las ventas realizadas, cobros y pagos.
8. Velar por el cumplimiento de las políticas y normas adoptadas.
9. Crear y mantener buenas relaciones con los usuarios internos y externos para mantener el buen funcionamiento de la empresa.
10. Ejercer las demás funciones que por su naturaleza le correspondan como Gerente – Propietario

IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO

TITULO PROFESIONAL	Ing. En Administración de empresas, finanzas, marketing o afines.
EXPERIENCIA	Mínimo 2 años en cargos similares.
HABILIDADES	Don de liderazgo, dinamismo, facilidad en la toma de decisiones, dispuesto a trabajar bajo presión, capacidad de cumplimiento de metas y objetivos
FORMACIÓN	Ing. En Administración de empresas o afines, especialista en liderazgo organizacional, trabajo en equipo y asertividad de negocios en el área financiera, manejo intermedio de paquete office, y conocimientos de inglés (no indispensable).

Elaborado por: López, C. (2016)

Tabla 57: Descripción de las funciones de la secretaria

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Secretaria
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente
SUPERVISA A	n/a

II. NATURALEZA DEL PUESTO

Prestar apoyo en las tareas administrativas y operacionales para lograr el óptimo funcionamiento y rendimiento de la empresa.

III. FUNCIONES

1. Atender y direccionar al cliente interno y externo.
2. Manejar efectivamente los procesos Administrativos.
3. Tratar con proveedores.
4. Manejar caja chica.
5. Recibir documentos.
6. Atender y direccionar las llamas telefónicas.
7. Archivar documentos
8. Tener actualizada la agenda, tanto telefónica como de direcciones, y de reuniones.
9. Tener conocimiento del manejo de maquinaria de oficina, desde calculadoras hasta fotocopiadoras, pasando por ordenadores personales y los programas informáticos que conllevan.

IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO

TITULO PROFESIONAL	Estudios superiores en administración de empresas, marketing, secretariado o afines.
EXPERIENCIA	Mínimo 1 año en el cargo
HABILIDADES	Manejo de la información, Adaptación al cambio, Disciplina, Relaciones interpersonales, Colaboración.
FORMACIÓN	Estudios superiores y capacitación en manejo de office, atención al cliente, relaciones públicas, marketing y ventas.

Elaborado por: López, C. (2016)

Tabla 58: Descripción de las funciones del contador/a

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Contador/a (externo)
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente
SUPERVISA A	Secretaria

II. NATURALEZA DEL PUESTO

Tener capacidad de liderazgo, iniciativa y responsabilidad para el desempeño del cargo, así como criterio y sentido común para realizar un análisis contable que incidirá en el mejoramiento continuo en la administración.

III. FUNCIONES

1. Elaborar los reportes que la gerencia solicite.
2. Asesorar a la Gerencia en planes económicos y financieros.
3. Revisar y legalizar con su firma los Estados Financieros, preparados de acuerdo a las normas vigentes en el país.
4. Cumplir con las responsabilidades tributarias con el SRI y laborales con el IESS.
5. Velar por la correcta recaudación de los valores de las facturas emitidas por ventas.
6. Efectuar los pagos correspondientes a los proveedores.
7. Elaborar los roles de pago para la aprobación de la gerencia y posterior pago.
8. Solicitar autorización para la contratación y aviso de salida de personal.
9. Realizar arqueos de caja sorpresivos.
10. Coordinar el adecuado manejo del fondo de caja chica.
11. Generar reportes e informes económicos-financieros que soliciten sus superiores y posibiliten así la correcta toma de decisiones.
12. Revisar y difundir las disposiciones legales y reglamentarias establecidas por los organismos de control.

IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TITULO PROFESIONAL	Título de profesional en Contabilidad y Auditoría CPA
EXPERIENCIA	2 año
HABILIDADES	Honestidad, seriedad. Domino de la materia. Responsabilidad y ética en el manejo de información y en las funciones asignadas.
FORMACIÓN	Sólidos conocimientos en tributación y materia contable. Dominio de declaraciones impositivas para sociedades y personas naturales. Dominio de herramientas de declaración en línea, manejo de OFFICE.

Elaborado por: López, C. (2016)

Tabla 59: Descripción del puesto del jefe de producción

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Jefe de producción
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Supervisor de calidad
SUPERVISA A	Personal de producción, bodeguero

II. NATURALEZA DEL PUESTO

Capacidad de mando para manejar varias personas.

Planificar y controlar el proceso de producción.

III. FUNCIONES

1. Recibir la nota de pedido de producción.
2. Verificar que la materia prima, materiales existentes en bodega sea suficiente para elaborar los pedidos.
3. Elaborar una lista de pedido para adquirir la materia prima necesaria para la producción.
4. Enviar la lista a la gerencia para que efectúen las compras.
5. Coordinar y controlar el flujo del proceso productivo.
6. Entregar la materia prima a tiempo.
7. Dirigir y controlar al personal que se encuentra a su cargo.

IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO

TITULO PROFESIONAL	Estudios superiores en administración o afines.
EXPERIENCIA	2 años en el cargo o similares.
HABILIDADES	Capacidad de trabajar bajo presión y resolver problemas.
FORMACIÓN	Capacitado en administración de personal

Elaborado por: López, C. (2016)

Tabla 60: Descripción de las funciones de los operarios

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Operarios
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Jefe de producción
SUPERVISA A	n/a

II. NATURALEZA DEL PUESTO

Elaboración del producto bajo estrictas normas calidad e higiene.

III. FUNCIONES

1. Solicitar al jefe de producción la materia prima y suministros para la producción.
2. Clasificar la materia prima a utilizar.
3. Revisar que los equipos para la producción estén funcionando correctamente.
4. Realizar el proceso para la producción.
5. Trasladar el producto terminado al área destinada para este.

IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO

TITULO PROFESIONAL	Título de bachiller
EXPERIENCIA	Un año de experiencia en cargos similares.
HABILIDADES	Saber manejar con cuidado la maquinaria. Saber clasificar los materiales adecuados para la producción. Saber dar soluciones si se presentan problemas dentro de la producción. Manejo de buenas relaciones interpersonales.
FORMACIÓN	Curso de manipulación y conservación de alimentos.

Elaborado por: López, C. (2016)

Tabla 61: Descripción de las funciones del vendedor

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Vendedor
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente
SUPERVISA A	

II. NATURALEZA DEL PUESTO

Cargo de nivel asistencial de complejidad promedio, que realiza tareas relacionadas a la venta. Atiende al público. Reporta ventas diarias. Realiza otras tareas relacionadas con las funciones del departamento.

III. FUNCIONES

1. Mantener buenas relaciones con los clientes internos y externos
2. Mostrar a los clientes externos los productos disponibles para la venta.
3. Tomar el pedido de contrato para la producción por parte del cliente
4. Llenar la información correspondiente a la solicitud de crédito en caso de concederse, previa autorización de contabilidad.
5. Conciliar el total de ventas y remitir a contabilidad.
6. Coordinar con el personal de la empresa para garantizar que el cliente reciba el más alto nivel de servicio posible.
7. Coordinar las entregas con el responsable de bodega
8. Mantener en orden los equipos y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
9. Realizar cualquier otra tarea asignada a fin de cooperar en todas las áreas de apoyo.

IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO

TITULO PROFESIONAL	Bachiller o Egresada en Marketing, Contabilidad y Auditoría CPA, Administración o afines
EXPERIENCIA	1 años desempeñando la función
HABILIDADES	• Manejo de las técnicas de ventas. • Conocimientos básicos de las técnicas de comercialización. • Manejar la cartera de clientes. • Saber administrar la información necesaria de los proveedores y clientes de la empresa.
FORMACIÓN	Marketing y ventas

Elaborado por: López, C. (2016)

Tabla 62: Descripción de las funciones del chofer

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Chofer
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Vendedor
SUPERVISA A	n/a

I. NATURALEZA DEL PUESTO

Transporte y entrega del producto.

II. FUNCIONES

1. Recibir y revisar la factura y guía de remisión.
2. Cargar el producto y verificar que esté de acuerdo a las especificaciones de la factura o guía de remisión.
3. Entregar la mercadería al cliente en la dirección pactada.
4. Recibir el valor total o parcial según las especificaciones de la factura.
5. Entregar el efectivo o cheque a contabilidad.
6. Revisar diariamente el estado del camión.

III. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO

TITULO PROFESIONAL	Bachiller/con licencia tipo c
EXPERIENCIA	1 año/ que conozca las vías de la ciudad.
HABILIDADES	Reacción visual y auditiva, capacidad de resolver problemas.
FORMACIÓN	Chofer profesional

Elaborado por: López, C. (2016)

3.3 CONTROL DE GESTIÓN

3.3.1 Indicadores de gestión

De acuerdo a lo que explica Rincón (1998), un indicador de gestión es la expresión cuantitativa del comportamiento y desempeño de un proceso, cuya magnitud, al ser comparada con algún nivel de referencia, puede estar señalando una desviación sobre la cual se toman acciones correctivas o preventivas según el caso (p. 40). En base a este concepto, se elaboraron los siguientes indicadores de gestión que

permitirán medir la gestión efectuada en las diferentes áreas de la empresa Caseritas Gourmet:

Tabla 63: Indicadores de gestión

ÁREAS	INDICADORES	FÓRMULA
Comercial	Nivel de ventas	$\frac{Total\ producción}{Total\ ventas} x100$
	Cartera	$\frac{Total\ cartera\ vencida}{Total\ de\ la\ cartera} x100$
	Rotación de inventarios	$\frac{Ventas\ netas}{\#\ de\ empleados} x100$
	Satisfacción de los clientes	$\frac{\#\ Quejas\ recibidas}{\#\ total\ de\ clientes} x100$
	Despacho eficiente	$\frac{\#\ de\ pedidos\ despachados}{\#\ total\ de\ pedidos} x100$
Producción	Nivel de productividad	$\frac{\#\ unidades\ producidas}{\#\ de\ operarios} x100$
	Calidad de la producción	$\frac{\#\ de\ unidades\ defectuosas}{Total\ unidades\ producidas} x100$
	Capacidad instalada	$\frac{Volumen\ de\ producción}{Capacidad\ instalada} x100$
Administración	Efectividad de la administración	$\frac{Ejecución\ real\ del\ presupuesto}{Total\ presupuesto} x100$
	Cumplimiento de objetivos	$\frac{\#\ Objetivos\ planteados}{\#\ Objetivos\ cumplidos} x100$

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

3.4 NECESIDADES DE PERSONAL

Como se especificó en el capítulo anterior del proyecto, la proyección de crecimiento de la empresa a cinco años a partir de la creación es del 10 % anual, razón por la cual se estima un nivel similar de crecimiento de personal. El personal inicial para que la empresa entre en operaciones es de nueve personas, lo que quiere decir que al cabo de cinco años este número se incrementará máximo a 15 personas.

El departamento de producción es el que mayor proyección de crecimiento tiene, por ende, el aumento de personal se concentrará en esta área. Para tener un rendimiento uniforme de la empresa, se requiere de un ambiente laboral agradable, cuidando detalles que permitan tener satisfechos al personal, entre los cuales se señalan los siguientes:

- Protocolos de seguridad industrial.
- Normas de calidad certificadas.
- Control de ingreso y salida de personal. Ver anexo 7
- Facilidades en caso de calamidad doméstica o enfermedad.
- Alimentación saludable y nutritiva.
- Servicios higiénicos en excelente estado.
- Implementación de tecnología para facilitar el trabajo y comunicación.
- Premios y bonos mensuales al mejor desempeño laboral.
- Charlas de motivación.
- Capacitación permanente.

Estos detalles permitirán que el personal se mantenga reconfortado dentro de la empresa, logrando así el desarrollo de la empresa, elevando las ganancias a nivel económico, social y empresarial.

CAPITULO IV

AREA JURÍDICO LEGAL

4.1 DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA

Posterior al análisis realizado de las diferentes formas vigentes para formar una empresa en el Ecuador, se determinó que se constituirá una Compañía Unipersonal de Responsabilidad Limitada cuya denominación será Caseritas Gourmet domiciliada en la ciudad de Ambato, debido a las siguientes razones:

De acuerdo a la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada (2006) en el artículo 1, señala que toda persona natural con capacidad legal para realizar actos de comercio, podrá desarrollar por intermedio de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada cualquier actividad económica que no estuviere prohibida por la ley, limitando su responsabilidad civil por las operaciones de la misma al monto del capital que hubiere destinado para ello.

En el artículo 2, de la misma ley se especifica que la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, es una persona jurídica distinta e independiente de la persona natural a quien pertenezca, por lo que, los patrimonios de la una y de la otra, son patrimonios separados.

Los requisitos legales que se deben cumplir para constituir una empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada, son los siguientes:

Objeto social de la empresa

En los artículos 16, 17 y 19 de la LEURL (2006), se establece que el objeto social de la empresa comprenderá exclusivamente, una sola actividad empresarial, deberá

ser concretado en forma clara y precisa en el acto constitutivo de la misma. En cuanto al plazo, se señala que toda empresa unipersonal de responsabilidad limitada, deberá constituirse por un plazo determinado. Dicho plazo deberá constar en el acto constitutivo en forma expresa y de manera clara. El plazo de la empresa puede restringirse o prorrogarse de manera expresa de conformidad con esta Ley.

Capital

Cómo se estipula en el artículo 21 de la LEURL (2006), el capital asignado a la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, no podrá ser inferior al producto de la multiplicación de la remuneración básica mínima unificada del trabajador en general, por diez.

Administración

En el artículo 38 de la misma ley se especifica que la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, será administrada por su gerente-propietario, quien, a su vez, será su representante legal. Para legitimar su personería como representante legal de la empresa el gerente-propietario utilizará una copia certificada actualizada de la escritura pública que contenga el acto constitutivo de la empresa con la correspondiente inscripción en el Registro Mercantil, o una certificación actualizada del Registrador Mercantil en la que se acredite la existencia y denominación de la empresa, domicilio principal, objeto, plazo de duración, capital empresarial y la identidad de su gerente-propietario.

Constitución

En el artículo 30, se indica que la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, se

constituirá mediante escritura pública otorgada por el gerente propietario, que contendrá la siguiente información:

1. El nombre, apellidos, nacionalidad, domicilio y estado civil del gerente-propietario;

2. La denominación específica de la empresa;
3. El domicilio fijado como sede de la empresa y las sucursales que la misma tuviere;
4. El objeto a que se dedicará la empresa;
5. El plazo de duración de la misma;
6. El monto del capital asignado a la empresa por el gerente-propietario, de conformidad con el artículo 1 de esta Ley; 7. La determinación del aporte del gerente-propietario;
7. La determinación de la asignación mensual que habrá de percibir de la empresa el gerente-propietario por el desempeño de sus labores dentro de la misma; y,
8. Cualquier otra disposición lícita que el gerente-propietario de la empresa deseare incluir.

Procedimiento de constitución

Para la creación de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada deben cumplirse los siguientes pasos:

- Obtención de la reserva del nombre de la empresa, ante la Superintendencia de Compañías.

- Apertura de la cuenta de integración de capital a nombre de la futura empresa. El banco deberá conferir un certificado que acredite el depósito efectuado, mismo que debe agregarse como documento habilitante a la escritura pública de constitución.

- Escritura de constitución de la empresa, otorgada por el gerente propietario, ante notario público.

- Otorgada la escritura pública de constitución de la empresa, el gerente-propietario se dirigirá a uno de los jueces de lo civil del domicilio principal de la misma, solicitando su aprobación e inscripción en el Registro Mercantil de dicho domicilio.

- Una vez revisada, si hubiere cumplido todos los requisitos legales, el juez ordenará la publicación por una sola vez de un extracto de la escritura, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio principal de la empresa.

- Dentro del plazo de veinte días contados desde la publicación del extracto, cualquier persona que se considerare perjudicada por la constitución de la empresa, podrá

oponerse fundamentalmente a la misma ante el mismo juez que ordenó la publicación.

- Vencido este plazo, si no existieren oposiciones por parte de terceros, el juez aprobará la constitución y ordenará su inscripción en el Registro Mercantil del cantón del domicilio principal de la misma. Si la empresa fuere a tener sucursales, la inscripción antedicha también se practicará en el o los cantones en que tales sucursales fueran a operar.

Se elige formar la empresa Caseritas Gourmet de esta forma puesto que, para la constitución y subsistencia de una Compañía Unipersonal de Responsabilidad Limitada, se requiere de un socio exclusivamente, quien se llama "gerente propietario". Esta empresa, es una persona jurídica distinta e independiente de la persona natural a quien pertenezca, por lo que, los patrimonios de la una y de la otra, son patrimonios separados.

4.2 PATENTES Y MARCAS

Requisitos para sacar la patente municipal

Están obligados a obtener la Patente, y, por ende, el pago anual del impuesto todas las personas naturales, jurídicas, sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimiento en la respectiva jurisdicción municipal o metropolitana que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales en el Cantón Ambato.

- Copia de la cedula de ciudadanía y certificado de votación.
- Formulario de declaración inicial de actividad económica
- Copia de RUC

En el caso que el contribuyente haya tenido alguna actividad económica que no se halle registrada en el sistema del GAD municipal de Ambato, deberá presentar los siguientes:

- Historial del RUC

- Declaración de impuestos
- Formularios de actualización de la patente de cada año.

Los pasos para registrar una marca son:

- Depositar USD 116,00 en efectivo en la cuenta corriente No. 7428529 del Banco del Pacífico a nombre del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.

- Ingresar al sitio web del IEPI en www.iepi.gob.ec, hacer click en la opción “Servicios en Línea” y dentro de esta en “Formularios”.

- Descargar la Solicitud de Registro de Signos Distintivos, llenarla en computadora, imprimirla y firmarla. En esta solicitud se debe incluir el número de comprobante del depósito realizado.

- Adjuntar a la solicitud tres copias en blanco y negro de la solicitud, original y dos copias de la papeleta del depósito realizado.

- Si la solicitud se hace como persona natural, adjuntar dos copias en blanco y negro de la cédula de identidad.

- Si la solicitud se hace como persona jurídica, adjuntar una copia notariada del nombramiento de la persona que es Representante Legal de la organización.

- Si la marca es figurativa (imágenes o logotipos) o mixta (imágenes o logotipos y texto), adjuntar seis artes a color en tamaño 5 centímetros de ancho por 5 centímetros de alto impresos en papel adhesivo.

- Entregar estos documentos en la oficina del IEPI más cercana

- Presentación solicitud de patente con documentos respectivos en el I.E.P.I.

- Examen de requisitos de forma por parte del I.E.P.I.

- Publicación del extracto de la solicitud en la Gaceta de Propiedad Intelectual. A partir de la publicación cualquier persona que tenga legítimo interés podrá oponerse a la solicitud de patente dentro de los siguientes 30 días hábiles, o, asimismo, cualquier interesado dentro de esos 30 días hábiles podrá solicitar una prórroga por igual tiempo para presentar una oposición fundada.

- Si existe oposición, se otorga al solicitante 30 días hábiles para que conteste la oposición.

- Examen de patentabilidad aquí la Autoridad realiza un examen de fondo sobre la solicitud, es decir, examina si la invención cumple con los requisitos de patentabilidad, y además si la invención es susceptible de ser patentadas (Ej. Que sea una invención que atente contra el orden público, o que trate sobre el uso de embriones humanos con fines comerciales).

- Si el examen es favorable, el IEPI a través de su órgano respectivo, emite la resolución otorgando la patente y por lo tanto se concede un plazo de 20 años no renovables, contados desde la fecha de presentación de la solicitud de la patente, para que el titular pueda explotar de forma exclusiva la misma. Es importante detallar que los 20 años no se cuentan a partir de la resolución del IEPI, sino desde que se presenta la solicitud. Luego de los 20 años, la patente entra en lo que se denomina “dominio público” y por lo tanto pierde su exclusividad. ¿Cuál es la diferencia entre una patente y un registro? Imagino que se refiere a una patente y un registro de marca. El registro de la marca tiene que ver otra área de la Propiedad Intelectual, tendiente a proteger el nombre y/o signo que identifica un producto o servicio en el mercado. La marca se protege por 10 años renovables de forma indefinida, a partir de la fecha de concesión del registro.

El Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI, 2013) señalo que en efecto, puede intervenir a petición de parte a través de una solicitud de Tutela administrativa, o de oficio ante cualquier violación de los derechos sobre una patente.

4.3 DETALLE TODO TIPO DE LICENCIAS NECESARIAS PARA FUNCIONAR Y DOCUMENTOS LEGALES (PATENTES, INICIO DE ACTIVIDADES, ETC)

Registro Único de Contribuyentes-RUC

De acuerdo al Servicio de Rentas Internas (2015), como primer paso, para identificar a los ciudadanos frente a la Administración Tributaria, se implementó el Registro Único de Contribuyentes (RUC), cuya función es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la Administración Tributaria. El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.

Requisitos para sacar el RUC para sociedades

Sociedades privadas:

- Formulario RUC-01-A y RUC -01-B suscritos por el representante legal.

- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.

- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil.

- Original y copia, o copia certificada, de la escritura pública o del contrato social otorgado ante notario o juez.

- Copia del acuerdo ministerial o resolución en el que se aprueba la creación de la organización no gubernamental sin fin de lucro.

- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.

- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal, notariado y con reconocimiento de firmas.

- Original y copia del nombramiento del representante legal avalado por el organismo ante el cual la organización no gubernamental sin fin de lucro se encuentra registrada: Ministerios o TSE.

- Original y copia de la hoja de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías.

Identificación del representante legal y gerente general:

- Ecuatorianos: copia de la cédula de identidad y presentar el certificado de votación del último proceso electoral.

- Extranjeros residentes: copia de la cédula de identidad, si no tuvieren cédula presentan copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa 10 vigente.

- Extranjeros no residentes: copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa 12 vigente.

- Por inscripción o actualización tardía, copia del formulario 106 en el que conste el pago de la multa.

- Permiso de funcionamiento.

Patente municipal de Ambato

Están obligados a presentar su declaración y obtener su patente municipal en la Oficina de Rentas Municipales en el formulario que se adquirirá en la Tesorería Municipal, declaración que contendrá la siguiente información básica:

- Nombres y apellidos del contribuyente o responsable;
- Número de cédula de ciudadanía o pasaporte y el R.U.C.;
- Nombre de la razón social;
- Dirección de la empresa y/o negocio, parroquia, calle, sector y piso, teléfono;
- Dirección del representante legal: parroquia, calles, número, sector, piso, teléfono;
- Actividad económica (primaria o secundaria);
- Desglose de activos o capital en giro con el que opera;
- Fecha de inicio de actividad;
- Estructura de socios, sólo en el caso de compañías, nombres, apellidos, dirección;
- Firma del contribuyente;
- Fecha de presentación del formulario; y,
- Firma del funcionario que recibe el formulario.

Requisitos para pago de la patente municipal de Ambato

- Original y copia de la cédula de ciudadanía
- Original y copia del certificado de votación
- Declaración del Impuesto a la Renta y/ o Balances Financieros
- Copia del R.U.C. quienes ya poseen.
- Copia de contrato de arrendamiento.
- Calificación Artesanal (para quienes son Artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano).
- Autorización de ocupación de la vía pública, para quienes corresponda.

- Para las personas jurídicas presentar copia de escritura de constitución y, nombramiento del representante legal.
- Documento de patente del año anterior.

Plazos para el pago de patentes municipales en Ambato

Para personas jurídicas o sociedades:

- Dígito 1 hasta el 10 de abril
- 2 al 12 de abril
- 3 al 14 abril
- 4 al 16 abril
- 5 al 18 de abril
- 6 al 20 de abril
- 7 al 22 de abril
- 8 al 24 de abril
- 9 al 26 de abril
- 0 hasta el 28 de abril

Permiso de uso de suelo

La utilización del suelo, debe producirse en la forma y con las limitaciones que establezcan la ordenación territorial y de conformidad con la clasificación y calificación de suelo que se establecen en el P.O.T. -Ambato esta ordenanza. Se aplicará dentro de los límites del cantón, y tiene como finalidad, regular la ocupación, fraccionamiento y uso de suelo. Requisitos:

1.-Solicitud dirigida al señor alcalde en papel municipal (adquirir en caja)
2.-Gráfico de ubicación exacta del predio
3.- Carta de pago del predio actual
4.-Una copia cedula y papeleta de votación

Requisitos previos a la obtención del permiso de funcionamiento empresa Municipal Cuerpo de Bomberos de Ambato

- Pago de Predio actualizado.
- Copia del RUC
- Copia del Permiso del año anterior (para verificación).
- Informe de Inspección, elaborado por el personal autorizado del Departamento de Prevención de la EMBA-EP.

Requisitos para obtener permiso de funcionamiento (Acuerdos Ministeriales 4712 y 4907)

- Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- Registro único de contribuyentes (RUC).
- Cédula de identidad, identidad y ciudadanía, carné de refugiado, o documento equivalente a éstos, del propietario o representante legal del establecimiento.
- Documentos que acrediten la personería Jurídica del establecimiento, cuando corresponda.
- Categorización emitida por el Ministerio de Industrias y Productividad, cuando corresponda.
- Comprobante de pago por derecho de Permiso de Funcionamiento; y,
- Otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento, de conformidad con los reglamentos correspondientes.

Requisitos para Obtener Permiso de Funcionamiento (Acuerdos Ministeriales 4712 y 4907)

- Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.

- Registro único de contribuyentes (RUC).

- Cédula de identidad, identidad y ciudadanía, carné de refugiado, o documento equivalente a éstos, del propietario o representante legal del establecimiento.

- Documentos que acrediten la personería Jurídica del establecimiento, cuando corresponda.

- Categorización emitida por el Ministerio de Industrias y Productividad, cuando corresponda.
- Comprobante de pago por derecho de Permiso de Funcionamiento; y,

- Otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento, de conformidad con los reglamentos correspondientes.

La empresa Caseritas Gourmet se dedicará a producir y comercializar empanadas de mote por esta razón tomará en cuenta los siguientes requisitos:

Regulación a la instalación de medios visuales de información, publicidad y propaganda (rótulos) requisitos:

- Solicitud para instalación de Anuncio Publicitario (TRAER LLENADA)

- Formulario de solicitud (en blanco)

- Copia RUC

- Copia formulario inicio de actividad o copia de la patente municipal

- Copia de cédula de ciudadanía y certificado de votación

- Gráfico de ubicación exacta del predio
- Fotografía de la fachada del lugar donde se colocará el rótulo, ya colocado (montaje)
- Gráfico del rótulo a color con medidas original y tres copias

Buenas Prácticas de Manufactura- BPM

Como se indica en el capítulo 2, se aplicará las siguientes:

2. En cuanto a las instalaciones para minimizar los riesgos, las áreas de trabajo estarán divididas y señaladas para que toda persona que se encuentre en la empresa sepa dónde dirigirse.
3. Cada elemento de la empresa estará debidamente ubicado en su área correspondiente.
4. Los materiales o desperdicios serán clasificados y colocados en su correspondiente recipiente para el tipo de basura.
5. La luz estará condicionada a cada área de la empresa.
6. Para evitar el paso de aire contaminado, se ira implementando un sistema de ventilación en el área de producción.
7. Las instalaciones sanitarias están dividas para el uso femenino y masculino para su uso independiente.
8. Los utensilios de cocina a utilizar son de acero inoxidable, fáciles de limpiar y desinfectar
9. Ahora, las normativas que debe cumplir de forma obligatoria el personal es:

    a) Bañarse todos los días.
    b) Mantener cortas las uñas y sin esmalte.

c) Mantener corto el cabello y barba (hombres).
d) Evitar los malos hábitos, tales como: escupir, masticar chicle, comer en el área de proceso, fumar.
e) Siempre lavarse las manos después de ir al baño.

