

UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE INGENIERIA DE EMPRENEDORES**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**  
**PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE**  
**INGENIERO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE**

**AUTOR (a):**

Triviño Calderón Andrea Cristina

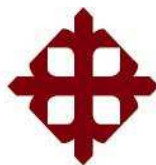
**Tutor:**

Ing. Camilo Frías Cascos.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos.”

**Guayaquil – Ecuador**

**2015**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

## **CERTIFICACIÓN**

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por la Srta.  
Andrea Cristina Triviño Calderón como requerimiento parcial para la  
obtención del título de INGENIERO/A EN DESARROLLO DE NEGOCIOS  
BILINGÜE.

### **Tutor**

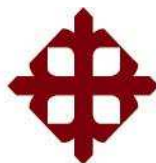
Ing. Camilo Frías Casco

### **REVISORES**

### **DIRECTOR DE LA CARRERA**

Mba. Ángel Castro P.

**Guayaquil, al 01 del mes de Septiembre del año 2015**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE INGENIERIA DE EMPRENEDORES**

## **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, TRIVIÑO CALDERÓN ANDREA CRISTINA

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación “Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos” previo a la obtención del Título de **Ingeniero en Desarrollo de Negocios Bilingüe** ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

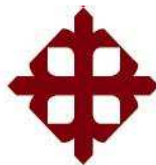
Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del trabajo de titulación en mención.

Guayaquil, al 01 día del mes de Septiembre del año 2015

**EL AUTOR (a)**

**TRIVIÑO CALDERÓN ANDREA CRISTINA**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERIA DE EMPRENDEDORES**

## **AUTORIZACIÓN**

Yo, **TRIVIÑO CALDERÓN ANDREA CRISTINA**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación, en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: “Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos” cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, al 01 día del mes de Septiembre del año 2015

**EL AUTOR (a)**

**TRIVIÑO CALDERÓN ANDREA CRISTINA**

## **DEDICATORIA**

**A DIOS**, porque ha estado conmigo en cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar.

**A MIS PADRES**, pilares fundamentales en mi vida, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento, brindándome toda su confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. Su tenacidad y lucha incansable han hecho de ellos el gran ejemplo a seguir y destacar, no solo para mí, sino para mis hermanos y familia en general, gracias a ellos que soy lo que soy ahora. Los amo con mi vida.

**ANDREA CRISTINA TRIVIÑO CALDERÓN**

## **AGRADECIMIENTO**

**A DIOS**, por estar conmigo en todo momento, por la fortaleza y sabiduría otorgada para culminar con éxito este proyecto.

**A MIS PADRES**, quienes a lo largo de toda mi vida han confiado en mí, convirtiéndome en una persona de bien, apoyándome y motivándome en mi formación académica, sin dudar de mis habilidades, así como por todas sus bendiciones. Que esta sea una recompensa a tantos años de entrega y desvelos, gracias por darme la oportunidad de hacer realidad este sueño anhelado y compartido y por todo lo que me han brindado.

A mis hermanos, a mi enamorado y a mi familia en general por haberme siempre dado su fuerza y apoyo incondicional.

**A LA UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL**, por abrir sus puertas para darme la oportunidad de estudiar, preparándome para un futuro competitivo y formándome como una gran profesional.

**A MI TUTOR**, Ing. Camilo Frías, por su esfuerzo, supervisión y recomendaciones, muestra de profesionalismo y dedicación a mi etapa universitaria.

**A MIS PROFESORES** durante toda mi carrera universitaria, porque todos han aportado con un granito de arena a mi formación, a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, gracias por su paciencia y enseñanza.

Finalmente, quiero agradecer a todas las personas que directa o indirectamente me han ayudado con sus vivencias y sugerencias en el desarrollo de éste proyecto.

**ANDREA CRISTINA TRIVIÑO CALDERÓN**

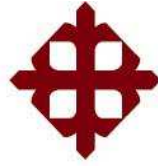
## **TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

PROFESOR GUÍA O TUTOR

---

PROFESOR DELEGADO



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE INGENIERIA DE EMPRENDEDORES**

## **CALIFICACIÓN**

ING. CAMILO FRÍAS CASCO  
PROFESOR GUÍA O TUTOR



“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

## ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN .....	I
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD .....	I
AUTORIZACIÓN.....	I
DEDICATORIA .....	V
AGRADECIMIENTO .....	VI
ÍNDICE DE TABLAS .....	XXI
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES .....	XXIV
RESUMEN (ABSTRACT) .....	XXVI
INTRODUCCIÓN.....	- 27 -
CAPITULO 1.....	- 30 -
1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	- 30 -
1.1. Tema – Título.....	- 30 -
1.2. Justificación .....	- 30 -
1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio .....	- 31 -
1.4. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio .....	- 32 -
1.5. Objetivos de la Investigación .....	- 33 -
1.5.1. Objetivo General .....	- 33 -
1.5.2. Objetivos Específicos.....	- 33 -
1.6. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.....	- 33 -
1.7. Planteamiento del Problema .....	- 34 -
1.8. Fundamentación Teórica del Proyecto .....	- 35 -
1.8.1. Marco Referencial .....	- 35 -
1.8.2. Marco Teórico .....	- 38 -

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

1.8.3.	Marco Conceptual .....	- 40 -
1.8.4.	Marco Legal .....	- 40 -
1.8.5.	Marco Lógico.....	- 41 -
1.9.	Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.....	- 43 -
1.10.	Cronograma.....	- 44 -
CAPÍTULO 2.....		- 47 -
2.	DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO .....	- 47 -
2.1.	Análisis de la Oportunidad .....	- 47 -
2.1.1.	Descripción de la Idea de Negocio.....	- 47 -
2.1.2.	Descripción de la Idea Producto o Servicio.....	- 48 -
2.2.	Misión, Visión y Valores de la Empresa.....	- 49 -
2.3.	Objetivos de la Empresa.....	- 50 -
2.3.1.	Objetivo General .....	- 50 -
2.3.2.	Objetivo Específicos.....	- 50 -
2.4.	Estructura Organizacional.....	- 51 -
2.4.1.	Organigrama .....	- 51 -
2.4.2.	Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias.....	- 51 -
2.4.3.	Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades y Derechos .....	- 54 -
CAPITULO 3.....		- 58 -
3.	ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA .....	- 58 -
3.1.	Aspecto Societario de la Empresa.....	- 58 -
3.1.1.	Generalidades .....	- 58 -
3.1.2.	Fundación de la Empresa .....	- 58 -
3.1.3.	Capital Social, Acciones y Participaciones.....	- 59 -

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

3.1.4.	Juntas Generales de Accionistas y-o Socios .....	- 59 -
3.2.	Aspecto Laboral de la Empresa .....	- 60 -
3.2.1.	Generalidades .....	- 60 -
3.2.2.	Mandato Constituyente #8 .....	- 60 -
3.2.3.	Tipos de Contrato de Trabajo.....	- 60 -
3.2.4.	Obligaciones del Empleador .....	- 61 -
3.2.5.	Décimo Tercera y Décimo Cuarta Remuneración .....	- 62 -
3.2.6.	Fondos de Reserva y Vacaciones.....	- 63 -
3.2.7.	Asociación de Trabajadores.....	- 64 -
3.2.8.	Inspección de Discapacitados a Puestos de Trabajo .....	- 64 -
3.3.	Contratación Civil.....	- 64 -
3.3.1.	Principios Básicos de la Contratación .....	- 64 -
3.3.2.	Contratos de Prestación de Servicios .....	- 65 -
3.3.3.	Principales Clausulas de los Contratos de Prestación de Servicios.....	- 65 -
3.3.4.	Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos: Arbitraje y Mediación.....	- 66 -
3.3.5.	Generalidades y Contratación Pública .....	- 66 -
3.3.6.	Contrato de Confidencialidad .....	- 67 -
3.4.	Políticas de Buen Gobierno Corporativo.....	- 67 -
3.4.1.	Código de Ética.....	- 67 -
3.5.	Propiedad Intelectual .....	- 68 -
3.5.1.	Registro de Marca .....	- 68 -
3.5.2.	Derecho de Autor del Proyecto .....	- 69 -
3.6.	Seguro .....	- 71 -
3.6.1.	Incendio.....	- 71 -

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

3.6.2.	Robo.....	- 71 -
3.6.3.	Fidelidad.....	- 71 -
3.6.4.	Buen Uso de Anticipo y Cumplimiento de Contrato .....	- 72 -
3.6.5.	Maquinarias y Equipos .....	- 72 -
3.6.6.	Materia Prima y Mercadería .....	- 72 -
3.7.	Presupuesto constitución de la empresa .....	- 73 -
CAPÍTULO 4.....		- 75 -
4.	AUDITORÍA DE MERCADO .....	- 75 -
4.1.	PEST .....	- 75 -
4.2.	Atractividad de la Industria.....	- 80 -
4.3.	Análisis del Ciclo de Vida del Mercado.....	- 82 -
4.4.	Matriz BCG .....	- 83 -
4.5.	Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado.....	- 83 -
4.6	Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter .....	- 84 -
4.7	Análisis de Oferta .....	- 90 -
4.7.1	Tipo de Competencia .....	- 90 -
4.7.2	Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial.....	- 91 -
4.7.3	Segmentación de mercado .....	- 92 -
4.7.4	Características de los competidores; Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales, Líneas de Precios. ....	- 93 -
4.7.5	Benchmarking: Estrategia de Competidores y Contra estrategia de la Empresa .....	- 94 -
4.8	Análisis de la Demanda .....	- 95 -
4.8.1	Criterio de Segmentación .....	- 95 -
4.8.2	Selección de Segmentos .....	- 96 -
4.8.3	Perfiles de Segmento .....	- 96 -

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

4.9	Matriz FODA .....	- 96 -
4.10	Investigación de Mercado .....	- 98 -
4.10.1	Método .....	- 98 -
4.10.2	Diseño de Investigación .....	- 99 -
4.10.2.1	Objetivos de la Investigación .....	- 99 -
4.10.2.2	Tamaño de la Muestra.....	- 100 -
4.10.2.3	Técnica de recogida y análisis de datos .....	- 101 -
4.10.2.4	Análisis de Datos .....	- 115 -
4.10.3	Conclusiones de la Investigación de Mercado .....	- 117 -
4.10.4	Recomendaciones de la Investigación de Mercado .....	- 117 -
CAPÍTULO 5.....		- 120 -
5.	PLAN DE MARKETING .....	- 120 -
5.1.	Objetivos: General y Específicos .....	- 120 -
5.1.1	Mercado Meta .....	- 120 -
5.1.1.1	Tipo y Estrategias de Penetración.....	- 121 -
5.1.1.2	Cobertura .....	- 121 -
5.2	Posicionamiento .....	- 122 -
5.2.1	Estrategia de Posicionamiento: Posición, Objetivo, Segmento, Atributos, Calidad Percibida, Ventaja Competitiva, Símbolos Identitarios.-	122 -
5.3	Marketing Mix .....	- 123 -
5.3.1	Estrategia de Producto o Servicios .....	- 123 -
5.3.1.1	Descripción del Producto: Definición, Composición, Color, Tamaño, Imagen, Slogan, Producto Esencial, Producto Real, Producto Aumentado. ....	- 124 -

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

5.3.1.2 Adaptación o Modificación del Producto: Componente Central, Empaque y Servicio de Apoyo, Requerimientos del Cliente, Condiciones de Entrega, Transporte, Embalaje, etc.....	- 127 -
5.3.1.3 Empaque: reglamento del mercado y etiquetado.....	- 128 -
5.3.1.4 Amplitud y profundidad de la línea.....	- 129 -
5.3.1.5 Marcas y Submarcas.....	- 129 -
5.3.2 Estrategias de Precios.....	- 129 -
5.3.2.1 Precios de la Competencia.....	- 129 -
5.3.2.2 Poder Adquisitivo del Mercado Meta.....	- 130 -
5.3.2.3 Políticas de Precio: Sobreprecio y Descuento, Márgenes Brutos de la Compañía, Precio al Menudeo (kilo, tonelada), Términos de Venta, Métodos de Pago.....	- 131 -
5.3.3 Estrategia de Plaza: Puntos de Venta.....	- 132 -
5.3.3.1 Localización Macro y Micro.....	- 132 -
5.3.3.1.1 Distribución de espacio.....	- 132 -
5.3.3.1.2 Merchandising.....	- 133 -
5.3.3.2.1 Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes.....	- 134 -
5.3.3.2.2 Penetración en los Mercados Urbanos y Rurales.....	- 135 -
5.3.3.2.3 Logística.....	- 135 -
5.3.3.2.4 Red de Ventas.....	- 136 -
5.3.3.2.5 Políticas de Servicio al Cliente: Pre-venta y Post-venta, Quejas, Reclamaciones, Devoluciones.....	- 136 -
5.3.4 Estrategias de Promoción.....	- 137 -
5.3.4.1 Estrategias ATL y BTL.....	- 137 -
5.3.4.2 Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria: Concepto, Mensaje.....	- 137 -
5.3.4.3 Promoción de Ventas.....	- 138 -

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

5.3.4.3.1	Venta Personal .....	- 138 -
5.3.4.3.2	Trading: Exposiciones, Ferias Comerciales, Competiciones, Concursos y Premios, Descuentos, Primas por Objetivos, Muestras, Productos Gratuitos, Publicidad en el Punto de Venta, Publicidad y Promoción Cooperativa, Primas por objetivos, Distinciones, Otras. -	138 -
5.3.4.3.3	Clienting: Muestras Gratuitas, Documentación Técnica, Obsequios, Asistencia a Congresos, Seminarios y Conferencias, Rebajas, Descuentos, Mayor Contenido de Producto por Igual Precio, Productos Complementarios Gratis o a Bajo Precio, Cupones o Vales Descuento, Concursos, Premios, Muestras, Degustaciones, Regalos, Otras. -	139 -
5.3.4.4	Publicidad.....	- 139 -
5.3.4.4.1	Estrategia de Lanzamiento .....	- 139 -
5.3.4.4.2	Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad -	140 -
5.3.4.4.3	Mindshare .....	- 144 -
5.3.4.4.4	Relaciones Públicas .....	- 144 -
5.3.4.4.5	Marketing Relacional .....	- 144 -
5.3.4.4.6	Gestión de Promoción Electrónica del Proyecto.....	- 145 -
5.3.4.4.6.1	Estrategias de E-Commerce, E-Business e E-Marketing.....	- 145 -
5.3.4.4.6.2	Análisis de la Promoción electrónica de los competidores... -	146 -
5.3.4.4.6.3	Diseño e implementación de la Página Web (Inglés-Español-Idioma del Mercado).....	- 146 -
5.3.4.4.7	Estrategias de Marketing a través de Redes Sociales. -	146 -
5.3.4.4.7.1	Análisis de la Promoción electrónica de los competidores... -	146 -
5.3.4.4.7.2	Diseño e implementación de Fan pages en redes Sociales (Inglés, Español, Idioma del mercado meta) .....	- 147 -

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

5.3.4.4.7.3 Marketing Social (en función de la Gestión de Responsabilidad Social Cap4.) .....	- 148 -
5.3.4.5 Ámbito Internacional.....	- 148 -
5.3.4.5.1 Estrategia de Distribución Internacional (solo aplica en caso de exportación).....	- 148 -
5.3.4.5.2 Estrategias de Precio Internacional .....	- 148 -
5.3.5 Cronograma .....	- 148 -
5.3.6 Presupuesto de Marketing: Costo de Venta, Costo de Publicidad y Promoción, Costo de Distribución, Costo del Producto, Otros. -	149 -
Capítulo 6. ....	- 151 -
6. Plan Operativo .....	- 151 -
6.1 Producción.....	- 151 -
6.1.1 Proceso Productivo .....	- 151 -
6.1.2 Infraestructura: Obra civil, Maquinarias y Equipos .....	- 152 -
6.1.3 Mano de obra .....	- 154 -
6.1.4 Capacidad Instalada.....	- 156 -
6.1.5 Flujograma de Procesos .....	- 156 -
6.1.6 Presupuesto .....	- 158 -
6.2 GESTION DE CALIDAD .....	- 158 -
6.2.1 Procesos de planeación de calidad.....	- 158 -
6.2.2 Beneficios de las acciones proactivas.....	- 159 -
6.2.3 Políticas de calidad.....	- 159 -
6.2.4 Procesos de control de calidad. ....	- 160 -
6.3 Gestión Ambiental .....	- 160 -
6.3.1 Proceso de Planeación ambiental.....	- 160 -



“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

6.3.2	Beneficios de las acciones proactivas.....	- 160 -
6.3.3	Políticas de Protección ambiental .....	- 161 -
6.4	Gestión de Responsabilidad Social.....	- 161 -
6.4.2	Beneficios de las acciones proactivas.....	- 161 -
6.4.3	Políticas de protección Social .....	- 161 -
6.4.4	Certificaciones y Licencias .....	- 162 -
6.4.5	Presupuesto .....	- 162 -
6.5	Balance Scorecard .....	- 162 -
6.6	Otros temas relacionados al plan operativo (tales como Estudio de Exportación, Construcción para un hotel, etc.) .....	- 163 -
Capítulo 7	.....	- 165 -
7.	ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO.....	- 165 -
7.1	Inversión Inicial.....	- 165 -
7.1.1	Tipo de Inversión.....	- 165 -
7.1.1.1	Fija .....	- 165 -
7.1.1.2	Diferida .....	- 166 -
7.1.1.3	Corriente.....	- 167 -
7.1.2	Financiamiento de la Inversión.....	- 167 -
7.1.2.1	Fuentes de Financiamiento .....	- 167 -
7.1.2.2	Tabla de Amortización .....	- 168 -
7.1.3	Cronograma de Inversiones .....	- 169 -
7.2	Análisis de Costos .....	- 169 -
7.2.1	Costos Fijos .....	- 169 -
7.2.2	Costos Variables .....	- 170 -
7.2.2.1	Costos de Producción.....	- 170 -

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

7.3	Capital de Trabajo .....	- 171 -
7.3.1	Costos de Operación.....	- 171 -
7.3.2	Costos Administrativos.....	- 171 -
7.3.3	Costos de Ventas.....	- 173 -
7.3.4	Costos Financieros.....	- 173 -
7.4	Análisis de Variables Críticas .....	- 174 -
7.4.1	Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes .....	- 174 -
7.4.2	Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas	- 175 -
7.4.3	Determinación del Punto Óptimo de Producción por medio de análisis marginales.....	- 176 -
7.4.4	Análisis de Punto de Equilibrio .....	- 176 -
7.5	Entorno Fiscal de la Empresa.....	- 178 -
7.5.1	Planificación Tributaria .....	- 178 -
7.5.1.1	Generalidades (Disposiciones normativas).....	- 178 -
7.5.1.2	Minimización de la carga fiscal .....	- 178 -
7.5.1.3	Impuesto a la Renta.....	- 178 -
7.5.1.4	Impuesto al Valor Agregado .....	- 179 -
7.5.1.5	Impuestos a los Consumos Especiales .....	- 179 -
7.5.1.6	Impuestos, Tasas y Contribuciones Municipales .....	- 179 -
7.5.1.7	Impuestos al Comercio Exterior.....	- 179 -
7.5.1.8	Impuestos a la Salida de Divisas .....	- 180 -
7.5.1.9	Impuestos a los Vehículos Motorizados .....	- 180 -
7.5.1.10	Impuestos a las Tierras Rurales (aplica solo proyectos rurales)	- 180 -
7.6	Estados Financieros proyectados.....	- 180 -

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

7.6.1	Balance General Inicial .....	- 180 -
7.6.2	Estado de Pérdidas y Ganancias .....	- 181 -
7.6.2.1.1	Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital .....	- 183 -
7.6.2.1.1.1	TMAR.....	- 183 -
7.6.2.1.1.2	VAN .....	- 184 -
7.6.2.1.1.3	TIR.....	- 184 -
7.6.2.1.1.4	PAYBACK.....	- 185 -
7.7	Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples -	185 -
7.7.1	Productividad .....	- 185 -
7.7.2	Precio Mercado Local.....	- 186 -
7.7.3	Precio Mercado Externo.....	- 186 -
7.7.4	Costo de Materia Prima.....	- 186 -
7.7.5	Costo de Materiales Indirectos.....	- 187 -
7.7.6	Costo de Suministros y Servicios.....	- 187 -
7.7.7	Costo de Mano de Obra Directa.....	- 188 -
7.7.8	Costo de Mano de Obra Indirecta .....	- 189 -
7.7.9	Gastos Administrativos.....	- 189 -
7.7.10	Gastos de Ventas.....	- 190 -
7.7.11	Inversión en Activos Fijos.....	- 191 -
7.7.12	Tasa de interés promedio (puntos porcentuales) .....	- 191 -
7.8	Balance General .....	- 191 -
7.8.1	Razones Financieras.....	- 192 -
7.8.1.1	Liquidez.....	- 192 -
7.8.1.2	Gestión .....	- 193 -

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

7.8.1.3	Endeudamiento.....	- 194 -
7.8.1.4	Rentabilidad.....	- 194 -
7.9	Conclusión Financiera .....	- 195 -
CAPÍTULO 8.....		- 197 -
8.	PLAN DE CONTINGENCIA .....	- 197 -
8.1	Plan de administración del riesgo .....	- 197 -
8.1.1	Principales riesgos .....	- 197 -
8.1.2	Reuniones para mitigar los riesgos .....	- 197 -
8.1.3	Tormenta de Ideas (braimstorming) listas de verificación ..	- 198 -
8.2	Planeación de la respuesta al riego.....	- 198 -
8.2.1	Monitoreo y Control de riesgo .....	- 198 -
8.3	Plan de contingencia y Acciones correctiva.....	- 199 -
CONCLUSIONES .....		- 201 -
RECOMENDACIONES.....		- 204 -
FUENTES .....		- 207 -
Bibliografía.....		- 207 -
ANEXOS.....		- 213 -
ANEXO 1 .....		- 213 -
ANEXO 2.....		- 215 -