10. En cuanto a su educación y capacitación:

a) La empresa desarrollara un programa de capacitación continuo y permanente., para impartir charlas relacionadas al Reglamento de BPM. Así también, se impartirá capacitaciones sobre normas, procedimientos y precauciones a tomar.

11. Higiene y medidas de protección:

a) Disponer de la indumentaria necesaria para realizar las actividades. Se facilitará a los trabajadores uniformes y guantes para su uso diario dentro de las instalaciones de la empresa.

b) Se verificará que la indumentaria se encuentre limpia y en buen estado.

c) Establecer una cultura de lavarse y desinfectarse las manos antes de empezar a trabajar y después de realizar actividades contaminantes.

12. Comportamiento:

a) Está prohibido fumar y consumir alimentos de las áreas críticas.

b) Debe mantenerse el comportamiento durante el trabajo.

c) No usar joyas, mantener el cabello cubierto, barba recortada.

d) No escupir, hurgarse la nariz, pellizcarse, rascarse y golpearse entre compañeros de trabajo.

13. Materia primas e insumo

a) Se ha establecido flujogramas de procesos donde se especifica quien es el encargado de adquirir la materia prima, recibir y almacenar la misma.

b) En la elaboración del producto se efectuará controles continuos para evitar toda omisión, contaminación, error o confusión en el transcurso de las diversas operaciones. El personal de producción será capacitado para efectuar correctamente sus funciones.

c) Cada trabajador es responsable de mantener limpio y ordenado su área de trabajo. La empresa aprovisionara de los elementos necesarios.

d) El Jefe de producción será el encargado de que antes de comenzar a trabajar verificar que los materiales, equipos y los utensilios, así como el personal destinado a la elaboración, cumplan los requisitos higiénicos indispensables y que los equipos estén en perfecto funcionamiento.

e) Se efectuar control de calidad y los productos defectuosos serán desechados.

14. Envasado, etiquetado y empaquetado

a) El material elegido para envasar el producto es un plato de espuma flex que será sellado con una funda adherible transparente, será colocada la etiqueta con la información de acuerdo a la normativa correspondiente. La codificación del producto, fechas de elaboración y vencimiento de ser el caso.

b) Luego de haber elaborado y envasado el producto será trasladado al área destinada para este.

Proceso de patente marca y producto

En el punto 4.2 se encuentra detallado los requisitos y el proceso que se debe seguir para registrar la marca de la empresa.

Proceso sanitario de aprobación del producto

De acuerdo a la Agencia Nacional de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria (2014), los usuarios, tanto Representante Legal, como Responsable Técnico previo al proceso de solicitud de Inscripción, Reinscripción y Modificación del Registro Sanitario de Productos a través de la Ventanilla Única Ecuatoriana (VUE), deberá haber obtenido previamente el Certificado de Firma Electrónica (TOKEN) respectivo, instrumento que le servirá para ingresar su firma electrónica en todos los trámites que se realicen a través del sistema ECUAPASS. El ingreso de trámites relacionados con el Registro Sanitario de Productos se los realiza a través de la Ventanilla Única Ecuatoriana del portal web ECUAPASS; para lo cual usuario deberá registrarse previamente en el portal del ECUAPASS.

Inscripción del Registro Sanitario

Los trámites concernientes al Registro Sanitario se los realiza a través de la Ventanilla Única Ecuatoriana (VUE) en el portal web ECUAPASS; para lo cual, tanto el REPRESENTANTE LEGAL, como el RESPONSABLE TÉCNICO deben poseer su respectiva Identificación de Usuario (ID) y Contraseña, a fin de completar la información respectiva solicitada a través de la VUE, para el trámite correspondiente.

Procedimiento para crear usuario y contraseña El usuario debe registrarse previamente para ingresar al portal web ECUAPASS y debe disponer del TOKEN conforme el Procedimiento Automatizado para Otorgar el Registro Sanitario de Productos Sujetos a Vigilancia y Control Sanitario, expedido mediante Acuerdo Ministerial Nro. 4119 del 16 de agosto 2013.

Procedimiento para ingresar al portal web de la VUE.

- Ingresar al Portal Web ECUAPASS, a través de la dirección electrónica https://portal.aduana.gob.ec/
- Llenar los campos correspondientes a ID. Usuario / Contraseña
- Dar clic en el botón INICIAR SESIÓN.
- Hacer clic en el link VUE
- Una vez ingresado en el portal web de la VUE, seguir los pasos para el trámite correspondiente.

Procedimiento para ingresar una solicitud para trámite de Registro Sanitario.

1. Para el solicitante de registro sanitario (representante legal o titular del registro sanitario) Una vez ingresado al portal web de la VUE continuar con los siguientes pasos:

a) Seleccionar la opción “Elaboración de Solicitud”.

b) Seleccionar la opción “Documentos de Acompañamiento”.

c) Seleccionar la opción “Listado de Documento de Acompañamiento”.

d) Seleccionar en la lista desplegable: Institución: [ARCSA] – Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria.

e) Seleccionar de la lista desplegable, el formulario que corresponda de acuerdo al producto objeto de trámite:

f) Del listado desplegable se podrá escoger una de las opciones conforme a su producto y proceso de Inscripción tanto para Nacional o Extranjero.

g) Seleccionar la opción “Consultar”.

h) Una vez que aparezca el documento en el listado, seleccionar el mismo (se torna celeste).

i) Seleccionar la opción “Solicitar”, ubicada en la parte inferior derecha de la pantalla, para acceder al formulario.

j) A continuación, se desplegará el formulario para la Inscripción del Registro Sanitario.

k) En el campo “Número de Solicitud” seleccionar la opción “Consultar” para que se genere automáticamente el número de solicitud. Con este número el usuario podrá realizar el seguimiento de su trámite.

l) Una vez generado el formulario de solicitud por parte del Representante Legal se debe enviar el formulario al Responsable técnico para que complete todos los campos requeridos en el formulario, seleccionando la opción “Enviar al responsable técnico”, ubicada en la parte inferior del formulario.

m) Para continuar se debe Ingresar el RUC del Responsable técnico y hacer clic en la opción “Consultar”.

n) Hacer clic en el botón “Confirmar” para continuar y dar clic en la opción “SI”. A continuación, aparecerá una ventana en donde se debe realizar la firma electrónica del documento, mediante el TOKEN respectivo. o. Seleccionar la opción “Aceptar” para que se envíe el formulario.

2. Para el responsable técnico del establecimiento que solicita el registro sanitario. Una vez ingresado al portal web de la VUE continuar con los siguientes pasos:

a) Seleccionar la opción “Proceso de Solicitud”.

b) Seleccionar la opción “Funciones de Conveniencia”.

c) Seleccionar la opción “Actualidad de procesamiento de solicitud (Usuario)”.

d) Una vez ingresado, en la opción “Número de Identificación de Solicitante”, se debe seleccionar la opción “Responsable Técnico”.

e) A continuación, seleccionar “Consultar” y aparecen todas las solicitudes para revisar. f. Hacer clic en la solicitud (se torna de color celeste) y presionar la opción “Ver Original”, para acceder al formulario de solicitud.

f) Llenar los campos del formulario de solicitud de acuerdo a los requerimientos solicitados.

g) En la parte inferior del formulario de solicitud aparece el listado de “Documento Adjunto”, mediante la cual se deberá adjuntar escaneados en formato (.pdf) los requisitos establecidos para el formulario correspondiente de acuerdo a su producto y trámite seleccionado, haciendo clic en el símbolo (0). NOTA: El Portal Web ECUAPASS soporta una capacidad máxima de 30 Mb, por tal motivo se sugiere que los documentos se graben en la menor resolución posible. Cuando la documentación exceda esta capacidad máxima, se deberá entregar en Secretaría General de ARCSA - Planta Central, los documentos faltantes grabados en un medio digital (Disco Compacto - CD), acompañado del oficio vía Quipux* dirigido a la Dirección Ejecutiva de la Agencia con el detalle de los documentos faltantes.

h) Una vez ingresado todos los campos, el Representante Técnico deberá Firmar Electrónicamente con su TOKEN y Enviar la solicitud al Representante Legal.

3. Firma y envió de la solicitud de registro sanitario

a) Una vez realizado el Procedimiento de solicitud por parte del responsable técnico, el representante legal deberá continuar con el proceso, ingresando al portal web de la VUE.

a) Seleccionar la opción “Funciones de Conveniencia” y seleccionar “Actualidad de procesamiento de solicitud (Usuario)”. Pasos (a, b, c) del numeral (2).

b) Una vez ingresado en el formulario, en la opción “Número de Identificación de Solicitante” seleccionar “Solicitante”.

c) A continuación, seleccionar “Consultar” de modo que aparezcan todas las solicitudes.

d) En el listado “Estado de procesamiento” seleccionar “Elaboración del Contenido Técnico Realizada” conforme al Número de Solicitud descrito en el literal (j) del Numeral (1).

e) Hacer clic en la solicitud requerida (se torna de color celeste) y presionar la opción “Ver Original”, para acceder al formulario de solicitud.

f) Escoger la opción “Ver borrador” en la parte inferior, para revisar la solicitud y verificar los datos ingresados, de modo que se pueda corregir cualquier error que se presente.

g) Una vez revisado el formulario, hacer clic en el botón “Registrar”, para que la solicitud sea enviada a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (en el sistema ECUAPASS debe cambiar el estado de solicitud de enviada a receptada). Para realizar ésta operación se debe firmar electrónicamente el documento, mediante el uso del TOKEN respectivo.

h) La solicitud será revisada por la ARCSA y de ser necesario se notificará la Subsanación para corrección de información en la misma en el término de ocho (8) días antes de que cambie el estado del proceso en el sistema. 1 En caso de que el usuario no ingrese la solicitud con las correcciones solicitadas en el tiempo establecido, el proceso será cancelado y el sistema le notificará los motivos de la cancelación.

i) Una vez que la solicitud por parte de la ARCSA sea favorable, se autorizará el pago por concepto de inscripción de Registro Sanitario y se deberá imprimir la “Orden de Pago” en la cual se le notificará la cantidad a pagar y el término para realizar dicho pago.

j) Con el pago realizado la ARCSA, realizará el análisis documental y emitirá el informe técnico – legal correspondiente, por una única vez. En caso de que el informe contenga objeciones, la ARCSA notificará al usuario mediante el sistema ECUAPASS, quien tendrá un término para salvar las objeciones de treinta (30) días para productos de fabricación nacional y de cuarenta y cinco (45) días para productos de fabricación extranjera.

k) Una vez corregidas las objeciones, el Representante Legal de productos de fabricación nacional podrá imprimir el Certificado de Registro Sanitario correspondiente.

Contratos de trabajo

Es importante señalar que la empresa Caseritas Gourmet celebrara un contrato individual para la contratación de sus colaboradores. De acuerdo al Código de Trabajo (2016), el contrato individual es el convenio en virtud del cual una persona se compromete para con otra u otras a prestar sus servicios lícitos y personales, bajo su dependencia, por una remuneración fijada por el convenio, la ley, el contrato colectivo o la costumbre.

El contrato de trabajo se clasifica en:

a) Expreso o tácito, y el primero, escrito o verbal;
b) A sueldo, a jornal, en participación y mixto;
c) Por tiempo indefinido, de temporada, eventual y ocasional;
d) Por obra cierta, por obra o servicio determinado dentro del giro del negocio, por tarea y a destajo; y,
e) Individual, de grupo o por equipo.

Contrato tipo y excepciones. - El contrato individual de trabajo a tiempo indefinido es la modalidad típica de la contratación laboral estable o permanente, su extinción

se producirá únicamente por las causas y los procedimientos establecidos en este Código.

Período de prueba. - En todo contrato de plazo indefinido, cuando se celebre por primera vez, podrá señalarse un tiempo de prueba, de duración máxima de noventa días.

Registro MRL de contratos

El registro del contrato de trabajo es el trámite mediante el cual el empleador cumple con su obligación legal y evidencia las condiciones en las que se desarrollara el trabajo, como es: remuneración, jornada de trabajo, plazo y lugar donde se desarrollará. El registro se debe realizar dentro de los 30 días de ingresado el trabajador, caso contrario se genera una multa, por cada mes de atraso. El registro se realiza a través de la página web del Ministerio de Relaciones Laborales (**www.relacioneslaborales.gob.ec**)

Requisitos:

- Escanear y subir al sistema el nombramiento o poder del representante legal.
- Escanear y subir al sistema RUC o Cédula de Ciudadanía del representante legal o apoderado y papeleta de votación actualizada (escaneado en la misma hoja).
- Tres copias de los contratos, anexando el extracto del contrato (único documento habilitante para la legalización, que emite el sistema una vez aprobado el contrato por el inspector), con las firmas del trabajador y empleador.
- Copia del pasaporte adjunto al contrato (en el caso de extranjeros).
- Copia del carnet del CONADIS, en que caso de ser discapacitado.

- Copia del examen médico de aptitud, para contratos de adolescentes.

- Comprobante de pago de multa por atraso de registro de contratos (si fuera el caso)

Procedimiento:

En el caso de una nueva empresa o empleador

- Al ingresar a esta opción se despliega una pantalla de registro de datos, el registro es mandatorio. Los campos que deben llenarse son: RUC o Cédula de Identidad, sector al que pertenece, actividad económica, razón social, nombre, dirección, representante legal, teléfono, correo electrónico primario, correo electrónico secundario, documentos habilitantes para revisión de contratos.

- Una vez registrados todos los datos, dar clic en "GRABAR", si están los datos registrados clic en "CONTINUAR"

Revisión de contratos de trabajo

- Aquí el usuario ingresa los datos del trabajador y datos del contrato que se va a enviar a revisión.

- Para el registro individual de los contratos de trabajo, de forma obligatoria se debe llenar los siguientes campos: Tipo de Registro, ciudad en la que presta servicios el trabajador, número de contratos a registrar.

- En tipo de registro, se encuentran las siguientes opciones a escoger: contrato individual, contrato obrero, servicio público, contrato obrero empresa privada, adendum de contrato, subrogación de obligaciones patronales.

- Para todos los registros, la opción de JORNADA LABORAL ESPECIAL, debe activar el empleador o la empresa para adjuntar la resolución aprobada por el Ministerio de Relaciones Laborales.

- Dependiendo el tipo de contrato que se vaya a escoger, el usuario debe completar la información como son: número de contratos a registrar, registrar datos del empleado o Trabajador, información adicional y dar clic en REGISTRAR.

- Si fuese el caso que se escoja en tipo de contrato: CONTRATO PARA ADOLESCENTES, se despliega una pantalla donde especifica la documentación habilitante para la legalización de contratos para adolescentes. Además, se visualizan los links que informan al usuario, sobre las actividades prohibidas para adolescentes.

- Dar clic en el recuadro de información en el que se acepta haber leído y estar de acuerdo en el contenido de la información indicada.

- Registrar la fecha de inicio de labores del trabajador.

- Registrar la fecha de terminación del contrato.

- Subir el contrato en formato PDF para enviar a revisión a un inspector de trabajo., dando clic en examinar.

- Dar clic en registrar contrato para grabar la información que haya registrado el usuario.

- Se genera un comprobante de registro que servirá al usuario para seguimiento y constancia del registro de contrato.

- Debe imprimirse el comprobante ya que la información que contiene es el número de guía, número de contrato y nombre del inspector asignado.

- Las observaciones serán enviadas vía email a los usuarios para que realicen correcciones que sean necesarias.

- Para efectuar los cambios solicitados en las observaciones, el usuario debe ingresar al sistema, para realizar los cambios que solicita el inspector de trabajo. En la opción OBSERVACIONES puede verificar el historial de los cambios que ha solicitado el inspector a cargo.

- Una vez realizado los cambios, dar clic en SUBIR CONTRATO, y se envía el archivo con las modificaciones realizadas al inspector de trabajo.

- Una vez aprobados los cambios solicitados en las Observaciones, se notificará vía email al usuario con la fecha y hora de turno para el registro de contrato y número de inspector de trabajo que atenderá el registro.

- Una vez recibido la notificación para legalización vía email, el usuario debe generar el extracto e imprimir un turno.

- El extracto es el resumen del registro, que debe estar suscrito por las partes para registro por parte del inspector de trabajo. Dar clic para escoger contrato que requiere impresión de turno para legalización.

- Para generar la hoja de turno, clic en la opción: IMPRIMIR TURNOS SELECCIONADOS si el contrato es registrado posterior a los 30 días, se graba un dólar de multa por mes de retraso. El pago de la multa se lo realizara en el Banco de Guayaquil 6142516 cuenta corriente, código 170499, el comprobante de pago es documentación habilitante, que debe ser presentando ante el inspector.

CAPÍTULO V

AREA FINANCIERA

5.1. PLAN DE INVERSIÓN

Mediante el aporte de Pearce (1999), se puede afirmar que un Plan de Inversiones es un modelo sistemático, que brinda los pasos a seguir, con el objetivo de guiar las inversiones actuales o futuras, hacia un camino más seguro (p. 63). El plan de inversiones es fundamental para reducir riesgos a la hora de invertir. Quienes no tienen un plan bien desarrollado tendrá muchas probabilidades de fracasar a la hora de invertir su dinero.

En la siguiente tabla se detalla la inversión a efectuar para la puesta en marcha de la empresa Caseritas Gourmet:

Tabla 64: Plan de inversión inicial

CANT.	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	T(USD.) MENSUAL	TOTAL ANUAL
	Instalaciones y remodelaciones		$500,00	$500,00
1	Pintado del local 42 mts2	$200,00	$200,00	$200,00
1	Instalación de puntos de luz	$200,00	$200,00	$200,00
1	Colocación de muebles y adecuación de los mismos en el local	$100,00	$100,00	$100,00
	Vehículo		$8.000,00	$8.000,00
1	Camioneta	$8.000,00	$8.000,00	$8.000,00
	Muebles y Enseres		$2.625,00	$2.625,00
10	Sillas	$30,00	$300,00	$300,00
5	Escritorio	$150,00	$750,00	$750,00

Pasa a la siguiente página

Continuación de la tabla 64: *Plan de inversión inicial*

CANT.	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	T(USD.) MENSUAL	TOTAL ANUAL
9	Estantes	$175,00	$1.575,00	$1.575,00
	Maquinaria y equipo		$5.336,00	$5.336,00
1	Molino eléctrico	$500,00	$500,00	$500,00
1	Máquina cortadora de masa	$350,00	$350,00	$350,00
1	Maquina amasadora	$450,00	$450,00	$450,00
1	Laminadora de masa	$420,00	$420,00	$420,00
1	Refrigeradora industrial	$1.736,00	$1.736,00	$1.736,00
1	Emplasticadora	$260,00	$260,00	$260,00
1	Olla de presión	$320,00	$320,00	$320,00
1	Cocina industrial	$165,00	$165,00	$165,00
1	Balanza	$85,00	$85,00	$85,00
1	Extractor	$175,00	$175,00	$175,00
10	Bandejas	$23,50	$235,00	$235,00
1	Utensilios de cocina	$500,00	$500,00	$500,00
2	Cilindros de gas industrial	$70,00	$140,00	$140,00
	Equipo de computación		$1.705,00	$1.705,00
3	Computadores core 2duo	$520,00	$1.560,00	$1.560,00
1	Impresora	$145,00	$145,00	$145,00
	Equipo de oficina		$145,00	$145,00
3	Teléfono	$30,00	$90,00	$90,00
1	Fax	$35,00	$35,00	$35,00
4	Calculadora	$5,00	$20,00	$20,00
	Equipo de seguridad y protección		$80,00	$100,00
2	Extintores	$30,00	$60,00	$60,00
1	Botequín	$20,00	$20,00	$40,00
	Inventarios		$8.234,05	$98.808,60
	Materia prima			$-
830	Kg. de mote	$1,95	$1.618,50	$19.422,00
65	Kg. de carne molida res	$0,80	$52,00	$624,00
16	Kg. de Alverja	$0,05	$0,80	$9,60
65	Kg. de carne molida chancho	$1,15	$74,75	$897,00
10000	Huevos	$0,15	$1.500,00	$18.000,00
3000000	Ml. de agua	$0,00	$300,00	$3.600,00
40	Kg. de cebolla perla	$0,95	$38,00	$456,00
10000	Gr. De ajo	$0,01	$100,00	$1.200,00
1500000	Ml de aceite	$0,00	$3.750,00	$45.000,00
10000	Gr. de sal	$0,02	$200,00	$2.400,00
10000	Gr. de pimienta	$0,03	$300,00	$3.600,00
10000	Gr. Curry	$0,03	$300,00	$3.600,00

Pasa a la siguiente página

Continuación de la tabla 64: *Plan de inversión inicial*

CANT.	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	T(USD.) MENSUAL	TOTAL ANUAL
	Suministros		$1.372,75	$13.569,00
10000	Plato de espuma	$0,09	$900,00	$10.800,00
10000	Fundas adhesivas	$0,02	$200,00	$2.400,00
8	Uniformes para el personal de producción	$33,00	$264,00	$264,00
1	Guantes de trabajo (látex)	$8,75	$8,75	$105,00
	Costos de Constitución		$540,00	$540,00
1	Patente municipal	$20,00	$20,00	$20,00
1	Permiso de bomberos	$20,00	$20,00	$20,00
1	Otros Gastos de constitución	$500,00	$500,00	$500,00
	TOTAL		$28.537,80	$131.328,60

Elaborado por: López, C. (2016)

Análisis

Cómo se detalla en la tabla 64, el plan de inversión inicial para llevar a cabo la ejecución del presente emprendimiento asciende a un valor de 28.537,80 USD. Este, fue elaborado en base a proformas solicitadas a diferentes proveedores que se encuentran dentro y fuera de la ciudad de Ambato, llegando a determinar que para adquirir la maquinaria y equipo se requiere 5.336,00 USD. Para la materia prima tanto directa como indirecta se necesita un valor de 8.234,05 USD, cabe indicar que esta se deberá adquirir de forma quincenal, pudiendo variar la cantidad requerida según el nivel de producción programado. También es necesario realizar una remodelación a las instalaciones donde funcionara la empresa para lo cual se requiere un valor de 500,00 USD, es importante señalar que estas instalaciones son arrendadas y por este concepto se debe cancelar de forma mensual y los primeros días de cada mes. De acuerdo al personal necesario para trabajar en las distintas áreas de la empresa se adquirirá muebles y enseres por un valor de 2.625,00 USD, equipo de computación cuyo valor asciende a 1.705,00, equipo de oficina por un valor de 145,00. Así mismo, para los diferentes gastos para constituir la empresa se requiere un valor de 540,00 USD.

En el anexo 8, se puede observar las proformas que se solicitó a los posibles proveedores para la empresa Caseritas Gourmet.

5.2. PLAN DE FINANCIAMIENTO

Una vez analizado en su totalidad el plan de inversión, que para nuestro caso asciende a un valor estimado de $ 28.537,80 se procede a diseñar el Plan de Financiamiento. De acuerdo a Calva (2007), el plan de financiamiento es la contribución de dinero para concretar un proyecto o actividad, como ser el desarrollo del propio negocio, mismo que describe la política de deuda implementada en el año que finaliza y la planeada para el siguiente de una empresa. Generalmente las maneras más comunes de obtener la financiación son a través de préstamos o de créditos.

a) Forma de financiamiento

Existen varias formas de realizar un plan de financiamiento en las empresas. De acuerdo a Clava (2007), se pueden categorizar de la siguiente forma:

Según su plazo de vencimiento

- Financiación a corto plazo: Es aquella cuyo vencimiento o el plazo de devolución es inferior a un año. Algunos ejemplos son el crédito bancario, el Línea de descuento, financiación espontánea, etc.

- Financiación a largo plazo: Es aquella cuyo vencimiento (el plazo de devolución) es superior a un año, o no existe obligación de devolución.

Según su procedencia.

- Financiación interna: se logra a partir de los propios medios económicos que dispone la empresa, es decir, de los fondos que la empresa produce a través de su actividad (beneficios reinvertidos en la propia empresa). Reservas, amortizaciones, etc.

- Financiación externa: procederá de inversionistas que no forman parte de la empresa.

Según los propietarios.

- Medios de financiación ajenos: créditos, emisión de obligaciones, etc. Forman parte del pasivo exigible, porque en algún momento deben devolverse (tienen vencimiento).
- Medios de financiación propia: no tienen vencimiento a corto plazo.

Tabla 65: Forma de financiamiento

DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	PARCIAL (%)	TOTAL (%)
RECURSOS PROPIOS	$13.537,80	100,00%	47,44%
Efectivo	$5.537,80	40,91%	19,41%
Bienes	$8.000,00	59,09%	28,03%
RECURSOS DE TERCEROS	$15.000,00	100,00%	52,56%
Préstamo Bancario	$15.000,00	100,00%	52,56%
TOTAL	$28.537,80	0,00%	100,00%

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

Análisis

La tabla ha sido elaborada en base al plan de inversión y ha considerado utilizar recursos propios en un 47,44%, que es de lo que actualmente se dispone y para completar el estimado presentado dentro del plan de inversión se ha contemplado utilizar capital ajeno o recursos de terceros en un 52,56%, es decir se realizará un crédito bancario por el valor de 15.000,00 USD ya que este servirá como apalancamiento para la adquisición de todo lo necesario para dar inicio a la actividad de producción y comercialización de la empresa Caseritas Gourmet. Ver anexo 9

5.3. CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS

Costo. - Es la inversión de dinero que una empresa hace, de acuerdo a Miranda (2005), se incurre en este costo con el fin de producir un bien, comercializar un producto y/o prestar un servicio. Esto no involucra los gastos de operación, representados por los gastos administrativos, de ventas, entre otros. La importancia de los costos, se basa en que ayudan a la toma de decisiones que permiten mejorar

los resultados financieros del negocio, y a su vez permiten el control de los 3 elementos del costo: materia prima, mano de obra y costos generales de producción.

Gasto. - Se define como la salida de dinero que realiza una empresa, o una persona natural, según Pearce (1999), el objetivo de administrar adecuadamente un proceso productivo o un negocio, así como también ejecutar las labores de venta, promoción y distribución de los productos manufacturados, los servicios prestados y las mercancías adquiridas para vender.