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Marco Lógico .....	- 41 -
Tabla 2: Formulación de la hipótesis .....	- 43 -
Tabla 3: Manual de Funciones.....	- 55 -
Tabla 4: Sueldos y Salarios.....	- 63 -
Tabla 5: Cláusulas en el contrato .....	- 65 -
Tabla 6: Constitución de la empresa.....	- 73 -
Tabla 7: Distribuidores TRICAL S.A.....	- 92 -
Tabla 8: CARACTERÍSTICA DE LOS COMPETIDORES.....	- 93 -
Tabla 9: FODA .....	- 96 -
Tabla 10: Estrategia de Posicionamiento.....	- 122 -
Tabla 11: Tabla de Información Nutricional .....	- 124 -
Tabla 12: Tabla de Información Nutricional .....	- 125 -
Tabla 13: Amplitud y profundidad de línea.....	- 129 -
Tabla 14: Gastos de Lanzamiento de producto .....	- 149 -
Tabla 15: Presupuesto Responsabilidad Social.....	- 162 -
Tabla 16: Inversión Fija .....	- 165 -
Tabla 17: Inversión diferida .....	- 166 -
Tabla 18: Inversión Corriente .....	- 167 -
Tabla 19: Tabla de amortización.....	- 168 -
Tabla 20: Cronograma de inversiones.....	- 169 -
Tabla 21: Costos Fijos.....	- 170 -
Tabla 22: Costos Variables.....	- 171 -

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Tabla 23: Sueldos y Salarios.....	- 172 -
Tabla 24: Servicios Básicos.....	- 172 -
Tabla 25: Gastos Administrativos .....	- 172 -
Tabla 26: Costos de Venta .....	- 173 -
Tabla 27: Costos financieros .....	- 174 -
Tabla 28: Mark Up y Márgenes.....	- 175 -
Tabla 29: Costos e ingreso.....	- 175 -
Tabla 30: Punto de equilibrio DISTRIBUIDOR.....	- 177 -
Tabla 31: Punto de equilibrio PUNTO DE VENTA.....	- 177 -
Tabla 32: Impuesto a la Renta .....	- 178 -
Tabla 33: Balance General Inicial.....	- 181 -
Tabla 34: Estado de Pérdidas y Ganancias.....	- 182 -
Tabla 35: Flujo d efectivo proyectado .....	- 183 -
Tabla 36: TMAR.....	- 184 -
Tabla 37: Productividad.....	- 185 -
Tabla 38: Precio Mercado .....	- 186 -
Tabla 39: Costo Materia Prima .....	- 187 -
Tabla 40: Servicios Básicos.....	- 188 -
Tabla 41: Mano de Obra Directa.....	- 188 -
Tabla 42: Mano de Obra Indirecta.....	- 189 -
Tabla 43: Gastos Administrativos .....	- 190 -
Tabla 44: Gastos de Venta .....	- 190 -
Tabla 45: Balance General .....	- 192 -
Tabla 46: Liquidez .....	- 193 -
Tabla 47: Gestión .....	- 193 -

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Tabla 48: Endeudamiento ..... - 194 -

Tabla 49: Rentabilidad..... - 195 -

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Cronograma del trabajo de Titulación .....	- 45 -
Ilustración 2: Organigrama de la empresa .....	- 51 -
Ilustración 3: Código de ética .....	- 68 -
Ilustración 4: PIB por sectores económicos .....	- 76 -
Ilustración 5: ROS del sector de alimentos .....	- 77 -
Ilustración 6: Comportamiento de la Inflación anual.....	- 78 -
Ilustración 7: Ventas del Sector de Alimentos .....	- 81 -
Ilustración 8: Ciclo de Vida de la Industria .....	- 82 -
Ilustración 9: MATRIZ BSC.....	- 83 -
Ilustración 10: Análisis del Ciclo de Vida del Producto .....	- 84 -
Ilustración 11: Supermercados en la Ciudad de Guayaquil .....	- 91 -
Ilustración 12: FORMULA DE MUESTRA.....	- 101 -
Ilustración 13: Perfiles de los consumidores potenciales .....	- 104 -
Ilustración 14: Edades      Ilustración 15: Estado Civil .....	- 104 -
Ilustración 16: En qué sector de la ciudad vive actualmente? .....	- 105 -
Ilustración 17: Ha notado Ud. que en la actualidad, existe una tendencia creciente por consumir productos alimenticios congelados?.....	- 106 -
Ilustración 18: Ha consumido usted productos alimenticios congelados?..	- 107 -
-	
Ilustración 19: Qué productos alimenticios pre cocidos congelados prefiere consumir? Elija una opción.....	- 108 -
Ilustración 20: Tiene alguna marca preferencial al momento de comprar productos alimenticios congelados? .....	- 109 -
Ilustración 21: Dónde realiza normalmente usted sus compras de productos alimenticios congelados? .....	- 110 -



“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Ilustración 22: Con qué continuidad compra este tipo de productos alimenticios congelados? .....	- 111 -
Ilustración 23: Estaría dispuesto a probar una nueva línea de productos alimenticios congelados, como hamburguesas hechas a base de mariscos?-	112 -
Ilustración 24: En que canal de distribución le gustaría poder adquirirlo?.-	113 -
Ilustración 25: Cuánto estaría dispuesto a pagar por una presentación de 4 hamburguesas de 65gr en su respectivo empaque? .....	- 114 -
Ilustración 26: Imagen Logo .....	- 126 -
Ilustración 27: Distribución de espacio .....	- 133 -
Ilustración 28: Canales de distribución .....	- 134 -
Ilustración 29: Página de Facebook.....	- 141 -
Ilustración 30: Página de Twitter.....	- 142 -
Ilustración 31: Página de Instagram.....	- 143 -
Ilustración 32: Estrategias de E-Marketing, E-Commerce, E-Business ..	- 145 -
Ilustración 33: Cronograma de Tiempo .....	- 149 -
Ilustración 34: Infraestructura .....	- 153 -
Ilustración 35: Equipos y maquinarias .....	- 154 -
Ilustración 36: Capacidad Instalada .....	- 156 -
Ilustración 37: Flujograma de Procesos .....	- 157 -
Ilustración 38: Presupuesto .....	- 158 -
Ilustración 39: Balance Scorecard.....	- 163 -

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

## **RESUMEN (ABSTRACT)**

El siguiente trabajo de titulación consiste en analizar la factibilidad de implementación de una empresa productora y comercializadora de una línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos, la misma que está constituida por hamburguesas de camarón y hamburguesas de pescado congeladas.

La idea de negocios surge a partir de las nuevas tendencias de consumo que se viven en la actualidad a nivel mundial. Las personas buscan opciones de alimentos que sean rápidos al momento de su elaboración, pero que a pesar de su proceso no pierdan su textura, frescura y principalmente su valor nutricional.

En el mercado nacional existen varias opciones para satisfacer las diferentes necesidades de estos “consumidores modernos”, pero la demanda va en aumento y los gustos de éstos consumidores son diversos y exigentes.

La propuesta busca satisfacer éstas exigencias mediante la creación de una empresa enfocada en distribuir productos congelados de calidad, a un precio competitivo dentro del mercado.

Los productos se comercializarán a través de diferentes puntos de ventas de la Ciudad de Guayaquil, y directamente de un punto de venta ubicado en la planta de la empresa situada en el km 18,5 Vía a Daule

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

The next graduation job consists of analyzing the feasibility of implementing a producer and marketing company of a line of fast frozen food made with seafood, the same is constituted by shrimp burgers and frozen fish burgers.

The business idea comes from the new consumer trends that are currently living worldwide. People seek food choices that are fast at the time of processing, but despite its process will not lose their texture, coolness and especially its nutritional value.

In the domestic market there are several options to meet the different needs of these "modern consumers", but demand is increasing and these consumers' tastes are varied and demanding.

The proposal seeks to meet these demands by creating a company focused on distributing frozen quality products at a competitive price in the market.

The products will be marketed through different sales points in the city of Guayaquil, and also directly from an point of sale located at the company plant placed at Km 18.5 Via Daule

## INTRODUCCIÓN

La propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base mariscos busca satisfacer las nuevas necesidades creadas por las actuales tendencias de consumo.

Está elaborado por 8 capítulos de investigación y desarrollo:

El primer capítulo se basa en el fundamento teórico de la investigación, dónde se describen los diferentes estilos de negocios de la industria.

En el segundo capítulo se detalla la idea del negocio en sí y la oportunidad de introducción que existe en el mercado.

El tercer capítulo estudia y analiza el entorno jurídico al cuál debe regirse la propuesta, además de las leyes actuales que se deben cumplir para el correcto funcionamiento de la empresa.

En el cuarto capítulo denominado “Auditoría de Mercado” se desarrollan los métodos de investigación para poder medir la aceptación de la propuesta en el mercado nacional.

En el quinto capítulo se definen las estrategias de introducción y posicionamiento del producto en el mercado, adicionalmente de la promoción y plaza del mismo.

En el sexto capítulo se desarrollaron los procesos que debe seguir la empresa para la producción del producto, donde se incluyen procesos de calidad, gestión ambiental y responsabilidad social.

En el séptimo capítulo se desglosan los estados financieros, balance general e índices de la empresa para poder determinar la rentabilidad de la misma en el período de tiempo proyectado.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

En el octavo capítulo se consideró un plan alternativo y de contingencia para la prevención de todo tipo de riesgos del negocio.

Adicionalmente la propuesta incluye las debidas conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación realizado.

# CAPÍTULO 1

## DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

## **CAPITULO 1**

### **1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.1. Tema – Título**

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCION y COMERCIALIZACIÓN DE UNA LINEA DE COMIDA RÁPIDA CONGELADA HECHA A BASE DE MARISCOS.”

#### **1.2. Justificación**

. La alimentación es vital para el ser humano pero en la actualidad carecemos de tiempo para preparar comida ya que tenemos diferente actividades de realizar en el día, por lo cual necesitamos de recursos alternativos que nos permita ingerir alimentos que nos lleve menos tiempo de preparación. La industria de alimentos se divide en dos categorías: frescos y procesados. Estos últimos son aquellos que han pasado por algún proceso físico o químico, a fin de mejorar su conservación y estado.

En 2011, la industria global de alimentos procesados produjo un total de 520,737 millones de toneladas de alimentos, que esto representó un valor total de 4,462 miles de millones de dólares. Se estima que la industria registrara una tasa media de crecimiento anual de 8.1 % durante el periodo 2011 – 2010. (INDUSTRIA DE ALIMENTOS PROCESADOS, 2012, p.7)

A nivel mundial, los productos congelados están teniendo un gran potencial de crecimiento: un estudio americano parte de la base de que las ventas de productos congelados aumentará anualmente en un 3.6% hasta el año 2015. En cuatro años, las ventas alcanzarán en total casi los

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

US\$140.000 millones, cuando en 2010 se situaban todavía sólo un poco por encima de los US\$110.000 millones. (INDUSTRIA ALIMENTICIA, 2011).

Esto corresponde al mínimo tiempo que experimentan muchos consumidores y sus extranjeros hábitos de consumo, es por esto que las diferentes empresas, hacen contribuciones más prácticas a la sociedad.

“Prácticamente todos los hogares compran productos congelados, pero apenas un 69% los consume semanal o regularmente. Además, el consumo medio de pescados, verduras, carne y platos preparados congelados está por debajo de sus variedades frescas/refrigeradas”. (KANTAR WORLD PANEL, 2013) Lo que demuestra que la mayor oportunidad de crecimiento para la industria pasa por fomentar una mayor frecuencia de uso de estos productos.

Teniendo en cuenta lo antes mencionado, se pretende seguir aportando a la solución de estas actuales necesidades con la siguiente propuesta, la misma que se enfoca en ofrecer una mejor calidad en productos congelados con una línea de comida rápida hecha a base de mariscos aprovechando de ésta forma el hecho de que Ecuador es uno de los principales productores y exportadores mundiales de mariscos. Esto, se debe a que nuestro país goza de excelentes condiciones climatológicas y de una buena ubicación geográfica, permitiendo que se desarrolle con éxito y genere una buena productividad. Esta industria se ha constituido como uno de los ingresos más importantes en las exportaciones de productos tradicionales e ingresos no petroleros.

### **1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio**

En la actualidad se presentan diferentes dificultades para poder alimentarnos, ya que tenemos muchas actividades en nuestro trabajo,



“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

estudio, entre otros, debido a estos motivos se plantea la creación de una empresa que se dedicará a la producción y comercialización de una línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos: hamburguesas de camarón y hamburguesas de pescado para personas en la ciudad de Guayaquil.

Se procede a desarrollar un plan de negocios, el mismo que contiene la descripción del negocio, entorno jurídico de la empresa, auditoría de mercado, plan de marketing, plan operativo, estudio económico-financiero-tributario y un plan de contingencia, el mismo que se lo elaborará con una proyección de 5 años para determinar la rentabilidad de la propuesta.

#### **1.4. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio**

La siguiente propuesta de emprendimiento se acogerá para su íntegro desarrollo al objetivo # 10 del Plan Nacional para el Buen Vivir del Ecuador, el mismo que se fundamenta en “**Impulsar la transformación de la matriz productiva**” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013-2017).

Además se apegará a la Línea de Investigación #5 del SINDE de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, que se enfoca en “**Producción de Alimentos**”, ésta línea se relaciona con el Objetivo 4. Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable. Y el Objetivo 11. Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible. (Sistema de Investigación y Desarrollo, 2012)

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

## **1.5. Objetivos de la Investigación**

### **1.5.1. Objetivo General**

Analizar la factibilidad de implementación de una empresa productora y comercializadora de una línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos.

### **1.5.2. Objetivos Específicos**

- Conocer toda la normativa legal sobre el entorno jurídico de las empresas para el correcto funcionamiento de las mismas.
- Determinar el monto de inversión y rentabilidad de la propuesta
- Analizar la oferta y la demanda de los productos congelados en Guayaquil.
- Implementar un plan de marketing que ayude a la empresa a incrementar su participación dentro del mercado.
- Desarrollar un proceso operativo que se rija a las normas de calidad que demandan los productos congelados pre Cocidos.
- Crear un plan de contingencia para poder mitigar los riesgos que se puedan presentar en la empresa.

## **1.6. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.**

El método que se empleará para el desarrollo del proyecto será el cuantitativo.

Mediante ésta método se recogerán datos e información para probar las hipótesis planteadas en la investigación, realizando un análisis estadístico del estudio de mercado acerca de la factibilidad de desarrollar una empresa dedicada a la comida rápida congelada hecha a base mariscos.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

La recolección de datos se la realizará a través de encuestas y observaciones directas a los potenciales consumidores con el fin de analizar el comportamiento del mercado frente a la propuesta.

## **1.7 Planteamiento del Problema**

A través de los años se han ido desarrollando nuevas maneras de comer o nuevos hábitos de consumo como consecuencia de diferentes situaciones, las mismas que se explican brevemente a continuación:

- La prolongación del período dedicado al trabajo de las personas y la participación más activa de las mujeres en labores fuera de sus hogares.
- Los ritmos sociales en general que han adquirido las personas en la actualidad.
- El desarrollo de tecnología en nuevos equipamientos domésticos, como por ejemplo el microondas, que han contribuido a aligerar la carga de la cocina doméstica centrados en alimentos más fáciles de preparar (Benito, 2008)
- Los cambios en los hábitos de consumo y formas alimenticias, que ahora son parte de una tendencia global.

El rápido crecimiento de los productos congelados es debido parte del avance de nuevos hábitos de consumo, los mismos que demandan productos cada vez más elaborados, envasados y que conserven sus propiedades y principalmente su frescura, éstos responden a las necesidades del nuevo consumidor, básicamente de perfil urbano, con menos tiempo para cocinar y con un mayor poder adquisitivo. (Tunon D. M., 2012)

Otro importante factor que motiva el consumo de alimentos precocinados es el creciente número de hogares unifamiliares y la disminución del número medio de personas por hogar. Cuando el hogar está

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

constituido por una, dos o como mucho, tres personas, se tiende a preparar alimentos de elaboración sencilla, sin invertir mucho tiempo en su elaboración. (Tunon D. M., 2012)

## **1.8. Fundamentación Teórica del Proyecto**

### **1.8.1. Marco Referencial**

Las pequeñas industrias junto a las microempresas constituyen un fenómeno social de importancia indiscutible en Ecuador porque juntas comprenden más del 50% de la población económicamente activa.

La siguiente investigación trata sobre la propuesta de una empresa dedicada al área industrial de alimentos congelados, contribuyendo con el sector productivo promoviendo e incrementando el espíritu emprendedor y la expansión de empresas en Guayaquil.

Para la siguiente investigación se tomarán como referencia las siguientes empresas:

#### **VITAFOODS Ecuador:**

Representantes exclusivos de FRESH FISH DEL ECUADOR Y PESCARDEG, tienen certificados de Calidad y de Manipulación de Alimentos.

Su misión está constituida en brindar productos congelados y frescos de alta calidad, ya que cuentan con tecnología de punta y los distribuyen a un precio competitivo. (VITAFOODS Ecuador, 2015)

Sus productos de acuerdo a las alianzas estratégicas que mantienen con diferentes empresas son los siguientes:

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

### **1. FRESH FISH del Ecuador:**

Empresa procesadora de pescado, inició sus procesos de producción con varios tipos de pescado como atún, dorado, wahoo, pez espada, miramelindo entre otros.

Dirigen su producción a mercados internacionales, gracias a la inversión realizada en tecnología y control de calidad de todos sus productos. (Fresh Fish del Ecuador, 2015)

Bajo su marca El Capitán distribuye los siguientes productos:

#### **Pescados ENTEROS**

- Bonito
- Albacora
- Carita

#### **CHULETAS DE PESCADO**

- Albacora
- Dorado
- Wahoo
- Pez Espada

#### **LOMOS Y PORCIONES**

- Albacora
- Picudo
- Pez espada
- Dorado
- Wahoo
- Merluza

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

### **FILETES Y FLETCH**

- Dorado
- Wahoo
- Merluza

### **FRESH CONGELADOS**

- Ceviche
- Mix de mariscos
- Aritos de calamar
- Shrimp PopCorn
- Hamburguesas de Pescado
- Hamburguesas de Camarón

## **2. PESCARDEG S.A**

Tiene más de 9 años de experiencia en el procesamiento de camarón y pescado. Han adoptado el sistema HACCP (ANÁLISIS DE PELIGROS Y PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL) un enfoque preventivo y sistemático para la seguridad alimentaria. (PESCARDEG S.A, 2015)

Mediante su línea Pescardeg S.A Camarón distribuye los siguientes productos en el mercado nacional:

- HLSO
- HOSO
- PUD T/OFF
- P&D T/OFF

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

### **INDUSTRIAL PESQUERA SANTA PRISCILA**

Industrial Pesquera Santa Priscila S.A. produce y exporta camarón (*Litopenaeus Vannamei*) desde el año 1976. Producen más de 32 millones de kilogramos de camarón y exportan cada año a: Europa, Estados Unidos, Latinoamérica y Asia. (Industrial Pesquera Santa Priscila S.A, 2014)

En su cartera de productos constan los siguientes:

- ✓ Camarón
  - Enteros
  - Hamburguesas
- ✓ Pescado
  - Filetes
  - Enteros
- ✓ Piel y Escamas
- ✓ Mango

### **1.8.2. Marco Teórico**

La propuesta del presente trabajo contempla ofrecer un producto en donde se va a demostrar el tratamiento de congelación que siguen los productos industrializados y procesados además de los procesos de calidad y productividad que atraviesan los mismos para llegar a ser excelentes en textura y frescura.

### **TEORÍA DE LA CONGELACION**

“La congelación es el proceso de preservación originado por la reducción de la temperatura por debajo de aquella en la que se comienzan a formar cristales en un material alimenticio”. (Orrego Alzate, 2003, p.245)

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

El proceso se desarrolla en tres etapas, previas a la total congelación:

**Pre congelación:**

Período donde se inicia el enfriamiento hasta que inicia a cristalizarse el agua.

**Congelación:**

El período durante el cual, la temperatura es más o menos firme (cambio de fase) si la sustancia es pura.

**Descenso de temperatura aproximadamente lineal:**

Causado por el retiro de calor sensible del producto sólido, fase que concluye cuando el material alcanza la temperatura del medio refrigerante o congelador utilizado para el proceso. (CONGELACION Y LIOFILACION DE ALIMENTOS, 2008)

**TEORÍA DE CALIDAD Y PRODUCTIVIDAD**

Las teorías de calidad han tomado su impulso y desarrollo en países avanzados, tales como: Estados Unidos y Japón, los cuales por su historia y trayectoria son un referente en lo que a productividad se refiere.

Existen varios autores de teorías de calidad alrededor del mundo, pero los precursores de los actuales y modernos conceptos de calidad son: Philip B. Crosby, Armand V. Feigenbaum, Edward W. Deming y Joseph M: Muran, Kaoru Ishikawa, Shigeru Mizuno, Shigeo Shingo y Geinichi Taguchi.

De acuerdo a investigaciones académicas realizadas se puede comprobar que un alto nivel de calidad ofrecido tanto en productos como servicios, proporciona a las empresas considerables cuotas fidelizadas de mercado, diferenciación con respecto a la competencia y lo más importante, la satisfacción del cliente.



“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Para el entendimiento de la teoría de calidad y productividad a la cual se va a regir la propuesta, se tomará como referencia la filosofía básica de Deming, “la calidad y productividad de las empresas aumentan cuando la inestabilidad de los procesos que en ella se realizan disminuye porque todas las cosas varían y es por esto, que los métodos de control estadístico deben ser usados”. (Grupo EUMEDNET, 2009)

Tomando como referencia los nuevos modelos de la calidad total-excelencia, se considera que las empresas deben estar enfocadas en la satisfacción del cliente mediante productos de buena calidad para no afectar la ineludible relación entre cliente-empresa.

### **1.8.3. Marco Conceptual**

IQF: Individual Quick Freezing

SHRIMP: Camarón

### **1.8.4. Marco Legal**

- Constitución Política de la República del Ecuador:

“Las personas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos son titulares y gozarán de los derechos garantizados en la Constitución y en los instrumentos internacionales. La naturaleza será sujeto de aquellos derechos que le reconozca la Constitución.” (Asamblea Nacional, 2008, p.21)

- Ley de Compañías:

“La Superintendencia de Compañías es el organismo técnico, con autonomía administrativa y económica, que vigila y controla la organización, actividades, funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías y

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

otras entidades en las circunstancias y condiciones establecidas por la Ley”.  
(Super Intendencia de Compañías, Valores y Seguros, s.f)

- SRI:

“Institución independiente en la definición de políticas y estrategias de gestión que han permitido que se maneje con equilibrio, transparencia y firmeza en la toma de decisiones, aplicando de manera transparente tanto sus políticas como la legislación tributaria”. (Servicio de Rentas Internas, 2014)

- Código de la producción:

El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas. Así también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria. (Instituto de Promoción de Importaciones y Exportaciones, 2010)

### 1.8.5. Marco Lógico

Tabla 1: Marco Lógico

	<b>Lógica de intervención</b>	<b>Indicadores objetivamente verificables</b>	<b>Fuentes y medios de verificación</b>	<b>Supuestos</b>
<b>Objetivo General</b>	Analizar la factibilidad de implementación de una empresa	Nivel de demanda de productos	Ministerio de la producción	La empresa contará con un nivel considerable de

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

	productora y comercializador a de una línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos	congelados en el mercado		demanda para poder implementarla y desarrollarla sustentablemente.
<b>Objetivos Específicos</b>	Conocer toda la normativa legal sobre el entorno jurídico de las empresas para el correcto funcionamiento de las mismas.	Aspecto societario. Aspecto laboral. Gobierno corporativo. Propiedad Intelectual.	Capital Social, Acciones y Participaciones. Mandato constituyente #8. Código de ética. IEPI.	Determinar las normas y reglamentos vigentes para la constitución y correcto funcionamiento de la empresa.
	Determinar el monto de inversión y rentabilidad de la propuesta	Estudio financiero de la propuesta	VAN, TIR, Ratios	Conocer la capacidad de generar utilidades de la empresa en un tiempo estimado.
	Analizar la oferta y la demanda de los productos congelados en Guayaquil.	PEST Matriz BCG Oferta Demanda Matriz Foda	Factores políticos económicos, sociales y tecnológicos del país. Características y estrategias de los competidores Marketshare, segmentación del mercado Análisis interno y externo de la empresa	Identificar el grado de adaptación de la empresa en el mercado.
	Desarrollar un proceso operativo que se rija a las normas de calidad que demandan los	Proceso productivo Proceso de calidad	Flujograma de actividades y tiempos de producción. Políticas de calidad Políticas de protección ambiental	Lograr las propuestas detalladas en el plan estratégico.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

	productos congelados pre cocidos.	Proceso de planeación ambiental Balance Scorecard	Mapa estratégico	
	Crear un plan de contingencia para poder mitigar los riesgos que se puedan presentar en la empresa.	Plan de administración de riesgos	Principales Riesgos	Tener procedimientos alternativos para saber cómo reaccionar frente a cualquier eventualidad.

Fuente: La investigación

Elaborado por: Andrea Triviño

### 1.9. Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.

Tabla 2: Formulación de la hipótesis

Objetivos		Hipótesis	Preguntas de Investigación
<b>Objetivo General</b>	Analizar la factibilidad de implementación de una empresa productora y comercializadora de una línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos	Aceptación del mercado de la línea de comida congelada hecha a base de mariscos	Cuál es el criterio de compra de los consumidores de productos congelados?
<b>Objetivo Específico 1</b>	Conocer toda la normativa legal sobre el entorno jurídico de las empresas para el	Cumplir a cabalidad con las normativas vigentes para el correcto	Qué tipo de leyes y restricciones existen en el país?

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

	correcto funcionamiento de las mismas.	funcionamiento de la empresa	
<b>Objetivo Específico 2</b>	Determinar el monto de inversión y rentabilidad de la propuesta	Obtener el índice de rentabilidad esperado	En qué tiempo la empresa logra generar utilidades?
<b>Objetivo Específico 3</b>	Analizar la oferta y la demanda de los productos congelados en Guayaquil.	Nivel de oferta Nivel de demanda	Cuál es el nivel de consumo de este tipo de productos?
<b>Objetivo Específico 4</b>	Desarrollar un proceso operativo que se rija a las normas de calidad que demandan los productos congelados	Lograr desarrollar un plan estratégico de actividades dentro de la planta	
<b>Objetivo Específico 5</b>	Crear un plan de contingencia para poder mitigar los riesgos que se puedan presentar en la empresa.	Saber cómo actuar ante alguna situación inesperada	Que planes alternativos se contempla desarrollar?

**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** Andrea Triviño

## 1.10. Cronograma

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Ilustración 1: Cronograma del trabajo de Titulación

▣ Proyecto de titulación	77 días	vie 15/05/15	lun 31/08/15
Capítulo 1	5 días	vie 15/05/15	jue 21/05/15
Capítulo 2	5 días	vie 29/05/15	jue 04/06/15
Capítulo 3	5 días	vie 12/06/15	jue 18/06/15
Capítulo 4	10 días	vie 19/06/15	jue 02/07/15
Capítulo 5	10 días	vie 03/07/15	jue 16/07/15
Capítulo 6	5 días	vie 17/07/15	jue 23/07/15
Capítulo 7	10 días	vie 31/07/15	jue 13/08/15
Capítulo 8	2 días	vie 14/08/15	lun 17/08/15
Capítulo 9	1 día	mar 18/08/15	mar 18/08/15
Capítulo 10	2 días	mar 25/08/15	mié 26/08/15
Capítulo 11	1 día	jue 27/08/15	jue 27/08/15
Capítulo 12	1 día	vie 28/08/15	vie 28/08/15
Capítulo 13	1 día	lun 31/08/15	lun 31/08/15

**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** Andrea Triviño

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

## CAPÍTULO 2

# DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

## **CAPÍTULO 2**

### **2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO**

#### **2.1. Análisis de la Oportunidad**

Actualmente el mercado de productos congelados se encuentra en crecimiento constante, así ha sido revelado por Kantar Worldpanel en el mes del congelado. En el año 2013 hubo un incremento de la demanda del +1.1%.

Según las estadísticas se calcula que siete de diez personas consumen productos congelados semanalmente, en lo que respecta los hogares adquieren productos congelados un 69% semanalmente, se estima que aún hay un porcentaje de consumidores que no compran productos congelados, debido a que piensan que no se los procesa de forma correcta perdiendo así los beneficios del alimento.

El 51% de las mujeres que se dedican a los quehaceres domésticos creen que los productos congelados ofrecen las mismas propiedades que un producto fresco, según Pere Vives el director de Kantar Worldpanel, aconseja a las empresas que van a entrar al mercado a ofrecer este producto deben enfocarse en satisfacer las necesidades de los hogares jóvenes que pudiese llegar hacer los clientes potenciales. (Kantar Worldpanel, 2014)

##### **2.1.1. Descripción de la Idea de Negocio**

Hoy en día los productos congelados están acaparando un gran porcentaje en el mercado mundial, debido a los nuevos estilos de vida de las personas, las mismas que prefieren adquirir productos que sean fáciles de



“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

preparar, pero siempre y cuando los productos cumplan con los requisitos de calidad y estándares necesarios.

La comida congelada es un negocio latente y por ende es imprescindible, responden a la necesidad del consumidor, que básicamente cuenta con menos tiempo para sus obligaciones domésticas, pero cuenta con un mayor poder adquisitivo y que para un consumo puntual deposita su confianza en alimentos precocinados, es decir, de elaboración sencilla y de inversión mínima de tiempo en su elaboración.

La idea de negocio es la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una línea de comida rápida congelada hecha a base mariscos, la misma que seguirá aportando a la solución de esta necesidad brindándoles un mayor bienestar con un producto de alta calidad y satisfaciendo sus hábitos de consumo.

Esta propuesta busca satisfacer las exigencias del mercado unificándola con la oportunidad que el país brinda siendo uno de los principales productores y exportadores mundiales del mariscos, principalmente, pescado y camarón, logrando así que esta industria se constituya como uno de los ingresos más importantes no petroleros de Ecuador.

### **2.1.2. Descripción de la Idea Producto o Servicio**

Actualmente existe una gran demanda de los consumidores por productos congelados en nuestro país y a nivel mundial se propone mediante el presente trabajo de titulación la elaboración y comercialización de productos congelados hechos a base de mariscos.

TriCal S.A. se dedicará a la elaboración y comercialización de productos congelados elaborados a base de mariscos.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

El producto que se desea comercializar en la ciudad de Guayaquil se encuentra en el Codex Alimentarius, en el cual se debe incluir toda la descripción del alimento junto con la categoría a la cual está destinada, de igual manera sobre los aditivos alimentarios pertinentes

La empresa se registrará a todas las normas necesarias sobre el control de calidad y sanidad, para así ofrecer un producto en buen estado.

En lo que respecta al empaque de los productos, se empacará el producto con un plástico especial de manera que proteja la calidad, sabor y propiedades del producto, luego se procederá a colocar en otra envoltura debidamente sellada en la cual constará el nombre del producto, de la empresa, fecha de caducidad, fecha de elaboración y registro sanitario.

## **2.2. Misión, Visión y Valores de la Empresa.**

### Misión.-

Brindar excelencia en la provisión de productos alimenticios congelados, proporcionando calidad y eficiencia en la entrega de servicios.

### Visión.-

Ser una empresa líder en la producción y comercialización de productos congelados ejecutando todas las regularizaciones y estándares necesarios para poder ofrecer un producto de alta calidad a los clientes.

### Valores.-

- Trabajo en Equipo: Trabajar en conjunto con todos los departamentos para tener una buena relación y comunicación, y así poder ofrecer productos con altos estándares de calidad.
- Proactividad: Tomar acción sobre las oportunidades que se presentan a diario.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

- Responsabilidad: Cada trabajador deberá cumplir con las asignaciones que se le encargue dentro de la empresa
- Transparencia: Realizar todo los trabajos tanto los altos directivos de la empresa como los colaboradores de forma correcta y justa.
- Lealtad: Respetar y cumplir con todas normas establecidas por la compañía, para que de esta manera se pueda ejercer todas las funciones de forma correcta.

## **2.3. Objetivos de la Empresa**

### **2.3.1. Objetivo General**

Ser una empresa líder en la elaboración de productos congelados hechos a base de mariscos en la ciudad de Guayaquil, y poder acaparar el 60% del mercado ecuatoriano en los primeros 4 años de funcionamiento de la empresa.

### **2.3.2. Objetivo Específicos**

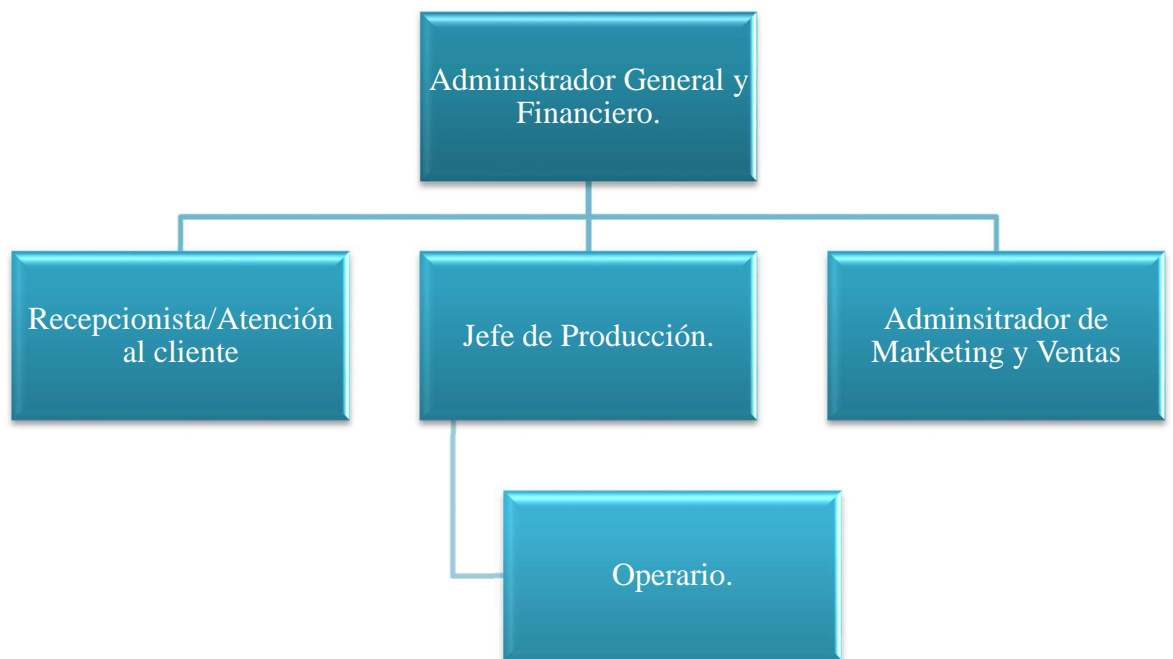
- Establecer acuerdos comerciales con locales en los cuales se vendan productos congelados para poder comercializar los productos.
- Obtener entre el 5 y 10% de mercado meta en el primer año del funcionamiento de la empresa.
- Alcanzar un 5% anual en las ventas a partir del segundo año.
- Crear estrategias de mercado para promocionar el producto mostrando los beneficios que ofrece al cliente.
- Obtener más participación dentro del mercado a partir del tercer año de la empresa.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

## 2.4. Estructura Organizacional

### 2.4.1. Organigrama

Ilustración 2: Organigrama de la empresa



**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** Andrea Triviño

### 2.4.2. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias

#### **ADMINISTRADOR GENERAL:**

Requisitos Profesionales: Haber culminado sus estudios universitarios en carreras afines como Administración de Empresas,

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Comercio Exterior o Contador, el título deberá estar registrado en el Senescyt, tener como mínimo dos años de experiencia en cargos similares.

Supervisa a:

- Recepcionista/Atención al cliente
- Gerente de Producción – Operario.
- Gerente de Marketing y Ventas.

Funciones y Responsabilidades.-

- Desarrollar planes de negocios para las mejoras continuas dentro de la empresa.
- Realizar los estados financieros de la empresa mensualmente.
- Llevar en orden todos los documentos como son: facturas, retenciones entre otros.
- Cumplir con los pagos a los proveedores y a los clientes a tiempo.
- Hacer cumplir todas las normas y reglas en la empresa.
- Gestionar las compras de los insumos necesarios para la elaboración de los productos.
- Negociar con los proveedores para obtener una materia prima de calidad y a menor costo.
- Plantear y ejecutar metas a corto y largo plazo

***RECEPCIONISTA/ATENCIÓN AL CLIENTE:***

Requisitos profesionales: Experiencia mínima de 1 año en cargo como servicio al cliente o a fines, habilidades en la organización. Manejo paquetes informáticos. Excelente comunicación interpersonal. Buen desenvolvimiento.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Funciones y Responsabilidades:

- Efectuar seguimiento a los pagos para su cancelación oportuna.
- Registrar los pagos efectuados al personal administrativo u obrero por diversos beneficios.
- Redactar y transcribir correspondencia y documentos diversos.
- Registrar y llevar el control de los documentos del área.

***JEFE DE PRODUCCIÓN:***

Requisitos Profesionales: Haber culminados los estudios universitarios en carreras como: Ventas, Desarrollo de negocios, Ingeniería de los procesos y la Tecnología a la industrialización de los alimentos entre otras, el título deberá estar registrado en el Senescyt. Experiencia mínima de 2 años.

Funciones y Responsabilidades:

- Supervisar todo los procesos de la producción del producto
- Controlar que los productos para la elaboración del producto se encuentren en buen estado
- Coordinar con los proveedores el abastecimiento de la materia prima productos para realizar el producto final
- Brindar un buen clima laboral a los subordinados.
- Verificar y constatar que el producto se entregue de forma oportuna y en buen estado.

Supervisa a:

- Operario

***Operario:***

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Requisitos del puesto.

- Sexo: Masculino - Femenino.
- Edad: 25 a 35 años.
- Experiencia: 2 años.

Perfil del Cargo: Haber finalizado los estudio superiores en carreras como: Ingeniería química, Ingeniería en alimentos, el titulo deberá estar registrado en el Senescyt. Experiencia mínimo de 6 meses.

Funciones y Responsabilidades:

- Deberá realizar todo el proceso de elaboración del producto
- Conocer y aplicar todos los estándares de calidad para ofrecer al mercado un producto de calidad.

***ADMINISTRADOR DE MARKETING Y VENTAS:***

Perfil del cargo: Haber finalizado los estudios superiores en carreras como: Ingeniería en Ventas, Contador, Ciencias Sociales el titulo deberá estar registrado en el Senescyt.

Funciones y Responsabilidades:

- Crear estrategias de marketing
- Establecer objetivos a corto y largo plazo
- Analizar el comportamiento del cliente ante la oferta del producto.

Elaborar estrategias para aumentar la cartera de clientes

**2.4.3. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades y Derechos**

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Tabla 3: Manual de Funciones

<b>Cargo</b>	<b>Nivel de Mando</b>	<b>Interacción entre áreas</b>	<b>Responsabilidad</b>	<b>Derechos o Beneficios</b>
<b>Administrador General</b>	Primario	Todas las áreas	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Elaboración de objetivos para los diferentes departamentos en la empresa</li> <li>-Designar tareas a realizar por los gerentes de cada área</li> <li>- Representante principal en cada junta general.</li> <li>- Selección del personal</li> <li>-Encargado de elaborar los planes financieros de la empresa</li> <li>- Presentar en las juntas generales reportes mensuales de las finanzas de la empresa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Sueldo Fijo.</li> <li>-Brindar a los trabajadores todos los beneficios de ley.</li> <li>-Dar pagos por horas extras.</li> <li>-Crear las políticas de la empresa.</li> <li>-Multas a los trabajadores en caso de ser necesario.</li> <li>-Analiza y toma la decisión en el despido o contratación de un empleado.</li> </ul>
<b>Administrador de Producción</b>	Secundario	Gerencia, Dpto. de Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Control permanente del proceso de elaboración del producto.</li> <li>-Analizar el proceso de entrega del producto               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Supervisar que el operario cumpla con los pedidos establecidos.</li> <li>- Compra de los materiales necesarios para la elaboración del producto.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Sueldo Fijo.</li> <li>-Beneficios de ley.</li> </ul>
<b>Administrador de Marketing y Ventas</b>	Secundario	Gerencia, Departamento de Producción	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Crear estrategias de publicidad.</li> <li>Analizar y realizar estudio de mercado. -</li> <li>Publicidad y promoción de la empresa.</li> <li>-Establecer cada trimestre el aumento de la cartera clientes.</li> <li>-Brindar reportes de las ventas que se hace</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Sueldo Fijo.</li> <li>-Beneficios de ley.</li> <li>-Pago por horas extras.</li> </ul>



“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

			mensualmente al gerente general.	
<b>Operario</b>	Secundario	Gerente de Producción	Realizar todas las tareas designadas para poder cumplir de forma correcta con los pedidos y fecha de entrega designado.	-Sueldo Fijo. -Beneficios de ley. -Pago por horas extras.

**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** Andrea Triviño

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

## CAPÍTULO 3

# ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

## **CAPITULO 3**

### **3. ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA**

#### **3.1. Aspecto Societario de la Empresa**

##### **3.1.1. Generalidades**

La empresa TriCal SA será una compañía anónima, que se dedicará a la producción y comercialización de una línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos, la ubicación de la empresa será en el sector Norte, la dirección es: km 18,5 Vía a Daule.

##### **3.1.2. Fundación de la Empresa**

TriCal SA será una sociedad anónima, que deberá regirse bajo los estatutos del capítulo V del artículo #143 de la Ley de Compañías. TriCal será una empresa de nacionalidad ecuatoriana, cuyo enfoque es dedicarse a la producción y comercialización de una línea de comida rápida congelada a base de mariscos.

Por ser una compañía anónima el capital será dividido en diferentes acciones negociables, que serán creadas por medio de las diferentes aportaciones de los accionistas.

Las acciones de TriCal se encontrarán en venta libre, si así es el caso de que cada socio de la empresa lo crea necesario.

Dirección: KM 18,5 Vía a Daule

Nombre: TriCal

Tiempo: 50 años a partir de la inscripción

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Capital Social: \$5.000 dólares de los Estados Unidos de Norteamérica

### **3.1.3. Capital Social, Acciones y Participaciones**

TriCal tendrá un capital social de \$23.947,15 en el que se dividirán en mil acciones con el valor de un dólar cada una, La división de TriCal será de tres accionistas en el cuál la división será: 50% - 25% - 25% teniendo como mayor porcentaje de acciones la Srta. Andrea Triviño, para el correcto orden cada acción será enumerada, y por la compra de cada acción se le otorgará el derecho a los votos en las juntas generales.

### **3.1.4. Juntas Generales de Accionistas y-o Socios**

Las juntas generales, deberán ser convocadas por el gerente general de la empresa TriCal, las decisiones serán tomadas por la mayoría de votos de los accionistas que se encuentren presentes en las diferentes juntas que se realicen.

Uno de los requisitos que la empresa TriCal tendrá, es que para que los votos de los accionistas tengan validez, las acciones deberán estar canceladas al menos el cincuenta y uno por ciento, y en caso de que el accionista no pueda presentarse a las reuniones el mismo puede delegar a un tercero para que pueda ejercer sus derechos en las juntas generales.

El fin de cada junta general es poder crear nuevas estrategias que permitan captar nuevos clientes, crear diferentes tipos de estrategias que para que la empresa pueda irse expandiendo en el mercado.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

## **3.2. Aspecto Laboral de la Empresa**

### **3.2.1. Generalidades**

TriCal SA estará alineado a todas las leyes que el código laboral ecuatoriano dispone, por lo cual tendrá contrato laboral a tiempo fijo o tiempo de prueba de 90 días. La empresa TriCal SA tendrá 5 trabajadores al inicio de sus actividades comerciales. ( Cámara de Industrias de Guayaqui, 2010)

### **3.2.2. Mandato Constituyente #8**

En el 2008 la asamblea constituyente, estableció la eliminación y la prohibición de la tercerización, intermediación laboral, la contratación laboral por horas o cualquier tipo de forma de precarización en el trabajo, por lo tanto todas las empresas deben contratar directamente a los empleados sin que exista algún tipo de intermediario, en el cuál este reciba algún tipo de remuneración. (Asamblea Constituyente, 2007)

### **3.2.3. Tipos de Contrato de Trabajo**

El código de trabajo en el artículo #11 se detallan los tipos de contratos que una empresa puede aplicar al momento de contratar un personal todo los contratos deben ser de forma escrita. (Codigo del Trabajo , 2013)

Ver en [ANEXO 1](#)

TriCal trabajará con los siguientes contratos:

Contrato fijo: deberá ser de forma escrita, el periodo laboral no puede exceder de tres años dentro de la misma empresa, en caso de ser necesario posterior a los tres años la empresa puede renovar el contrato.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Tanto el empleador como el empleado deberá realizar un escrito en el que exprese que no se desea continuar en la empresa en el tiempo de treinta días, se sobreentenderá que se desea que el contrato sea renovado.

Contrato a prueba: se realizará solo por una vez y la duración no puede ser más de tres meses, luego sin problema alguno puede dar por terminado el contrato o en caso contrario se puede extender máximo un año.