Un gasto es sinónimo de inversión dentro de una empresa para mejorar la actividad empresarial y satisfacer asi las necesidades de los clientes ofreciendo un producto y servicio acorde a su deseo a su vez una excelente imagen corporativa proyectando su crecimiento empresarial a mediano y largo plazo. Un gasto es un desembolso de una cierta suma de dinero que puede ser en efectivo, cheque, transferencia o un bien, en el caso que se trate de un gasto que se enfrentará a través de la cuenta bancaria, conllevará a un movimiento de banco.

a) Detalle de costos

Definido el concepto de costo y gasto, en la siguiente tabla se detalla el detalle de costos y gastos de nuestra empresa:

Tabla 66:Costo del producto A- Empanadas con relleno de carne de Res (Bandejas de 6 unidades)

DESCRIPCION DEL PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL REQUERIDA	COSTO UNITARIO	FRECUENCIA REQUERIDA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
PRODUCTO A:		5000				
Materia Prima Directa						
Mote	Kg	415	1,9500	Quincenal	$809,25	$9.711,00
Carne molida de res	Kg	65	0,8000	Quincenal	$52,00	$624,00
Alverja	Kg	8	0,0500	Quincenal	$0,40	$4,80
Huevos	Unidades	5000	0,1500	Quincenal	$750,00	$9.000,00
Agua	Ml	1500000	0,0001	Quincenal	$150,00	$1.800,00
Materia Prima Indirecta					0,00	0
Cebolla perla	Kg	20	0,9500	Quincenal	$19,00	$228,00
Ajo	Gr	5000	0,0100	Quincenal	$50,00	$600,00
Aceite	Ml	750000	0,0025	Quincenal	$1.875,00	$22.500,00
Sal	Gr	5000	0,0200	Quincenal	$100,00	$1.200,00
Pimienta	Gr	5000	0,0300	Quincenal	$150,00	$1.800,00
Curry	Gr	5000	0,0300	Quincenal	$150,00	$1.800,00
Mano de Obra Directa						
Ayudante 1	Horas	80	0,9978	Permanente	$239,48	$2.873,76
Ayudante 2	Horas	80	0,9978	Permanente	$239,48	$2.873,76
Ayudante 3	Horas	80	0,9978	Permanente	$239,48	$2.873,76
Costos Indirectos de Fabricación						
Mano de obra indirecta						
Jefe de producción	Horas	80	1,2268	Permanente	$294,44	$3.533,31

Corta y pasa a la siguiente página

Continuación de la tabla 66: Costo del producto A

DESCRIPCION DEL PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL REQUERIDA	COSTO UNITARIO	FRECUENCIA REQUERIDA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Materiales Indirectos						
Bandejas desechables	Unidades	5000	0,0900	Quincenal	$450,00	$5.400,00
Funda adhesiva	Unidades	5000	0,0200	Quincenal	$100,00	$1.200,00
Depreciación de maquinaria y equipo				Mensual	$22,23	$266,80
Gas	kg	90	0,3289	Mensual	$29,60	$355,21
Uniformes para el personal de producción	Unidades	4	2,7500	Anual	$11,00	$132,00
Guantes de trabajo (látex)	Pares	20	0,1750	Mensual	$3,50	$42,00
COSTO DE PRODUCCIÓN			11,5768		$5.734,87	68.818,40

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

Tabla 67: *Costo del producto B- Empanada con relleno de carne de chancho (bandejas de 6 unidades)*

DESCRIPCION DEL PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL REQUERIDA	COSTO UNITARIO	FRECUENCIA REQUERIDA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
PRODUCTO B:		5000				
Materia prima directa						
Mote	Kg	415	$1,9500	Quincenal	$809,25	$9.711,00
Carne molida de chancho	Kg	65	$1,1500	Quincenal	$74,75	$897,00
Alverja	Kg	8	$0,0500	Quincenal	$0,40	$4,80
Huevos	Unidades	5000	$0,1500	Quincenal	$750,00	$9.000,00

Corta y pasa a la siguiente página

Continuación de la tabla 67: Costo del producto B

DESCRIPCION DEL PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL REQUERIDA	COSTO UNITARIO	FRECUENCIA REQUERIDA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Agua	Ml	1500000	$0,0001	Quincenal	$150,00	$1.800,00
Materia Prima Indirecta						
Cebolla perla	Kg	20	$0,9500	Quincenal	$19,00	$228,00
Ajo	Gr	5000	$0,0100	Quincenal	$50,00	$600,00
Aceite	Ml	750000	$0,0025	Quincenal	$1.875,00	$22.500,00
Sal	Gr	5000	$0,0200	Quincenal	$100,00	$1.200,00
Pimienta	Gr	5000	$0,0300	Quincenal	$150,00	$1.800,00
Curry	Gr	5000	$0,0300	Quincenal	$150,00	$1.800,00
Mano de Obra Directa						
Ayudante 1	Horas	80	$0,9978	Permanente	$239,48	$2.873,76
Ayudante 2	Horas	80	$0,9978	Permanente	$239,48	$2.873,76
Ayudante 3	Horas	80	$0,9978	Permanente	$239,48	2873,7588
Costos Indirectos de Fabricación						
Mano de obra indirecta						
Jefe de producción	Horas	80	$1,2268	Permanente	$294,44	$3.533,31
Materiales Indirectos						
Bandejas desechables	Unidades	5000	$0,0900	Quincenal	$450,00	$5.400,00
Funda adhesiva	Unidades	5000	$0,0200	Quincenal	$100,00	$1.200,00
Depreciación de maquinaria y equipo				Mensual	$22,23	$266,80
Gas	Unidades	90	$0,3289	Mensual	$29,60	$355,21
Uniformes para el personal de producción	Unidades	4	$2,7500	Anual	$11,00	$132,00
Guantes de trabajo (látex)	Pares	20	$0,1750	Mensual	$3,50	$42,00
COSTO DE PRODUCCIÓN					$5.757,62	$69.091,40

Elaborado por: López, C. (2016)

Análisis

Las tablas 66 y 67 se muestra de manera detallada, la mano de obra, la materia prima y todos los costos de fabricación que intervienen para la elaboración de cada uno de los productos que se ofertaran dentro del presente emprendimiento. El determinar los costos de producción para elaborar tanto las empanadas de mote con relleno de carne de res y chanco, permite tener un estimado de los costos en los que se incurrirán durante el primer año del ejercicio en funciones del proyecto.

Es así, que para producir el producto A se necesita $ 5.734,87 de forma mensual y para producir el producto B se necesita $ 5.757,62. Es decir para sacar la producción de 10000 bandejas mensuales se necesita un valor de $ 11.492,49.

En el capítulo 2 se determinó que es necesario producir 500 bandejas de 6 unidades diarias para satisfacer a la demanda insatisfecha, es decir se elaborará 2500 bandejas semanales y mensualmente 10.000. En la tabla 75 se señala que el precio de venta del producto A y B es de 1,84 ctvs., dando un precio por unidad de 0,31 ctvs.

La mayoría de los costos incurridos en la elaboración de las empanadas están asignados en base al total de bandejas producidas, por ejemplo: para elaborar 5000 bandejas de empanadas de mote se requiere 2 cilindros de gas industrial (45Kg), es decir, se utiliza aproximadamente 0,0018 kg de gas para elaborar una bandeja de empanadas.es decir se requiere 90 kg para elaborar las 5000 bandejas cuyo valor mensual asciende a 29,60 USD, (29,60/90= 0,3289).

Es importante indicar que se adquiere un paquete quincenal de guantes de látex de 50 pares, puesto que las 4 personas del área de producción deben utilizarlos de forma obligatoria y se desechan diariamente, además los 10 pares restantes quedan para usarlos en caso de que se dañen en el proceso de producción o requiera otra persona ajena a esta área inspeccionar el proceso productivo.

b) Proyección de costos

Según Acuña (2003), la proyección de costos y gastos requiere obtener información necesaria para su cálculo, la cual se encuentra ubicada en el estudio de mercado, el estudio técnico, diseño de organización, estudio legal (p. 125). Es recomendable realizar una proyección adecuada que este entre los 5 y 10 años de operación de la empresa, a más de considerar una unidad de tiempo adecuada al rubro que se está proyectando, de modo tal que refleje, entre otros aspectos, las variaciones estacionales y las variaciones periódicas.

Para la proyección de costos y gastos es recomendable considerar para el primer año operativo una proyección mensual o trimestral y para los años siguientes, una proyección anual para obtener un resultado acertado y fijarnos de cuanto es la inversión en un cierto periodo, tomando en cuenta un costo mensual con costos fijos y variables que son factores importantes para su cálculo y análisis respectivo.

Tabla 68: Proyecciones de costos del producto A- Empanadas con relleno de carne de res

DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	COSTOS MENSUALES		TOTAL AÑO 1
		FIJOS	VARIABLES	
	$1.761,65	$-	$1.761,65	
Materia Prima Directa				$21.139,80
Mote	$809,25	$-	$809,25	$9.711,00
Carne molida de res	$52,00	$-	$52,00	$624,00
Alverja	$0,40	$-	$0,40	$4,80
Huevos	$750,00	$-	$750,00	$9.000,00
Agua	$150,00	$-	$150,00	$1.800,00
	$2.344,00	$-	$2.344,00	
Materia Prima Indirecta				$28.128,00
Cebolla perla	$19,00	$-	$19,00	$228,00
Ajo	$50,00	$-	$50,00	$600,00
	$1.875,00	$-	$1.875,00	
Aceite				$22.500,00
Sal	$100,00	$-	$100,00	$1.200,00
Pimienta	$150,00	$-	$150,00	$1.800,00
Curry	$150,00	$-	$150,00	$1.800,00
Mano de Obra Directa	$718,44	$718,44	$-	$8.621,28
Ayudante 1	$239,48	$239,48	$-	$2.873,76
Ayudante 2	$239,48	$239,48	$-	$2.873,76
Ayudante 3	$239,48	$239,48	$-	$2.873,76
Costos Indirectos de Fabricación	$910,78	$331,18	$579,60	$10.929,32
Mano de obra indirecta	$294,44	$294,44	$-	$3.533,31
Jefe de producción	$294,44	$294,44	$-	$3.533,31
Materiales Indirectos	$616,33	$36,73	$579,60	$7.396,01
Bandejas desechables	$450,00	$-	$450,00	$5.400,00
Funda adhesiva	$100,00	$-	$100,00	$1.200,00
Depreciación de maquinaria y equipo	$22,23	$22,23	$-	$266,80
Gas	$29,60	$-	$29,60	$355,21
Uniformes para el personal de producción	$11,00	$11,00	$-	$132,00
Guantes de trabajo (látex)	$3,50	$3,50		$42,00
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	**$ 5.734,87**	**$1.049,62**	**$ 4.685,25**	**$68.818,40**

Corta y pasa a la siguiente página

Continuación de la tabla 68: Proyecciones de costos del producto A- Empanadas con relleno de carne de res

DESCRIPCION	COSTOS MENSUALES		TOTAL
	FIJOS	VARIABLES	AÑO 2
Materia Prima Directa	$-	$1.818,55	$21.822,62
Mote	$-	$835,39	$10.024,67
Carne molida de res	$-	$53,68	$644,16
Alverja	$-	$0,41	$4,96
Huevos	$-	$774,23	$9.290,70
Agua	$-	$154,85	$1.858,14
Materia Prima Indirecta	$-	$2.419,71	$29.036,53
Cebolla perla	$-	$19,61	$235,36
Ajo	$-	$51,62	$619,38
Aceite	$-	$1.935,56	$23.226,75
Sal	$-	$103,23	$1.238,76
Pimienta	$-	$154,85	$1.858,14
Curry	$-	$154,85	$1.858,14
Mano de Obra Directa	$741,65	$-	$8.899,74
Ayudante 1	$247,22	$-	$2.966,58
Ayudante 2	$247,22	$-	$2.966,58
Ayudante 3	$247,22	$-	$2.966,58
Costos Indirectos de Fabricación	$341,15	$598,32	$11.273,68
Mano de obra indirecta	$303,95	$-	$3.647,44
Jefe de producción	$303,95	$-	$3.647,44
Materiales Indirectos	$37,20	$598,32	$7.626,25
Bandejas desechables	$-	$464,54	$5.574,42
Funda adhesiva	$-	$103,23	$1.238,76
Depreciación de maquinaria y equipo	$22,23	$-	$266,76
Gas	$-	$30,56	$366,69
Uniformes para el personal de producción	$11,36	$-	$136,26
Guantes de trabajo (látex)	$3,61	$-	$43,36
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	$1.082,80	$4.836,58	$71.032,58

Corta y pasa a la siguiente página

Continuación de la tabla 68: Proyecciones de costos del producto A- Empanadas con relleno de carne de res

DESCRIPCION	COSTOS MENSUALES		TOTAL
	FIJOS	VARIABLES	AÑO 3
Materia Prima Directa	$-	$1.877,29	$22.527,49
Mote	$-	$862,37	$10.348,46
Carne molida de res	$-	$55,41	$664,96
Alverja	$-	$0,43	$5,12
Huevos	$-	$799,23	$9.590,79
Agua	$-	$159,85	$1.918,16
Materia Prima Indirecta	$-	$2.497,87	$29.974,41
Cebolla perla	$-	$20,25	$242,97
Ajo	$-	$53,28	$639,39
Aceite	$-	$1.998,08	$23.976,97
Sal	$-	$106,56	$1.278,77
Pimienta	$-	$159,85	$1.918,16
Curry	$-	$159,85	$1.918,16
Mano de Obra Directa	$765,60	$-	$9.187,21
Ayudante 1	$255,20	$-	$3.062,40
Ayudante 2	$255,20	$-	$3.062,40
Ayudante 3	$255,20	$-	$3.062,40
Costos Indirectos de Fabricación	$351,45	$617,65	$11.629,21
Mano de obra indirecta	$313,77	$-	$3.765,25
Jefe de producción	$313,77	$-	$3.765,25
Materiales Indirectos	$37,68	$617,65	$7.863,96
Bandejas desechables	$-	$479,54	$5.754,47
Funda adhesiva	$-	$106,56	$1.278,77
Depreciación de maquinaria y equipo	$22,23	$-	$266,76
Gas	$-	$31,54	$378,53
Uniformes para el personal de producción	$11,72	$-	$140,66
Guantes de trabajo (látex)	$3,73	$-	$44,76
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	$1.117,05	$4.992,81	$73.318,31

Corta y pasa a la siguiente página

Continuación de la tabla 68: Proyecciones de costos del producto A- Empanadas con relleno de carne de res

DESCRIPCION	COSTOS MENSUALES		TOTAL
	FIJOS	VARIABLES	AÑO 4
Materia Prima Directa	$-	$1.937,93	$23.255,12
Mote	$-	$890,23	$10.682,72
Carne molida de res	$-	$57,20	$686,44
Alverja	$-	$0,44	$5,28
Huevos	$-	$825,05	$9.900,57
Agua	$-	$165,01	$1.980,11
Materia Prima Indirecta	$-	$2.578,55	$30.942,59
Cebolla perla	$-	$20,90	$250,81
Ajo	$-	$55,00	$660,04
Aceite	$-	$2.062,62	$24.751,43
Sal	$-	$110,01	$1.320,08
Pimienta	$-	$165,01	$1.980,11
Curry	$-	$165,01	$1.980,11
Mano de Obra Directa	$790,33	$-	$9.483,95
Ayudante 1	$263,44	$-	$3.161,32
Ayudante 2	$263,44	$-	$3.161,32
Ayudante 3	$263,44	$-	$3.161,32
Costos Indirectos de Fabricación	$362,09	$637,60	$11.996,21
Mano de obra indirecta	$323,91	$-	$3.886,87
Jefe de producción	$323,91	$-	$3.886,87
Materiales Indirectos	$38,18	$637,60	$8.109,35
Bandejas desechables	$-	$495,03	$5.940,34
Funda adhesiva	$-	$110,01	$1.320,08
Depreciación de maquinaria y equipo	$22,23	$-	$266,76
Gas	$-	$32,56	$390,76
Uniformes para el personal de producción	$12,10	$-	$145,21
Guantes de trabajo (látex)	$3,85	$-	$46,20
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	$1.152,42	$5.154,07	$75.677,88

Corta y pasa a la siguiente página

Continuación de la tabla 68: Proyecciones de costos del producto A- Empanadas con relleno de carne de res

DESCRIPCION	COSTOS MENSUALES		TOTAL
	FIJOS	VARIABLES	AÑO 5
Materia Prima Directa	$-	$2.000,52	$24.006,26
Mote	$-	$918,98	$11.027,77
Carne molida de res	$-	$59,05	$708,61
Alverja	$-	$0,45	$5,45
Huevos	$-	$851,70	$10.220,36
Agua	$-	$170,34	$2.044,07
Materia Prima Indirecta	$-	$2.661,84	$31.942,03
Cebolla perla	$-	$21,58	$258,92
Ajo	$-	$56,78	$681,36
Aceite	$-	$2.129,24	$25.550,90
Sal	$-	$113,56	$1.362,71
Pimienta	$-	$170,34	$2.044,07
Curry	$-	$170,34	$2.044,07
Mano de Obra Directa	$815,86	$-	$9.790,28
Ayudante 1	$271,95	$-	$3.263,43
Ayudante 2	$271,95	$-	$3.263,43
Ayudante 3	$271,95	$-	$3.263,43
Costos Indirectos de Fabricación	$373,06	$658,19	$12.375,07
Mano de obra indirecta	$334,37	$-	$4.012,41
Jefe de producción	$334,37	$-	$4.012,41
Materiales Indirectos	$38,70	$658,19	$8.362,66
Bandejas desechables	$-	$511,02	$6.132,22
Funda adhesiva	$-	$113,56	$1.362,71
Depreciación de maquinaria y equipo	$22,23	$-	$266,76
Gas	$-	$33,61	$403,38
Uniformes para el personal de producción	$12,49	$-	$149,90
Guantes de trabajo (látex)	$3,97	$-	$47,70
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	$1.188,92	$5.320,55	$78.113,65

Corta y pasa a la siguiente página

Análisis

Para realizar la proyección de los costos de producción de las empanadas de mote se tomó como base la tasa de inflación de 3,23%. Llegando a establecer que los costos fijos mensuales para el año 2 serán de 1.082,80 USD y los costos variables de 4.836,58 USD, dando un costo de producción del producto A al año de 71.032,58. El costo fijo mensual en el año 3 asciende a 1.117,05 y el costo variable a 4.992,81 USD, llegando a un valor de 73.318,31 USD al año. Para el año 4 los costos fijos mensuales serán de 1.152,42 USD y los costos variables de 5.154,07 USD, dando un costo al año de 75.677,88 USD. Y el costo de producción para el año 5 será de 78.113,65 USD.

Tabla 69: Proyección de costos del producto B- Empanadas con relleno de carne de cerdo

DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	COSTOS MENSUALES		TOTAL AÑO 1
		FIJOS	VARIABLES	
Materia prima directa	$1.784,40	$-	$1.784,40	$21.412,80
Mote	$809,25	$-	$809,25	$9.711,00
Carne molida de chancho	$74,75	$-	$74,75	$897,00
Alverja	$0,40	$-	$0,40	$4,80
Huevos	$750,00	$-	$750,00	$9.000,00
Agua	$150,00	$-	$150,00	$1.800,00
Materia prima indirecta	$2.344,00	$-	$2.344,00	$28.128,00
Cebolla perla	$19,00	$-	$19,00	$228,00
Ajo	$50,00	$-	$50,00	$600,00
Aceite	$1.875,00	$-	$1.875,00	$22.500,00
Sal	$100,00	$-	$100,00	$1.200,00
Pimienta	$150,00	$-	$150,00	$1.800,00
Curry	$150,00	$-	$150,00	$1.800,00
Mano de Obra Directa	$718,44	$718,44	$-	$8.621,28
Ayudante 1	$239,48	$239,48	$-	$2.873,76
Ayudante 2	$239,48	$239,48	$-	$2.873,76
Ayudante 3	$239,48	$239,48	$-	$2.873,76
Costos Indirectos de F.	$910,78	$331,18	$579,60	$10.929,32
Mano de obra indirecta	$294,44	$294,44	$-	$3.533,31
Jefe de producción	$294,44	$294,44	$-	$3.533,31
Materiales Indirectos	$616,33	$36,73	$579,60	$7.396,01
Bandejas desechables	$450,00	$-	$450,00	$5.400,00
Funda adhesiva	$100,00	$-	$100,00	$1.200,00
Dep. de maquinaria y eq.	$22,23	$22,23	$-	$266,80
Gas	$29,60	$-	$29,60	$355,21
Uniformes	$11,00	$11,00	$-	$132,00
Guantes de trabajo (látex)	$3,50	$3,50	$-	$42,00
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	$5.757,62	$1.049,62	$4.708,00	$69.091,40

Corta y pasa a la siguiente página

Continuación de la tabla 69: Proyección de costos del producto B- Empanadas con relleno de carne de cerdo

DESCRIPCION	COSTOS MENSUALES		TOTAL
	FIJOS	VARIABLES	AÑO 2
Materia prima directa	$-	$1.842,04	$22.104,43
Mote	$-	$835,39	$10.024,67
Carne molida de chancho	$-	$77,16	$925,97
Alverja	$-	$0,41	$4,96
Huevos	$-	$774,23	$9.290,70
Agua	$-	$154,85	$1.858,14
Materia prima indirecta	$-	$2.419,71	$29.036,53
Cebolla perla	$-	$19,61	$235,36
Ajo	$-	$51,62	$619,38
Aceite	$-	$1.935,56	$23.226,75
Sal	$-	$103,23	$1.238,76
Pimienta	$-	$154,85	$1.858,14
Curry	$-	$154,85	$1.858,14
Mano de Obra Directa	$741,65	$-	$8.899,74
Ayudante 1	$247,22	$-	$2.966,58
Ayudante 2	$247,22	$-	$2.966,58
Ayudante 3	$247,22	$-	$2.966,58
Costos Indirectos de Fabricación	$341,15	$598,32	$11.273,72
Mano de obra indirecta	$303,95	$-	$3.647,44
Jefe de producción	$303,95	$-	$3.647,44
Materiales Indirectos	$37,20	$598,32	$7.626,29
Bandejas desechables	$-	$464,54	$5.574,42
Funda adhesiva	$-	$103,23	$1.238,76
Dep. de maquinaria y equipo	$22,23	$-	$266,80
Gas	$-	$30,56	$366,69
Uniformes	$11,36	$-	$136,26
Guantes de trabajo (látex)	$3,61	$-	$43,36
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	$1.082,80	$4.860,07	$71.314,43

Corta y pasa a la siguiente página

Continuación de la tabla 69: Proyección de costos del producto B- Empanadas con relleno de carne de cerdo

DESCRIPCION	COSTOS MENSUALES		TOTAL
	FIJOS	VARIABLES	AÑO 3
Materia prima directa	$-	$1.901,53	$22.818,41
Mote	$-	$862,37	$10.348,46
Carne molida de chancho	$-	$79,66	$955,88
Alverja	$-	$0,43	$5,12
Huevos	$-	$799,23	$9.590,79
Agua	$-	$159,85	$1.918,16
Materia prima indirecta	$-	$2.497,87	$29.974,41
Cebolla perla	$-	$20,25	$242,97
Ajo	$-	$53,28	$639,39
Aceite	$-	$1.998,08	$23.976,97
Sal	$-	$106,56	$1.278,77
Pimienta	$-	$159,85	$1.918,16
Curry	$-	$159,85	$1.918,16
Mano de Obra Directa	$765,60	$-	$9.187,21
Ayudante 1	$255,20	$-	$3.062,40
Ayudante 2	$255,20	$-	$3.062,40
Ayudante 3	$255,20	$-	$3.062,40
Costos Indirectos de Fabricación	$351,46	$617,65	$11.629,25
Mano de obra indirecta	$313,77	$-	$3.765,25
Jefe de producción	$313,77	$-	$3.765,25
Materiales Indirectos	$37,69	$617,65	$7.864,00
Bandejas desechables	$-	$479,54	$5.754,47
Funda adhesiva	$-	$106,56	$1.278,77
Dep. de maquinaria y equipo	$22,23	$-	$266,80
Gas	$-	$31,54	$378,53
Uniformes	$11,72	$-	$140,66
Guantes de trabajo (látex)	$3,73	$-	$44,76
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	$1.117,06	$5.017,05	$73.609,27

Corta y pasa a la siguiente página

Continuación de la tabla 69: Proyección de costos del producto B- Empanadas con relleno de carne de cerdo

DESCRIPCION	COSTOS MENSUALES		TOTAL
	FIJOS	VARIABLES	AÑO 4
Materia prima directa	$-	$1.962,95	$23.555,44
Mote	$-	$890,23	$10.682,72
Carne molida de chancho	$-	$82,23	$986,76
Alverja	$-	$0,44	$5,28
Huevos	$-	$825,05	$9.900,57
Agua	$-	$165,01	$1.980,11
Materia prima indirecta	$-	$2.578,55	$30.942,59
Cebolla perla	$-	$20,90	$250,81
Ajo	$-	$55,00	$660,04
Aceite	$-	$2.062,62	$24.751,43
Sal	$-	$110,01	$1.320,08
Pimienta	$-	$165,01	$1.980,11
Curry	$-	$165,01	$1.980,11
Mano de Obra Directa	$790,33	$-	$9.483,95
Ayudante 1	$263,44	$-	$3.161,32
Ayudante 2	$263,44	$-	$3.161,32
Ayudante 3	$263,44	$-	$3.161,32
Costos Indirectos de Fabricación	$362,09	$637,60	$11.996,25
Mano de obra indirecta	$323,91	$-	$3.886,87
Jefe de producción	$323,91	$-	$3.886,87
Materiales Indirectos	$38,18	$637,60	$8.109,39
Bandejas desechables	$-	$495,03	$5.940,34
Funda adhesiva	$-	$110,01	$1.320,08
Dep. de maquinaria y equipo	$22,23	$-	$266,80
Gas	$-	$32,56	$390,76
Uniformes	$12,10	$-	$145,21
Guantes de trabajo (látex)	$3,85	$-	$46,20
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	$1.152,42	$5.179,10	$75.978,23

Corta y pasa a la siguiente página

Continuación de la tabla 69: Proyección de costos del producto B- Empanadas con relleno de carne de cerdo

DESCRIPCION	COSTOS MENSUALES		TOTAL AÑO 5
	FIJOS	VARIABLES	
Materia prima directa	$-	$2.026,36	$24.316,28
Mote	$-	$918,98	$11.027,77
Carne molida de chancho	$-	$84,89	$1.018,63
Alverja	$-	$0,45	$5,45
Huevos	$-	$851,70	$10.220,36
Agua	$-	$170,34	$2.044,07
Materia prima indirecta	$-	$2.661,84	$31.942,03
Cebolla perla	$-	$21,58	$258,92
Ajo	$-	$56,78	$681,36
Aceite	$-	$2.129,24	$25.550,90
Sal	$-	$113,56	$1.362,71
Pimienta	$-	$170,34	$2.044,07
Curry	$-	$170,34	$2.044,07
Mano de Obra Directa	$815,86	$-	$9.790,28
Ayudante 1	$271,95	$-	$3.263,43
Ayudante 2	$271,95	$-	$3.263,43
Ayudante 3	$271,95	$-	$3.263,43
Costos Indirectos de Fabricación	$373,07	$658,19	$12.375,11
Mano de obra indirecta	$334,37	$-	$4.012,41
Jefe de producción	$334,37	$-	$4.012,41
Materiales Indirectos	$38,70	$658,19	$8.362,70
Bandejas desechables	$-	$511,02	$6.132,22
Funda adhesiva	$-	$113,56	$1.362,71
Dep. de maquinaria y equipo	$22,23	$-	$266,80
Gas	$-	$33,61	$403,38
Uniformes	$12,49	$-	$149,90
Guantes de trabajo (látex)	$3,97	$-	$47,70
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	$1.188,92	$5.346,39	$78.423,71

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

Análisis

Cómo se puede observar en la tabla 69, los costos fijos mensuales para elaborar el producto B en el año 2 serán de 1.082,80 USD y los costos variables de 4.860,07 USD, dando un costo de producción del producto A al año de 71.314,43. El costo fijo mensual en el año 3 asciende a 1.117,06 USD y el costo variable a 5.017,05 USD, llegando a un valor de 73.609,27 USD al año. Para el año 4 los costos fijos mensuales serán de 1.152,42 USD y los costos variables de 5.179,10 USD, dando un costo al año de 75.978,23 USD. Y el costo de producción para el año 5 será de 78.423,71 USD.