### **3.2.4. Obligaciones del Empleador**

Las obligaciones de los empleadores se encuentran establecidas en el capítulo IV art. #42 del código de trabajo. (Codigo del Trabajo , 2013)

1.- Pagar a los trabajadores las cantidades que les corresponda según lo estipulado en el contrato y lo que el código del trabajo dispone.

2.- Brindar seguridad en las instalaciones en donde los trabajadores desarrollen su trabajo.

3.- Indemnizar a todos los trabajadores por cualquier tipo de accidente que pudiese llegar a sufrir dentro de la empresa.

7.- Se deberá tener un registro en el cuál se deberá tener información de los trabajadores como por ejemplo: nombre, edad, procedencia, estado civil, clase de trabajo, tipo de remuneraciones, fecha de ingreso y salida.

8.- Brindar a los trabajadores los materiales necesarios para que puede realizar el correcto desenvolvimiento en cada aérea correspondiente.

9.- Dar a los trabajadores el tiempo justo para que puedan ejercer los derechos como son sufragios en las elecciones, consultas médicas en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, el tiempo no deberá ser mayor al de cuatro horas

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

11.- Aprobar a los avisos que el trabajador presente debido a que tenga que realizar diferentes comisiones de las asociaciones siempre y cuando presente el aviso con tiempo.

13.- Brindar a los trabajadores un buen clima laboral, evitar tratarlos de forma incorrecta en la que pueda afectar su integridad física y emocional.

14.- Entregar de forma gratuita a los trabajadores certificados de trabajos las veces necesarias.

15.- Prestar la atención necesaria a los trabajadores al momento de expresar algún tipo de reclamos.

22.- Costear con los gastos de alojamiento, alimentación cuando el trabajador deba trasladarse a otro lugar distinto al de la residencia del mismo.

### **3.2.5. Décimo Tercera y Décimo Cuarta Remuneración**

TriCal S.A. está en la obligación de regirse con las responsabilidades que el código del trabajo. (Ministerio de Relaciones Laborales , 2013)

*Décimo tercer sueldo.*- En el código de trabajo artículo #111 consta que todo trabajadores tienen el derecho de recibir por parte de la empresa a la cual está brindando sus servicios le cancelen hasta el veinticuatro de diciembre de cada año, la doceava parte de la remuneración que hubiera recibido durante el año de haber laborado.

*Décimo cuarto sueldo.*- Toda empresa deberá dar a los trabajadores una bonificación adicional, esta remuneración es igual a la de un sueldo básico mínimo unificado, en la región Costa e Insular el décimo cuarto sueldo deberá ser cancelado hasta el 15 de abril, y hasta el

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

15 de septiembre en la región Sierra y Oriente (Ministerio de Relaciones Laborales , 2013)

Tabla 4: Sueldos y Salarios.

Cargo	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	13ro Sueldo / año	14to Sueldo / año
GERENTE GENERAL	\$ 650,00	\$ 7.800,00	\$ 650,00	\$ 354,00
RECPECIONISTA/ATENCION AL CLIENTE	\$ 354,00	\$ 4.248,00	\$ 354,00	\$ 354,00
GERENTE DE MARKETING Y VENTAS	\$ 578,32	\$ 6.939,84	\$ 578,32	\$ 354,00
JEFE DE PRODUCCIÓN	\$ 578,32	\$ 6.939,84	\$ 578,32	\$ 354,00
OPERARIO 1	\$ 361,33	\$ 4.335,96	\$ 361,33	\$ 354,00

**Fuente:** La Investigación

**Elaborado por:** Andrea Triviño

### 3.2.6. Fondos de Reserva y Vacaciones

TriCal estará en la obligación de cumplir con todos los reglamentos que estipula el código de trabajo. (Codificación de Código del Trabajo, 2013)

**Fondo de reserva.-** “El trabajador que ofrezca sus servicios por más de un año a una empresa, se le deberá pagar el valor del sueldo de un mes por cada año a partir del primer año” (Codificación de Código del Trabajo, 2013)

**Vacaciones.-** “Los trabajadores podrán tener un periodo de quince días de descanso no se deberán incluir los días no laborales, aquellos trabajadores que trabajen más de cinco años en la misma empresa tendrán el



“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

derecho de un día más de vacaciones” (Codificación de Código del Trabajo, 2013)

### **3.2.7. Asociación de Trabajadores**

TriCal tendrá 4 trabajadores por ende le presente inciso no aplica. Para aplicar debe la empresa tener un mínimo de treinta trabajadores (Revista Judicial Derechos del Ecuador, 2005)

### **3.2.8. Inspección de Discapacitados a Puestos de Trabajo**

El presente inciso no aplica debido a que TriCal no cuenta con un mínimo de 25 trabajadores, según lo establecido por el código de trabajo en el artículo # 42 literal #33. (Código del Trabajo, 2013)

## **3.3. Contratación Civil**

### **3.3.1. Principios Básicos de la Contratación**

El contrato consiste en acuerdos de voluntad que crea diferentes tipos de derechos y obligaciones a ambas partes que lo suscriben, los diferentes contratos que TriCal S.A. son:

- Consensualidad.- se extiende en la declaración conjunta de forma voluntario para poder realizar la formación del contrato.
- Autonomía de voluntad.- las personas tienen la autodeterminación individual, del acto, por lo cual se realizará una obligación en el cual se afectará tanto al interés y al patrimonio.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

- Inalterabilidad.- ambas partes deberán respetar todos lo estipulado, debido a que el límite de la autonomía de la voluntad esta impuesto por la licitud de los acuerdos. (CERLALC, 2011)

### 3.3.2. Contratos de Prestación de Servicios

En lo que respecta a los contratos de prestación de servicios TriCal tendrá un contrato con el Sr. Jorge Bohórquez en calidad de proveedor de los servicios será el que se encargue de todas las operaciones.

### 3.3.3. Principales Clausulas de los Contratos de Prestación de Servicios

El contrato que TriCal llevará a cabo se detallará a continuación junto con las cláusulas:

Tabla 5: Cláusulas en el contrato

Cláusula I	Plazo	TriCal estipulará el tiempo de validez de cada contrato y el tiempo que deberá ser entregada la mercadería en buen estado y tiempo.
Cláusula II	Pagos	TriCal, detallará todo los valores que se deberán pagar a todos los proveedores junto con las diferentes formas de pago que se realizará.
Cláusula III	Confidencialidad	TriCal en cada contrato se colocará una cláusula de confidencialidad para así evitar que la información se pueda filtrar a una tercera persona.

**Fuente:** La Investigación

**Elaborado por:** Andrea Triviño

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

### **3.3.4. Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos: Arbitraje y Mediación**

En caso que la empresa TriCal llegase a tener cualquier tipo de conflictos con algún proveedor, se recurrirá a un arbitraje para de esta manera resolver cualquier duda o mal entendido que pudiese llegar a afectar a las relaciones labores con algún proveedor y la empresa pudiese verse afectada.

Por otro lado en caso de que existiesen conflictos con algún trabajador, se recurrirá la mediación por medio de una tercera persona en el cual siempre deberá prevalecer los derechos e integridad tanto del empleador como del empleado.

### **3.3.5. Generalidades y Contratación Pública**

El Instituto Nacional de Contratación Pública (INCOP) es la que regula por medio de la ley orgánica del sistema nacional de las contrataciones públicas que es aquella que maneja todas los organismos y las instituciones en los diferentes aspectos como

- La planificación
- La programación
- Presupuesto
- Control
- Administración

Toda empresa deberá obtener un RUP es que es un registro único de proveedor, adicional a esto se deberá brindar diferentes documentos legales para posteriormente poder constar como un proveedor de compras público autorizado. (Contratación Pública, 2015)

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

### **3.3.6. Contrato de Confidencialidad**

Un contrato de confidencialidad es aquel que se realiza mediante dos personas en el cual llegan a un acuerdo en la que toda la información que se generen entre ambos individuos serán únicamente de manera comercial deberá ser confidencial.

Este contrato se lo elabora en general cuando una persona ha creado o ha desarrollado algún tipo de proceso, creación de un producto o algún proceso para la elaboración de un producto siempre y cuando se obtenga una licencia de fabricación o se realice un contrato acerca de transferencia de tecnología.

La empresa TriCal, elaborará contratos de confidencialidad para de esta manera poder proteger toda información que sea con relación a la empresa, con el fin de evitar cualquier infiltración que afecte a la compañía.

## **3.4. Políticas de Buen Gobierno Corporativo**

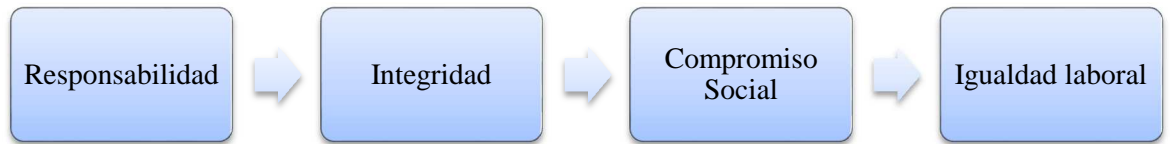
### **3.4.1. Código de Ética**

El código de ética, sirve para poder fijar normas que permita supervisar los comportamientos de las personas dentro de una institución, compañía, empresa u organización, en el código de ética no se debe imponer castigos a terceras personas, cabe recalcar que el código de ética sirva como normativa para ser aplicada internamente.

La empresa TriCal creará un código de ética interno, el cual será creado por todos los accionistas de la empresa. En el código de ética constarán las normas que se deberán seguir en la empresa

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Ilustración 3: Código de ética



**Fuente:** La Investigación.  
**Elaborado por:** Andrea Triviño.

La empresa TriCal SA, adjuntará en el código de ética diversas normas de conductas para así poder establecer una buena relación entre las personas: empleado empleador proveedores y clientes.

Es indispensable para la empresa TriCal SA, que todos los empleados y accionistas conozcan muy bien del código de ética, para que se puedan cumplir todos los puntos establecidos dentro del mismo y al momento de infringir cualquier punto establecido en el código de ética se le procederá a llamar la atención y en caso de ser reincidente se tomará medidas más drásticas.

### **3.5. Propiedad Intelectual**

#### **3.5.1. Registro de Marca**

El registro de marca se lo realiza en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, la misma que puede ser presentado mediante un signo, el cual se lo podrá distinguir de un servicio o un producto, puede ser identificada mediante números, símbolos, un logotipo, un diseño un sonido un olor, textura o cualquiera combinación de la misma. El registro de marca lo puede realizar una persona natural jurídica o extranjera.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Existen varios tipos de marca tridimensional y colectiva, para poder registrar una marca no se necesita de un abogado, los derechos lo tendrá únicamente la persona que conste como titular al momento de registrar la marca, por ende podrá ser uso de la marca en cualquier momento.

Al registrar la marca luego de los seis meses se podrá contar con el respaldo de las leyes ecuatorianas y también de las leyes de los países de la Comunidad Andina como son los países Colombia, Perú y Bolívar

Inicialmente la empresa procederá a registrar la marca de la empresa TriCal en el IEPI Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, en el cual primero se realizará la búsqueda fonética del nombre, para que se realice la búsqueda se deberá pagar una tasa.

Para poder acceder al registro de la marca se deberá llenar las solicitud brindada por el IEPI, adicionalmente se deberá entregar dos copias de las solicitadas y copia del comprobante de pago de la búsqueda fonética, se deberá entregar adicionalmente los gráficos a colores, los resultados son entregados en el lapso de 45 días laborales (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual , 2011)

### **3.5.2. Derecho de Autor del Proyecto**

Los derechos del autor, es un sistema jurídico en el que se les concede a todos los autores derechos patrimoniales y morales de todas las obras que presenten, según lo ha dispuesto Constitución del Ecuador y la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

Las obran que serán protegidas son:

- Novelas
- Poemas

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

- Obras de teatro
- Periódicos
- Programas informáticos
- Bases de datos
- Películas
- Composiciones musicales
- Coreografías
- Pinturas
- Dibujos
- Fotografías
- Obras escultóricas
- Obras arquitectónico
- Publicidad
- Mapas
- Dibujos técnicos
- Obras de arte aplicadas a la industria.

Todos los derechos tendrán vigencia durante toda la existencia del autor y 70 años después de que el mismo fallezca. Cuando exista la publicación sin la autorización del autor se lo considera penalizado por las leyes del país y se procederá hacer castigado con multas y en el mayor de los casos con prisión

La empresa TriCal propone la creación de una empresa que se dedique a la producción y comercialización de una línea de comida rápida congelada hecha a base de marisco, posteriormente se protegerá bajo los estatutos del derecho del autor, según se estipula el artículo #5 del derecho del autor (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual , 2011)

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

### **3.6. Seguro**

#### **3.6.1. Incendio**

Se pudo realizar la cotización por un seguro de incendio, la empresa Seguros Unidos, ofrece dicho seguro en el cual implica la cobertura todo aquello que sea perdida o los daos materiales que han sido afectados a causa de un incendio o de un fenómeno de la naturaleza.

La cobertura será a nivel nacional, se ofrece facilidades de pagos, pero sobre todo ofrecen al cliente el respaldo y reaseguro al 100% de todos los bienes asegurados y que han sido afectados por un incendio.

La empresa TriCal no contratará con un seguro de incendio debido que recién empieza sus labores comerciales (Seguros Unidos, 2015)

#### **3.6.2. Robo**

Una de las empresas que ofrece un seguro de robo es la empresa Seguros Unidos, la misma que ofrece a los clientes una intermediación por todo lo que ha sido asegurado, tanto lo que son robo, daño o perdida de los bienes o el robo de las cosas.

La empresa TriCal no contratará con un seguro de robo debido a que recién empieza sus labores comerciales. (Seguros Unidos, 2015)

#### **3.6.3. Fidelidad**

La empresa Seguros Unidos ofrece a los clientes el servicio del seguro de Fidelidad en cuál consiste en cubrir los perjuicios que pudiesen ser causados por los siguientes aspectos:



“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

- Fraude
- Sustracción
- La falta de la fidelidad de los empleados

La empresa TriCal no contratará con un seguro de fidelidad debido a que recién empieza sus labores comerciales (Seguros Unidos, 2015)

#### **3.6.4. Buen Uso de Anticipo y Cumplimiento de Contrato**

La empresa TriCal no contratará con este seguro porque se tiene ya un contrato en el cual constan cláusulas acerca del cumplimiento en la entrega de la materia prima con nuestros proveedores.

#### **3.6.5. Maquinarias y Equipos**

La empresa Seguros Unidos, ofrece a los clientes la cobertura de un seguro por la pérdida o los daños materiales que pueden llegar a sufrir las maquinarias y los equipos que se encuentre dentro de la empresa.

La empresa TriCal asegurará todas las maquinarias y equipos que se encuentren dentro de la empresa, el valor por este seguro es de \$250. (Seguros Unidos, 2015)

#### **3.6.6. Materia Prima y Mercadería**

La empresa TriCal contratará con un seguro de materia prima y mercadería dado que alquilará el transporte para llevar los productos hasta los puntos de distribución. El valor será de \$300 dólares mensuales. (Seguros Unidos, 2015)

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

### 3.7. Presupuesto constitución de la empresa

Tabla 6: Constitución de la empresa

GASTOS DIFERIDOS			
Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Total
<b>ALQUILER</b>	\$ 700.00	3	\$ 2,100.00
<b>INSTALACIONES ELECTRICAS Y FACHADAS</b>	\$ 600.00	1	\$ 600.00
<b>CONSTITUCION DE COMPAÑÍA</b>	\$ 800.00	1	\$ 800.00
<b>REGISTRO DE MARCA (incluidos honorarios)</b>	\$ 280.00	1	\$ 280.00
<b>PERMISOS MUNICIPALES Y BOMBEROS</b>	\$ 275.00	1	\$ 275.00
<b>REGISTRO SANITARIO</b>	\$ 150.00	1	\$ 150.00
<b>SEGUROS DE MAQUINARIAS</b>	\$ 180.00	1	\$ 180.00
<b>TOTAL GASTOS DIFERIDOS</b>			\$ 4,385.00

**Elaborado por:** Andrea Triviño.

**Fuente:** La Investigación.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

## CAPÍTULO 4

# AUDITORÍA DE MERCADO

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

## CAPÍTULO 4

### 4. AUDITORÍA DE MERCADO

#### 4.1. PEST

El PEST permite analizar los factores externos que impactan directamente con la industria a la cual el siguiente proyecto de titulación se está dirigiendo. Mediante este análisis se puede determinar si el entorno en el cual la industria se desarrolla es o no favorable.

##### ***Político:***

En el ámbito político se puede corroborar que el gobierno en la actualidad brinda iniciativas de apoyo empresarial a jóvenes emprendedores, lo cual se puede visualizar como una ventaja para el desarrollo de la propuesta, ya que el estado ofrece la apertura a las jóvenes e innovadoras empresas mediante el proyecto Ecuador **INNOVA** de la Vicepresidencia pretende ayudar a los jóvenes a resolver los problemas que tengan para la ejecución de un proyecto transformador. (EL CIUDADANO, 2015)

El estado busca desarrollar un cambio en la matriz productiva para lograr un aumento en la participación de los productos industrializados y tecnológicos de la mano de su actual Plan de capacitación y formación profesional.

“La nueva matriz productiva articula al sector productivo con una verdadera economía del conocimiento, poniendo en el centro el desarrollo de la institucionalidad y las condiciones para la educación, la ciencia y la tecnología”. (Secretaría Técnica de Capacitación Y Formación Profesional, 2013).

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

También se destaca en los últimos años la participación del Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad, el mismo que regula y fomenta el Desarrollo Productivo del País, incentivando las inversiones hacia la producción nacional, ratificando una vez más que el entorno político actual presenta muchos beneficios para el desarrollo del proyecto.

### ***Económico:***

El entorno económico del Ecuador en el último año, ha registrado variaciones, que pueden analizarse como propicias para el ámbito industrial.

“Uno de los indicadores económicos más importantes en el país es el PIB, el mismo que en el 2014 tuvo un crecimiento del 3,80% ubicando en primer lugar, con un 13,1% al sector industrial de manufactura”, (CAMARA DE INDUSTRIAS DE GUAYAQUIL, 2015) en la rama de alimentos y bebidas, la misma a la cual se quiere dirigir el proyecto.

Ilustración 4: PIB por sectores económicos



Fuente: La investigación

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

**Elaborado por:** Cámara de Industrias de Guayaquil

Invertir en el sector alimenticio del Ecuador significa una rentabilidad atractiva para el empresario. El **ROS** del sector de alimentos del Ecuador se ha tornado muy interesante en los últimos años debido al incremento de este retorno, es así que el ROS del sector de alimentos frescos pasó de 1.5% en el año 2006 a 4.4% en el año 2010, mientras que el ROS del sector de alimentos procesados pasó de 5.7% a 7.5% en el mismo período. (PRODUCCIÓN, 2013)

Ilustración 5: ROS del sector de alimentos



**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** Ministerio de Producción

Un factor importante a considerar para la evaluación económica de cualquier industria es la inflación, mediante este índice económico se mide el comportamiento del mercado teniendo pleno conocimiento sobre variaciones en los precios a nivel nacional y como éstos podrían afectar directamente el entorno de la empresa. A continuación se detalla los cambios que la inflación ha registrado mensualmente durante un año:

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Ilustración 6: Comportamiento de la Inflación anual

FECHA	VALOR
Julio-31-2015	4.36 %
Junio-30-2015	4.87 %
Mayo-31-2015	4.55 %
Abril-30-2015	4.32 %
Marzo-31-2015	3.76 %
Febrero-28-2015	4.05 %
Enero-31-2015	3.53 %
Diciembre-31-2014	3.67 %
Noviembre-30-2014	3.76 %
Octubre-31-2014	3.98 %
Septiembre-30-2014	4.19 %
Agosto-31-2014	4.15 %
Julio-31-2014	4.11 %
Junio-30-2014	3.67 %
Mayo-31-2014	3.41 %
Abril-30-2014	3.23 %
Marzo-31-2014	3.11 %
Febrero-28-2014	2.85 %
Enero-31-2014	2.92 %
Diciembre-31-2013	2.70 %
Noviembre-30-2013	2.30 %
Octubre-31-2013	2.04 %
Septiembre-30-2013	1.71 %
Agosto-31-2013	2.27 %

**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** Banco Central del Ecuador

Cabe destacar que los incentivos por parte del estado para el desarrollo de pequeñas y grandes industrias del sector productivo, en la actualidad han generado más plazas de trabajo, por lo que los ecuatorianos cuentan con un mayor fuente de ingreso, disminuyendo así la pobreza en el país generando igualdad y un mayor impulso en la comercialización de servicios y productos.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

### ***Social:***

Realizando una observación al ámbito social se puede establecer que el Ecuador es un país pluricultural y diverso; en una visión más amplia se lo describe como un país confiable, equitativo, pacífico, diverso y respetuoso de la pluriculturalidad (REVISTA GESTION, 2014)

El desarrollo social del país se debe a una evolución en los estilos de vida que se reflejan al pasar de los años, actualmente se está viviendo una era moderna no sólo a nivel tecnológico, sino también con un ritmo de vida más descomplicado, el nuevo estilo de vida adoptado de los ecuatorianos se debe a un ritmo acelerado que trae consigo la escasez del tiempo en todos los aspectos, generando cambios en sus hábitos regulares de consumo por unos más cómodos que simplifiquen sus actividades cotidianas aumentando sus experiencias en un lapso corto de tiempo, uno de los ejemplos más palpables es la tendencia actual por el consumo de los productos alimenticios pre cocidos, en los cuales se enmarca la presente propuesta.

### ***Tecnológico.***

En el ámbito tecnológico se promueve el desarrollo del país sobre la inversión en el área de investigación y desarrollo, en la cual es importante integrar a los actores públicos y privados fortaleciendo el sistema nacional de investigación, desarrollo tecnológico e innovación, lo mismo que dará apertura a la introducción de nuevos productos al mercados, elaborados bajo nuevos e innovadores procesos productivos.

El estado impulsa el perfeccionamiento del sector industrial con nuevos procesos y nuevas tecnologías, un ejemplo actual es el uso de la tecnología IQF cuyas siglas en ingles significan INDIVIDUAL QUICK FREEZER, en español CONGELACIÓN RÁPIDA INDIVIDUAL, “este



“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

sistema no solo preserva las prioridades de textura, sabor y los beneficios nutricionales de los alimentos, sino que no requiere de la aplicación de ningún tipo de químico o preservante, por lo que el producto final es muy sano”. (PRONACA, 2014)

Unas de las empresas en utilizar este sistema en el Ecuador son Pronaca, Fresh Fish del Ecuador, Pescardeg e Industrial Pesquera Santa Priscila.

El proyecto busca invertir a largo plazo en nuevas tecnologías de congelamiento para mejorar la calidad de los productos y puedan así ser exportados, lo que quiere decir, que resulta ventajoso este ámbito para la implementación del mismo.

## **4.2. Atractividad de la Industria**

A nivel mundial, los productos congelados están teniendo un gran potencial de crecimiento: un estudio americano parte de la base de que las ventas de productos congelados aumentará anualmente en un 3.6% hasta el año 2015. En cuatro años, las ventas alcanzarán en total casi los US\$140.000 millones, cuando en 2010 se situaban todavía sólo un poco por encima de los US\$110.000 millones. (INDUSTRIA ALIMENTICIA, 2011). Esto se debe al poco tiempo que experimentan muchos consumidores y sus nuevos hábitos de consumo, es por ello que cada vez las diferentes empresas, hacen aportes más prácticos y modernos a la sociedad.

Según la consultora Kantar Worldpanel, el sector de congelados ha sido uno de los más resistentes del gran consumo durante la crisis.

Sin embargo, en 2013 sufrió un retroceso en torno al 2%, por lo que resulta vital aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado para recuperar el consumo, más aun si se considera el gran potencial de la

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

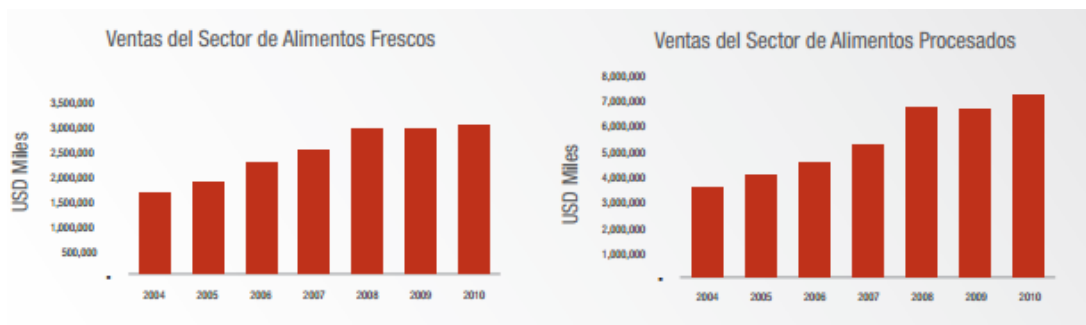
industria si consigue canalizar el consumo actual de estos productos en sus variedades frescas. (FINANCIAL FOOD, 2015)

El empleo de alimentos en general, ya sean congelados o frescos, son de carácter masivo y la industria dedicada a la elaboración de los mismos tiene una importancia dentro de la producción y desempeño económico nacional.

El sector de los alimentos en el Ecuador es uno de los mayores pesos dentro de la economía ecuatoriana gracias a su gran participación y evidente crecimiento a través de los años.

El incremento anual de las ventas de alimentos tanto procesados como frescos, se ha vuelto constante en los últimos años. De acuerdo a estadísticas oficiales entre los años 2006-2010 las ventas de alimentos frescos crecieron en 35% y las de los alimentos procesados un 58% (MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, 2013)

Ilustración 7: Ventas del Sector de Alimentos



**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** Ministerio de la producción

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

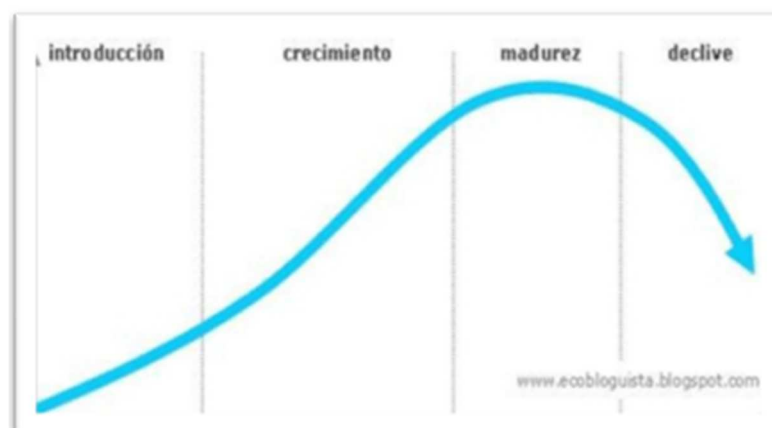
### 4.3. Análisis del Ciclo de Vida del Mercado

El sector de productos congelados está cursando la etapa de crecimiento, ya que en la actualidad la sociedad ha modificado sus hábitos de consumo optando por alternativas que además de simplificar su vida tengan un valor nutricional que impacten positivamente su salud. Muchos factores han influenciado para que los hábitos en la vida cotidiana cambien e impacten en distintos aspectos, como por ejemplo: las exigencias laborales, el stress, la crisis que cruzan los países, limitación del tiempo disponible. (Greco, 2010)

“De acuerdo a las encuestas de Condiciones de Vida, a nivel nacional el consumo de alimentos representa el 24,40% del gasto de consumo de los hogares”. (INEC, 2012)

Actualmente la industria tiene una alta participación dentro de los supermercados más reconocidos de la ciudad: HIPERMARKETS, COMISARIATOS, SUPERMAXI, MEGAMAXI y también está tomando fuerza dentro de los supermercados y autoservicios como: LISTO, de la gasolinera PRIMAX y MOBIL MARKETS de la gasolinera MOBIL.

Ilustración 8: Ciclo de Vida de la Industria



**Fuente:** La investigación

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

#### 4.4. Matriz BCG

“La matriz BCG es una herramienta que tiene como objetivo ayudar a las empresas a posicionar sus productos o unidades de negocio en el mercado (UEN: Unidades Estratégicas de Negocio)”. (MARKETING NEWS, 2013)

La propuesta de esta investigación se proyecta a enmarcarse en el cuadrante interrogación, ya que se encuentra en etapa de introducción pero con mucha expectativa en el mercado actual. Es un área de negocios que forjará utilidades y que a un largo plazo logrará convertirse en vaca lechera.

Ilustración 9: MATRIZ BSC



Fuente: La investigación

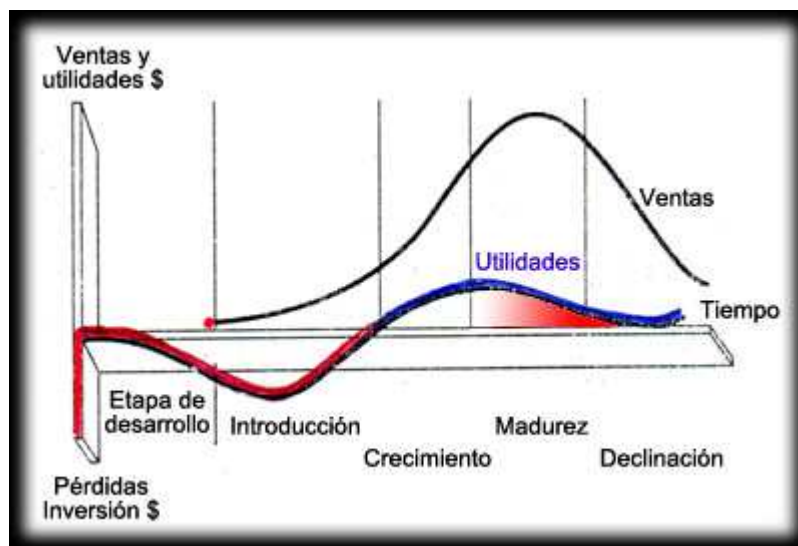
#### 4.5. Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado

El producto hamburguesas de pescado y camarón se encuentra en etapa de introducción en el mercado, ya que se trata de una nueva línea de

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

comida rápida congelada, sin embargo su desarrollo y crecimiento dependen del comportamiento, los gustos y las tendencias del consumidor.

Ilustración 10: Análisis del Ciclo de Vida del Producto



Fuente: La investigación

## 4.6 Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter

### Amenaza de NUEVOS INGRESOS (Barreras de entrada)

#### Identidad de marca

Dentro de la industria de fabricación de productos pre cocidos congelados existen diferentes marcas que en la actualidad se encuentran

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

posicionadas en la mente de los consumidores, tales como VITAFOODS, PRONACA, SAN PRISCILA, MR COOK, no solo por su trayectoria, sino por el excelente servicio que ofrecen al mercado, logrando así una fidelización por parte de los mismos.

### *Economía de escala*

Una considerable cantidad de empresas de la Industria utilizan una de las estrategias más efectivas dentro del mercado como lo es la economía de escala, la cual consiste en la reducción de costos fijos mediante la maximización de la producción, lo cual las hace exitosas manejando un margen de ganancias considerable convirtiéndolas en empresas rentables y muy competitivas.

### *Diferenciación de producto*

Los productos que ofrece la Industria poseen un grado de diferenciación único, ya que se tratan de productos pre cocidos congelados, los mismos que pasan por un sistema de congelamiento IQF que garantiza que el producto conserve su textura, valor nutricional y sabor al momento de descongelarlo y consumirlo.

Su proceso de calidad es más complejo y cuentan con un control más estricto.

Analizando los factores antes mencionados, se puede decir que esta fuerza tiene un nivel medio de impacto con una calificación de 4, ya que dentro de la Industria existen empresas ya establecidas que abarcan la mayor parte del mercado, generando así una dificultad en que nuevos competidores puedan ingresar al mismo.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

## **Poder de negociación de Proveedores**

### *Diferenciación de materia prima*

La diferenciación de materia prima que ofrecen los proveedores de la industria a las empresas es muy importante, ya que de ello depende la calidad del producto final ofrecido a los consumidores. La selección de materia prima la realiza cada empresa de la industria previo a sus producciones y mediante un contrato el proveedor se compromete a mantener la calidad de la misma por un lapso de tiempo establecido.

### *Concentración de proveedores*

Existen en el mercado nacional, muchos proveedores relacionados con los materiales y materias primas que se emplean en la fabricación de los productos pre cocidos congelados, lo cual quiere decir que en caso de ser necesario, se pueden sustituir buscando una opción que más se apegue a las exigencias de cada empresa.

### *Importancia del proveedor para asegurar la calidad de los productos*

La importancia que tienen los proveedores para poder asegurar la calidad de los productos finales de las empresas de la industria, es alta, ya que si la calidad de la materia que se recibe por parte de los proveedores es mala o de segunda el producto se verá afectado al momento de ser percibido por el cliente, generando una insatisfacción del mismo que puede llevar a la sustitución del producto.

Analizando estos 3 factores descritos previamente, se puede considerar que el poder de negociación de los proveedores es bajo, con una calificación de 2 ya que aunque sean importantes para asegurar la calidad

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

de los productos finales, existe una gran variedad de ellos en el mercado, teniendo la opción de elegir otro en caso de que no cumplan con los estándares previamente establecidos.

### **Amenaza de productos sustitutos**

#### *Precio relativo de los sustitutos*

La amenaza de los productos sustitutos es alta, debido a la alta demanda de establecimientos y locales de comida rápida que brindan la comodidad deseada por el cliente, a precios muy cómodos encontrando la aceptación de sus productos, dando como un valor agregado la preparación de sus alimentos.

### **Poder de negociación de clientes**

#### *Nivel de regateo*

En la Industria de fabricación de productos alimenticios congelados no existe nivel de regateo, indicando que el costo total del producto se encuentra establecido de acuerdo a las políticas determinadas por la empresa, tomando en consideración los márgenes de ganancia que tendrán los clientes con la empresa.

#### *Precio*

Este factor es muy importante dentro de esta fuerza, ya que los clientes (canales de distribución) tienen designado su precio de acuerdo a los márgenes de ganancia que desean recibir del producto que van a adquirir, a mayor cantidad de ventas, el % de ganancia aumenta.



“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

### Impacto en calidad

El cliente prefiere una diferenciación con respecto a la calidad y a los beneficios que ofrecen los productos alimenticios pre cocidos congelados, ya que son productos innovadores con un alto valor nutritivo y que en la actualidad son preferidos por los consumidores finales debido a la tendencia que están marcando al facilitar los estilos de vida de los mismos, por su rápida y fácil cocción.

### Número de clientes

Existe una gran variedad de clientes que no son los consumidores finales, sino los Canales de distribución que maneja esta industria, como: SUPRMAXI, MEGAMAXI, TIA, MI COMISARIATO, minimarkets, tiendas de barrio, entre otros.

De acuerdo a los factores antes expuesto, se llega a la conclusión que el poder de negociación de los clientes en esta industria es alto, con una calificación, ya que fijan sus precios de acuerdo al margen de ganancia que esperan tener del producto, y a nivel que las ventas crecen el porcentaje de ganancia aumenta.

## **Rivalidad entre competencia existente**

### Crecimiento de la industria

El nivel de crecimiento de la industria de fabricación de productos alimenticios pre cocidos congelados va en aumento, ya que en la actualidad se vive una tendencia por consumir este tipo de productos que agilitan y

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

simplifican el estilo de vida y comida de las personas. Tienen una gran aceptación en el mercado, por lo que están cruzando un buen momento dentro del mismo.

### Concentración

El grado de concentración de empresas dentro de la industria es bajo, ya que existen pocas empresas pero con un alto nivel de participación dentro del mercado, ya que se tratan de empresas nacionales reconocidas con una gran trayectoria como son: PRONACA, MR COOK, VITA FOODS, SANTA PRISCILA que cuentan con la fidelización y preferencia por parte de sus clientes.

### Diferenciación de productos

Los productos que ofrece la industria, se diferencian por su calidad y su proceso de fabricación, ya que se rigen a estrictas normas de calidad y pasan por un proceso de congelamiento especializado para cada producto garantizando la frescura y valor nutricional al momento de consumirlo.

La rivalidad entre competidores existentes es alta con una calificación de 7, ya que aunque el mercado no se encuentra saturado de empresas de la industria de fabricación de productos pre cocidos congelados, las que existen en la actualidad tiene un gran alto nivel de aceptación por parte de sus clientes debido a la buena calidad que ofrecen mediante sus productos.

Conclusiones:

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

-Nivel de crecimiento alto de la industria de productos alimenticios pre cocidos congelados, debido a los cambios en los hábitos de consumo de las personas en la actualidad otorgándole preferencia estos productos gracias a su fácil elaboración.

-El mercado tiene competidores existentes muy fuertes y de una gran trayectoria, la ventaja es que no son muchos y no existe saturación de productos de esta clase a nivel nacional.

-Los productos alimenticios congelados son innovadores y se acogen a la tendencia que se vive mundialmente.

-El capital de inversión en maquinarias es un poco alto, pero la automatización del proceso acorta tiempo y recorta gastos en otros aspectos, además se asegura un producto de calidad y fresca.

Según el análisis realizado, se determina que la industria es atractiva para el proyecto de investigación ya que se encuentra en crecimiento y con una evidente oportunidad de desarrollo dentro del mercado.

## **4.7 Análisis de Oferta**

### **4.7.1 Tipo de Competencia**

Directa: son aquellas empresas que operan en nuestro mismo mercado, con iguales o parecidos productos/servicios o soluciones y que se dirigen al mismo perfil de potenciales clientes, de acuerdo al concepto de negocio se identifica como competencia directa las empresas Vita FOODS Y SANTA PRISCILA ya que en su cartera de negocios se encuentran los productos alimenticios pre cocidos congelados hamburguesas de pescado y camarón.

Indirecta: empresas que opera en el mismo mercado, con el mismo perfil de potenciales clientes y que cubren las mismas necesidades pero cuyo producto/servicio difiere en alguno de sus atributos principales, en el

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

negocio serían: PRONACA con su línea de congelados: Filetes apanados de pollo, Filetes apanados de pescado, Chicks de pollo, Patty de pescado, Deditos apanados de pescado, Apanados de pollo, Nuggets de Pollo; y MR COOK: hamburguesas de pollo y de res.

## 4.7.2 Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial

Mercado Potencial: TRICAL S.A considerará como mercado potencial los supermercados de la ciudad de Guayaquil, censados y tabulados según la página ECUADOR EN CIFRAS, sección: Directorio de empresas. (INEC, Ecuador en Cifras, 2013)

Ilustración 11: Supermercados en la Ciudad de Guayaquil

RAZÓN SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL	TELÉFONO	DIRECCIÓN	R.U.C.	CIIU 4 - ACTIVIDAD ECONÓMICA	UBICACIÓN GEOG
SUPER MERCADO SAN HATEO	SUPERMERCADO SAN	042512318	10 DE AGOSTO PIO HOI	0992156651001	G471102, VENTA AL POR MENOR DE GRAN VARIEDAD DE PROD	GUAYAQUIL/GUA
SUD FOOD SERVICE S.A. SUDFOODS	SUD FOOD S.A.	NO DISPONIBL	AV. PRINCIPAL S/N 6.5	0992465942001	G471102, VENTA AL POR MENOR DE GRAN VARIEDAD DE PROD	GUAYAQUIL/GUA
CRETYHAX S.A.	CRETYHAX S.A.	046006141	SOLAR 2 DERECHO DE L	0992492864001	G471102, VENTA AL POR MENOR DE GRAN VARIEDAD DE PROD	GUAYAQUIL/GUA
JERONCESAR, COMISARIATO JERON	JERONCESAR COMISA	NO DISPONIBL	AV. PRINCIPAL S/N 11	0992649909001	G471102, VENTA AL POR MENOR DE GRAN VARIEDAD DE PROD	GUAYAQUIL/GUA
DOMISARIATO S.A.	DOMISARIATO S.A.	NO DISPONIBL	SOLAR 1	0992675330001	G471102, VENTA AL POR MENOR DE GRAN VARIEDAD DE PROD	GUAYAQUIL/GUA
DISTRIBUCIONES MUÑOZ VILLAQUI	DISTRIBUCIONES MUI	NO DISPONIBL	AV. 25 DE JULIO SOLAR	0992691824001	G471102, VENTA AL POR MENOR DE GRAN VARIEDAD DE PROD	GUAYAQUIL/GUA
CORPORACION EL ROSADO S.A.	CORPORACION EL RO	042322555	9 DE OCTUBRE 729 BOY	0990004196001	G471102, VENTA AL POR MENOR DE GRAN VARIEDAD DE PROD	GUAYAQUIL/GUA
DICOVIR S. A.	G Y P VILLACIS	042403050	CHILE 1210 AYACUCHO	09900846375001	G471102, VENTA AL POR MENOR DE GRAN VARIEDAD DE PROD	GUAYAQUIL/GUA
JUNTA DE BENEFICENCIA DE GUAYA	COMISARIATO DE LA	042320760	VELEZ 109 PEDRO CARE	0990967946001	G471102, VENTA AL POR MENOR DE GRAN VARIEDAD DE PROD	GUAYAQUIL/GUA
FELHOVA S. A.	FELHOVA S.A.	045111380	AV. BARCELONA S/N CI	0992516984001	G471102, VENTA AL POR MENOR DE GRAN VARIEDAD DE PROD	GUAYAQUIL/GUA
TENEREZA S. A.	MISTIKA	042325502	BOYACA 1708 SUCRE	0992676191001	G471102, VENTA AL POR MENOR DE GRAN VARIEDAD DE PROD	GUAYAQUIL/GUA
CHAVEZ PLATON BOLIVAR ERNESTO	NO DISPONIBLE	042581105	AMBATO SOLAR 19 HZ	0907714596001	G471102, VENTA AL POR MENOR DE GRAN VARIEDAD DE PROD	GUAYAQUIL/GUA
CARMAXCORP S.A.	SUPERMERCADOS DE	042421167	AV. DE LAS AMERICAS	0992595094001	G471102, VENTA AL POR MENOR DE GRAN VARIEDAD DE PROD	GUAYAQUIL/GUA
LOOR GARCIA EDUARDO PATRICIO	E.L DISTRIBUCIONES	042259666	SOLAR 7 A MEDIA GUA	1304843558001	G471102, VENTA AL POR MENOR DE GRAN VARIEDAD DE PROD	GUAYAQUIL/GUA

Fuente: La investigación

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

**Elaborado por:** Ecuador en Cifras

Mercado Real: TRICAL S.A se enfocará en distribuir sus productos a los supermercados de los sectores VIA A LA COSTA y VIA a Samborondón, siendo éste el target seleccionado previamente; además apuntará a un canal de distribución más grande y reconocido como CORPORACIÓN FAVORITA en sus locales MEGAMAXI Y SUPERMAXI de la ciudad de Guayaquil, quienes se enmarcan en los niveles socioeconómicos a los cuales se dirigirá la empresa. (A, B, C+)

Tabla 7: Distribuidores TRICAL S.A

<b>COSTALMARKET</b>	<b>VIA A LA COSTA</b>
<b>EL DELIVERY</b>	VIA A LA COSTA
<b>D NELSON</b>	ENTRERIOS
	AURORA
	UR EL MANGLERO
<b>MINI MARKET ENTRERIOS</b>	ENTRERIOS
<b>CORPORACION FAVORITA</b>	Ciudad de Guayaquil

**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** Andrea Triviño

Adicionalmente la empresa TRICAL S.A tendrá un punto de venta al público en su planta ubicada en el km 18,5 Vía a Daule.

### **4.7.3 Segmentación de mercado**

Segmentación Geográfica:

Ciudad de Guayaquil

Segmentación Demográfica:

Canales de distribución de productos alimenticios situados dentro de los sectores previamente establecidos.


“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

#### 4.7.4 Características de los competidores; Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales, Líneas de Precios.