Detalle de gastos

En la siguiente tabla se detalla los gastos en los cuales la empresa deberá incurrir para realizar normalmente sus actividades diaria:

Tabla 70: Detalle de gastos

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL REQUERIDA	COSTO UNITARIO	FRECUENCIA REQUERIDA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Sueldos administrativos	$	1	$ 1.298,71	MENSUAL	$ 1.298,71	$ 15.584,50
Servicios Básicos	$	1	$ 100,00	MENSUAL	$ 100,00	$ 1.200,00
Arriendo	$	1	$ 350,00	MENSUAL	$ 350,00	$ 4.200,00
Suministros de oficina	$	1	$ 27,50	MENSUAL	$ 27,50	$ 330,00
Artículos de limpieza	$	1	$ 52,75	MENSUAL	$ 52,75	$ 633,00
Depreciación equipo de computación	$	1	$ 46,89	MENSUAL	$ 46,89	$ 562,65
Depreciación equipo de oficina	$	1	$ 1,21	MENSUAL	$ 1,21	$ 14,50
Depreciación muebles y enseres	$	1	$ 21,88	MENSUAL	$ 21,88	$ 262,50
Depreciación vehículo	$	1	$ 133,33	MENSUAL	$ 133,33	$ 1.600,00
SUBTOTAL	$	1	$ 2.032,26	MENSUAL	$ 2.032,26	$ 24.387,15
GASTOS DE VENTAS						
Sueldos comerciales	$	1	$ 957,92	MENSUAL	$ 957,92	$ 11.495,04
Gastos de promoción y publicidad	$	1	$ 860,00	MENSUAL	$ 860,00	$ 10.320,00
Alimentación y viáticos	$	1	$ 50,00	MENSUAL	$ 50,00	$ 600,00
SUBTOTAL	$	1	$ 1.867,92	MENSUAL	$ 1.867,92	$ 22.415,04

Corta y pasa a la siguiente página

Continuación de la tabla 70: Detalle de gastos

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL REQUERIDA	COSTO UNITARIO	FRECUENCIA REQUERIDA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
GASTOS FINANCIEROS						
Intereses bancarios	$	1	$ 137,50	MENSUAL	$137,50	1.530,30
Gastos de constitución.	$	1	$ 540,00	MENSUAL	$108,00	$108,00
SUBTOTAL	$	1	$ 677,50	MENSUAL	$245,50	$1.638,30
TOTAL GASTOS	$	1	$ 4.577,68	MENSUAL	$4.145,68	$48.440,48

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

Análisis

Los gastos que se toman en cuenta para el desarrollo del emprendimiento son: Los gastos administrativos, gastos de venta y gastos financieros. Dentro de los gastos administrativos tenemos los sueldos que ascienden a un valor anual de 15.584,50 USD, por servicios básicos 1.200,00 USD, para el arriendo 4.200,00 USD, por suministros de oficina 330,00 USD, por artículos de limpieza 633.00 USD. También se toma en cuenta los valores de las depreciaciones de los equipos de cómputo, del equipo de oficina, de los muebles y enseres y del vehículo, dando un valor por depreciación de 2.439,65 USD.

Por otra parte, dentro de los gastos de ventas consta el sueldo al vendedor y al chofer, ya que son los encargados de distribuir los productos a los clientes, este valor asciende a 11.495,04 USD al año, también se ha tomado en cuenta los gastos para efectuar la promoción y publicidad de las empanadas de mote por un valor anual de 10.320,00 USD, además, se consideró un valor por viáticos que al año suma 600,00 USD.

En cuanto a los gastos financieros, es importante señalar que se consideran gastos financieros solo al valor de los intereses que genera el préstamo bancario, cuyo valor asciende a $ 1.530,30 en el año 1, es importante indicar que el valor de los intereses va disminuyendo conforme se paga el crédito.

c) Proyección de gastos

Se denomina gasto a la partida contable (de dinero) que cierta y directamente disminuye el beneficio, o en su defecto, aumenta la perdida de los bolsillos, en el caso que esa partida de dinero haya salido de la cuenta personal de un individuo o bien de una empresa.

Tabla 71: Proyección de gastos

DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	COSTOS MENSUALES FIJOS	COSTOS MENSUALES VARIABLES	TOTAL AÑO 1
GASTOS ADMINISTRATIVOS	**$2.032,26**	**$1.932,26**	**$100,00**	**$24.387,15**
Sueldos administrativos	$1.298,71	$1.298,71	$-	$15.584,50
Servicios Básicos	$100,00	$-	$100,00	$1.200,00
Arriendo	$350,00	$350,00	$-	$4.200,00
Suministros de oficina	$27,50	$27,50	$-	$330,00
Artículos de limpieza	$52,75	$52,75		$633,00
Depreciación equipo de computación	$46,89	$46,89	$-	$562,65
Depreciación equipo de oficina	$1,21	$1,21	$-	$14,50
Depreciación muebles y enseres	$21,88	$21,88	$-	$262,50
Depreciación vehículo	$133,33	$133,33		$1.600,00
GASTOS DE VENTAS	**$1.867,92**	**$1.867,92**	**$-**	**$22.415,04**
Sueldos comerciales	$957,92	$957,92	$-	$11.495,04
Gastos de promoción y publicidad	$860,00	$860,00	$-	$10.320,00
Alimentación y viáticos	$50,00	$50,00	$-	$600,00
GASTOS FINANCIEROS	**$136,53**	**$136,53**	**$-**	**$1.638,30**
Intereses bancarios	$127,53	$127,53	$-	$1.530,30
Amortización gastos de constitución.	$9,00	$9,00	$-	$108,00
TOTAL GASTOS	**$4.036,71**	**$3.936,71**	**$100,00**	**$48.440,48**

Corta y pasa a la siguiente página

Continuación de la tabla 71: Proyección de gastos

DESCRIPCION	COSTOS MENSUALES		TOTAL	COSTOS MENSUALES		TOTAL
	FIJOS	VARIABLES	AÑO 2	FIJOS	VARIABLES	AÑO 3
GASTOS ADMINISTRATIVOS	$1.988,11	$103,23	$25.096,05	$2.045,76	$106,56	$25.827,85
Sueldos administrativos	$1.340,66	$-	$16.087,88	$1.383,96	$-	$16.607,52
Servicios Básicos	$-	$103,23	$1.238,76	$-	$106,56	$1.278,77
Arriendo	$361,31	$-	$4.335,66	$372,98	$-	$4.475,70
Suministros de oficina	$28,39	$-	$340,66	$29,31	$-	$351,66
Artículos de limpieza	$54,45	$-	$653,45	$56,21	$-	$674,55
Depreciación equipo de computación	$46,89	$-	$562,65	$46,89	$-	$562,65
Depreciación equipo de oficina	$1,21	$-	$14,50	$1,21	$-	$14,50
Depreciación muebles y enseres	$21,88	$-	$262,50	$21,88	$-	$262,50
Depreciación vehículo	$133,33	$-	$1.600,00	$133,33	$-	$1.600,00
GASTOS DE VENTAS	$1.928,25	$-	$23.139,04	$1.990,54	$-	$23.886,43
Sueldos comerciales	$988,86	$-	$11.866,32	$1.020,80	$-	$12.249,61
Gastos de promoción y publicidad	$887,78	$-	$10.653,34	$916,45	$-	$10.997,44
Alimentación y viáticos	$51,62	$-	$619,38	$53,28	$-	$639,39
GASTOS FINANCIEROS	$108,45	$-	$1.301,40	$80,38	$-	$964,50
Intereses bancarios	$99,45	$-	$1.193,40	$71,38	$-	$856,50
Amortización gastos de constitución.	$9,00	$-	$108,00	$9,00	$-	$108,00
TOTAL GASTOS	$4.024,81	$103,23	$49.536,49	$4.116,67	$106,56	$50.678,79

Corta y pasa a la siguiente página

Continuación de la tabla 71: Proyección de gastos

DESCRIPCION	COSTOS MENSUALES		TOTAL	COSTOS MENSUALES		TOTAL
	FIJOS	VARIABLES	AÑO 4	FIJOS	VARIABLES	AÑO 5
GASTOS ADMINISTRATIVOS	$2.058,38	$110,01	$26.020,64	$2.119,81	$113,56	$26.800,48
Sueldos administrativos	$1.428,66	$-	$17.143,94	$1.474,81	$-	$17.697,69
Servicios Básicos	$-	$110,01	$1.320,08	$-	$113,56	$1.362,71
Arriendo	$385,02	$-	$4.620,27	$397,46	$-	$4.769,50
Suministros de oficina	$30,25	$-	$363,02	$31,23	$-	$374,75
Artículos de limpieza	$58,03	$-	$696,34	$59,90	$-	$718,83
Depreciación equipo de computación	$-	$-	$-	$-	$-	$-
Depreciación equipo de oficina	$1,21	$-	$14,50	$1,21	$-	$14,50
Depreciación muebles y enseres	$21,88	$-	$262,50	$21,88	$-	$262,50
Depreciación vehículo	$133,33	$-	$1.600,00	$133,33	$-	$1.600,00
GASTOS DE VENTAS	$2.054,83	$-	$24.657,96	$2.121,20	$-	$25.454,42
Sueldos comerciales	$1.053,77	$-	$12.645,27	$1.087,81	$-	$13.053,71
Gastos de promoción y publicidad	$946,05	$-	$11.352,66	$976,61	$-	$11.719,35
Alimentación y viáticos	$55,00	$-	$660,04	$56,78	$-	$681,36
GASTOS FINANCIEROS	$52,28	$-	$627,30	$24,23	$-	$290,70
Intereses bancarios	$43,28	$-	$519,30	$15,23	$-	$182,70
Amortización gastos de constitución.	$9,00	$-	$108,00	$9,00	$-	$108,00
TOTAL GASTOS	$4.165,49	$110,01	$51.305,91	$4.265,24	$113,56	$52.545,60

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

Análisis

Es importante detallar los gastos que una empresa está obliga a realizar y que corresponden al giro del negocio, para así, conocer cuáles son necesarios e indispensables. Por lo general una empresa debe establecer los gastos administrativos, los gastos de venta y los gastos financieros. Es así, que los gastos administrativos del año 2 ascienden a 25.096,05 USD, los gastos de venta son de 23.139,04 y los gastos financieros de 1.301,40, los intereses están establecidos en base a la tabla de amortización generada en el simulador de crédito del Banco Pacifico, el valor de los intereses va decreciendo conforme se paga la deuda. En general, durante los 5 años proyectados el 51% del total de los gastos se centran en los gastos administrativos, el 48% lo forman los gastos de venta y solo el 1% les corresponde a los gastos financieros. Con el trascurso de los años se deberá analizar los costos necesarios en cada una de las áreas para poder disminuir o eliminarlos.

Mano de Obra

La mano de obra representa el esfuerzo físico intelectual que realiza el hombre con el objeto de transformar los materiales en partes específicas como artículos, acabados utilizando su destreza, experiencia y conocimientos facilita su labor con el uso de máquinas y herramientas dispuestas para el efecto.

De acuerdo a Dávalos y Córdova (2003), las consideraciones realizadas la mano de obra se clasifica en: Mano De Obra Directa. - Es aquella directamente involucrada en la fabricación de un producto terminado que puede asociarse con este con facilidad y que representa un importante costo de la mano de obra en la elaboración de un producto. Mano De Obra Indirecta. - Es aquella involucrada en la fabricación de un producto que no se considera mano de obra directa. La mano de obra indirecta se incluye como parte de los costos indirectos de fabricación.

Tabla 72: Costo de la mano de obra

ORD	NOMBRES	CARGO	INGRESOS		
			SBU	OTROS	TOTAL
1	NN	Jefe de producción	$ 450,00	$ -	$ 450,00
2	NN	Ayudante 1	$ 366,00	$ -	$ 366,00
3	NN	Ayudante 2	$ 366,00	$ -	$ 366,00
4	NN	Ayudante 3	$ 366,00	$ -	$ 366,00
			$ 1.548,00	**$ -**	**$1.548,00**

DESCUENTOS				VALOR A PAGAR	VALOR ANUAL
VARIOS	APORTE PATRONAL 9.45%	APORTE 2% SEGURO DESEMPLEO	TOTAL		
$ -	$ 42,53	$ 9,00	$ 51,53	$ 398,48	$4.781,70
$ -	$ 34,59	$ 7,32	$ 41,91	$ 324,09	$3.889,12
$ -	$ 34,59	$ 7,32	$ 41,91	$ 324,09	$3.889,12
$ -	$ 34,59	$ 7,32	$ 41,91	$ 324,09	$3.889,12
$ -	**$146,29**	**$ 30,96**	**$177,25**	**$1.370,75**	**$16.449,05**

PROVISIONES

ORD	APORE PATRONAL 11.15%	SECAP 0,50%	IECE 0,50%	XIII	XIV
1	$ 50,18	$ 2,25	$ 2,25	$ 37,50	$ 37,50
2	$ 40,81	$ 1,83	$ 1,83	$ 30,50	$ 30,50
3	$ 40,81	$ 1,83	$ 1,83	$ 30,50	$ 30,50
4	$ 40,81	$ 1,83	$ 1,83	$ 30,50	$ 30,50
	$172,60	**$ 7,74**	**$ 7,74**	**$129,00**	**$129,00**

FONDO DE RESEVA	VACACIONES	1% APORTE SEGURO DE DESEMPLEO	TOTAL PROVISIONES	COSTO MO
$ 37,49	$ 18,75	$ 4,50	$ 190,41	$ 588,89
$ 30,49	$ 15,25	$ 3,66	$ 154,87	$ 478,96
$ 30,49	$ 15,25	$ 3,66	$ 154,87	$ 478,96
$ 30,49	$ 15,25	$ 3,66	$ 154,87	$ 478,96
$128,95	**$ 64,50**	**$ 15,48**	**$ 655,01**	**$2.025,76**

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

Análisis

La tabla de la descripción de mano de obra, se ha elaborado considerando el salario básico unificado vigente y teniendo en cuenta que las actividades empresariales se están iniciando. Por la baja cantidad de personal que se requiere en principio, se evidencia que el fondo total para mano de obra que se requiere mensualmente es de $2.025,76 USD.

El jefe de producción es el encargado de controlar y solicitar el aprovisionamiento de la materia prima y demás insumos necesarios para elaborar las empanadas, además de controlar e inspeccionar el proceso productivo y por ultimo debe realizar el control de calidad en el producto terminado, su sueldo está fijado en 450,00 USD.

Los operarios o ayudantes, son los encargados de efectuar el proceso productivo, todos ellos deben conocer y efectuar cada una de las etapas para la elaboración de las empanadas de forma rotativa.

La rotación será cada semana, 1 de los ayudantes debe recibir la materia prima mediante el control de la orden de requisición, mientras que los otros 2 ayudantes deben trasladar la materia prima al área de producción para la elaboración.

Todos ellos desarrollan en el transcurso del mes las mismas funciones, por esta razón su sueldo se fijó en 366,00 USD. Es importante señalar, que conforme crezca la empresa se irán ajustando los sueldos de las distintas áreas.

Depreciación

El término depreciación hace referencia a la disminución periódica del valor de un bien material o inmaterial en un determinado intervalo de tiempo. La depreciación generalmente se presenta por diversos factores como el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la vejez o vida útil del bien; factores que se los puede clasificar bajo tres tipos de depreciación como depreciación funcional, física y vejez.

Tabla 73: Depreciación de los bienes de Caseritas Gourmet

DETALLE DEL BIEN	VIDA UTIL	VALOR	% DEP.	DEP. ANUAL	DEP. MENSUAL
Maquinaria y equipo	10	$5.336,00	10%	$533,60	$44,47
Muebles y enseres	10	$2.625,00	10%	$262,50	$21,88
Equipo de computo	3	$1.705,00	33%	$562,65	$46,89
Equipo de oficina	10	$145,00	10%	$14,50	$1,21
Vehículo	5	$8.000,00	20%	$1.600,00	$133,33
TOTAL		$17.811,00		$2.973,25	$247,77

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

Análisis

Para establecer la tabla de depreciaciones del presente emprendimiento, se han tomado los valores de la inversión inicial de cada uno de los ítems detallados, para lo cual se emplea los porcentajes existentes de depreciación según corresponde por lo tanto se encontró que la depreciación anual de la maquinaria y equipo es de 533,60, la depreciación de muebles y enseres es de 262,50, el equipo de cómputo se deprecia 562,65, equipo de oficina se deprecia 14,50 anuales y por último el vehículo se deprecia un valor de 1.600,00 anuales, dando un valor por depreciación de 2.973,25 anuales.

Proyección de depreciación:

Para el cálculo de la depreciación, se pueden utilizar diferentes métodos:

- Suma de los dígitos del año
- Reducción de saldos.
- Unidades de producción
- Método lineal
- Métodos decrecientes
- Suma de números dígitos.
- Doble cuota sobre valor en libros.

El cálculo de depreciaciones es importante al momento de realizar los cálculos financieros, principalmente en el detalle de costos y gastos, logrando tener incidencia en los valores finales, que permiten saber la factibilidad del proyecto.

Tabla 74: Proyección de depreciaciones

DETALLE DEL BIEN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Maquinaria y equipo	$533,60	$533,60	$533,60	$533,60
Muebles y enseres	$262,50	$194,30	$194,30	$194,30
Equipo de computo	$562,65	$562,65	$562,65	
Equipo de oficina	$14,50	$14,50	$14,50	$14,50
Vehículo	$1.600,00	$1.600,00	$1.600,00	$1.600,00
TOTAL	$2.973,25	$2.905,05	$2.905,05	$2.342,40

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

DETALLE DEL BIEN	AÑO 5	TOTAL
Maquinaria y equipo	$533,60	$2.668,00
Muebles y enseres	$194,30	$1.039,70
Equipo de computo		$1.687,95
Equipo de oficina	$14,50	$72,50
Vehículo	$1.600,00	$8.000,00
TOTAL	$2.342,40	$13.468,15

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

Análisis

En la tabla 74 se evidencia con exactitud el valor de depreciación de los bienes adquiridos por la empresa, como los muebles y enseres, que a los 5 años ya se habrá depreciado en un valor de 1.039,70 USD, el equipo de cómputo concluirá con su vida útil a los 3 años cubriendo su costo de 1.687,95 USD, el vehículo a también habrá cumplido con su vida útil cubriendo su valor de adquisición de 8.000,00 USD, mientras que la maquinaria y equipo a los 5 años habrá cumplido la mitad de su vida útil cubriendo su costo en 2.668,00. Los muebles y enseres se depreciarán hasta el quinto año 1.039,70.

5.4. CÁLCULO DE INGRESOS

El cálculo de ingresos nos permitirá establecer el volumen de venta en base al costo del producto, y al margen de utilidad que será establecido mediante un análisis de las condiciones en las que se encuentra la competencia versus el costo de producir el arte sublimado en cada producto tratando de mantener la estrategia de precio de pvp más bajo que el de la competencia.

Tabla 75: Cálculo de ingresos

PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO MENSUAL	MARGEN DE UTILIDAD %	MARGEN DE UTILIDAD $	INGRESOS MENSUALES POR PRODUCTO
Empanadas con relleno de carne de res	$	$ 5.734,87	60%	$ 3.440,92	$ 9.175,79
Empanadas con relleno de carne de chanco	$	$ 5.757,62	60%	$ 3.454,57	$ 9.212,19
TOTAL		$ 11.492,48		$ 6.895,49	$ 18.387,97

PRODUCTOS	UNIDADES PRODUCIDAS AL MES	PRECIO DE VENTA UNITARIO	VALOR POR UNIDAD
Empanadas con relleno de carne de res	5000	$ 1,83	$ 0,31
Empanadas con relleno de carne de chanco	5000	$ 1,84	$ 0,31
TOTAL	10000	$ 1,84	

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

Proyección de ingresos

Tabla 76: Proyección de ingresos

PRODUCTOS	CANTIDAD ANUAL VENDIDA	PRECIO UNIT.	TOTAL AÑO 1	CANTIDAD ANUAL VENDIDA	PRECIO UNIT.	TOTAL AÑO 2
Producto A	60.000,00	$1,84	$110.109,44	61.938,00	$1,89	$117.337,38
Producto B	60.000,00	$1,84	$110.546,24	61.938,00	$1,90	$117.802,86
TOTALES	120.000,00	$1,84	$220.655,67	123.876,00		$235.140,24

PRODUCTOS	CANTIDAD ANUAL VENDIDA	PRECIO UNIT.	TOTAL AÑO 3	CANTIDAD ANUAL VENDIDA	PRECIO UNIT.	TOTAL AÑO 4
Producto A	63.938,60	$1,96	$125.039,80	66.003,81	$2,02	$133.247,82
Producto B	63.938,60	$1,96	$125.535,82	66.003,81	$2,03	$133.776,41
TOTALES	127.877,19		$250.575,62	132.007,63		$267.024,23

PRODUCTOS	CANTIDAD ANUAL VENDIDA	PRECIO UNIT.	TOTAL AÑO 5
Producto A	68.135,74	$2,08	$141.994,64
Producto B	68.135,74	$2,09	$142.557,93
TOTALES	136.271,47		$284.552,57

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

Análisis

En la tabla 76 se puede observar que el costo de las empanadas de mote con relleno de carne de res asciende a 5.734,87 USD, el margen de utilidad que se ha fijado es del 60%, dándonos una utilidad de 3.440,92 USD, es decir el total de ingreso seria de 9.175,79 USD, el precio de venta por bandeja se estableció en 1,83 USD, dándonos un costo por unidad de 0,31 USD.

Por otra parte, el costo de las empanadas de mote con relleno de carne de chancho suma 5.757,62 USD, el margen de utilidad que se ha fijado es del 60%, generando una utilidad de 3.454,57 USD, es así, que el total de ingresos seria de 9.212,19 USD, el precio de venta por bandeja se estableció en 1,84 USD, dándonos un costo por unidad de 0,31 USD.

El ingreso anual que generara las empanadas con relleno de carne de res es de 110.109,44 USD y el ingreso por las empanadas rellenas con carne de chancho será de 110.546,24 USD, sumando un ingreso total de 220.655,67 USD. Se ha efectuado la proyección de ingresos en base a la tasa de inflación de 3,23%, es decir en este porcentaje se irá incrementando los ingresos anualmente.

5.5.FLUJO DE CAJA

De acuerdo a Malhotra (2004), el flujo de caja es el resultado de un instrumento que resume las entradas y salidas de un proyecto de inversión o empresa en un determinado período y tiene como objetivo ser la base del cálculo de los indicadores de rentabilidad económica. Los elementos que están dentro del flujo de caja, son las inversiones, los ingresos y egresos futuros, depreciaciones y salidas en efectivo. El flujo de caja se obtiene mediante la suma aritmética de las cantidades que guarde cada signo respetando los signos correspondientes.

Tabla 77: Flujo de caja

ITEM	DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1
A.	**INGRESOS OPERACIONALES**	$-	$220.655,67
	Recuperación por ventas	$-	$220.655,67
B.	**EGRESOS OPERACIONALES**	$-	$181.738,73
	Pago a proveedores (costos)	$-	$113.067,02
	Mano de obra	$-	$24.309,17
	Gastos de administración	$-	$21.947,50
	Gastos de ventas	$-	$22.415,04
	Gastos Financieros	$-	
C.	**FLUJO OPERACIONAL (A - B)**	$-	$38.916,95
D.	**INGRESOS NO OPERACIONALES**	$28.537,80	$-
	Créditos a contratarse a corto plazo	$-	$-
	Créditos a contratarse a largo plazo	$15.000,00	$-
	Aportes de capital	$5.537,80	$-
	Aporte de capital en especies (vehículo)	$8.000,00	$-
	Otros ingresos		
E.	**EGRESOS NO OPERACIONALES**	$-28.537,80	$-19.201,59
	Pago de intereses	$-	$-1.530,30
	Pago de créditos a largo plazo	$-	$-3.000,00
	Pago de impuestos a la renta	$-	$-6.431,27
	Pago de impuestos trabajadores	$-	$-5.158,77
	Arriendo pagado por anticipado	$-	$-
	Instalación y remodelación	$-500,00	$-
	Maquinaria y equipo	$-5.336,00	$-533,60
	Muebles y Enseres	$-2.625,00	$-262,50
	Equipo de Computo	$-1.705,00	$-562,65
	Equipo de oficina	$-145,00	$-14,50
	Vehículo	$-8.000,00	$-1.600,00
	Equipo de seguridad	$-80,00	$-
	Inventarios	$-9.606,80	$-
	Costos de constitución	$-540,00	$-108,00
F.	**FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)**	$-	$-19.201,59
G.	**FLUJO NETO GENERADO (C - F)**	$-	$19.715,36
H.	**SALDO INICIAL DE CAJA**	$-	$-
I.	**SALDO FINAL DE CAJA (G + H)**	$-	$19.715,36

Corta y pasa a la siguiente página

Continuación de la tabla 77: Flujo de caja

ITEM	DESCRIPCION	AÑO 2	AÑO 3
A.	**INGRESOS OPERACIONALES**	$235.140,24	$250.575,62
	Recuperación por ventas	$235.140,24	$250.575,62
B.	**EGRESOS OPERACIONALES**	$187.608,89	$193.668,66
	Pago a proveedores (costos)	$116.719,09	$120.489,12
	Mano de obra	$25.094,36	$25.904,91
	Gastos de administración	$22.656,40	$23.388,20
	Gastos de ventas	$23.139,04	$23.886,43
	Gastos Financieros	$-	$-
C.	**FLUJO OPERACIONAL (A - B)**	$47.531,35	$56.906,96
D.	**INGRESOS NO OPERACIONALES**	$-	$-
	Créditos a contratarse a corto plazo	$-	$-
	Créditos a contratarse a largo plazo	$-	$-
	Aportes de capital	$-	$-
	Aporte de capital en especies (vehículo)	$-	$-
	Otros ingresos		
E.	**EGRESOS NO OPERACIONALES**	$-21.881,29	$-24.817,50
	Pago de intereses	$-1.193,40	$-856,50
	Pago de créditos a largo plazo	$-3.000,00	$-3.000,00
	Pago de impuestos a la renta	$-8.105,17	$-9.921,41
	Pago de impuestos trabajadores	$-6.501,47	$-7.958,35
	Arriendo pagado por anticipado	$-	
	Instalación y remodelación	$-	$-
	Maquinaria y equipo	$-533,60	$-533,60
	Muebles y Enseres	$-262,50	$-262,50
	Equipo de Computo	$-562,65	$-562,65
	Equipo de oficina	$-14,50	$-14,50
	Vehículo	$-1.600,00	$-1.600,00
	Equipo de seguridad	$-	
	Inventarios	$-	$-
	Costos de constitución	$-108,00	$-108,00
F.	**FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)**	$-21.881,29	$-24.817,50
G.	**FLUJO NETO GENERADO (C - F)**	$25.650,06	$32.089,46
H.	**SALDO INICIAL DE CAJA**	$19.715,36	$45.365,42
I.	**SALDO FINAL DE CAJA (G + H)**	$45.365,42	$77.454,88

Corta y pasa a la siguiente página

Continuación de la tabla 77: Flujo de caja

ITEM	DESCRIPCION	AÑO 4	AÑO 5
A.	**INGRESOS OPERACIONALES**	$267.024,23	$284.552,57
	Recuperación por ventas	$267.024,23	$284.552,57
B.	**EGRESOS OPERACIONALES**	$199.924,16	$206.381,71
	Pago a proveedores (costos)	$124.380,91	$128.398,42
	Mano de obra	$26.741,64	$27.605,39
	Gastos de administración	$24.143,64	$24.923,48
	Gastos de ventas	$24.657,96	$25.454,42
	Gastos Financieros	$-	$-
C.	**FLUJO OPERACIONAL (A - B)**	$67.100,07	$78.170,87
D.	**INGRESOS NO OPERACIONALES**	$-	$-
	Créditos a contratarse a corto plazo	$-	$-
	Créditos a contratarse a largo plazo	$-	$-
	Aportes de capital	$-	$-
	Aporte de capital en especies (vehículo)	$-	$-
	Otros ingresos		
E.	**EGRESOS NO OPERACIONALES**	$-27.655,98	$-31.163,68
	Pago de intereses	$-519,30	$-182,70
	Pago de créditos a largo plazo	$-3.000,00	$-3.000,00
	Pago de impuestos a la renta	$-11.995,79	$-14.128,97
	Pago de impuestos trabajadores	$-9.622,29	$-11.333,40
	Arriendo pagado por anticipado		
	Instalación y remodelación	$-	$-
	Maquinaria y equipo	$-533,60	$-533,60
	Muebles y Enseres	$-262,50	$-262,50
	Equipo de Computo	$-	$-
	Equipo de oficina	$-14,50	$-14,50
	Vehículo	$-1.600,00	$-1.600,00
	Equipo de seguridad		
	Inventarios	$-	$-
	Costos de constitución	$-108,00	$-108,00
F.	**FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)**	$-27.655,98	$-31.163,68
G.	**FLUJO NETO GENERADO (C - F)**	$39.444,09	$47.007,19
H.	**SALDO INICIAL DE CAJA**	$77.454,88	$116.898,97
I.	**SALDO FINAL DE CAJA (G + H)**	$116.898,97	$163.906,16

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

Análisis

En el flujo de caja se puede observar el desglose de los ingresos y egresos operacionales y no operacionales, recordemos que la inversión inicial fue de 28.537,80 USD, en el primer año este flujo suma 19.715,36 USD, en el segundo año se obtuvo un flujo generado de 25.650,06 USD, en el tercer año este flujo será de 32.089,46 USD, en el cuarto año será de 39.444,09 USD y al quinto año se tendrá un flujo de 47.007,19.

Este flujo de caja se elaboró bajo el método indirecto y con apalancamiento, por el préstamo que se adquirió para realizar el financiamiento del proyecto.

5.6.PUNTO DE EQUILIBRIO

El Punto de Equilibrio de acuerdo a Faga (2006), es aquel punto de actividad en el cual los ingresos totales son exactamente equivalentes a los costos totales asociados con la venta o creación de un producto. Es decir, es aquel punto de actividad en el cual no existe utilidad, ni pérdida.

Tabla 78: Cálculo del Punto de equilibrio

DESCRIPCIÓN	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
Costos de Producción	$25.190,77	$112.719,02	$137.909,80
Gastos de Administración	$23.187,15	$1.200,00	$24.387,15
Gastos de Ventas	$22.415,04	$-	$22.415,04
Gastos Financieros	$1.551,90	$-	$1.551,90
TOTAL	$72.344,86	$113.919,02	$186.263,88

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

A continuación, se detalle los datos para efectuar el cálculo del punto de equilibrio en unidades monetarias, unidades producidas y el punto de equilibrio porcentual.

Datos:

Costos fijos	$72.344,86
Costos variables	$113.919,02
Costos totales	$186.263,88
Ingresos totales	$220.655,67
Número unidades	120.000,00
Precio unitario de venta	$1,84

$$Punto\ de\ equilibrio\ \$ = \frac{Costo\ fijo}{(1 - (\frac{Costo\ variable}{Ingresos\ de\ venta})}$$

$$P.E.\$ = \frac{72.344,86}{(\ 0,4837)}$$

$$P.E.\$ = 149.557,84\ USD\ en\ \ anuales$$

P$unto\ de\ equilibrio\ u$

$$= \frac{Costo\ fijo}{(Precio\ de\ venta\ unitario - Costo\ variable\ unitario)}$$

$$P.E.u = \frac{72.344,86}{(0,89)}$$

$$P.E.u = 81.335\ unidades\ vendidas\ por\ a\tilde{n}o$$

$$Punto\ de\ equilibrio\ \% = \frac{Punto\ de\ equilibrio\ \$ * 100}{Ingresos\ totales}$$

$$\%\ P.E. = \frac{149.557,84 * 100}{220.655.67}$$

$$\%\ P.E. = 67,78\%\ Anual$$

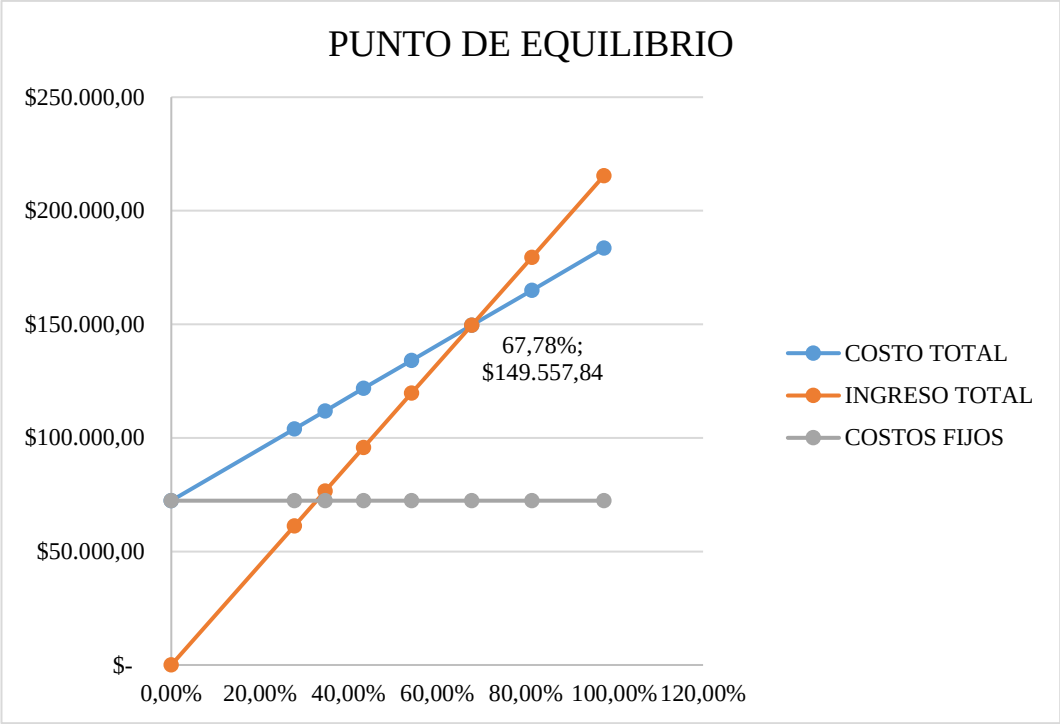


Gráfico 24: Punto de equilibrio porcentual
Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

Análisis

En el gráfico 24 se puede observar que el punto de equilibrio se encuentra al producir 81.335 bandejas al año para comercializar y obtener 149.557,84 USD de ingresos, es decir a partir de este punto la empresa comienza a generar ganancia.

5.7.ESTADO DE RESULTADOS

El estado de resultados, de acuerdo a Guzmán A., Guzmán D. y Romero (2005), también es conocido como estado de ganancias y pérdidas es un reporte financiero que en base a un periodo determinado muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento en que se producen y como consecuencia, el beneficio o pérdida que ha generado la empresa en dicho periodo de tiempo para analizar esta información y en base a esto, tomar decisiones de negocio.

En la siguiente tabla se puede observar el Estado de Resultados de la empresa Caseritas Gourmet:

Tabla 79: Estado de resultados de la empresa Caseritas Gourmet

	DESCRIPCION	AÑO 1
	Ingresos por ventas	$220.655,67
(-)	Costo de Ventas	$137.909,80
(=)	**UTILIDAD BRUTA EN VENTAS**	$82.745,88
(-)	Gastos de venta	$22.415,04
(=)	**UTILIDAD NETA EN VENTAS**	$60.330,84
(-)	Gastos Administrativos	$24.387,15
(=)	**UTILIDAD OPERACIONAL**	$35.943,70
(-)	Gastos Financieros	$1.530,30
(+)	Otros Ingresos	$-
(-)	Otros Egresos	$21,60
(=)	**UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES**	$34.391,80
(-)	15% Participación trabajadores	$5.158,77
(=)	**UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS**	$29.233,03
(-)	Impuesto a la renta 22%	$6.431,27
(=)	**UTILIDAD O PÉRDIDA DEL EJERCICIO**	$22.801,76

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

Análisis

En el estado de resultados de la empresa Caseritas Gourmet se puede observar que la utilidad antes de participación generada en el primer año es de 34.391,80 USD, es decir después de haber restado todos los gastos incurridos en el año, el valor del 15% de participación de los trabajadores es de 5.158,77 USD y el impuesto a la renta a pagar de 6.431,27 USD, quedando una utilidad del ejercicio de 22.801,76 USD. Este estado permite a la propietaria conocer los valores que debe pagar y cuál es su valor neto para reinvertir o tomar otras decisiones para el uso de ese fondo.

5.8.ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Tabla 80: Estado de resultados proyectado

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por ventas	$220.655,67	$235.140,24	$250.575,62	$267.024,23	$284.552,57
(-) Costo de Ventas	$137.909,80	$142.347,01	$146.927,58	$151.656,11	$156.537,37
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	$82.745,88	$92.793,23	$103.648,04	$115.368,12	$128.015,21
(-) Gastos de venta	$22.415,04	$23.139,04	$23.886,43	$24.657,96	$25.454,42
(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS	$60.330,84	$69.654,19	$79.761,60	$90.710,15	$102.560,79
(-) Gastos Administrativos	$24.387,15	$25.096,05	$25.827,85	$26.020,64	$26.800,48
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	$35.943,70	$44.558,14	$53.933,75	$64.689,51	$75.760,31
(-) Gastos Financieros	$1.530,30	$1.193,40	$856,50	$519,30	$182,70
(+) Otros Ingresos	$-	$-	$-	$-	$-
(-) Otros Egresos	$21,60	$21,60	$21,60	$21,60	$21,60
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	$34.391,80	$43.343,14	$53.055,65	$64.148,61	$75.556,01
(-) 15% Participación trabajadores	$5.158,77	$6.501,47	$7.958,35	$9.622,29	$11.333,40
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	$29.233,03	$36.841,67	$45.097,30	$54.526,32	$64.222,61
(-) Impuesto a la renta 22%	$6.431,27	$8.105,17	$9.921,41	$11.995,79	$14.128,97
(=) UTILIDAD O PÉRDIDA DEL EJERCICIO	$22.801,76	$28.736,50	$35.175,90	$42.530,53	$50.093,63

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

5.9.EVALUACIÓN FINANCIERA

Es el estudio más acabado, denominado factibilidad, se elabora sobre la base de antecedentes precisos obtenidos mayoritariamente a través de fuentes primarias de información. Debe orientarse hacia el examen detallado y preciso de las opciones que se han considerado viables en la etapa anterior. Además, debe afinar todos aquellos aspectos y variables que puedan mejorar el proyecto, de acuerdo con los objetivos, sean sociales o de rentabilidad.

En la etapa de evaluación es posible distinguir tres indicadores:

- La medición de la rentabilidad del proyecto: Sobre la base de un flujo de caja que se proyecta sobre la base de una serie de supuestos.

- El análisis de las variables cualitativas: Complementa la evaluación realizada con todos aquellos elementos no cuantificables que podrían incidir en la decisión de realizar o no el proyecto.

- La sensibilización del proyecto: Se sensibiliza sólo aquellos aspectos que podrían, al tener mayores posibilidades de un comportamiento distinto al previsto, determinar cambios importantes en la rentabilidad calculada.

a) Indicadores

Para determinar el Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno, es importante establecer la Tasa de descuento:

a.1) Tasa de descuento

Van Horne y Wachowciz (2002), Mencionan que la "Tasa mínima de rentabilidad requerida sobre una inversión en un análisis de flujo de efectivo descontado; tasa en la cual resulta aceptable un proyecto" (p. 337). Es decir, es el margen de utilidad mínimo que debe generar la actividad económica de una empresa.

Para Baca (2010), “mientras mayor es el riesgo mayor será el premio”.

Tasa del 1 al 10 = Riesgo bajo
Tasa del 11 al 20= Riesgo Medio
Tasa de mayor a 20 = Riesgo Alto

Fórmula:

$$\text{Tmar1} = \text{i} + \text{f}$$

En donde:

Tmar**:** Tasa mínima aceptable de rendimiento
i: Riesgo país 15,70% (Banco Central del Ecuador a diciembre 2015)
f: Inflación 3,23% (Banco Central del Ecuador)

Tomando en cuenta estos factores, se procede a calcular el Tmar 1 y 2:

Cálculo Tmar1 sin financiamiento

Despejando la fórmula del Tmar:

$Tmar1 = 0{,}157 + 0.0323$
$Tmar1 = 0.1893$
$Tmar1 = 18{,}93\%$

Cálculo Tmar2 sin financiamiento

$Tmar2 = i + f(2)$
$Tmar2 = 0{,}157 + 0.0323\ (2)$
$Tmar2 = 0.2216$
$Tmar2 = 22{,}16\%$

La tasa de rendimiento del proyecto de la empresa Caseritas Gourmet es de 18,93% y 22,16%, siendo tasas atractivas para los accionistas en vista de que la tasa activa referencial del Banco Central a diciembre del 2015 es de 11,83%.

Cálculo Tmar 1 global mixto

Tabla 81: Cálculo del tmar 1 global

PROYECTO CON FINANCIAMIENTO	MONTO	% DE APORTACIÓN DE LAS FUENTES	TMAR ANUAL	PONDERACIÓN
Fondos Propios	$13.537,80	0,4744	0,1893	0,0898
Inversión Financiera	$15.000,00	0,5256	0,1123	0,0590
TOTAL	$28.537,80	1	0,3016	0,1488

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

La tasa mínima aceptable de rendimiento global para el proyecto con financiamiento de la empresa Caserita Gourmet es de 14,88% para los inversionistas. Es decir que debe ganar al menos $ 2.014,42 para poder afrontar los intereses de los propietarios de la empresa con 18,93% y el 11,23% por intereses de créditos en instituciones financieras.

Cálculo Tmar2 global mixto

Tabla 82: Cálculo Tmar 2 global mixto

PROYECTO CON FINANCIAMIENTO	MONTO	% DE APORTACIÓN DE LAS FUENTES	TMAR ANUAL	PONDERACIÓN
Fondos Propios	$13.537,80	0,4744	0,2216	0,1051
Inversión Financiera	$15.000,00	0,5256	0,1123	0,0590
TOTAL	$28.537,80	1	0,3339	0,1642

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

De acuerdo al cálculo efectuado, se determinó que la tasa mínima de rendimiento que debe presentar el proyecto de la empresa Caseritas Gourmet es del 16,42%.

a.2) Valor Actual Neto

El Valor Actualizado Neto (VAN) es un método de valoración de inversiones que puede definir como la diferencia entre el valor actualizado de cobros y de pagos generados por una inversión.

Constituye la medida de evaluación que se basa en los resultados obtenidos en el flujo de caja del plan y permite calcular si el proyecto a lo largo de su vida útil arroja un valor actualizado que certifique en términos monetarios, los beneficios reales del proyecto.

VAN 1

Fórmula:

$$VAN\ 1\ = -Inversión\ Inicial + \frac{FNE_1}{(1+I)^1} + \frac{FNE_2}{(1+I)^2} + \frac{FNE_3}{(1+I)^3} + \frac{FNE_4}{(1+I)^4} + \frac{FNE_5}{(1+I)^5}$$

$$VAN\ 1 = -\ \$28.537,80\ + \frac{\$19.715,36}{(1+0.1488)^1} + \frac{\$\ 25.650,06}{(1+0.1488)^2} + \frac{\$\ 32.089,46}{(1+0.1488)^3} + \frac{\$39.444,09}{(1+0.1488)^4} + \frac{\$47.007,19}{(1+0.1488)^5}$$

$$VAN\ 1 = -\ \$28.537,80\ + \frac{\$19.715,36}{1,1488} + \frac{\$25.650,06}{1,3197} + \frac{\$32.089,46}{1,5161} + \frac{\$39.444,09}{1,7417} + \frac{\$47.007,19}{2,009}$$

$$VAN\ 1 = -\ 28.537,80\ +\ 17.161,70\ +\ \ 19.434,70\ +\ \ 21.163,93 + \ 22.644,39\ \ +\ 23.490,26$$

$$VAN\ 1 = \ \ 75.356,75$$

VAN 2

$$VAN\ 2\ = -Inversión\ Inicial + \frac{FNE_1}{(1+I)^1} + \frac{FNE_2}{(1+I)^2} + \frac{FNE_3}{(1+I)^3} + \frac{FNE_4}{(1+I)^4} + \frac{FNE_5}{(1+I)^5}$$

$$VAN\ 2 = -\ \$28.537,80\ + \frac{\$19.715,36}{(1+0.1642)^1} + \frac{\$25.650,06}{(1+0.1642)^2} + \frac{\$32.089,46}{(1+0.1642)^3} + \frac{\$39.444,09}{(1+0.1642)^4} + \frac{\$\ 47.007,19}{(1+0.1642)^5}$$

$$VAN\ 2 = -\ \$28.537,80\ + \frac{\$19.715,36}{1,1642} + \frac{\$25.650,06}{1,3552} + \frac{\$32.089,46}{1,5777} + \frac{\$39.444,09}{1,8367} + \frac{\$47.007,19}{2,1382}$$

$$VAN\ 2 = -\ 28.537,80\ +\ \ 16.935,38\ +\ \ 18.926,45\ +\ \ 20.339,18\ +\ \ 21.475,50\ +\ \ \$21.984,47$$

$$VAN\ 2 =\ \ \ 71.123,18$$

El valor actual neto obtenido es mayor a cero, lo que quiere decir que el proyecto es factible. La empresa Caseritas Gourmet tiene la capacidad de recuperar lo invertido y generar utilidad con una tasa de rendimiento del 16,42%.

a.3) Tasa Interna de Retorno

Se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto, sea exactamente igual a la inversión realizada. En la tasa interna de retorno se toma en cuenta el valor del flujo neto, a más del valor de inversión inicial. Si el TIR, es superior a la tasa de corte definida, se considera factible la realización del proyecto. La tasa de corte definida o tasa de descuento, es un indicador, denominada Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR).

Fórmula:

$$TIR = Tmar_1 + (Tmar_2 - Tmar_1)\left(\frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2}\right)$$

$$TIR = 0{,}1488 + (0{,}1642 - 0{,}1488)\left(\frac{75.356{,}75}{75.356{,}75 - 71.123{,}18}\right)$$

$$TIR = 0{,}1488 + (0.0154)(17{,}80)$$

$$TIR = 0{,}1488 + (0{,}2741)$$

$$TIR = 0{,}4229$$

$$TIR = 42\%$$

El porcentaje de rendimiento futuro para la empresa Caseritas Gourmet es del 42% siendo mayor que la tasa mínima aceptable de rendimiento lo cual demuestra la factibilidad económica del proyecto. Con todos los resultados arrojados se interpreta que los inversionistas pueden invertir en este proyecto pues la rentabilidad y las utilidades que generarán son notablemente atractivos.

a.4) Beneficio Costo

$$RB/C = \frac{Ingresos\ Brutos}{Costos\ Totales\ del\ Proyecto}$$

$$RB/C = \frac{\$220.655{,}67}{\$186.263{,}88}$$

$$RB/C = 1{,}84$$

Análisis

Como la relación costo/ beneficio es mayor que 1, podemos afirmar que la empresa seguirá siendo rentable en el próximo año, por cada dólar que invertimos en la empresa, obtenemos 0.84 dólares.

a.5) Periodo de Recuperación

Es una medida de evaluación simple, que indica el tiempo en el que la inversión el proyecto se va a recuperar a través de las utilidades que arroje el mismo. El resultado de esta relación se interpretará como el número de períodos en que se recupera la inversión.

Tabla 83: Periodo de recuperación

Periodo (Años)	Inversión	Flujo Neto	Recuperación inversión
0	$28.537,80	$-	$-
1		$19.715,36	$19.715,36
2		$25.650,06	$45.365,42
3		$32.089,46	$77.454,88
4		$39.444,09	$116.898,97
5		$47.007,19	$163.906,16

Fuente: Investigación
Elaborado por: López, C. (2016)

$$PRC = Año\ anterior\ a\ cubrir\ la\ inversión + \frac{Inversión - \varepsilon\ Primeros\ flujos}{Flujo\ de\ año\ que\ supera\ la\ inversión}$$

$$PRC = 2 + \frac{28.537,80 - 45.365,42}{32.089,46}$$

$$PRC = 2 - 0,52$$

$PRC = 1,48$ 1 año

$PRC = 0,48 * 12\ meses = 5,76$ 5 meses

$PRC = 0,76 * 30\ días = 22,8$ 22 días

Con una inversión inicial de 28.537,80 USD, se recuperará la inversión inicial en 1 año 5 meses y 22 días.

b.1) Liquidez

La liquidez mide la capacidad del negocio para cubrir sus obligaciones de corto plazo, con sus activos medidos también a corto plazo. Para su análisis debe tenerse en cuenta la calidad y el carácter del activo corriente, en términos de su facilidad de conversión en dinero y las fechas de las obligaciones en el corto plazo.

$$\text{LIQUIDEZ} = \frac{\text{AC}}{\text{PC}}$$

$$\frac{\text{EFECTIVO+INGRESOS+INVENTARIOS}}{\text{GASTOS}}$$

$5.537,80 +220.655,67 + 83.880,60 / 48.354,08

6.41

La empresa caseritas Gourmet, tiene una capacidad de 6,41 veces para cubrir sus obligaciones de corto plazos.

b.2) Rentabilidad

La rentabilidad mide la capacidad del negocio para generar utilidades. Dado que las utilidades son las que garantizan el desarrollo de la empresa, puede afirmarse que las razones de rentabilidad son una medida de éxito o fracaso con que se están manejando los recursos. Para conocer si el porcentaje de utilidad del ejercicio sobre ventas obtenido por el negocio es bueno, conviene compararlo con el de otro negocio similar. Se considera que una rentabilidad superior a 10% es razonable.

$$\text{RENTABILIDAD} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

RENTABILIDAD= ($60.330,84 /220.655,67) *100%

27,34%

BIBLIOGRAFÍA

Federación Empresaria Hotelera Gastronómica (FEHGRA). (2006). *Procedimientos para la gestión de calidad, seguridad e higiene en los alimentos.* Argentina.

50minutus.es. (2016). *El diagrama de Ishikawa: Descubra las causas raíces de sus problemas y aplique soluciones eficaces.* 50minutos.es.

Abascal, E., & Grande, I. (2005). *Analisis de Encuestas.* Madrid: ESIC.

Acuña, J. (2003). *Ingenieria de Confiabilidad.* San José de Costa Rica: Editorial tecnológica de Costa Rica.

Alva, M., & Bernet, T. (2005). *Conceptos, pautas y herramientas:Enfoque participativo en cadenas productivas y plataformas de concertacion.* Lima, Perú: International Potato Center.

Aráoz, M. (2008). *Manual de Buenas Prácticas de manipulación de alimentos para restaurantes y servicios afines.* Lima: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

Aráoz, M. (2008). *Manual de Buenas Prácticas de manipulación de alimentos para restaurantes y servicios afines.* Lima: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

Calva José Luis. (2007). *Financiamiento del crecimiento Económico.* México D.f.: Miguel Angel Porrúa Ediciones.

Cantos, M. (1999). *Introducción al comercio internacional.* Barcelona, España: Editorial UOC.

Countrymeters. (2016). Obtenido de Countrymeters: http://countrymeters.info/es/Ecuador

Dávalos, N., & Córdova, G. (2003). *Diccionario Contable y algo más.*

David W. Pearce. (1999). *Diccionario Akal de Economía Moderna.* Madrid: Ediciones Akal.

Escudero, M. E. (2012). *La planificación comercial (Marketing en la actividad comercial).* Madrid: Editex.

Estudios Venture. (9 de Junio de 2015). *Fuerzas de porter*. Obtenido de http://www.5fuerzasdeporter.com/

Faga, H. (2006). *Cómo profundizar en el análisis de sus costos para tomar mejores decisiones.* Santiago, Chile: Granica.

FAO. (2009). *Buenas prácticas de higiene en la preparación y venta de los alimentos en la vía pública en América Latina y el Caribe. Herramientas para la capacitación.*

Guzmán, D., Guzmán, A., & Romero, T. (2005). *Contabilidad financiera.* Bogotá, Colombia: Centro Editoria de la Universidad del Rosario.

HOME. (13 de Junio de 2015). *5 Fuerzas de Porter*. Obtenido de http://www.5fuerzasdeporter.com/wp-content/uploads/2015/06/infographic2.png

INEC. (12 de Diciembre de 2010). *INEC*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1801_AMBATO_TUNGURAHUA.pdf

INIAP Archivo Historico. (4 de Noviembre de 2003). *Guía agro-culinaria de Cotacachi, Ecuador y alrededores.* Calí, Colombia: FERIVA. Obtenido de http://www.elcomercio.com/tendencias/mote-rica-fuente-energia.html

Instituto ecuatoriano de normalización . (2014). *Rotulado de productos alimenticios para consumo humano.* Quito, Ecuador.