Tabla 8: CARACTERÍSTICA DE LOS COMPETIDORES

Competidor	Liderazgo	Antigüedad	Ubicación	Productos Principales
	MEDIO - ALTO	9 años	Costanera 1250 y V. E. Estrada. Guayaquil/Ecuador	FRESH FISH: Hamburguesas de pescado EL CAPITÁN: Pescados PESCARDEG S.A: Camarones
	ALTO	39 años	Guayaquil, km 5.5 Vía a Daule	- Hamburguesas de camarón -IQF Camarón pre cocido -Filete de tilapia -Camarón con cáscara -Camarón grande, pelado y desvenado
	ALTOx	58 años	Matriz, Los Naranjos Regional, Parque empresarial Colón	-Pollo -Chancho -Pavo -Embutidos -Conservas -Congelados -Arroz -Huevos -Pescado y mariscos -Carnes

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

	ALTO	Reciente	Matriz, Los Naranjos Regional, Parque empresarial Colón	- Apanados - Hamburguesas -Línea Pop -Listos para servir -Marinados
---	------	----------	---	--

**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** Andrea Triviño

#### **4.7.5 Benchmarking: Estrategia de Competidores y Contra estrategia de la Empresa**

Benchmarking es el proceso de obtener información útil que ayude a una organización a mejorar sus procesos. Esta información se obtiene de la observación de otras instituciones o empresas que se identifiquen como las mejores (o suficientemente buenas) en el desarrollo de aquellas actuaciones o procesos objetos de interés. (Tecnología e innovación, 2012)

##### **Estrategia de los competidores:**

Vita Foods se enmarca en la producción masiva de sus productos, bajando costos y cubriendo el mercado mediante la distribución en supermercados reconocidos de la ciudad de Guayaquil, al ser una marca reconocida tiene más acogida y aceptación del mercado.

Tiene alianzas estratégicas con las empresas:

Fresh Fish del Ecuador, y sus marcas Pescardeg S.A y El Capitán.

Además cuenta con reconocidos certificados Internacionales:

- Union Europea
- FDA Approved

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

- BRC FOOD Certificated
- NSF Independently Certified
- HACCP WARRANTY

La estrategia por la que la empresa TRICAL S.A optará por la PENETRACIÓN RÁPIDA la cual consiste en ofrecer el producto congelado hamburguesas de pescado y camarón a un precio competitivo, invirtiendo en publicidad agresiva para dar a conocer el producto con sus ventajas y beneficios.

## **4.8 Análisis de la Demanda**

### **4.8.1 Criterio de Segmentación**

Geografía: Cantón: Guayas Ciudad: Guayaquil

Demografía: Supermercados y minimarkets de productos alimenticios.

Nivel socioeconómico: Nivel social alto, medio –alto

En adición se consideran los posibles consumidores finales del producto que llegarán a ellos mediante los canales de distribución:

Sexo: Masculino – Femenino

Edad: 20 a 59 años

Geográfico: Personas que vivan dentro de la Ciudad de Guayaquil.



“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

#### 4.8.2 Selección de Segmentos

El segmento escogido de acuerdo a los parámetros anteriormente establecidos son: los Supermercados y minimarkets dedicados a la distribución de productos alimenticios ubicados en los sectores Vía Samborondón y Vía a la Costa, enfocados en un estrato social alto, medio – alto.

Además se contará con un punto de venta propio en la planta ubicada en km 18,5 Vía a Daule

#### 4.8.3 Perfiles de Segmento

El perfil seleccionado por la propuesta es:

Demográfico: Supermercados y minimarkets de la ciudad de Guayaquil.

Social: Media, Media típica, alta.

#### 4.9 Matriz FODA

Tabla 9: FODA

<b>ANALISIS FODA</b>	<b><u>FORTALEZAS</u></b>	<b><u>DEBILIDADES</u></b>
	a. Alta calidad en los productos	a. Empresa nueva en el mercado
	b. Precios competitivos	b. Poca experiencia en el negocio

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

	c. Ubicación óptima de los productos mediante los diferentes puntos de distribución	d. Proceso de congelamiento complejo
<b><u>OPORTUNIDADES</u></b>	<b><u>F + O</u></b>	<b><u>D + O</u></b>
1. El estado otorga créditos para el desarrollo de pequeñas empresas.	a.2 Innovación tecnológica en los procesos de fabricación, para obtener una óptima calidad en los productos finales.	a.4 Desarrollar estrategias de marketing que permitan el posicionamiento de la marca en la mente de consumidor.
2. Inversión y desarrollo de nuevas tecnologías industriales.		
3. Programas de capacitaciones para desarrollar talentos humanos.	b.4 Fidelizar a los nuevos clientes ofreciendo calidad garantizada a un precio muy cómodo.	b.3 Realizar capacitaciones periódicamente a los empleados para ampliar sus conocimientos dentro del negocio
4. Industria en etapa de crecimiento.		
5. Tendencia del mercado de consumir productos congelados pre cocidos.		
<b><u>AMENAZAS</u></b>	<b><u>F + A</u></b>	<b><u>D + A</u></b>

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

1. Alteraciones negativas en la economía	a3. Crear fidelización por parte de proveedores en caso de un incremento de precios sin afectar la calidad de las materias primas	a.2 Ganarse la confianza de los consumidores finales destacando las propiedades del producto.
2. Entrada de nuevos competidores	Expansión del mercado en un mediano plazo	c.2 Implementación del sistema de congelamiento IQF.
<b>3. Incremento en precios de las materias primas (mariscos).</b>		

Fuente: La investigación

Elaborado por: Andrea Triviño

## 4.10 Investigación de Mercado

### 4.10.1 Método

Para el desarrollo del siguiente proyecto, se utilizarán métodos cualitativos y cuantitativos para el respectivo análisis de información.

De manera exploratoria se aplicará una entrevista a profundidad a expertos en la materia y focus group a consumidores finales.

Además se realizaran encuestas a los consumidores finales para saber el nivel de aceptación que tendría el producto dentro del mercado.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

## **4.10.2 Diseño de Investigación**

### **4.10.2.1 Objetivos de la Investigación**

Objetivo General:

Determinar el nivel de aceptación que tendría la línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos.

Objetivos Específicos

De la entrevista a profundidad. GERENTE DE EMPRESA DE LA COMPETENCIA

1. Conocer la estructura organizacional del negocio.
2. Obtener información acerca de posibles factores de riesgo operativo del negocio.

De la entrevista a profundidad. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

1. Conocer el margen de ganancia que tienen por los productos alimenticios pre cocidos congelados.
2. Saber el tiempo de rotación de estos productos.
3. Determinar el tiempo y las diferentes formas de pago.

De la encuesta.

1. Establecer la disposición de compra por parte del mercado meta.
2. Conocer la frecuencia de compra de los consumidores finales.
3. Determinar el grado de interés que tiene el mercado sobre el producto del proyecto.
4. Conocer el precio que los consumidores finales estarían dispuestos a pagar por el producto que se va a ofrecer.
5. Identificar los lugares por medio de los cuales adquieren el producto.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

#### **4.10.2.2 Tamaño de la Muestra**

Para la toma del tamaño de la muestra del siguiente proyecto se elegirán dos tipos de muestreos:

**NO PROBABILISTICO:** para tomar determinadas muestras del mercado en el cuál se enfocará el proyecto.

**PROBABILISTICOS:** para considerar el tamaño de la muestra de los consumidores finales.

Para considerar el tamaño de los clientes, se considerará el muestreo por conveniencia, el mismo que no es considerado por fórmula sino de manera aleatoria simple ya que no va dirigido a una población ilimitada sino a una muestra determinada que en el caso del proyecto serían los supermercados ubicados dentro de los sectores de Vía a la Costa y Vía a Samborondón.

Para la obtención del tamaño de muestra de los consumidores finales se realizará el muestreo probabilístico, tomando en consideración la población de la Ciudad de Guayaquil del sector URBANO, hombres y mujeres entre las edades de 20 a 59 años, dentro de un nivel socioeconómico A, B, C+. Ésta información se la obtuvo del INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS, dentro de los ámbitos POBLACIÓN DEMOGRAFÍA Y CONDICIONES DE VIDA.

**TAMAÑO TOTAL DE LA POBLACIÓN:** “1´223.567” (Ecuador en cifras, 2010)

**NIVELES SOCIECONÓMICOS A, B, C+:** 35,9%

**TAMAÑO DE LA POBLACIÓN (35,9%):** 439260

**TAMAÑO DE LA MUESTRA:** 384

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

### Ilustración 12: Fórmula de Muestra

**Margen: 5%**

**Nivel de confianza: 95%**

**Poblacion: 439260**

**Tamaño de muestra: 384**

#### Ecuacion Estadistica para Proporciones poblacionales

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza deseado

p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)

q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)

e= Nivel de error dispuesto a cometer

N= Tamaño de la población

**Fuente:** La investigación

#### 4.10.2.3 Técnica de recogida y análisis de datos

Las técnicas empleadas para la recolección de datos son las que se detallan a continuación:

METODO CUALITATIVO	METODO CUANTITAVO
Entrevista a expertos	Encuestas
Entrevista a canales de distribución	
Focus Group	

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

#### **4.10.2.3.1 Exploratoria (Entrevista preliminar, Observación, Grupo Focal etc.)**

Grupo focal

El grupo focal para su desarrollo fue integrado por 7 personas entre las edades de 22 a 50 años que viven en los sectores: Norte, Vía Samborondón y Vía a la Costa.

El grupo focal se realizó en las instalaciones de la empresa Unilever, a las personas que laboran en los diferentes departamentos de la planta Antártida.

FILTRO: Personas que les guste los mariscos, específicamente pescado y camarón.

1. Qué les atrae al momento de consumir mariscos?

Lo que les atrae al momento de consumir mariscos a la mayoría de los entrevistados, es el grado de nutrición que les aporta a su salud, ya que son alimentos nutritivos los cuales contienen proteínas y pueden reemplazar con facilidad las carnes rojas.

También los consumen porque son alimentos exóticos de nuestro país, existiendo una gran variedad de ellos que se los puede consumir en formas y platos diferentes.

2. De la gran variedad de mariscos que existen, cuales son los que prefieren consumir?

Los mariscos que optan al momento de consumir fueron: pescado, camarón y cangrejo que son los más conocidos y comerciales en los platos de comida.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Dos de las madres entrevistadas indicaron que dentro de sus hogares, por petición de sus hijos prefieren solamente pescado blanco y camarón por su mejor aspecto y sabor en comparación con los demás mariscos.

3. Con que frecuencia compran mariscos? Cuánto de su presupuesto destinan para adquirirlo?

Tres de los siete entrevistados compran mariscos 1 vez por semana, ya que forman parte de su dieta diaria y destinan de su presupuesto alrededor de \$8 a \$10 para poder adquirirlos.

Dos de los siete entrevistados compran mariscos 2 veces al mes dentro de sus compras regulares mensuales, destinan de su presupuesto alrededor de \$15 y los adquieren directamente de la caraguay.

Los últimos dos entrevistados no compran mariscos ni destinan un presupuesto mensual para poder adquirirlos, los consumen en restaurantes o en invitaciones esporádicas de familiares y amigos.

4. Comprarían un nuevo producto pre cocido congelado hecho a base de pescado y camarón, como hamburguesas?

Cinco de las personas entrevistadas dieron respuestas favorables al momento de responder esta pregunta, ya que se les facilitaría el momento de preparación del pescado y de camarón, además que es un producto innovador que contiene propiedades nutricionales, sabor diferente y presentación que les puede agrandar a todos en el hogar, en especial a los niños que son los más difíciles de complacer al momento de comer.

Dos de las personas entrevistadas agregaron que no comprarían el producto ya que no está entre sus preferencias de consumo.

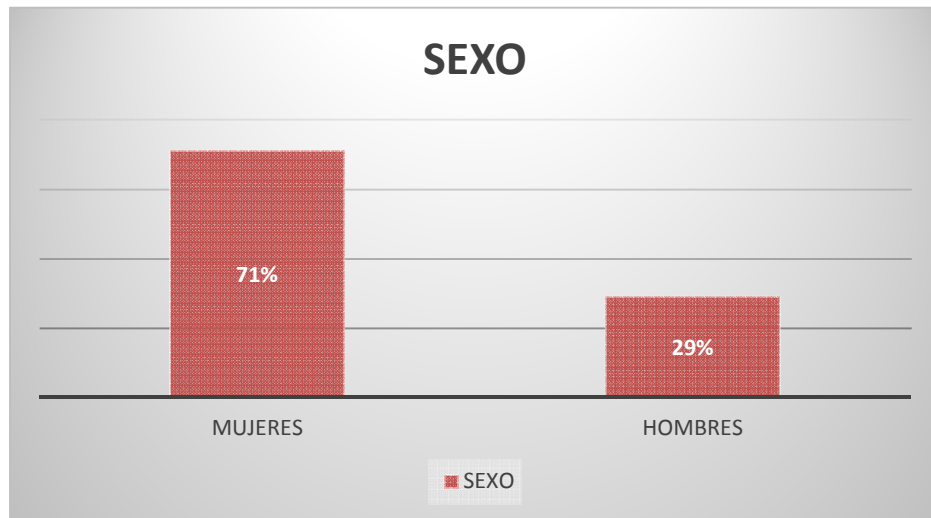


“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

#### 4.10.2.3.2 Concluyente (Encuesta)

Las encuestas fueron realizadas en los sectores Vía a la Costa, Vía a Samborondón y Norte de la Ciudad de Guayaquil a personas que cumplieron el rango de edad establecido y de un nivel socioeconómico alto, medio alto, medio. [ANEXO2](#)

Ilustración 13: Perfiles de los consumidores potenciales



Elaborado por: Andrea Triviño

Fuente: La investigación

Ilustración 14: Edades

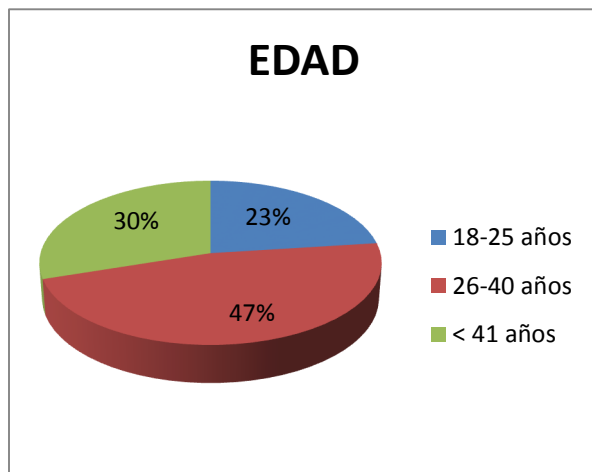
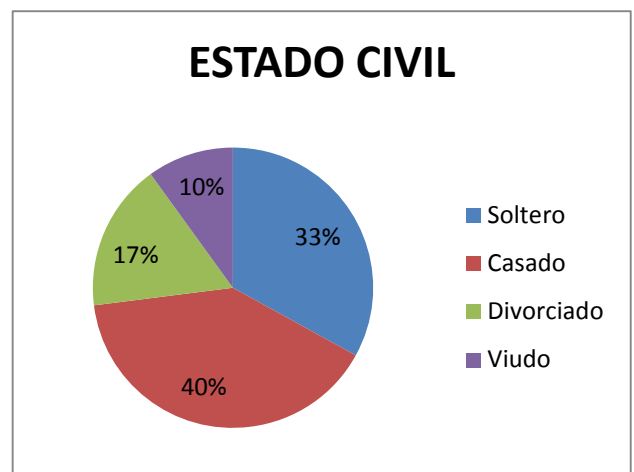


Ilustración 15: Estado Civil

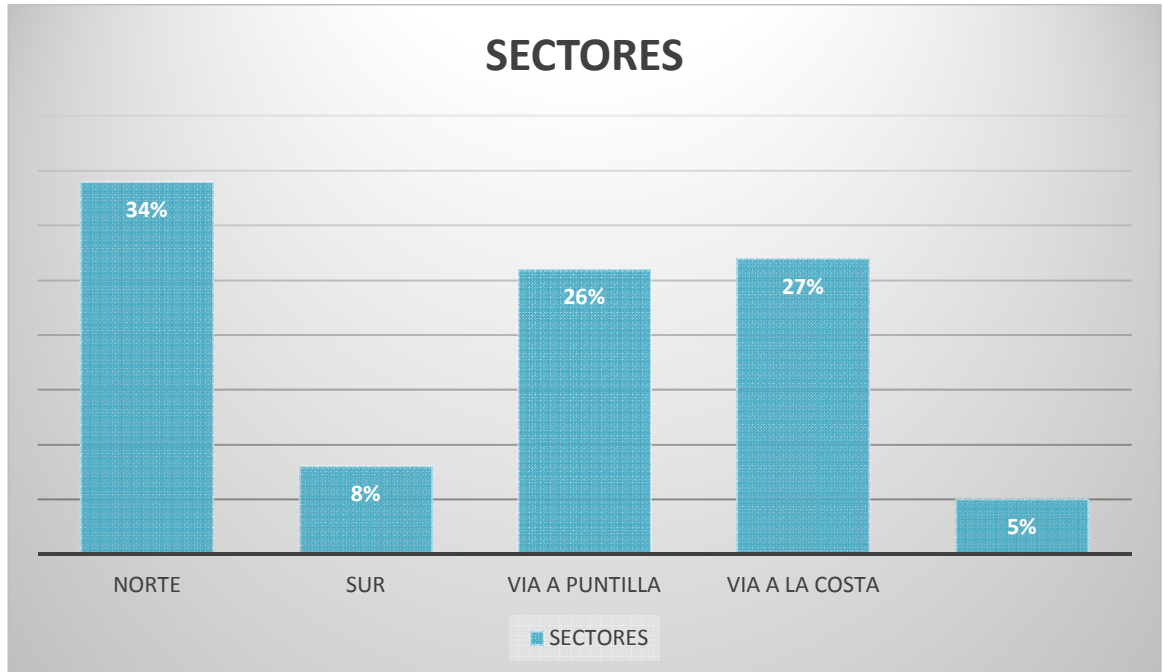


Elaborado por: Andrea Triviño

Fuente: La investigación

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Ilustración 16: En qué sector de la ciudad vive actualmente?



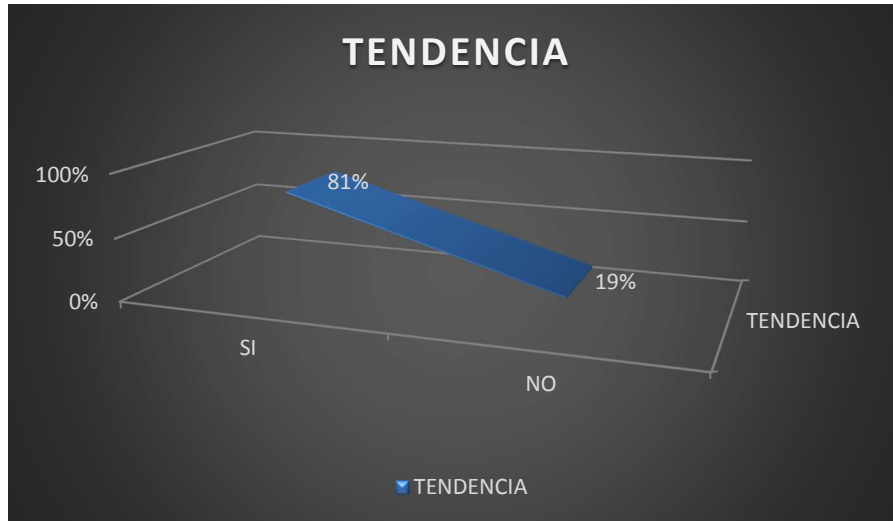
**Elaborado por:** Andrea Triviño Calderón

**Fuente:** La investigación

NORTE:	129 Personas	34%
SUR:	30 Personas	8%
VIA PUNTILLA:	99 Personas	26%
VIA A LA COSTA:	103 Personas	27%
Otros:	19 Personas	5%

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Ilustración 17: Ha notado Ud. que en la actualidad, existe una tendencia creciente por consumir productos alimenticios congelados?



**Elaborado por:** Andrea Triviño

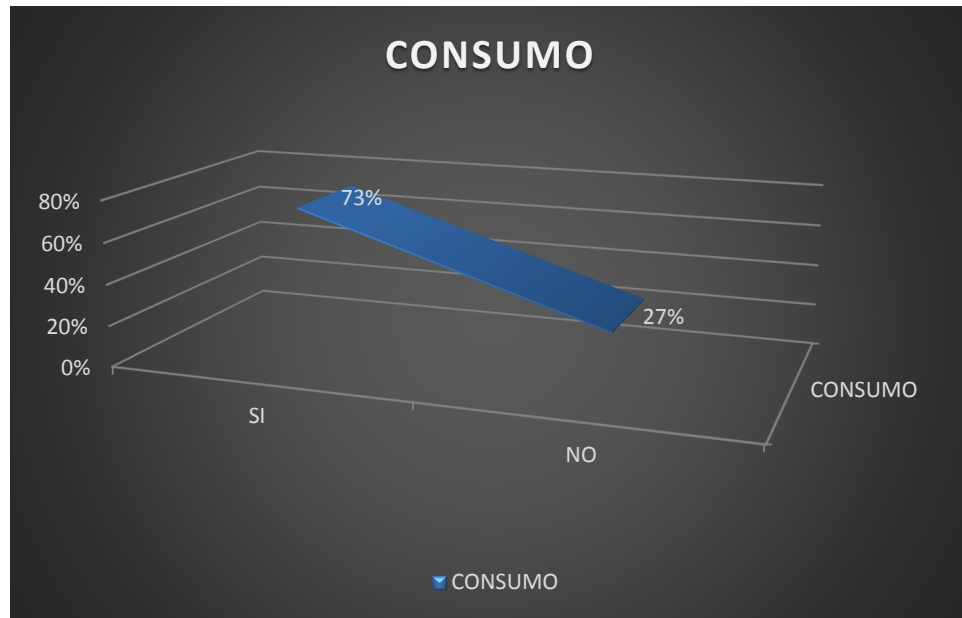
**Fuente:** La investigación

SI:	323 Personas	81%
NO:	72 Personas	19%

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Ilustración 18: Ha consumido usted productos alimenticios congelados?