Instituto ecuatoriano de normalización (INEN). (1987). *Código de práctica para manipulación de alimentos.* Quito, Ecuador.

Instituto ecuatoriano de normalización (INEN). (2000). *Accesibilidad de las personas al medio físico. Señalización.* Quito, Ecuador.

Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual. (2013). *IEPI.* Obtenido de http://www.propiedadintelectual.gob.ec/propiedad-intelectual/

INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL. (1986). *Decreto ejecutivo 2393. Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores y mejoramiento del medio ambiente de trabajo.* Ecuador.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Dirección de Marketing.* Mexico: Pearson Educación.

López, M., & Lobato, F. (2006). *Operaciones de venta.* Madrid, España : PARANINFO.

Malhotra, N. (2004). *Investigación de mercados.* México D.F.: Pearson Educación.

Ministerio de Salud Pública. (2010). *Requisitos para establecimeintos nuevos.* Ecuador.

Miranda Miranda Juan José. (2005). *Gestión de Poryectos.* Bogotá: Guadalupe Ltda.

Organización Mundial de la Salud (OMS). (2006). *Trabajar en pro de la salud.* Suiza.

Parkin, M. (2007). *Macroeconomía.* México: Pearson Eduación.

Pearce, D. (1999). *Diccionario Akal de Economía Moderna.* Madrid: Ediciones Akal.

Pérez, R. (1986). *Nociones Básicas de Estadística.* Oviedo: Universidad de Oviedo.

Philip Kotler. (2012). *Marketing.* Mexico D.F.: Pearsons Educación.

Praveen, A. (2016). *Seis Sigma sin Estadística: Enfoque en la búsqueda de las mejoras inmediatas.* eBooks2go, Inc.

Prieto, B., Aguilar, P., & Santidrián, A. (2006). *Contabilidad de costes y de gestión.* Madrid, España: Delta Publicaciones.

Rada, R. (2006). *Norma ISO 9000 Folleto de Sistemas Integrados de la Calidad.* Ecuador.

Rincón, R. (1998). Los indicadores de gestión organizacional: una guía para su definición. *Revista Universitaria Eafit*, 17.

Rivera, J., & López, M. d. (2012). *Dirección del Marketing: Fundamentos y Aplicaciones* (3a ed.). Madrid: ESIC.

Rubira, A. (09 de Marzo de 2013). *Competitividad Turística*. Obtenido de http://competitividadturistica.com/la-demanda-potencial-y-el-mercado-meta/

Salazar, B. (2012). *Ingeniería Industrial Online*. Obtenido de Valoración del ritmo de trabajo: http://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/estudio-de-tiempos/valoraci%C3%B3n-del-ritmo-de-trabajo/

Salazar, B. (2012). *Ingeniería Industrial Online*. Obtenido de Valoración del ritmo de trabajo: http://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/estudio-de-tiempos/valoraci%C3%B3n-del-ritmo-de-trabajo/

Servicio de Rentas Internas. (Mayo de 2015). *Portal SRI.* Obtenido de http://www.sri.gob.ec/web/guest/tramites

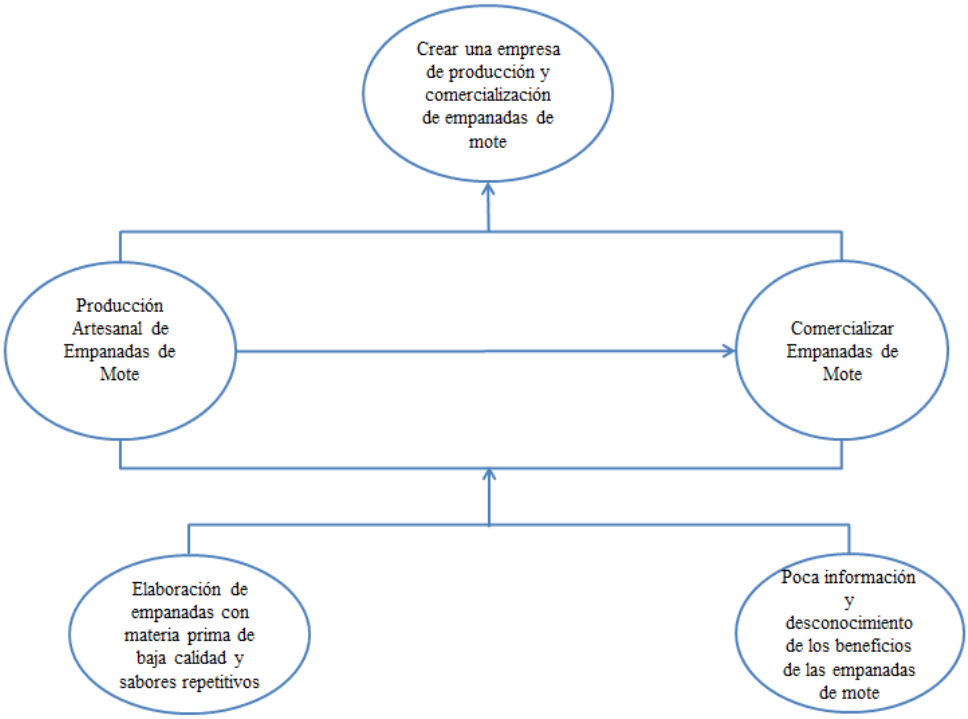
Spencer, M. (1993). *Economía contemporánea.* Barcelona, España: Reverte.

Swift, R. (2002). *CRM: Cómo mejorar las relaciones con los clientes.* México: Pearson Educación.

Valdivia, J. (2015). *Comercialización de productos y servicios en pequeños negocios o microempresas.* Antequera, España: IC editorial.

ANEXOS

Anexo 1: Árbol de problemas



Anexo 2: Cálculo de la muestra con la fórmula del sigma

Pregunta No. 2 ¿Con qué frecuencia usted compra empanadas?

Tabla 14: Frecuencia de Compra

OPCIONES	FRECUENCIA	FRECUENCIA %
Todos los días	1	2%
1 vez a la semana	5	16%
Quincenalmente	14	47%
Mensualmente	9	31%
Nunca	1	4%
TOTAL	**30**	**100%**

Fuente: Encuesta
Elaborado por: López, C. (2016)

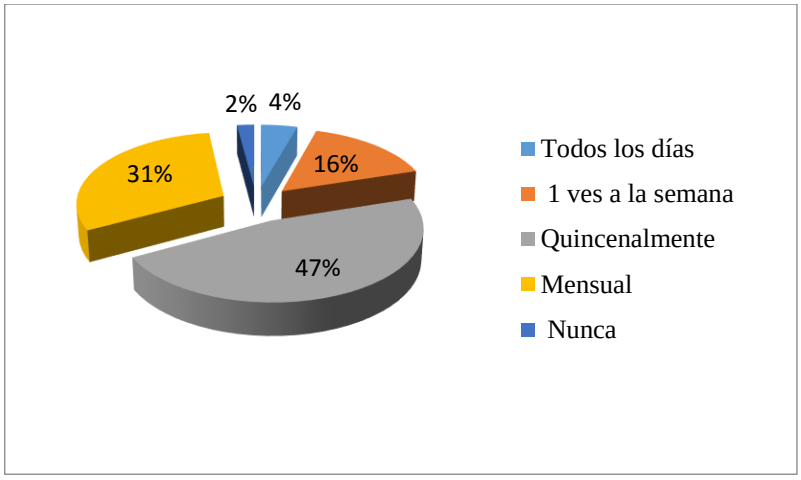


Gráfico: Frecuencia de Compra
Fuente: Encuesta
Elaborado por: López, C. (2016)

FORMULA:

$$n = \frac{G^2 Z^2}{E^2}$$

G: Sigma (consumo promedio)

Z: Nivel de Confiabilidad (1,96)

E: Rango de error (0,04)

¿Con qué frecuencia usted compra empanadas?

a) Todos los días
b) 1 ves a la semana
c) Quincenalmente
d) Mensualmente
e) Nunca

Mínimo: 1 día (mensualmente)

Máximo: 4 días (1 vez a la semana)

4+1=5

5/2=2,5

$$n = \frac{(2,5)^2(1,96)^2}{(0,4)^2}$$

$$n = \frac{6,25 * 3,8416}{0,16}$$

$$n = \frac{24,01}{0.16}$$

$$n = 150.06$$

$$n = 150$$

Anexo 3: Entrevista a profesionales

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ENTREVISTA A PROFESIONALES

Objetivo:

Conocer la opinión de profesionales sobre las principales características de las empanadas de mote.

Nombre del entrevistado:
Especialidad:
Experiencia:

Preguntas:

1. ¿El mote posee propiedades y valor nutricional? ¿Cuáles?

   _____
   _____
   ____

2. ¿El mote contribuye a mejorar la salud de quienes lo consumen? ¿por qué?

   _____
   __
   _____
   __

3. ¿Cuáles son los efectos a largo plazo por consumo de productos procesados?

   _____
   __
   _____
   __

4. ¿Qué opinión tiene sobre las empanadas precocidas?

_____

_____

_____

_____

5. ¿En la elaboración de empanadas de mote que productos pueden mejorar su contenido nutricional?

_____

_____

_____

_____

6. ¿Qué tipo de empaque es el más apropiado para conservar los productos en refrigeración?

_____

_____

_____

_____

7. ¿Cuáles son los parámetros para transportar los productos que deben mantenerse en refrigeración?

_____

_____

_____

_____

Anexo 4: Encuesta

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ENCUESTA

OBJETIVO: Determinar el nivel de aceptación de la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de empanadas de mote, para el público en general de la provincia de Tungurahua ciudad de Ambato.

Pregunta 1. ¿Ha comprado usted empanadas?	
a) Sí	( )
b) No	( )
Pregunta 2. ¿Con qué frecuencia usted compra empanadas?	
a) Todos los días	( )
b) 1 ves a la semana	( )
c) Quincenalmente	( )
d) Mensualmente	( )
e) Nunca	( )
Pregunta 3. ¿Qué tipo de empanada compra?	
a) Empanadas de verde	( )
b) Empanadas de viento	( )
c) Empanadas de maíz	( )
d) Otras	( )
Pregunta 4. ¿Ha escuchado alguna vez sobre las empanadas de mote?	
a) Sí	( )
b) No	( )
Pregunta 5. ¿Estaría dispuesto a comprar este nuevo producto?	

a) Sí b) No	( ) ( )
Pregunta 6. ¿Qué características considera que debería poseer las empanadas?	
a) Que sea de calidad b) Que sea fácil de preparar c) Que sea nutritivo d) Todas las anteriores	( ) ( ) ( ) ( )
Pregunta 7. ¿En qué presentación le gustaría adquirirla?	
a) Funda b) Funda Zipper c) Bandeja Sellada	( ) ( ) ( )
Pregunta 8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el paquete del producto?	

Unidades por paquete	Precio		
	1,50 a 2,00	2,01 a 2,50	2,51 a 3,00
4 a 6			
6 a 10			
8 a 10			

Pregunta 9. ¿Qué combinación le gustaría?	
a) Carne de Res b) Pollo c) Carne de Cerdo	( ) ( ) ( )
¿Conoce usted los beneficios nutricionales de las empanadas de mote?	
a) Sí b) No	( ) ( )

Anexo 5: Maquinaria y equipo

Balanza Gramera: Mide las cantidades exactas de ingredientes del producto

Estantería: Pieza o mueble que sirve para colocar las bandejas cuando el producto está en proceso.

Cocina Industrial: Podemos definir a las cocinas industriales como equipos que están destinados fundamentalmente a la preparación de gran cantidad de alimentos.

Cilindro de gas industrial de 45Kg

Olla de Presión: Las ollas industriales son recipientes que generalmente están fabricados gracias al empleo de algún tipo de metal como acero inoxidable, y su función principal es ayudar en la cocción de alimentos.

Molino: Para moler el grano

Laminadora: En el momento que el mote se encuentra en masa se prosigue en hacer bolitas y colocarlas en la laminadora para que nos ayude a tener una masa mucho más delgada

Bandejas: Se utiliza las bandejas de 3p de color blanco y es en donde se coloca las empanadas de verde ya terminadas.

Emplasticadora: Ya terminado el procedimiento de hacer las empanadas y que se encuentren frías se empieza a envolverlas las bandejas con el darnel.

Refrigerador Industrial: Una vez listo y sellado el producto se lleva a estas refrigeradoras para su conservación.

Anexo 6: Norma Técnica Sustitutiva de Buenas Prácticas de Manufactura para Alimentos Procesados

Título I

Capítulo I

Ámbito de Aplicación

Artículo 1. Ámbito de aplicación. - Las disposiciones contenidas en el presente reglamento son aplicables a:

a. Los establecimientos donde se procesen, envasen, almacenen y distribuyen alimentos;
b. Los equipos, utensilios y personal sometidos a la presente normativa técnica de Buenas Prácticas de Manufactura;
c. Todas las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envasado, etiquetado, empacado, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos procesados de consumo humano, en el territorio nacional;
d. Los productos utilizados como materias primas e insumos en la fabricación, procesamiento, preparación, envasado y empacado de alimentos de consumo humano.

Título II

Capítulo I

Definiciones

Artículo 2. Definiciones. - Para efectos de la presente norma técnica se tomarán en cuenta las definiciones contempladas en la Ley Orgánica de la Salud y en el Decreto Ejecutivo No. 4114 publicado en el Registro Oficial Nro. 984 de fecha 22 de julio de 1988 que expide el Reglamento de Alimentos Procesados, así como las siguientes definiciones que se establecen en esta norma técnica:

Actividad Acuosa (Aw): Es la cantidad de agua disponible en el alimento que favorece el crecimiento y proliferación de microorganismos. Se determina por el cociente de la presión de vapor de la sustancia dividida por la presión de vapor de agua pura a la misma temperatura, o por otro ensayo equivalente.

Alérgenos: Son sustancias que por sus características físicas o químicas tienen la capacidad de alterar o activar el sistema inmunológico de los consumidores desatando reacciones alérgicas.

Ambiente: Cualquier área interna o externa delimitada físicamente que forma parte del establecimiento destinado a la fabricación, al procesamiento, a la preparación, al envase, almacenamiento y expendio de alimentos.

Área Crítica: Son las áreas donde se realizan operaciones de producción, envasado o empaque en las que el alimento está expuesto y susceptible de contaminación a niveles inaceptables.

Buenas Prácticas de Manufactura (B.P.M.): Conjunto de medidas preventivas y prácticas generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado y almacenamiento de alimentos para consumo humano, con el objeto de garantizar que los alimentos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y se disminuyan así los riesgos potenciales o peligros para su inocuidad.

Contaminante: Cualquier agente químico o biológico, materia extraña u otras sustancias agregadas intencionalmente o no al alimento, las cuales pueden comprometer la seguridad e inocuidad del alimento.

Contaminación cruzada: Es la introducción involuntaria de un agente físico, biológico, químico por corrientes de aire, traslados de materiales, alimentos, circulación de personal, que pueda comprometer la higiene o inocuidad del alimento.

Desinfección - Descontaminación: Es el tratamiento físico o químico aplicado a las superficies limpias en contacto con el alimento con el fin de eliminar los microorganismos indeseables a niveles aceptables, sin que dicho tratamiento afecte adversamente la calidad e inocuidad del alimento.

Desinfestación: Eliminación de parásitos, insectos o roedores, u otros seres vivos que pueden propagar enfermedades y son nocivos para la salud

Diseño Sanitario: Es el conjunto de características que deben reunir las edificaciones, equipos, utensilios e instalaciones de los establecimientos dedicados a la fabricación de alimentos.

Hallazgo Crítico: Corresponde a un incumplimiento total o parcial de la presente norma técnica o de los controles establecidos en cualquiera de las etapas de producción que represente un peligro inminente o real al alimento con impacto directo en la inocuidad y que puede llegar al producto terminado con base a evidencia objetiva.

Hallazgo Mayor: Incumplimiento total o parcial de la presente norma técnica o de los controles establecidos, con base a evidencia objetiva que genere dudas sobre la inocuidad o seguridad alimentaria del producto.

Hallazgo Menor: Desviación de alguno de los requisitos de las buenas prácticas de manufactura o requisitos establecidos en el sistema de calidad que no afecta de manera inminente la inocuidad del alimento.

Higiene de los Alimentos: Todas las condiciones y medidas necesarias para asegurar la inocuidad y la aptitud de los alimentos en todas las fases de la cadena alimentaria.

Infestación: Es la presencia y multiplicación de plagas que pueden contaminar o deteriorar las materias primas, insumos y los alimentos.

Inocuidad: Condición de un alimento que no hace daño a la salud del consumidor cuando es ingerido de acuerdo a las instrucciones del fabricante.

Insumo: Comprende los ingredientes, envases y empaques de alimentos.

Limpieza: Es el proceso o la operación de eliminación de residuos de alimentos u otras materias extrañas o indeseables.

Observaciones: Es un hallazgo que no afecta la integridad de BPM y que puede llegar a convertirse en una no conformidad si no se toman las acciones necesarias.

Operación de Producción: Etapa de fabricación en la cual se realiza un proceso de transformación, preparación y preservación del alimento.

Organismo de Inspección Acreditado: Ente jurídico acreditado por el Servicio Ecuatoriano de Acreditación de acuerdo a su competencia técnica para la evaluación de la aplicación de las Buenas Prácticas de Manufactura.

Peligro: Es una condición de riesgo de que un agente biológico, químico o físico presente en el alimento, o bien la condición en que este se halla, pueda causar un efecto adverso para la salud.

Punto Crítico de Control (PCC): Fase en la que debe aplicarse un control y que es esencial para prevenir o eliminar un peligro relacionado con la inocuidad de los alimentos o para reducirlo a un nivel aceptable.

SAE: Servicio Ecuatoriano de Acreditación Validación: Procedimiento por el cual se demuestra que una actividad cumple el objetivo para el que fue diseñada con una evidencia técnica y científica.

Título III

Capítulo I

De las Instalaciones y Requisitos de Buenas Prácticas de Manufactura

Artículo 3. De las condiciones mínimas básicas. - Los establecimientos donde se producen y manipulan alimentos serán diseñados y construidos de acuerdo a las operaciones y riesgos asociados a la actividad y al alimento, de manera que puedan cumplir con los siguientes requisitos:

a. Que el riesgo de adulteración sea mínimo;
b. Que el diseño y distribución de las áreas permita un mantenimiento, limpieza y desinfección apropiada; y, que minimice los riesgos de contaminación;
c. Que las superficies y materiales, particularmente aquellos que están en contacto con los alimentos, no sean tóxicos y estén diseñados para el uso pretendido, fáciles de mantener, limpiar y desinfectar; y,
d. Que facilite un control efectivo de plagas y dificulte el acceso y refugio de las mismas.

Artículo 4. De la localización. - Los establecimientos donde se procesen, envasen o distribuyan alimentos serán responsables de que su funcionamiento esté protegido de focos de insalubridad que representen riesgos de contaminación.

Artículo 5. Diseño y construcción. - La edificación debe diseñarse y construirse de manera que:

a. Ofrezca protección contra polvo, materias extrañas, insectos, roedores, aves y otros elementos del ambiente exterior y que mantenga las condiciones sanitarias apropiadas según el proceso;
b. La construcción sea sólida y disponga de espacio suficiente para la instalación, operación y mantenimiento de los equipos, así como para el movimiento del personal y el traslado de materiales o alimentos;
c. Brinde facilidades para la higiene del personal; y
d. Las áreas internas de producción se deben dividir en zonas según el nivel de higiene que requieran y dependiendo de los riesgos de contaminación de los alimentos.

Artículo 6. Condiciones específicas de las áreas, estructuras internas y accesorios. - Estas deben cumplir los siguientes requisitos de distribución, diseño y construcción:

I. Distribución de Áreas:

a. Las diferentes áreas o ambientes deben ser distribuidos y señalizados siguiendo de preferencia el principio de flujo hacia adelante, esto es, desde la recepción de las materias primas hasta el despacho del alimento terminado, de tal manera que se evite confusiones y contaminaciones;
b. Los ambientes de las áreas críticas, deben permitir un apropiado mantenimiento, limpieza, desinfección, desinfestación, minimizar las contaminaciones cruzadas por corrientes de aire, traslado de materiales, alimentos o circulación de personal; y,
c. En caso de utilizarse elementos inflamables, estos estarán ubicados de preferencia en un área alejada de la planta, la cual será de construcción adecuada y ventilada. Debe mantenerse limpia, en buen estado y de uso exclusivo para estos alimentos.

II. Pisos, Paredes, Techos y Drenajes:

a. Los pisos, paredes y techos tienen que estar construidos de tal manera que puedan limpiarse adecuadamente, mantenerse limpios y en buenas condiciones. Los pisos deberán tener una pendiente suficiente para permitir el desalojo adecuado y completo de los efluentes cuando sea necesario de acuerdo al proceso;
b. Las cámaras de refrigeración o congelación, deben permitir una fácil limpieza, drenaje, remoción de condensado al exterior y mantener condiciones higiénicas adecuadas;
c. Los drenajes del piso deben tener la protección adecuada y estar diseñados de forma tal que se permita su limpieza. Donde sea requerido, deben tener instalados el sello hidráulico, trampas de grasa y sólidos, con fácil acceso para la limpieza;
d. En las uniones entre las paredes y los pisos de las áreas críticas, se debe prevenir la acumulación de polvo o residuos, pueden ser cóncavas para facilitar su limpieza y se debe mantener un programa de mantenimiento y limpieza;
e. En las áreas donde las paredes no terminan unidas totalmente al techo, se debe prevenir la acumulación de polvo o residuos, pueden mantener en ángulo para evitar el depósito de polvo, y se debe establecer un programa de mantenimiento y limpieza;
f. Los techos, falsos techos y demás instalaciones suspendidas deben estar diseñadas y construidas de manera que se evite la acumulación de suciedad o residuos, la condensación, goteras, la formación de mohos, el desprendimiento superficial y además se debe mantener un programa de limpieza y mantenimiento.

III. Ventanas, Puertas y Otras Aberturas:

a. En áreas donde exista una alta generación de polvo, las ventanas y otras aberturas en las paredes, deben estar construidas de modo que se reduzcan al mínimo la acumulación de polvo o cualquier suciedad y que además facilite su limpieza y desinfección. Las repisas internas de las ventanas no deberán ser utilizadas como estantes;
b. En las áreas donde el alimento esté expuesto, las ventanas deben ser preferiblemente de material no astillable; si tienen vidrio, debe adosarse una película protectora que evite la proyección de partículas en caso de rotura;

c. En áreas de mucha generación de polvo, las estructuras de las ventanas no deben tener cuerpos huecos y, en caso de tenerlos, permanecerán sellados y serán de fácil remoción, limpieza e inspección. De preferencia los marcos no deben ser de madera;
d. En caso de comunicación al exterior, deben tener sistemas de protección a prueba de insectos, roedores, aves y otros animales.
e. Las áreas de producción de mayor riesgo y las críticas, en las cuales los alimentos se encuentren expuestos no deben tener puertas de acceso directo desde el exterior; cuando el acceso sea necesario, en lo posible se deberá colocar un sistema de cierre automático, y además se utilizarán sistemas o barreras de protección a prueba de insectos, roedores, aves, otros animales o agentes externos contaminantes.

IV. Escaleras, Elevadores y Estructuras Complementarias (rampas, plataformas):

a. Las escaleras, elevadores y estructuras complementarias se deben ubicar y construir de manera que no causen contaminación al alimento o dificulten el flujo regular del proceso y la limpieza de la planta;
b. Deben estar en buen estado y permitir su fácil limpieza;
c. En caso de que estructuras complementarias pasen sobre las líneas de producción, es necesario que las líneas de producción tengan elementos de protección y que las estructuras tengan barreras a cada lado para evitar la caída de objetos y materiales extraños.

V. Instalaciones Eléctricas y Redes de Agua:

a. La red de instalaciones eléctricas, de preferencia debe ser abierta y los terminales adosados en paredes o techos. En las áreas críticas, debe existir un procedimiento escrito de inspección y limpieza;
b. Se evitará la presencia de cables colgantes sobre las áreas donde represente un riesgo para la manipulación de alimentos;
c. Las líneas de flujo (tuberías de agua potable, agua no potable, vapor, combustible, aire comprimido, aguas de desecho, otros) se identificarán con un color distinto para cada una de ellas, de acuerdo a las normas INEN correspondientes y se colocarán rótulos con los símbolos respectivos en sitios visibles.

VI. Iluminación:

a. Las áreas tendrán una adecuada iluminación, con luz natural siempre que fuera posible y cuando se necesite luz artificial, ésta será lo más semejante a la luz natural para que garantice que el trabajo se lleve a cabo eficientemente;
b. Las fuentes de luz artificial que estén suspendidas por encima de las líneas de elaboración, envasado y almacenamiento de los alimentos y materias primas, deben ser de tipo de seguridad y deben estar protegidas para evitar la contaminación de los alimentos en caso de rotura.

VII. Calidad del Aire y Ventilación:

a. Se debe disponer de medios adecuados de ventilación natural o mecánica, directa o indirecta y adecuada para prevenir la condensación del vapor, entrada de polvo y facilitar la remoción del calor donde sea viable y requerido;
b. Los sistemas de ventilación deben ser diseñados y ubicados de tal forma que eviten el paso de aire desde un área contaminada a un área limpia; donde sea necesario, deben permitir el acceso para aplicar un programa de limpieza periódica;
c. Los sistemas de ventilación deben evitar la contaminación del alimento con aerosoles, grasas, partículas u otros contaminantes, inclusive los provenientes de los mecanismos del sistema de ventilación, y deben evitar la incorporación de olores que puedan afectar la calidad del alimento; donde sea requerido, deben permitir el control de la temperatura ambiente y humedad relativa;
d. Las aberturas para circulación del aire deben estar protegidas con mallas, fácilmente removibles para su limpieza;
e. Cuando la ventilación es inducida por ventiladores o equipos acondicionadores de aire, el aire debe ser filtrado y verificado periódicamente para demostrar sus condiciones de higiene;
f. El sistema de filtros debe estar bajo un programa de mantenimiento, limpieza o cambios.

VIII. Control de Temperatura y Humedad Ambiental:

Deben existir mecanismos para controlar la temperatura y humedad del ambiente, cuando ésta sea necesaria para asegurar la inocuidad del alimento.

IX. Instalaciones Sanitarias:

Deben existir instalaciones o facilidades higiénicas que aseguren la higiene del personal para evitar la contaminación de los alimentos, estarán ubicados de tal manera que mantenga independencia de las otras áreas de la planta a excepción de baños con doble puertas y sistemas con aire de corriente positiva. Éstas deben incluir:

a. Instalaciones sanitarias tales como servicios higiénicos, duchas y vestuarios, en cantidad suficiente e independiente para mujeres y hombres.
b. Ni las áreas de servicios higiénicos, ni las duchas y vestidores, pueden tener acceso directo a las áreas de producción;
c. Los servicios higiénicos deben estar dotados de todas las facilidades necesarias, como dispensador de jabón, implementos desechables o equipos automáticos para el secado de las manos y recipientes preferiblemente cerrados para el depósito de material usado;
d. En las zonas de acceso a las áreas críticas de elaboración deben instalarse unidades dosificadoras de soluciones desinfectantes cuyo principio activo no afecte a la salud del personal y no constituya un riesgo para la manipulación del alimento;

e. Las instalaciones sanitarias deben mantenerse permanentemente limpias, ventiladas y con una provisión suficiente de materiales;
f. En las proximidades de los lavamanos deben colocarse avisos o advertencias al personal sobre la obligatoriedad de lavarse las manos después de usar los servicios sanitarios y antes de reiniciar las labores de producción.

Artículo 7. Servicios de plantas - facilidades. -

I. Suministro de Agua:

a. Se dispondrá de un abastecimiento y sistema de distribución adecuado de agua potable, así como de instalaciones apropiadas para su almacenamiento, distribución y control;
b. El suministro de agua dispondrá de mecanismos para garantizar las condiciones requeridas en el proceso tales como temperatura y presión para realizar la limpieza y desinfección;
c. Se permitirá el uso de agua no potable para aplicaciones como control de incendios, generación de vapor, refrigeración y otros propósitos similares; y, en el proceso, siempre que no sea ingrediente ni contamine el alimento;
d. Los sistemas de agua no potable deben estar identificados y no deben estar conectados con los sistemas de agua potable;
e. Las cisternas deben ser lavadas y desinfectadas en una frecuencia establecida;
f. Si se usa agua de tanquero se debe garantizar su característica potable.

II. Suministro de Vapor:

En caso de contacto directo de vapor con el alimento, se debe disponer de sistemas de filtros, antes que el vapor entre en contacto con el alimento y se deben utilizar productos químicos de grado alimenticio para su generación. No deberá constituir una amenaza para la inocuidad y aptitud de los alimentos.

III. Disposición de Desechos Líquidos:

a. Las plantas procesadoras de alimentos deben tener, individual o colectivamente, instalaciones o sistemas adecuados para la disposición final de aguas negras y efluentes industriales;
b. Los drenajes y sistemas de disposición deben ser diseñados y construidos para evitar la contaminación del alimento, del agua o las fuentes de agua potable almacenadas en la planta;

IV. Disposición de Desechos Sólidos:

a. Se debe contar con un sistema adecuado de recolección, almacenamiento, protección y eliminación de basuras. Esto incluye el uso de recipientes con tapa y con la debida identificación para los desechos de sustancias tóxicas;

b. Donde sea necesario, se deben tener sistemas de seguridad para evitar contaminaciones accidentales o intencionales;
c. Los residuos se removerán frecuentemente de las áreas de producción y deben disponerse de manera que se elimine la generación de malos olores para que no sean fuente de contaminación o refugio de plagas;
d. Las áreas de desperdicios deben estar ubicadas fuera de las de producción y en sitios alejados de la misma.

Capítulo II

De los Equipos y Utensilios

Artículo 8. De los equipos. - La selección, fabricación e instalación de los equipos deben ser acorde a las operaciones a realizar y al tipo de alimento a producir. El equipo comprende las máquinas utilizadas para la fabricación, llenado o envasado, acondicionamiento, almacenamiento, control, emisión y transporte de materias primas y alimentos terminados.

Las especificaciones técnicas dependerán de las necesidades de producción y cumplirán los siguientes requisitos:

1. Construidos con materiales tales que sus superficies de contacto no transmitan substancias tóxicas, olores ni sabores, ni reaccionen con los ingredientes o materiales que intervengan en el proceso de fabricación;
2. En aquellos casos en los cuales el proceso de elaboración del alimento requiera la utilización de equipos o utensilios que generen algún grado de contaminación se deberá validar que el producto final se encuentre en los niveles aceptables;
3. Debe evitarse el uso de madera y otros materiales que no puedan limpiarse y desinfectarse adecuadamente, cuando no pueda ser eliminado el uso de la madera debe ser monitoreado para asegurarse que se encuentra en buenas condiciones, no será una fuente de contaminación indeseable y no representará un riesgo físico;
4. Sus características técnicas deben ofrecer facilidades para la limpieza, desinfección e inspección y deben contar con dispositivos para impedir la contaminación del producto por lubricantes, refrigerantes, sellantes u otras substancias que se requieran para su funcionamiento;
5. Cuando se requiera la lubricación de algún equipo o instrumento que por razones tecnológicas esté ubicado sobre las líneas de producción, se debe utilizar substancias permitidas (lubricantes de grado alimenticio) y establecer barreras y procedimientos para evitar la contaminación cruzada, inclusive por el mal uso de los equipos de lubricación;
6. Todas las superficies en contacto directo con el alimento no deben ser recubiertas con pinturas u otro tipo de material desprendible que represente un riesgo físico para la inocuidad del alimento;
7. Las superficies exteriores y el diseño general de los equipos deben ser construidos de tal manera que faciliten su limpieza;

8. Las tuberías empleadas para la conducción de materias primas y alimentos deben ser de materiales resistentes, inertes, no porosos, impermeables y fácilmente desmontables para su limpieza y lisos en la superficie que se encuentra en contacto con el alimento. Las tuberías fijas se limpiarán y desinfectarán por recirculación de sustancias previstas para este fin, de acuerdo a un procedimiento validado;
9. Los equipos se instalarán en forma tal que permitan el flujo continuo y racional del material y del personal, minimizando la posibilidad de confusión y contaminación;
10. Todo el equipo y utensilios que puedan entrar en contacto con los alimentos deben estar en buen estado y resistir las repetidas operaciones de limpieza y desinfección. En cualquier caso, el estado de los equipos y utensilios no representará una fuente de contaminación del alimento.

Artículo 9. Del monitoreo de los equipos. - Se debe cumplir las siguientes condiciones de instalación y funcionamiento:

1. La instalación de los equipos debe realizarse de acuerdo a las recomendaciones del fabricante;
2. Toda maquinaria o equipo debe estar provista de la instrumentación adecuada y demás implementos necesarios para su operación, control y mantenimiento. Se contará con un sistema de calibración que permita asegurar que, tanto los equipos y maquinarias como los instrumentos de control proporcionen lecturas confiables. Con especial atención en aquellos instrumentos que estén relacionados con el control de un peligro;

Título IV

Requisitos Higiénicos de Fabricación

Capítulo I

Obligaciones del Personal

Artículo 10. De las obligaciones del personal. - Durante la fabricación de alimentos, el personal manipulador que entra en contacto directo o indirecto con los alimentos debe:

a. Mantener la higiene y el cuidado personal;
b. Comportarse y operar de la manera descrita en el Art.14 de la presente norma técnica;
c. Estar capacitado para realizar la labor asignada, conociendo previamente los procedimientos, protocolos, e instructivos relacionados con sus funciones y comprender las consecuencias del incumplimiento de los mismos.

Artículo 11. De la educación y capacitación del personal. - Toda planta procesadora de alimentos debe implementar un plan de capacitación continuo y permanente para todo el personal sobre la base de Buenas Prácticas de Manufactura, a fin de asegurar su adaptación a las tareas asignadas.

Esta capacitación está bajo la responsabilidad de la empresa y podrá ser efectuada por ésta o por otras personas naturales o jurídicas, siempre que se demuestre su competencia para ello.

Deben existir programas de entrenamiento específicos según sus funciones, que incluyan normas o reglamentos relacionados al producto y al proceso con el cual está relacionado, además, procedimientos, protocolos, precauciones y acciones correctivas a tomar cuando se presenten desviaciones.

Artículo 12. Del estado de salud del personal. - Se deberán observar al menos las siguientes disposiciones:

1. El personal que manipula u opera alimentos debe someterse a un reconocimiento médico antes de desempeñar esta función, y de manera periódica; y la planta debe mantener fichas médicas actualizadas. Así mismo, debe realizarse un reconocimiento médico cada vez que se considere necesario por razones clínicas y epidemiológicas, especialmente después de una ausencia originada por una infección que pudiera dejar secuelas capaces de provocar contaminaciones de los alimentos que se manipulan. La falta de control y cumplimiento, o inobservancia de esta disposición, deriva en responsabilidad directa del empleador o representante legal ante la autoridad nacional en materia laboral.
2. La dirección de la empresa debe tomar las medidas necesarias para que no se permita manipular los alimentos, directa o indirectamente, al personal del que se conozca formalmente padece de una enfermedad infecciosa susceptible de ser transmitida por alimentos, o que presente heridas infectadas, o irritaciones cutáneas.

Artículo 13. Higiene y medidas de protección. - A fin de garantizar la inocuidad de los alimentos y evitar contaminaciones cruzadas, el personal que trabaja en una Planta Procesadora de Alimentos debe cumplir con normas de limpieza e higiene.

1. El personal de la Planta debe contar con uniformes adecuados a las operaciones a realizar:

a. Delantales o vestimenta, que permitan visualizar fácilmente su limpieza;
b. Cuando sea necesario, otros accesorios como guantes, botas, gorros, mascarillas, limpios y en buen estado;
c. El calzado debe ser cerrado y cuando se requiera, deberá ser antideslizante e impermeable.

2. Las prendas mencionadas en los literales a) y b) del numeral anterior, deben ser lavables o desechables. La operación de lavado debe hacérsela en un lugar apropiado;

3. Todo el personal manipulador de alimentos debe lavarse las manos con agua y jabón antes de comenzar el trabajo, cada vez que salga y regrese al área asignada, cada vez que use los servicios sanitarios y después de manipular cualquier material u objeto que pudiese representar

un riesgo de contaminación para el alimento. El uso de guantes no exime al personal de la obligación de lavarse las manos;

4. Es obligatorio realizar la desinfección de las manos cuando el riesgo asociado con la etapa del proceso así lo justifique y cuando se ingrese a áreas críticas.

Artículo 14. Comportamiento del personal. - Se deberá observar al menos estas disposiciones:

1. El personal que labora en una planta de alimentos debe acatar las normas establecidas que señalan la prohibición de fumar, utilizar celular o consumir alimentos o bebidas en las áreas de trabajo;
2. Mantener el cabello cubierto totalmente mediante malla u otro medio efectivo para ello; debe tener uñas cortas y sin esmalte; no deberá portar joyas o bisutería; debe laborar sin maquillaje. En caso de llevar barba, bigote o patillas anchas, debe usar barbijo o cualquier protector adecuado; estas disposiciones se deben enfatizar al personal que realiza tareas de manipulación y envase de alimentos;

Artículo 15. Prohibición de acceso a determinadas áreas. - Debe existir un mecanismo que evite el acceso de personas extrañas a las áreas de procesamiento, sin la debida protección y precauciones.

Artículo 16. Señalética. - Debe existir un sistema de señalización y normas de seguridad, ubicados en sitios visibles para conocimiento del personal de la planta y personal ajeno a ella.

Artículo 17. Obligación del personal administrativo y visitantes. - Los visitantes y el personal administrativo que transiten por el área de fabricación, elaboración manipulación de alimentos, deben proveerse de ropa protectora y acatar las disposiciones señaladas por la planta para evitar la contaminación de los alimentos.

Capítulo II

De las Materias Primas e Insumos

Artículo 18. Condiciones mínimas. - No se aceptarán materias primas e ingredientes que contengan parásitos, microorganismos patógenos, sustancias tóxicas (tales como, químicos, metales pesados, drogas veterinarias, pesticidas), o materia extraña a menos que dicha contaminación pueda reducirse a niveles aceptables mediante las operaciones productivas validadas.

Artículo 19. Inspección y control. - Las materias primas e insumos deben someterse a inspección y control antes de ser utilizados en la línea de fabricación. Deben estar disponibles

hojas de especificaciones que indiquen los niveles aceptables de inocuidad, higiene y calidad para uso en los procesos de fabricación.

Artículo 20. Condiciones de recepción. - La recepción de materias primas e insumos debe realizarse en condiciones de manera que eviten su contaminación, alteración de su composición y daños físicos. Las zonas de recepción y almacenamiento estarán separadas de las que se destinan a elaboración o envasado del producto final.

Artículo 21. Almacenamiento. - Las materias primas e insumos deberán almacenarse en condiciones que impidan el deterioro, eviten la contaminación y reduzcan al mínimo su daño o alteración; además deben someterse, si es necesario, a un proceso adecuado de rotación periódica.

Artículo 22. Recipientes seguros. - Los recipientes, contenedores, envases o empaques de las materias primas e insumos deben ser de materiales que no desprendan sustancias que causen alteraciones en el producto o contaminación.

Artículo 23. Instructivo de manipulación. - En los procesos que requieran ingresar ingredientes en áreas susceptibles de contaminación con riesgo de afectar la inocuidad del alimento, debe existir un instructivo para su ingreso dirigido a prevenir la contaminación.

Artículo 24. Condiciones de conservación. - Las materias primas e insumos conservados por congelación que requieran ser descongeladas previo al uso, se deberían descongelar bajo condiciones controladas adecuadas (tiempo, temperatura, otros) para evitar desarrollo de microorganismos.

Cuando exista riesgo microbiológico, las materias primas e insumos descongelados no podrán ser re congeladas.

Artículo 25. Límites permisibles. - Los insumos utilizados como aditivos alimentarios en el producto final, no rebasarán los límites establecidos de acuerdo a la normativa nacional, el Codex Alimentario o la normativa internacional equivalente.

Artículo 26. Del Agua. -

1. Como materia prima:

a. Sólo se podrá utilizar agua potabilizada de acuerdo a normas nacionales o internacionales;
b. El hielo debe fabricarse con agua potabilizada o tratada de acuerdo a normas nacionales o internacionales.

2. Para los equipos:

a. El agua utilizada para la limpieza y lavado de materia prima, o equipos y objetos que entran en contacto directo con el alimento debe ser potabilizada o tratada de acuerdo a normas nacionales o internacionales;
b. El agua que ha sido recuperada de la elaboración de alimentos por procesos como evaporación o desecación y otros pueden ser reutilizada, siempre y cuando no se contamine en el proceso de recuperación y se demuestre su aptitud de uso.

Capítulo III

Operaciones de Producción

Los criterios técnicos del presente capitulo se aplicarán teniendo en cuenta la naturaleza de preparación del alimento.

Artículo 27. Técnicas y procedimientos. - La organización de la producción debe ser concebida de tal manera que el alimento fabricado cumpla con las normas nacionales o normas internacionales oficiales, y cuando no existan, cumplan las especificaciones establecidas y validadas por el fabricante; que el conjunto de técnicas y procedimientos previstos, se apliquen correctamente y que se evite toda omisión, contaminación, error o confusión en el transcurso de las diversas operaciones.

Artículo 28. Operaciones de control.- La elaboración de un alimento debe efectuarse según procedimientos validados, en locales apropiados de acuerdo a la naturaleza del proceso, con áreas y equipos limpios y adecuados, con personal competente, con materias primas y materiales conforme a las especificaciones según criterios definidos, registrando todas las operaciones de control definidas, incluidas la identificación de los puntos críticos de control, así como su monitoreo y las acciones correctivas cuando hayan sido necesarias.

Artículo 29. Condiciones Ambientales. -

1. La limpieza y el orden deben ser factores prioritarios en estas áreas;
2. Las substancias utilizadas para la limpieza y desinfección, deben ser aquellas aprobadas para su uso en áreas, equipos y utensilios donde se procesen alimentos destinados al consumo humano;
3. Los procedimientos de limpieza y desinfección deben ser validados periódicamente;
4. Las cubiertas de las mesas de trabajo deben ser lisas, de material impermeable, que permita su fácil limpieza y desinfección y que no genere ningún tipo de contaminación en el producto.

Artículo 30. Verificación de condiciones. - Antes de emprender la fabricación de un lote debe verificarse que:

1. Se haya realizado convenientemente la limpieza del área según procedimientos establecidos y que la operación haya sido confirmada y mantener el registro de las inspecciones;
2. Todos los protocolos y documentos relacionados con la fabricación estén disponibles;
3. Se cumplan las condiciones ambientales tales como temperatura, humedad, ventilación; y,
4. Que los aparatos de control estén en buen estado de funcionamiento; se registrarán estos controles, así como la calibración de los equipos de control.

Artículo 31. Manipulación de substancias. - Las substancias susceptibles de cambio, peligrosas o tóxicas deben ser manipuladas tomando precauciones particulares, definidas en los procedimientos de fabricación y de las hojas de seguridad emitidas por el fabricante.

Artículo 32. Métodos de identificación. - En todo momento de la fabricación el nombre del alimento, número de lote y la fecha de elaboración, deben ser identificadas por medio de etiquetas o cualquier otro medio de identificación.

Artículo 33. Programas de seguimiento continuo. - La planta contará con un programa de rastreabilidad / trazabilidad que permitirá rastrear la identificación de las materias primas, material de empaque, coadyuvantes de proceso e insumos desde el proveedor hasta el producto terminado y el primer punto de despacho.

Artículo 34. Control de procesos. - El proceso de fabricación debe estar descrito claramente en un documento donde se precisen todos los pasos a seguir de manera secuencial (llenado, envasado, etiquetado, empaque y otros), indicando además controles a efectuarse durante las operaciones y los límites establecidos en cada caso.

Artículo 35. Condiciones de fabricación.- Deberá darse énfasis al control de las condiciones de operación necesarias para reducir el crecimiento potencial de microorganismos, verificando, cuando la clase de proceso y la naturaleza del alimento lo requiera, factores como: tiempo, temperatura, humedad, actividad acuosa (Aw), pH, presión y velocidad de flujo; también es necesario, donde sea requerido, controlar las condiciones de fabricación tales como congelación, deshidratación, tratamiento térmico, acidificación y refrigeración para asegurar que los tiempos de espera, las fluctuaciones de temperatura y otros factores no contribuyan a la descomposición o contaminación del alimento.

Artículo 36. Medidas prevención de contaminación. - Donde el proceso y la naturaleza del alimento lo requieran, se deben tomar las medidas efectivas para proteger el alimento de la contaminación por metales u otros materiales extraños, instalando mallas, trampas, imanes, detectores de metal o cualquier otro método apropiado.

Artículo 37. Medidas de control de desviación. - Deben registrarse las acciones correctivas y las medidas tomadas cuando se detecte una desviación de los parámetros establecidos durante

el proceso de fabricación validado. Se deberán determinar si existe producto potencialmente afectado en su inocuidad y en caso de haberlo registrar la justificación y su destino.

Artículo 38. Validación de gases. - Donde los procesos y la naturaleza de los alimentos lo requieran e intervenga el aire o gases como un medio de transporte o de conservación, se deben tomar todas las medidas validadas de prevención para que estos gases y aire no se conviertan en focos de contaminación o sean vehículos de contaminaciones cruzadas.

Artículo 39. Seguridad de trasvase. - El llenado o envasado de un producto debe efectuarse de manera tal que se evite deterioros o contaminaciones que afecten su calidad.

Artículo 40. Reproceso de alimentos. - Los alimentos elaborados que no cumplan las especificaciones técnicas de producción, podrán reprocesarse o utilizarse en otros procesos, siempre y cuando se garantice su inocuidad; de lo contrario deben ser destruidos o desnaturalizados irreversiblemente.

Artículo 41. Vida útil. - Los registros de control de la producción y distribución, deben ser mantenidos por un período de dos meses mayor al tiempo de la vida útil del producto.

Capítulo IV
Envasado, Etiquetado y Empaquetado

Artículo 42. Identificación del producto. - Todos los alimentos deben ser envasados, etiquetados y empaquetados de conformidad con las normas técnicas y reglamentación respectiva vigente.

Artículo 43. Seguridad y calidad. - El diseño y los materiales de envasado deben ofrecer una protección adecuada de los alimentos para prevenir la contaminación, evitar daños y permitir un etiquetado de conformidad con las normas técnicas respectivas. Cuando se utilizan materiales o gases para el envasado, estos no deben ser tóxicos ni representar una amenaza para la inocuidad y la aptitud de los alimentos en las condiciones de almacenamiento y uso especificadas.

Artículo 44. Reutilización envases. - En caso de que las características de los envases permitan su reutilización, será indispensable lavarlos y esterilizarlos de manera que se restablezcan las características originales, mediante una operación adecuada y validada. Además, debe ser correctamente inspeccionada, a fin de eliminar los envases defectuosos.

Artículo 45. Manejo del vidrio. - Cuando se trate de material de vidrio, deben existir procedimientos establecidos para que cuando ocurran roturas en la línea, se asegure que los trozos de vidrio no contaminen a los recipientes adyacentes.

Artículo 46. Transporte al granel. - Los tanques o depósitos para el transporte de alimentos al granel serán diseñados y construidos de acuerdo con las normas técnicas respectivas, tendrán una superficie interna que no favorezca la acumulación de producto y dé origen a contaminación, descomposición o cambios en el producto.

Artículo 47. Trazabilidad del producto. - Los alimentos envasados y los empaquetados deben llevar una identificación codificada que permita conocer el número de lote, la fecha de producción y la identificación del fabricante a más de las informaciones adicionales que correspondan, según la norma técnica de rotulado vigente.

Artículo 48. Condiciones mínimas. - Antes de comenzar las operaciones de envasado y empacado deben verificarse y registrarse:

1. La limpieza e higiene del área donde se manipularán los alimentos;
2. Que los alimentos a empacar, correspondan con los materiales de envasado y acondicionamiento, conforme a las instrucciones escritas al respecto;
3. Que los recipientes para envasado estén correctamente limpios y desinfectados, si es el caso.

Artículo 49. Embalaje previo. - Los alimentos en sus envases finales, en espera del etiquetado, deben estar separados e identificados convenientemente.

Artículo 50. Embalaje mediano. - Las cajas múltiples de embalaje de los alimentos terminados, podrán ser colocadas sobre plataformas o paletas que permitan su retiro del área de empaque hacia el área de cuarentena o al almacén de alimentos terminados evitando la contaminación.

Artículo 51. Entrenamiento de manipulación. - El personal debe ser particularmente entrenado sobre los riesgos de errores inherentes a las operaciones de empaque.

Artículo 52. Cuidados previos y prevención de contaminación. - Cuando se requiera, con el fin de impedir que las partículas del embalaje contaminen los alimentos, las operaciones de llenado y empaque deben efectuarse en zonas separadas, de tal forma que se brinde una protección al producto.

Capítulo V

Almacenamiento, Distribución, Transporte y Comercialización

Artículo 53. Condiciones óptimas de bodega. - Los almacenes o bodegas para almacenar los alimentos terminados deben mantenerse en condiciones higiénicas y ambientales apropiadas para evitar la descomposición o contaminación posterior de los alimentos envasados y empaquetados.

Artículo 54. Control condiciones de clima y almacenamiento. - Dependiendo de la naturaleza del alimento terminado, los almacenes o bodegas para almacenar los alimentos terminados deben incluir mecanismos para el control de temperatura y humedad que asegure la conservación de los mismos; también debe incluir un programa sanitario que contemple un plan de limpieza, higiene y un adecuado control de plagas.

Artículo 55. Infraestructura de almacenamiento. - Para la colocación de los alimentos deben utilizarse estantes o tarimas ubicadas a una altura que evite el contacto directo con el piso.

Artículo 56. Condiciones mínimas de manipulación y transporte. - Los alimentos serán almacenados alejados de la pared de manera que faciliten el libre ingreso del personal para el aseo y mantenimiento del local.

Artículo 57. Condiciones y método de almacenaje. - En caso de que el alimento se encuentre en las bodegas del fabricante, se utilizarán métodos apropiados para identificar las condiciones del alimento como por ejemplo cuarentena, retención, aprobación, rechazo.

Artículo 58. Condiciones óptimas de frío. - Para aquellos alimentos que por su naturaleza requieren de refrigeración o congelación, su almacenamiento se debe realizar de acuerdo a las condiciones de temperatura humedad y circulación de aire que necesita dependiendo de cada alimento.

Artículo 59. Medio de transporte. - El transporte de alimentos debe cumplir con las siguientes condiciones:

1. Los alimentos y materias primas deben ser transportados manteniendo, cuando se requiera, las condiciones higiénico - sanitarias y de temperatura establecidas para garantizar la conservación de la calidad del producto;
2. Los vehículos destinados al transporte de alimentos y materias primas serán adecuados a la naturaleza del alimento y construidos con materiales apropiados y de tal forma que protejan al alimento de contaminación y efecto del clima;
3. Para los alimentos que por su naturaleza requieren conservarse en refrigeración o congelación, los medios de transporte deben poseer esta condición;
4. El área del vehículo que almacena y transporta alimentos debe ser de material de fácil limpieza, y deberá evitar contaminaciones o alteraciones del alimento;
5. No se permite transportar alimentos junto con sustancias consideradas tóxicas, peligrosas o que por sus características puedan significar un riesgo de contaminación físico, químico o biológico o de alteración de los alimentos;
6. La empresa y distribuidor deben revisar los vehículos antes de cargar los alimentos con el fin de asegurar que se encuentren en buenas condiciones sanitarias;

7. El propietario o el representante legal de la unidad de transporte, es el responsable del mantenimiento de las condiciones exigidas por el alimento durante su transporte.

Artículo 60. Condiciones de exhibición del producto. - La comercialización o expendio de alimentos deberá realizarse en condiciones que garanticen la conservación y protección de los mismos, para ello:

1. Se dispondrá de vitrinas, estantes o muebles que permitan su fácil limpieza;
2. Se dispondrá de los equipos necesarios para la conservación, como neveras y congeladores adecuados, para aquellos alimentos que requieran condiciones especiales de refrigeración o congelación;
3. El propietario o representante legal del establecimiento de comercialización, es el responsable del mantenimiento de las condiciones sanitarias exigidas por el alimento para su conservación.

Título V

Garantía de Calidad

Capítulo Único

Del Aseguramiento y Control de Calidad

Artículo 61. Aseguramiento de calidad. - Todas las operaciones de fabricación, procesamiento, envasado, almacenamiento y distribución de los alimentos deben estar sujetas a un sistema de aseguramiento de calidad apropiado. Los procedimientos de control deben prevenir los defectos evitables y reducir los defectos naturales o inevitables a niveles tales que no represente riesgo para la salud. Estos controles variarán dependiendo de la naturaleza del alimento y deberán rechazar todo alimento que no sea apto para el consumo humano.

Artículo 62. Seguridad preventiva. - Todas las fábricas de alimentos deben contar con un sistema de control y aseguramiento de calidad e inocuidad, el cual debe ser esencialmente preventivo y cubrir todas las etapas del procesamiento del alimento. De acuerdo con el nivel de riesgo evaluado en cada etapa mediante la probabilidad de ocurrencia y gravedad del peligro, se deberá establecer medidas de control efectivas, ya sea por medio de instructivos precisos relacionados con el cumplimiento de los requerimientos de BPM o por el control de un paso del proceso.