**Elaborado por:** Andrea Triviño

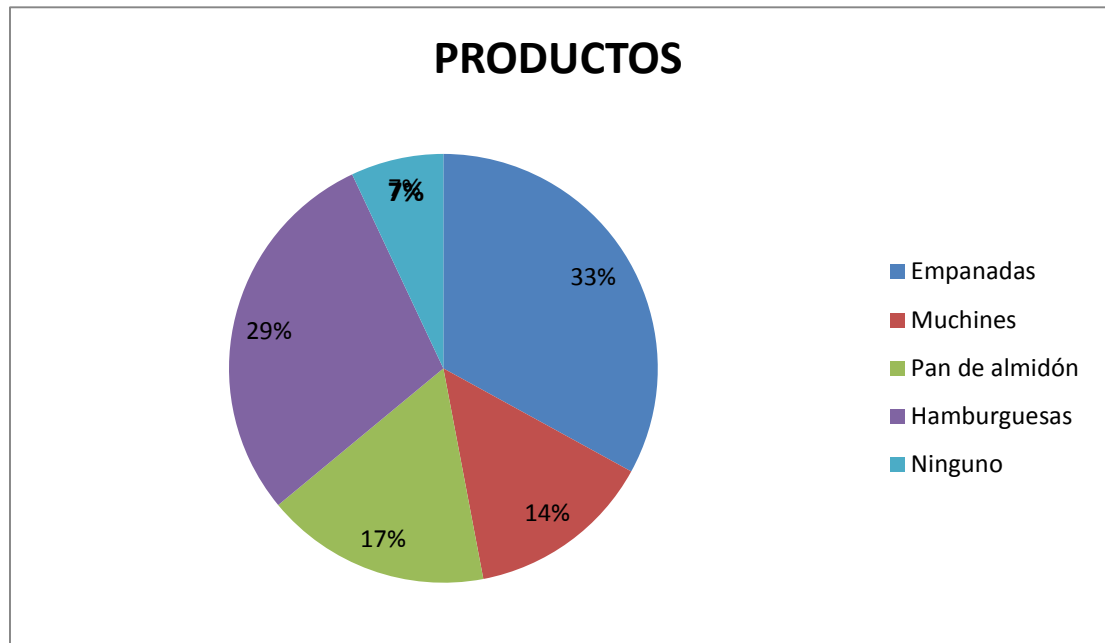


**Fuente:** La investigación

SI:	277 Personas	73%
NO:	103 Personas	27%

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Ilustración 19: Qué productos alimenticios pre cocidos congelados prefiere consumir? Elija una opción



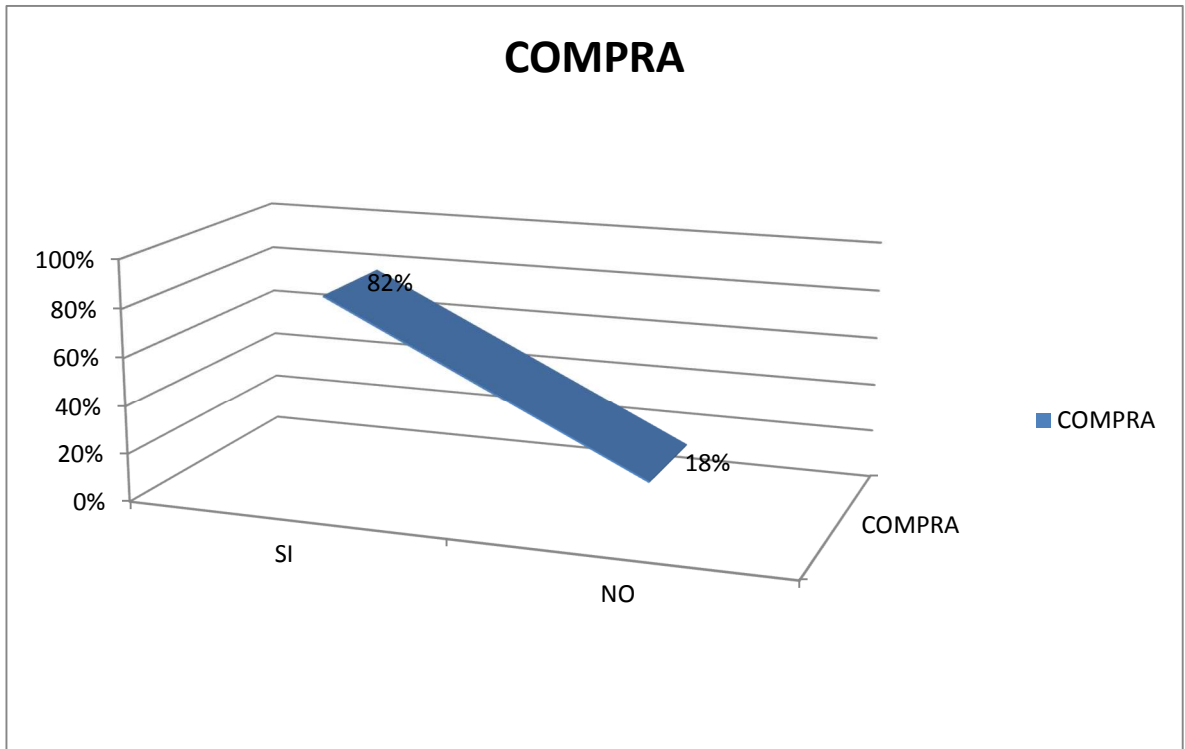
**Elaborado por:** Andrea Triviño

**Fuente:** La investigación

EMPANADAS:	125 Personas		33%
MUCHINES:	53 Personas		14%
PAN DE ALM:	65 Personas		17%
HAMBURG:	110 Personas		29%
NINGUNO:	27 Personas		7%

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Ilustración 20: Tiene alguna marca preferencial al momento de comprar productos alimenticios congelados?



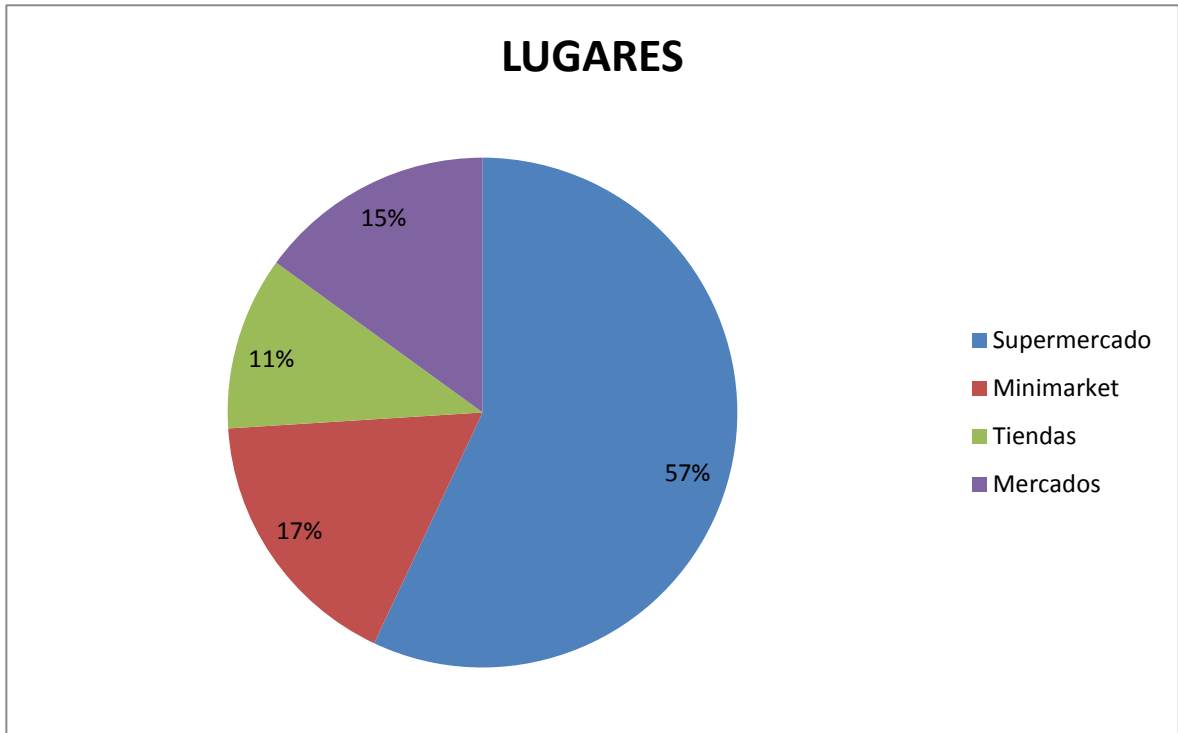
**Elaborado por:** Andrea Triviño

**Fuente:** La investigación

SI:	312 Personas	82%
NO:	68 Personas	18%

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Ilustración 21: Dónde realiza normalmente usted sus compras de productos alimenticios congelados?



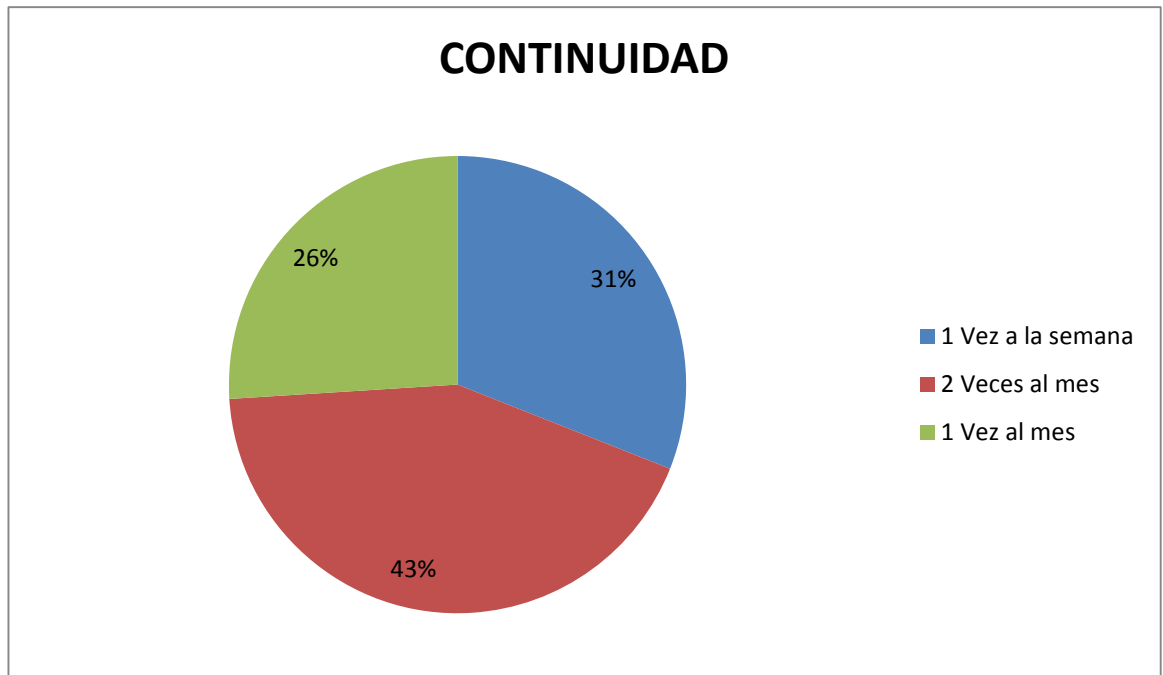
**Elaborado por:** Andrea Triviño

**Fuente:** La investigación

SUPERMERCADOS:	217 Personas	57%
MINIMARKET:	65 Personas	14%
TIENDA:	41 Personas	11%
MERCADO	57 Personas	15%

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Ilustración 22: Con qué continuidad compra este tipo de productos alimenticios congelados?



**Elaborado por:** Andrea Triviño

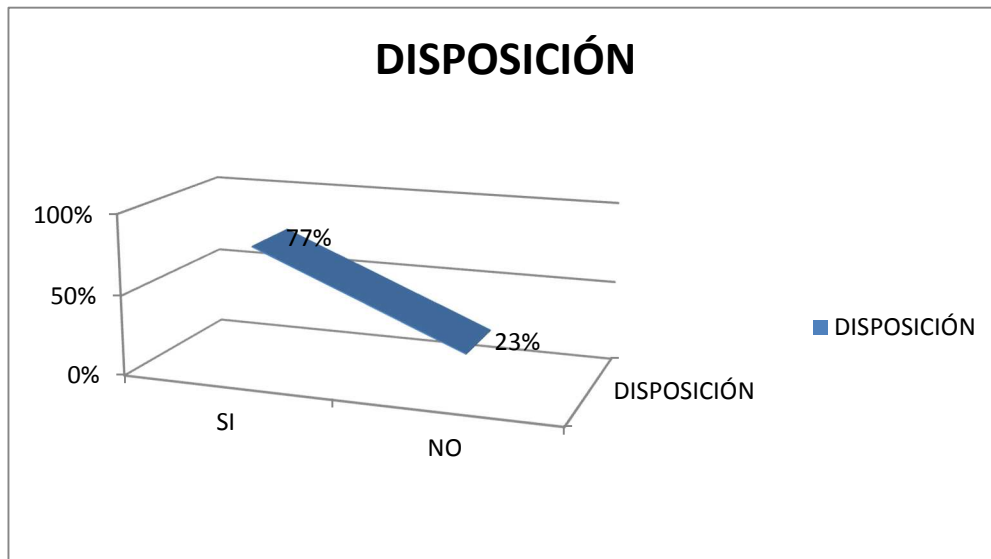
**Fuente:** La investigación

UNA VEZ A LA SEMANA:	118 Personas	31%
DOS VECES AL MES:	163 Personas	43%
UNA VEZ AL MES	99 Personas	26%



“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Ilustración 23: Estaría dispuesto a probar una nueva línea de productos alimenticios congelados, como hamburguesas hechas a base de mariscos?



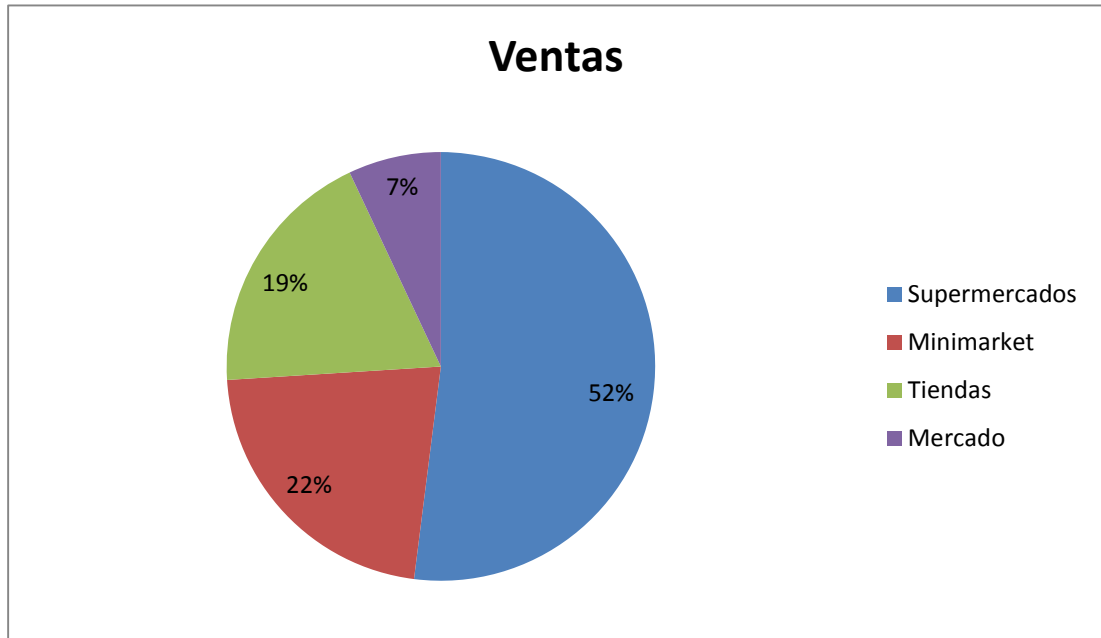
**Elaborado por:** Andrea Triviño

**Fuente:** La investigación

Si:	293 Personas	77%
NO:	87 Personas	23%

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Ilustración 24: En que canal de distribución le gustaría poder adquirirlo?

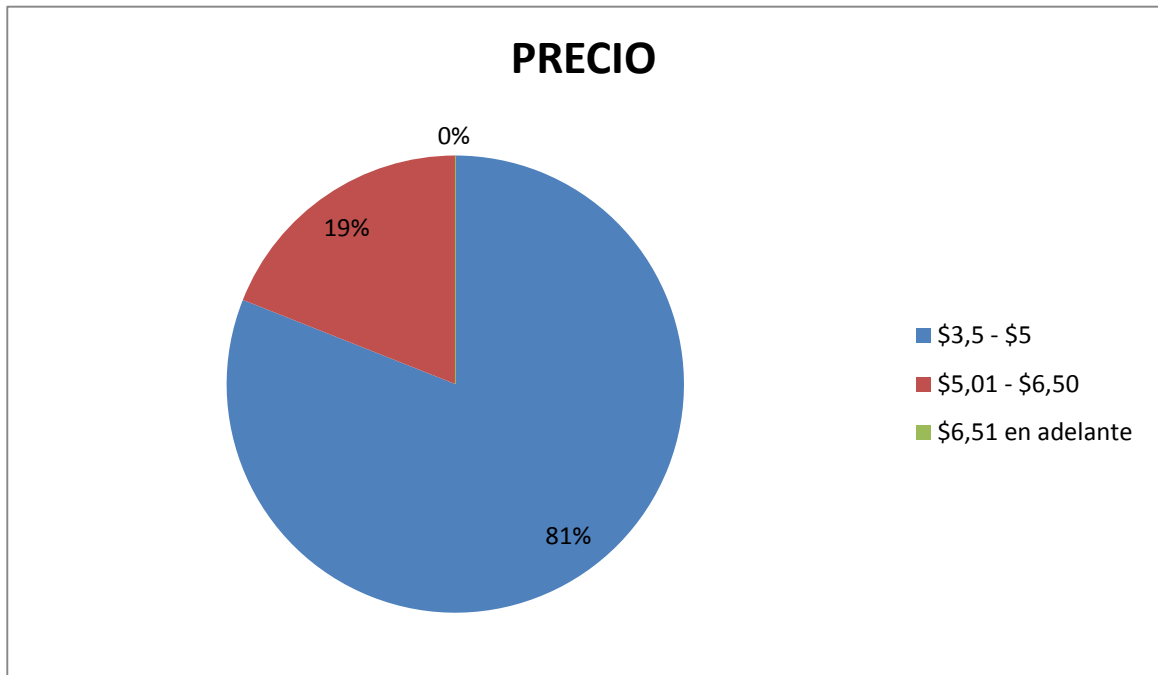


**Elaborado por:** Andrea Triviño

**Fuente:** La investigación

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Ilustración 25: Cuánto estaría dispuesto a pagar por una presentación de 4 hamburguesas de 65gr en su respectivo empaque?



**Elaborado por:** Andrea Triviño

**Fuente:** La investigación

\$3,50 - \$5 :	308 Personas	81%
\$5,01 - \$6,50:	72 Personas	19%
\$6,51 en adelante	0 Personas	

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

#### **4.10.2.4 Análisis de Datos**

Las 380 encuestas fueron realizadas a personas entre las edades de 20 años en adelante en tres sectores de la Ciudad de Guayaquil: Sector Norte (Megamaxi Citymall, Hipermarket Riocentronorte), Sector Vía a la Costa (Hipermarket Vía a la Costa, Costalmar Shopping), Sector Vía a Samborondón (Hipermarket el Dorado, Supermercados D´Nelson).

Para poder escoger las personas a las cuales realizar la encuesta, se empleó una pregunta filtro, Consume usted mariscos?, si la respuesta era negativa la encuesta terminaba, pero si la respuesta era positiva se continuaba a realizar las siguientes preguntas ya que mediante éstas personas obtuvimos la información que necesitamos en la investigación.

Como segunda pregunta se quiso saber el sector donde viven para conocer un poco más sobre su condición de vida, teniendo así como resultado que el 34% de los encuestados viven en el sector Norte de la Ciudad, seguido por el sector Vía a la Costa con un 27%, sector Vía Puntilla 26%, Sector sur 8% y otros sectores de la Ciudad de Guayaquil con un 5%, los resultados fueron muy favorables ya que la investigación se enmarca en consumidores finales que vivan dentro de los sectores Vía a la Costa y Vía a Samborondón (Puntilla), los cuales tuvieron juntos un porcentaje de 53% de personas.

La tercera pregunta se enfoca en saber el grado de conocimiento de las personas acerca de los nuevos estilos de vida que se está adoptando por diferentes situaciones que impactan a la sociedad, teniendo como resultado que el 81% si está enterado de las nuevas tendencias de consumo siendo parte de las mismas y un 19% que desconoce de las mismas, por ende se mantienen en un consumo de alimentos regulares.

Como cuarta pregunta se quiso conocer el consumo de productos alimenticios pre cocidos congelados de las personas encuestadas, el mismo que dio un resultado favorable ya que el 73% si ha consumido y consume en la actualidad éstos productos, ya que los consideran como una rápida

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

alternativa al momento de cocinar ya que son fáciles y muy cómodos, y el 27% indicó que no ya que los consideran como artificiales y poco nutricionales.

En la quinta pregunta se pretendió conocer que tipos de productos han consumido regularmente o cuáles prefieren consumir, obteniendo un resultado de 33% de preferencia por las empanadas pre cocidas, ya que son las más comerciales, 29% prefieren consumir hamburguesas, 17% panes de almidón o yuca, 14% muchines, y un 7% indicó que ninguno ya que no se encuentran dentro de sus preferencias al momento de adquirir productos alimenticios.

Para la sexta pregunta se quiso conocer sobre la marca que prefieren o tienen en mente al comprar estos productos, el 82% respondió que entre las marcas más frecuentes al momento de comprar son FACUNDO, por su trayectoria y productos de alta calidad y MR COOK porque tienen precios muy bajos, y el 18% indicó que al momento de comprar no veían marca solamente cogían el producto de los congeladores de acuerdo a sus necesidades.

En la séptima pregunta se tuvo como resultado los diferentes canales de distribución en los cuales las personas encuestadas realizan sus compras, el 57% realiza sus compras en los supermercados, el 15% en mercados regulares, el 14% en minimarkets y el 11% en tiendas de barrio.

La octava pregunta está enfocada en conocer la frecuencia de compra de los productos alimenticios pre cocidos congelados obteniendo que el 43% lo realiza dos veces al mes, el 31% una vez a la semana y el 26% una vez al mes. Los encuestados indicaron que dentro de este tiempo realizan sus compras regulares para el hogar y es ahí cuando adquieren estos productos.

Para conocer gustos y preferencias se realizó la novena pregunta que indica si existiera una nueva línea de productos congelados como hamburguesas hechas a base de camarón y pescados el 77% respondió que

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

si los compraría, siendo un porcentaje bastante favorable para la realización del proyecto, ya que sería una forma fácil e innovadora de consumir mariscos, mientras que el 23% indicó que no ya que los prefieren frescos y sin preservantes para mantenerlos en ese estado.

La décima pregunta se enmarca en los canales de distribución en los cuales les gustaría poder adquirir el producto que se está ofreciendo en la encuesta, el 52% prefieren los SUPERMERCADOS, el 22% en minimarkets, el 19% en tiendas de barrio y el 7% en mercados.