Artículo 63. Condiciones mínimas de seguridad. - El sistema de aseguramiento de la calidad debe, como mínimo, considerar los siguientes aspectos:

1. Especificaciones sobre las materias primas y alimentos terminados. Las especificaciones definen completamente la calidad de todos los alimentos y de todas las materias primas con los cuales son elaborados y deben incluir criterios claros para su aceptación, liberación o retención y rechazo;

2. Documentación sobre la planta, equipos y procesos;
3. Manuales e instructivos, actas y regulaciones donde se describan los detalles esenciales de equipos, procesos y procedimientos requeridos para fabricar alimentos, así como el sistema almacenamiento y distribución, métodos y procedimientos de laboratorio; es decir que estos documentos deben cubrir todos los factores que puedan afectar la inocuidad de los alimentos;
4. Los planes de muestreo, los procedimientos de laboratorio, especificaciones y métodos de ensayo deberán ser reconocidos oficialmente o validados, con el fin de garantizar o asegurar que los resultados sean confiables;
5. Se debe establecer un sistema de control de alérgenos orientado a evitar la presencia de alérgenos no declarados en el producto terminado y cuando por razones tecnológicas no sea totalmente seguro, se debe declarar en la etiqueta de acuerdo a la norma de rotulado vigente.

Artículo 64. Laboratorio de control de calidad. - Todas las fábricas que procesen, elaboren o envasen alimentos, deben disponer de un laboratorio de pruebas y ensayos de control de calidad el cual puede ser propio o externo.

Artículo 65. Registro de control de calidad. - Se llevará un registro individual escrito correspondiente a la limpieza, calibración y mantenimiento preventivo de cada equipo o instrumento.

Artículo 66. Métodos y proceso de aseo y limpieza. - Los métodos de limpieza de planta y equipos dependen de la naturaleza del proceso y alimento, al igual que la necesidad o no del proceso de desinfección. Para su fácil operación y verificación se debe:

1. Escribir los procedimientos a seguir, donde se incluyan los agentes y sustancias utilizadas, así como las concentraciones o forma de uso y los equipos e implementos requeridos para efectuar las operaciones. También debe incluir la periodicidad de limpieza y desinfección;
2. En caso de requerirse desinfección se deben definir los agentes y sustancias, así como las concentraciones, formas de uso, eliminación y tiempos de acción del tratamiento para garantizar la efectividad de la operación;
3. También se deben registrar las inspecciones de verificación después de la limpieza y desinfección, así como la validación de estos procedimientos.

Artículo 67. Control de plagas. - Los planes de saneamiento deben incluir un sistema de control de plagas, entendidas como insectos, roedores, aves, fauna silvestre y otras que deberán ser objeto de un programa de control específico, para lo cual se debe observar como mínimo lo siguiente:

1. El control puede ser realizado directamente por la empresa o mediante un servicio externo de una empresa especializada en esta actividad. Se debe evidenciar la capacidad técnica del personal operativo, de sus procesos y de sus productos.

2. Independientemente de quién haga el control, la empresa es la responsable por las medidas preventivas para que, durante este proceso, no se ponga en riesgo la inocuidad de los alimentos.
3. Por principio, no se deben realizar actividades de control de roedores con agentes químicos dentro de las instalaciones de producción, envase, transporte y distribución de alimentos; sólo se usarán métodos físicos dentro de estas áreas. Fuera de ellas, se podrán usar métodos químicos, tomando todas las medidas de seguridad para que eviten la pérdida de control sobre los agentes usados.

Título VI

Procedimiento para la Concesión y Registro del Certificado de Operación sobre la base de la Utilización de Buenas Prácticas de Manufactura

Capítulo I

Del Procedimiento para la Certificación de las Buenas Prácticas de Manufactura

Artículo 68. Selección del Organismo de Inspección Acreditado. - Para iniciar el proceso de obtención del certificado de BPM el propietario/gerente o responsable técnico de la planta procesadora de alimentos deberá seleccionar el Organismo de Inspección Acreditado registrado en la ARCSA.

Artículo 69. Comunicación a la ARCSA. - El propietario/ gerente o responsable técnico de la planta procesadora de alimentos deberá comunicar a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, en el término de cinco días antes de la inspección, la fecha, hora y el inspector designado. En caso de que no se dé cumplimiento a lo dispuesto en este artículo, la ARCSA previo a registrar el Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura, podrá verificar in situ que se cumplan las condiciones higiénicas sanitarias.

Artículo 70. Acompañamiento de ARCSA. - La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, cuando considere necesario y en cualquier momento, a través de su personal técnico podrá acompañar en las inspecciones que realice el organismo de inspección, o cuando lo solicite el establecimiento.

Artículo 71. Entrega del Informe. - Una vez concluida la inspección el organismo de inspección acreditado deberá entregar el acta, el informe favorable, la guía de verificación y el certificado a la planta o establecimiento al usuario o propietario.

Capítulo II

Del Procedimiento para el Registro del Certificado de las Buenas Prácticas de Manufactura

Artículo 72. Solicitud de Registro en ARCSA. - El propietario/gerente o responsable técnico de la planta procesadora de alimentos deberá solicitar a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria el registro del certificado en sus archivos, adjuntando a la misma lo siguiente:

a. Copia del certificado emitido por el Organismo de Inspección Acreditado;
b. Copia del informe favorable de la inspección, con la declaración de las líneas y productos certificados;
c. Copia del acta de inspección;
d. Copia de la guía de verificación; y
e. El plan de trabajo para el cierre de las no conformidades menores, de ser el caso.

Artículo 73. Orden de pago. - Una vez revisada la información descrita en el artículo que antecede, se generará la orden de pago correspondiente a los derechos de certificación de acuerdo a la categorización de la planta o establecimiento.

Artículo 74. Derechos económicos (tasas). - Los derechos por concepto de certificación de Buenas Prácticas de Manufactura que se otorgue a las plantas de alimentos o establecimientos, considerando su categorización, se establece en Salarios Básicos Unificados del Trabajador en general de la siguiente manera:

Categoría	**Costo de certificación**
Industria	5 SBU
Mediana Industria	4 SBU
Pequeña Industria	3 SBU
Microempresa	2 SBU
Artesanos	1 SBU

Artículo 75. Validación del pago. - Una vez realizado el pago en la cuenta de la ARCSA, el propietario/gerente o responsable técnico de la planta o establecimiento, deberá enviar el comprobante de pago al correo facturación@controlsanitrario.gob.ec para la respectiva validación en el término de 3 días laborables, hasta que la Agencia implemente un sistema de validación automática.

Artículo 76. Registro en el sistema ARCSA. - Con la validación del pago, la información del certificado de Buenas Prácticas de Manufactura se registrará en el Sistema de Permiso de Funcionamiento, Registros Sanitarios y Control Posterior.

Artículo 77. Plazo de vigencia. - El certificado de operación sobre la utilización de buenas prácticas de manufactura de alimentos tendrá una vigencia de cinco años a partir de la fecha de su concesión, y en el mismo se hará constar el alcance para el que se otorga dicho certificado.

Artículo 78. Notificación de cambios. - Cualquier cambio de las condiciones en las que fue certificada la planta procesadora de alimentos deberá ser notificado de inmediato por sus representantes a la ARCSA, quien dispondrá la inspección a que haya lugar, y la ampliación o cambio del certificado de buenas prácticas de manufactura.

Artículo 79. Verificación. - Si en cualquier etapa del proceso de inspección con fines de certificación del cumplimiento o verificación del mantenimiento de las buenas prácticas de manufactura se encuentra que el informe emitido por los inspectores de los organismos de inspección acreditadas no corresponde a las evidencias encontradas, ARCSA notificará de inmediato al SAE para las acciones a que haya lugar.

Capítulo III
Del Certificado de Operación sobre la Utilización de Buenas Prácticas de Manufactura

Artículo 80. Contenido del certificado. - El certificado de operación sobre la base de la utilización de Buenas Prácticas de Manufactura deberá tener la siguiente información:

a. Número secuencial del certificado;
b. Nombre del organismo de inspección acreditado;
c. Nombre o razón social de la planta o establecimiento;
d. Líneas(s) de producción(es) certificada(s);
e. Dirección del establecimiento: provincia, cantón, parroquia, calle, nomenclatura, teléfono y otros datos relevantes para su correcta ubicación;
f. Nombre del propietario o representante legal de la empresa titular;
g. Número de permiso de funcionamiento vigente;
h. Número de RUC y de establecimiento certificado;
i. Tipo de alimentos que procesa la planta;
j. Fecha de expedición del certificado;
k. Firmas y sellos: Representante del organismo de inspección acreditado.

Capítulo IV
De las Inspecciones para las Actividades de Vigilancia y Control

Artículo 81. Visitas a establecimientos certificados. - Los organismos de inspección deberán realizar seguimientos anuales durante la vigencia del certificado de BPM a las empresas inspeccionadas y que obtuvieron informe favorable. La ARCSA podrá realizar visitas aleatorias de inspección a las empresas que tengan el Certificado de Operación sobre la base de la utilización de buenas prácticas de manufactura.

Artículo 82. Plan de acción para el establecimiento visitado.- Si luego de los seguimientos anuales del organismo de inspección acreditado o de las visitas de inspección de la ARCSA y una vez evaluada la planta, local o establecimiento se obtienen observaciones y recomendaciones, éstas de común acuerdo con los responsables de la empresa, establecerán el plazo que debe otorgarse para su cumplimiento, con base a un plan de acción que se sujetará a la incidencia directa de la observación sobre la inocuidad del producto y deberá ser comunicado de inmediato a los responsables de la empresa, planta local o establecimiento.

Artículo 83. Medidas Sanitarias y aplicación de normativa sanitaria sancionatoria. - Si la evaluación de re inspección señala que la planta no cumple con los requisitos técnicos o sanitarios involucrados en los procesos de fabricación de los alimentos, se iniciara el proceso administrativo correspondiente previsto en la normativa legal vigente.

Artículo 84. Plazo para re inspección. - Si la evaluación de re inspección señala que la planta ha cumplido parcialmente con los requisitos técnicos, la ARCSA podrá otorgar un nuevo y último plazo no mayor al inicialmente concedido.

Anexo 7: Formato para el control de ingreso y salida de los empleados

	CONTROL DE INGRESO Y SALIDA EMPRES DE RESPONSABILIDAD LIMITADA "CASERITAS GOURMET"		
NUMERO:	**AÑO:**	**MES:**	
APELLIDOS Y NOMBRES:			
FECHA:	**HORA**		**FIRMA**
	ENTRADA	**SALIDA**	

Anexo 8: Proformas

METALICAS LOZADA HNOS.

METALICAS LOZADA HNOS

Fabrica: Autopista Gral. Rumiñahui Km 4 ½

Almacén No1: Ulloa y Mercadillo C C Santa Clara local Nº 13

www.metalicaslozada.com

e-mail : metalicaslozada@gmail.com

Tlf : 2656-480 ; 2835-160 ; 0987842-623

RUC 1708050230001

CLIENTE	**CAROLINA LÓPEZ**
FECHA	20-04-16
TELF.	**O987667486**
email	caro17_lopez@hotmail.com

	EQUIPO	CANT	P/UNIT	P/TOT
	REFRIGERADOR INDUSTRIAL DE 1 PUERTA	**1**	**$1.550,00**	**$ 1.550,00**
	REFRIGERADOR FABRICADO EN SU PARTE EXTERIOR EN ACERO INOXIDABLE INTERIOR Y PUERTAS SOLIDAS DEL MISMO MATERIAL SOLDADO POR MEDIO DEL PROCESO TIG EQUIPADO CON HERRAJES CROMADOS SISTEMA DE CERRADO POR MEDIO DE EMPAQUE MAGNETICO CON DIVISIONES INTERIORES PARA ALMACENAMIENTO DE PRODUCTOS SISTEMA DE REFRIGERACION INDUSTRIAL AISLAMIENTO EN POLIURETANO DE 12 Ctms DE ESPESOR			

FRENTE	90cm	**FONDO**	70cm	**ALTO**	185cm			

TLGO PATRICIO LOZADA

LOZADA HNOS

TIEMPO ENTREGA		***SUB TOTAL***	**$ 1.550,00**
GARANTIA	1 AÑO	***IVA***	**$ 186,00**
FORMA PAGO	50% ANTICIPO 50% CONTRA ENTREGA	***TOTAL***	**$ 1.736,00**
VALIDEZ OFERTA	30 DIAS		

METALICAS LOZADA HNOS.

METALICAS LOZADA HNOS

Fabrica : Autopista Gral Rumiñahui Km 4 1/2

Almacén No1 : Ulloa y Mercadillo C C Snta Clara local Nº 13

www.metalicaslozada.com

e-mail : metalicaslozada@gmail.com

Tlf : 2656-480 ; 2835-160 ; 0987842-623

RUC 1708050230001

CLIENTE	**CAROLINA LÓPEZ**
FECHA	20-04-16
TELF.	**O987667486**
email	caro17_lopez@hotmail.com

	EQUIPO	CANT	P/UNIT	P/TOT
	Emplasticadora	**1**	**$ 232,14**	**$ 232,14**
	Extractor	**1**	**$ 156,25**	**$ 156,25**
	Cocina industrial de tres quemadores	**1**	**$ 147,32**	**$ 147,32**
FRENTE	**FONDO** **ALTO**		**$ 178,57**	**$ - **

TLGO PATRICIO LOZADA

LOZADA HNOS

TIEMPO ENTREGA		***SUB TOTAL***	**$ 535,71**
GARANTIA	1 AÑO	***IVA***	**$ 64,29**
FORMA PAGO	50% ANTICIPO 50% CONTRA ENTREGA	***TOTAL***	**$ 600,00**
VALIDEZ OFERTA	30 DIAS		

MOLINOS OROBLANCO CÍA.LTDA.

Gral. Proaño 28-322 Latacunga

Latacunga, 15 de abril del 2016

PROFORMA

Por medio de la presente proforma me permito indicar el costo de la maquinaria solicitada:

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	IVA	VALOR
Molino eléctrico	1	$446,43	$53,57	$500,00
Máquina cortadora de masa	1	$312,50	$37,50	$350,00
Maquina amasadora	1	$401,79	$48,21	$450,00
Laminadora de masa	1	$375,00	$45,00	$420,00
		$1.535,71	$184,29	$1.720,00

Nota: La presente proforma tiene validez de 30 días.

Anexo 9: Tabla de amortización del crédito

BANCO DEL PACÍFICO

CONDICIONES Y COSTO TOTAL DEL CRÉDITO
(Simulación de Crédito)

Los resultados de la simulación así como los valores que están consignados en en esta Hoja de Condiciones y Costo Total del crédito, son de carácter informativo y NO constituyen una pre-aprobación del crédito. No conlleva responsabilidad alguna del Banco del Pacífico S.A. para la entrega de recursos sobre esta simulación.

NOMBRE INSTITUCIÓN FINANCIERA:		BANCO DEL PACÍFICO S.A.	
SEGMENTO DE CRÉDITO:		COMERCIAL ☑ CONSUMO ☐ VIVIENDA ☐	
TIPO DE TASA:	FIJA ☐ VARIABLE ☑	TASA DE INTERÉS NOMINAL DEL CRÉDITO: 11,23	TASA DE INTERÉS EFECTIVA DEL CRÉDITO: 11,83
TIPO DE TABLAS DE AMORTIZACIÓN:	FRANCESA ☐ ALEMÁNA ☑	PLAZO DE PAGO DEL CRÉDITO:	60 meses
PERIODICIDAD DE PAGO:	30	TASA ANUAL DEL COSTO DEL CRÉDITO:	11,83

(*) En caso de mora se aplicará la tasa máxima de interés monetario vigente a la fecha en que se produzca el vencimiento de la respectiva obligación, que establezcan las regulaciones del Directorio del Banco Central del Ecuador.

MONTOS FINANCIADOS

CONCEPTO	VALORES	EXPLICACIÓN
MONTO DEL CAPITAL SOLICITADO	10000,00	VALOR DEL CRÉDITO SOLICITADO POR EL CLIENTE
CONTRIBUCIÓN SOLCA	50,00	VALOR QUE SE DESCUENTA POR CONTRIBUCIÓN SOLCA
MONTO LÍQUIDO	10000,00	VALOR QUE EL CLIENTE RECIBE AL MOMENTO DEL OTORGAMIENTO DEL CRÉDITO
CUOTA ASOCIADA AL PAGO DEL CRÉDITO	260,27	
RELACIÓN ENTRE EL VALOR TOTAL Y EL MONTO DEL CAPITAL SOLICITADO	1,29	
VALOR TOTAL A PAGAR POR EL CRÉDITO (SUMA DE CUOTAS)	12854,80	SUMATORIA DE LAS CUOTAS DEL CRÉDITO SEGÚN TABLA DE AMORTIZACIÓN.
CARGA FINANCIERA (VALOR TOTAL DE LOS INTERESES)	2854,80	MONTO QUE RESULTA DE LA DIFERENCIA ENTRE LA SUMATORIA DE LAS CUOTAS DEL CRÉDITO Y EL MONTO LÍQUIDO
VALOR TOTAL A CANCELAR POR EL CRÉDITO	12854,80	VALOR REFERENCIAL EN RELACIÓN CON EL QUE EL CLIENTE CANCELARÁ AL FINALIZAR EL PLAZO CONCEDIDO, INCLUYENDO TODOS LOS RUBROS FINANCIEROS Y COSTOS Y GASTOS ASOCIADOS AL PRÉSTAMO
FORMA DE REAJUSTE	5,90	PUNTOS PORCENTUALES SOBRE TASA REFERENCIAL FIJADA POR EL BANCO CENTRAL
FRECUENCIA DE REAJUSTE	90,00	PERIODO EN EL CUAL SE REALIZARÁ EL REAJUSTE

REV.JU.2014.04

1 / 2

(*) Los pagos periódicos, en los casos de tasas reajustables, pueden aumentarse o reducirse, según la tasa vigente y de conformidad con lo establecido en el documento de obligación.

GASTOS A PAGAR A TERCEROS SEGUROS OBLIGATORIOS

CONCEPTO	COSTO	PERIODICIDAD	EXPLICACIÓN
SEGURO DE DESGRAVAMEN	0,00	MENSUAL, DE ACUERDO A LO ESTABLECIDO EN LA TABLA DE AMORTIZACIÓN	SALDO DE CAPITAL * 0.388000/1000. EL FACTOR DEL CÁLCULO PODRÁ VARIAR EN CASO DE QUE EL CLIENTE RESULTE EXTRAPRIMADO
SEGURO CONTRA TODO RIESGO (INCENDIO Y LÍNEAS ALIADAS)	0,00	MENSUAL, DE ACUERDO A LO ESTABLECIDO EN LA TABLA DE AMORTIZACIÓN	MONTO ASEGURADO DE BIEN * 0.2900/1000

*SI EL SEGURO CONTRA TODO RIESGO ES CONTRATADO CON OTRA ASEGURADORA, DEBIDAMENTE ACEPTADA POR EL BANCO, LA INFORMACIÓN RESPECTO DE DICHO SEGURO NO DEBERÁ SER COMPLETADA.

El cliente declara haber recibido las explicaciones descriptivas de los siguientes términos utilizados en las operaciones de crédito:

- MONTO FINANCIADO.- Es el valor que el Banco financia a solicitud del cliente.
- MONTO LÍQUIDO.- Es el valor que se acreditará al cliente para que cumpla con el destino de la operación así como para el reembolso de gastos de terceros cuyo financiamiento se hubiere solicitado.
- TASA DE INTERÉS EFECTIVA.- Es la tasa de interés que se obtiene como resultado de los diversos pagos periódicos (mensuales, etc.) que de capital e interés hace el deudor a lo largo del plazo de vigencia del préstamo.
- TASA DE INTERÉS VARIABLE.- Es aquella tasa de interés que será revisada cada cierto tiempo durante la vigencia de la operación de crédito en base a una referencia.
- TASA DE INTERÉS DE MORA.- tasa de mora se liquidará aplicando un recargo de hasta el 10% (0.1 Veces) a la tasa que se encuentre vigente la operación al momento de incurrir de retraso del pago, según el número de días que hayan transcurridos desde la fecha de vencimiento hasta el pago de la misma, en función de la siguiente tabla.

DIAS DE RETRASO	RECARGO POR MOROSIDAD HASTA
0	0%
1-15	5%
16-30	7%
31-60	9%
+60	10%

- GASTOS.- Valores que son necesarios cubrir para la instrumentación de la operación, como son los pagos que se generan en el ámbito legal, derechos notariales, impuestos, avalúos, pago de Registro, entre otros afines.

En GUAYAQUIL a los 04 días del mes de Mayo del año 2016.

Anexo 10: Tabla de Amortización

Cuota	Fecha	Capital inicial	Amortización mensual de capital	Interés mensual	Total cuota financiera	Saldo Capital
1	3/6/2016	$ 15,000.00	$250,00	$140,40	$390,40	$ 14,750.00
2	3/7/2016	$ 14,750.00	$250,00	$138,00	$388,00	$ 14,500.00
3	2/8/2016	$ 14,500.00	$250,00	$135,60	$385,60	$ 14,250.00
4	1/9/2016	$ 14,250.00	$250,00	$133,50	$383,50	$ 14,000.00
5	1/10/2016	$ 14,000.00	$250,00	$131,10	$381,10	$ 13,750.00
6	31/10/2016	$ 13,750.00	$250,00	$128,70	$378,70	$ 13,500.00
7	30/11/2016	$ 13,500.00	$250,00	$126,30	$376,30	$ 13,250.00
8	30/12/2016	$ 13,250.00	$250,00	$123,90	$373,90	$ 13,000.00
9	29/1/2017	$ 13,000.00	$250,00	$121,80	$371,80	$ 12,750.00
10	28/2/2017	$ 12,750.00	$250,00	$119,40	$369,40	$ 12,500.00
11	30/3/2017	$ 12,500.00	$250,00	$117,00	$367,00	$ 12,250.00
12	29/4/2017	$ 12,250.00	$250,00	$114,60	$364,60	$ 12,000.00
			$3.000,00	$1.530,30	$4.530,30	
13	29/5/2017	$ 12,000.00	$250,00	$112,20	$362,20	$ 11,750.00
14	28/6/2017	$ 11,750.00	$250,00	$110,10	$360,10	$ 11,500.00
15	28/7/2017	$ 11,500.00	$250,00	$107,70	$357,70	$ 11,250.00
16	27/8/2017	$ 11,250.00	$250,00	$105,30	$355,30	$ 11,000.00
17	26/9/2017	$ 11,000.00	$250,00	$102,90	$352,90	$ 10,750.00
18	26/10/2017	$ 10,750.00	$250,00	$100,50	$350,50	$ 10,500.00
19	25/11/2017	$ 10,500.00	$250,00	$98,40	$348,40	$ 10,250.00
20	25/12/2017	$ 10,250.00	$250,00	$96,00	$346,00	$ 10,000.00
21	24/1/2018	$ 10,000.00	$250,00	$93,60	$343,60	$ 9,750.00
22	23/2/2018	$ 9,750.00	$250,00	$91,20	$341,20	$ 9,500.00
23	25/3/2018	$ 9,500.00	$250,00	$88,80	$338,80	$ 9,250.00
24	24/4/2018	$ 9,250.00	$250,00	$86,70	$336,70	$ 9,000.00
			$3.000,00	$1.193,40	$4.193,40	
25	24/5/2018	$ 9,000.00	$250,00	$84,30	$334,30	$ 8,750.00
26	23/6/2018	$ 8,750.00	$250,00	$81,90	$331,90	$ 8,500.00
27	23/7/2018	$ 8,500.00	$250,00	$79,50	$329,50	$ 8,250.00
28	22/8/2018	$ 8,250.00	$250,00	$77,10	$327,10	$ 8,000.00
29	21/9/2018	$ 8,000.00	$250,00	$75,00	$325,00	$ 7,750.00
30	21/10/2018	$ 7,750.00	$250,00	$72,60	$322,60	$ 7,500.00
31	20/11/2018	$ 7,500.00	$250,00	$70,20	$320,20	$ 7,250.00
32	20/12/2018	$ 7,250.00	$250,00	$67,80	$317,80	$ 7,000.00
33	19/1/2019	$ 7,000.00	$250,00	$65,40	$315,40	$ 6,750.00
34	18/2/2019	$ 6,750.00	$250,00	$63,30	$313,30	$ 6,500.00
35	20/3/2019	$ 6,500.00	$250,00	$60,90	$310,90	$ 6,250.00
36	19/4/2019	$ 6,250.00	$250,00	$58,50	$308,50	$ 6,000.00
			$3.000,00	$856,50	$3.856,50	

37	19/5/2019	$ 6,000.00	$250,00	$56,10	$306,10	$ 5,750.00
38	18/6/2019	$ 5,750.00	$250,00	$ 53,70	$303,70	$ 5,500.00
39	18/7/2019	$ 5,500.00	$250,00	$51,60	$301,60	$ 5,250.00
40	17/8/2019	$ 5,250.00	$250,00	$49,20	$299,20	$ 5,000.00
41	16/9/2019	$ 5,000.00	$250,00	$46,80	$296,80	$ 4,750.00
42	16/10/2019	$ 4,750.00	$250,00	$44,40	$294,40	$ 4,500.00
43	15/11/2019	$ 4,500.00	$250,00	$42,00	$292,00	$ 4,250.00
44	15/12/2019	$ 4,250.00	$250,00	$39,90	$289,90	$ 4,000.00
45	14/1/2020	$ 4,000.00	$250,00	$37,50	$287,50	$ 3,750.00
46	13/2/2020	$ 3,750.00	$250,00	$35,10	$285,10	$ 3,500.00
47	14/3/2020	$ 3,500.00	$250,00	$32,70	$282,70	$ 3,250.00
48	13/4/2020	$ 3,250.00	$250,00	$30,30	$280,30	$ 3,000.00
			$3.000,00	$519,30	$3.519,30	
49	13/5/2020	$ 3,000.00	$250,00	$28,20	$278,20	$ 2,750.00
50	12/6/2020	$ 2,750.00	$250,00	$25,80	$275,80	$ 2,500.00
51	12/7/2020	$ 2,500.00	$250,00	$23,40	$273,40	$ 2,250.00
52	11/8/2020	$ 2,250.00	$250,00	$21,00	$271,00	$ 2,000.00
53	10/9/2020	$ 2,000.00	$250,00	$18,60	$268,60	$ 1,750.00
54	10/10/2020	$ 1,750.00	$250,00	$16,50	$266,50	$ 1,500.00
55	9/11/2020	$ 1,500.00	$250,00	$14,10	$264,10	$ 1,250.00
56	9/12/2020	$ 1,250.00	$250,00	$11,70	$261,70	$ 1,000.00
57	8/1/2021	$ 1,000.00	$250,00	$9,30	$259,30	$ 750.00
58	7/2/2021	$ 750.00	$250,00	$6,90	$256,90	$ 500.00
59	9/3/2021	$ 500.00	$250,00	$4,80	$254,80	$ 250.00
60	8/4/2021	$ 250.00	$250,00	$2,40	$252,40	$ 0.00
			3000	182,7	3182,7	