Cómo último punto se quiso estar al tanto de cuánto dinero estarían dispuestos a cancelar por esta nueva línea de productos congelados de mariscos, teniendo como referencia principal que el 81% pagarían entre \$3,50 - \$5, el 19% entre \$5,01 - \$6,50 y para sorpresa en esta pregunta ninguna de las personas encuestadas estaría dispuesta a cancelar de \$6,51 en adelante.

### **4.10.3 Conclusiones de la Investigación de Mercado**

Como conclusiones de las encuestas realizadas, podemos considerar las siguientes:

La gran mayoría de las personas en la ciudad de Guayaquil consumen mariscos, ya sea solo pescado o solo camarón.

### **4.10.4 Recomendaciones de la Investigación de Mercado**

Se debe realizar una promoción eficaz del nuevo producto. Para ello, es necesario ser convincente, utilizar argumentos elaborados y mostrarse transparente en todo momento.

El producto deberá estar expuesto en un lugar visible para que sea de fácil acceso a nuestros futuros clientes.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Es importante crear un mensaje corto, amable y directo para el consumidor para que las personas ahorren tiempo al leer la etiqueta. Una vez que el mensaje queda expuesto al consumidor, el producto tendrá que cumplir sus expectativas, por lo que hay que asegurarse que sea tan bueno como se afirma en la publicidad.

Deberá contar con alguna característica que le haga realmente diferente a los demás de la competencia. De esta forma podríamos llegar a clientes que no consumen mucho estos productos congelados.

Como se cuenta con canales de distribución establecidos, o sea los Supermercados, se puede aprovechar para ofrecer el nuevo producto a los clientes o negocios intermediarios que forman parte de dicho canal, por ejemplo tiendas del barrio u otro.

Publicar el producto en internet, tanto en páginas de la empresa como en otras donde se pueda promocionar.

Establecer las estrategias de mercado a seguir para que nuestro producto tenga el éxito deseado.

Adicionalmente se sugiere en un futuro cercano expandir la promoción a otras localidades de la provincia.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

# CAPÍTULO 5

---

---

## PLAN DE MARKETING

---

---



“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

## **CAPÍTULO 5**

### **5. PLAN DE MARKETING**

#### **5.1. Objetivos: General y Específicos**

##### **Objetivo General**

Establecer estrategias de posicionamiento del producto alimenticio pre cocido congelado SHELLYFISH.

##### **Objetivos Específicos**

- Desarrollar estrategias afines con los elementos de marketing.
- Establecer dos nuevos canales de distribución a partir del tercer año de actividades en nuevos sectores que permitan posicionar el producto en el mercado.
- Incrementar anualmente las ventas en un 10 % a partir del segundo año.

##### **5.1.1 Mercado Meta**

Los productos SHELLYFISH van encaminados a los supermercados de la ciudad de Guayaquil localizados en los sectores: Vía a la Costa y Vía a Samborondón, además se distribuirá el producto mediante la cadena de supermercados LA FAVORITA en los locales MEGAMAXI Y SUPERMAXI de la Ciudad de Guayaquil, los mismos que se encargarán de distribuir a los consumidores finales que son hombre y mujeres entre 20 a 59 años de edad de un estrato social medio, medio alto alto que viven en la Ciudad de Guayaquil.

TRICAL S.A contará con un punto de venta en su planta ubicada en el km 18,5 Vía a Daule, donde también se distribuirán los productos SHELLYFISH de manera regular al PVP previamente establecido.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

### **5.1.1.1 Tipo y Estrategias de Penetración**

Concurren diferentes estrategias de penetración de un nuevo producto a un mercado específico, enfocándose en el precio, promoción, distribución y calidad del producto.

La estrategia de penetración de mercado de la empresa TRICAL S.A estará basada en alianzas estratégicas con los supermercados previamente establecidos para el desarrollo del proyecto.

En un mediano plazo se buscará expandir el mercado meta realizando nuevas alianzas con diferentes cadenas de supermercados en todo el perímetro de la ciudad de Guayaquil, de ésta forma el producto logrará ser reconocido en la ciudad y así alcanzar los objetivos específicamente planteados.

### **5.1.1.2 Cobertura**

La empresa tendrá una cobertura para el perímetro urbano de Guayaquil, específicamente en los sectores: Vía Samborondón y Vía a la Costa.

Adicionalmente, el proyecto está enfocado en distribuir mediante corporación LA FAVORITA en sus locales SUPERMAXI Y MEGAMAXI, los sectores que cubre ésta cadena de supermercados dentro de la ciudad de Guayaquil son:

**NORTE:**

Supermaxi: Av. Carlos Julio Arosemena Km 2 (C.C Albán Borja)

Supermaxi: Av. Rodrigo Chávez Gonzáles

Supermaxi La Garzota: Av. Agustín Freire s/n y Guillermo Pareja

Megamaxi: Av. Felipe Pezo s/n y Av Benjamín Carrión

Megamaxi: Av. Joaquín J. Orrantía G. s/n y Juan Tanca Marengo

Supermaxi Parque California: Km 12 1/2 Vía Daule

Supermaxi: Av. Kennedy Oeste s/n y Av. San Jorge (C.C Policentro)

**CEIBOS:**

Megamaxi: Av. Del Bombero s/n Km 6 1/2 y Av. Leopoldo Carrera

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

**VÍA A SAMBORONDÓN:**

Megamaxi Village: Km 1 1/2 Vía a Samborondón entre Ríos Lote 101 Supermaxi: Av. León Febres Cordero Km 14 1/2 (CC La Piazza - La Joya)

**SUR:**

Megamaxi: Av. José de la Cuadra s/n y Ernesto Albán (Mall del Sur)

**VÍA A DAULE:**

La empresa contará con su propio punto de Venta ubicado en el sector km 18,5 Vía a Daule.

**5.2 Posicionamiento**

**5.2.1 Estrategia de Posicionamiento: Posición, Objetivo, Segmento, Atributos, Calidad Percibida, Ventaja Competitiva, Símbolos Identitarios.**

Tabla 10: Estrategia de Posicionamiento.

<i><b>ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO</b></i>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<i><b>OBJETIVO</b></i>	Ofrecer una nueva línea de productos pre cocidos congelados a base de mariscos que no solo aporte a las nuevas tendencias de consumo de la sociedad sino también que aporte con un valor nutricional para mantener la salud de los consumidores finales.
<i><b>SEGMENTO</b></i>	Clientes: supermercados de los sectores Vía a la Costa y Vía a Samborondón de la Ciudad, adicionalmente se distribuirá mediante la cadena de supermercados LA FAVORITA, en sus locales

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

<i><b>ATRIBUTOS</b></i>	SUPERMAXI Y MEGAMAXI dentro de la ciudad de Guayaquil. Consumidores finales: mujeres y hombres entre las edades de 20 a 59 años de un estrato social medio, medio alto, alto.
<i><b>CALIDAD PERCIBIDA</b></i>	Hamburguesas de pescado y camarón, con altos valores nutritivos como proteínas y fósforo entre otros componentes que dan valor agregado al producto.
<i><b>VENTAJA COMPETITIVA</b></i>	Se pondrá énfasis en destacar en los empaques el valor nutricional que aportará el producto en la salud.
<i><b>SIMBOLOS IDENTITARIOS</b></i>	Producto innovador hecho a base de mariscos, fácil uso y preparación para los consumidores finales. El símbolo identitario de la empresa será su marca SHELLYFISH.

**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** Andrea Triviño

## **5.3 Marketing Mix**

### **5.3.1 Estrategia de Producto o Servicios**

La empresa TRICAL S.A brindará una línea de productos alimenticios congelados hechos a base de mariscos, en dos presentaciones: hamburguesas de pescado y hamburguesas de camarón.

Se empleará una campaña agresiva de marketing y publicidad para promocionar la marca SHELLYFISH, donde se recalcará la diferenciación de los productos. Como estrategia, potencializará los beneficios nutricionales que contienen los mariscos y sus valores nutricionales al momento de consumirlos. Se buscará también incentivar el consumo de alimentos congelados hechos de mariscos.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Así mismo se destacará el diseño del empaque haciendo énfasis en comprar y consumir productos nacionales atrayendo de esta forma la curiosidad de los consumidores finales.

### **5.3.1.1 Descripción del Producto: Definición, Composición, Color, Tamaño, Imagen, Slogan, Producto Esencial, Producto Real, Producto Aumentado.**

#### **Definición:**

La empresa TRICAL S.A se dedicará a la producción y comercialización de una nueva línea de productos alimenticios pre cocidos congelados: hamburguesas congeladas hechas a base de pescado y hamburguesas congeladas hechas a base de camarón, ofreciendo al consumidor final una fácil y cómoda alternativa al momento de consumir mariscos; además de aportar con nutrientes que ayuden a mantener la salud de los mismos.

#### **Composición:**

Las hamburguesas estarán compuestas por su ingrediente principal como son los mariscos: pescado, camarón.

A continuación se detalla la tabla nutricional para cada hamburguesa:

#### **CAMARÓN:**

Tabla 11: Tabla de Información Nutricional

TABLA NUTRICIONAL	
Tamaño por porción:	90gr.
Porciones por envase:	4
Cantidad por porción	
Calorías	50Kcal
% Valor diario*	
Grasa total	1%
Grasa saturada	0%
Ácidos grasos trans:	----

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Colesterol	24%
Sodio	30%
Carbohidratos totales	0%
Fibra	0%
Proteína	22%
Azúcares	0%
*Los porcentajes de valores diarios están basados sobre dietas de 2000 calorías.	

**Fuente:** La investigación  
**Elaborado por:** Andrea Triviño

## **PESCADO:**

Tabla 12: Tabla de Información Nutricional

TABLA NUTRICIONAL	
Tamaño por porción:	90gr.
Porciones por envase:	4
Cantidad por porción	
Calorías	150Kcal
% Valor diario*	
Grasa total	1%
Grasa saturada	0%
Ácidos grasos trans:	----
Colesterol	10%
Sodio	30%
Carbohidratos totales	0%
Fibra	0%
Proteína	37%
Azúcares	0%
*Los porcentajes de valores diarios están basados sobre dietas de 2000 calorías.	

**Fuente:** La investigación  
**Elaborado por:** Andrea Triviño

## **Color:**

La empresa ofrecerá una línea de producto denominada SHELLYFISH en dos presentaciones: hamburguesas de camarón y hamburguesas de pescado. Las mismas contarán con una presentación de 4 hamburguesas por cada empaque.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

El color del empaque será de color azul y blanco y en la parte media de la parte frontal contará con el logo identitario de la marca.

**Tamaño:**

Empaque de 360 gramos, contiene 4 hamburguesas de 90 gramos cada una.

**Imagen:**

A continuación se detalla el diseño del logo de la marca SHELLYFISH con su respectivo slogan.

Ilustración 26: Imagen Logo



**Fuente:** La Investigación

**Elaborado por:** Heydi Veintimilla C (diseñadora)

**Slogan:**

El slogan para el producto SHELLYFISH, hamburguesas de pescado y camarón, será: “Como salido del mar..”

**Producto esencial:** Hamburguesa, comida rápida

**Producto real:** Hamburguesas congeladas de mariscos, específicamente pescado y camarón

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

**Producto aumentado:** Hamburguesas de pescado y hamburguesas de camarón congeladas, elaboradas de manera industrializada. Aportan a las nuevas tendencias de consumo de la sociedad. Contienen mariscos, los mismos que cuentan con un alto valor nutricional para la salud de los consumidores finales.

### **5.3.1.2 Adaptación o Modificación del Producto: Componente Central, Empaque y Servicio de Apoyo, Requerimientos del Cliente, Condiciones de Entrega, Transporte, Embalaje, etc**

**Componente Central:** Para la elaboración de las hamburguesas congeladas se utilizará como componente central: los mariscos.

**Empaque y Servicio de Apoyo:** Bolsas stretch film selladas al vacío de uso exclusivo para productos alimenticios congelados, serán de color azul con blanco o transparentes y tendrán en su centro el logo identitario de la marca SHELLYFISH.

En la parte posterior de cada empaque se colocarán datos importantes de la empresa como: correo electrónico, páginas de redes sociales; dónde podrán encontrar mayor información sobre la empresa y número de atención a clientes para cualquier sugerencia o ayuda.

**Requerimientos del cliente:** Los requerimientos del cliente se los receptorá de manera personalizada mediante las visitas que se les realizará mensualmente para discutir temas de interés para ambas partes, y los requerimientos de los consumidores finales se los receptorá a través de vía telefónica, e-mail, fan page y también a través de los canales de distribución mediante formularios de sugerencias colocados en los mismos.



“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

**Transporte:** El transporte con el que contará la empresa será alquilado y contará con un exclusivo sistema de congelamiento para que las hamburguesas se mantengan a la temperatura necesaria hasta llegar a sus diferentes puntos de distribución.

**Embalaje:** Se lo realizará en cartones con una capacidad de 50 fundas stretch film, es decir 100 hamburguesas por cartón.

### **5.3.1.3 Empaque: reglamento del mercado y etiquetado**

Las hamburguesas SHELLYFISH serán empaquetadas en presentaciones de cuatro unidades en una bolsa stretch film, la misma que está diseñada exclusivamente para productos congelados.

Los productos se registrarán al Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 022 “ROTULADO DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS PROCESADOS, ENVASADOS Y EMPAQUETADOS”, el mismo que debe ser aplicado, como lo dice su nombre, a los productos alimenticios procesados, envasados y empaquetados ya sean nacionales o extranjeros.

Así mismo deberán contar con su respectivo registro sanitario para poder ser libremente comercializados en los diferentes canales de distribución de la ciudad, además contarán con un etiquetado que deberá contener la siguiente información: nombre del producto, información nutricional, ingredientes, contenido, nombre de la empresa, país de origen, fecha de elaboración y fecha de caducidad.

De acuerdo a las nuevas normas técnicas, los productos alimenticios tienen que detallar un sistema gráfico denominado semaforización, el mismo que se trata de identificar con colores: verde, amarillo y rojo los niveles de grasas, azúcares y sal que contienen los productos. (Ministerio de Industrias y Productividad, 2014)

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

### 5.3.1.4 Amplitud y profundidad de la línea

A continuación se detalla la amplitud y profundidad de la marca SHELLYFISH:

Tabla 13: Amplitud y profundidad de línea

		AMPLITUD	
PROFUNDIDAD	Hamburguesas de Camarón	Hamburguesas de Pescado	
	Empaque 360 gr (4 unidades)	Empaque 360 gr (4 unidades)	

**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** Andrea Triviño

### 5.3.1.5 Marcas y Submarcas

La marca comercial de la empresa TRICAL S.A será “*ShellyFish*”, este nombre nace con la intención de resaltar el componente principal de los productos, los mariscos.

## 5.3.2 Estrategias de Precios

### 5.3.2.1 Precios de la Competencia

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

La empresa TRICAL cuenta con dos competidores directos, los mismos que tienen en su cartera de negocios las hamburguesas de pescado y hamburguesas de camarón.

INDUSTRIAL PESQUERA SANTA PRISCILA, su hamburguesa de camarón oscila entre \$3,92 a \$4,50 en el mercado nacional.

VITAFOODS (Fresh Fish del Ecuador), su hamburguesa de pescado oscila entre los \$3,00 a \$3,50 en el mercado nacional.

### **5.3.2.2 Poder Adquisitivo del Mercado Meta**

El mercado meta de acuerdo a los clientes a los cuales se dirigirá la empresa está conformado por:

#### **Vía Samborondón:**

SUPERMERCADOS D´NELSON  
MINIMARKET ENTRERIOS

#### **Vía a la Costa:**

COSTALMARKET  
EL DELIVERY

LA FAVORITA en sus locales SUPERMAXI Y MEGAMAXI:

#### **NORTE:**

Supermaxi: Av. Carlos Julio Arosemena Km 2 (C.C Albán Borja)  
Supermaxi: Av. Rodrigo Chávez Gonzáles  
Supermaxi La Garzota: Av. Agustín Freire s/n y Guillermo Pareja  
Megamaxi: Av. Felipe Pezo s/n y Av Benjamín Carrión  
Megamaxi: Av. Joaquín J. Orrantia G. s/n y Juan Tanca Marengo  
Supermaxi Parque California: Km 12 1/2 Vía Daule

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Supermaxi: Av. Kennedy Oeste s/n y Av. San Jorge (C.C Policentro)

**CEIBOS:**

Megamaxi: Av. Del Bombero s/n Km 6 1/2 y Av. Leopoldo Carrera

**VÍA A SAMBORONDÓN:**

Megamaxi Village: Km 1 1/2 Vía a Samborondón entre Ríos Lote 101

Supermaxi: Av. León Febres Cordero Km 14 1/2 (CC La Piazza - La Joya)

**SUR:**

Megamaxi: Av. José de la Cuadra s/n y Ernesto Albán (Mall del Sur)

**Vía a Daule:**

Km 18,5. Vía a Daule Punto de venta de la empresa TRICAL S.A

El mercado meta de acuerdo a sus consumidores finales serán personas entre 20 a 59 años de un nivel socio económico ALTO, MEDIO ALTO, MEDIO (A, B, C+)

**5.3.2.3 Políticas de Precio: Sobreprecio y Descuento, Márgenes Brutos de la Compañía, Precio al Menudeo (kilo, tonelada), Términos de Venta, Métodos de Pago.**

Las hamburguesas congeladas “SHELLYFISH” serán distribuidas en empaques de cuatro unidades y tendrán un PVP de \$4,35 para las hamburguesas de camarón y \$3,35 para las hamburguesas de pescado,

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

esperando tener un margen bruto aproximado del 40% que además de cubrir los costos totales de la empresa, genere una rentabilidad para la misma.

Las ventas realizadas a los clientes, que están conformados por los canales de distribución, estarán sujetas a cláusulas de condiciones previamente establecidas y acordadas por ambas partes, en caso de que existan algunas variaciones en el período de desarrollo del acuerdo, deberán ser notificadas con anticipación para la debida aceptación y autorización del Gerente General de la empresa junto con el representante legal del distribuidor.

La empresa se registrará mediante una estrategia de consignación y crédito para sus distribuidores, los cuáles cancelarán cada 15 días según el contrato previamente establecido.

### **5.3.3 Estrategia de Plaza: Puntos de Venta**

#### **5.3.3.1 Localización Macro y Micro**

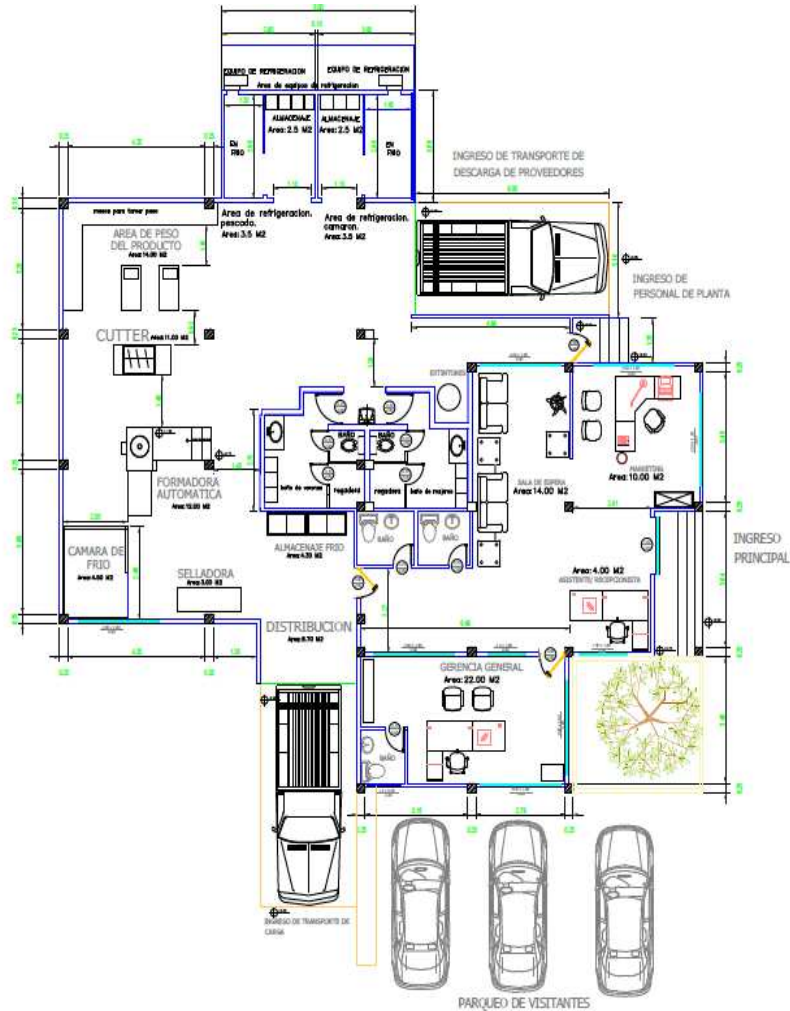
Macro Localización La empresa desarrollará sus actividades comerciales en la provincia del GUAYAS, ciudad de Guayaquil.

Micro Localización, la planta estará localizada en el sector norte de la ciudad: km 18,5 Vía a Daule, debido a que actualmente se cuenta con el espacio físico, acorde a las necesidades demandadas y a los reglamentos estipulados.

##### **5.3.3.1.1 Distribución de espacio**

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Ilustración 27: Distribución de espacio



Elaborado por: Arq. Vicente Hungría

### 5.3.3.1.2 Merchandising

La empresa TRICAL S.A aplicará como actividades de merchandising degustaciones de las hamburguesas de pescado y camarón dentro de los canales de distribución para su lanzamiento, además se demostrará la forma rápida en la que se preparan los productos.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Se entregarán flyers, obsequios y sugerencias de recetas de comida con las que pueden acompañar los productos SHELLYFISH.

Se implementarán páginas en las redes sociales para dar a conocer el producto, sus beneficios y los lugares dónde pueden adquirirlos.

### **5.3.3.2 Sistema de Distribución Comercial**

#### **5.3.3.2.1 Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes.**

La empresa TRICAL utilizará el siguiente esquema de distribución:

Ilustración 28: Canales de distribución



**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** Andrea Triviño

Los canales MAYORISTAS serán:

SUPERMARKET D´NELSON (Vía Samborondón)

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

MINIMARKET ENTRERIOS (Vía a Samborondón)

SUPERMARKET COSTALMAR (Vía a la Costa)

EL DELIVERY (VIA A LA COSTA)

LA FAVORITA (SUPERMAXI Y MEGAMAXI)

### **5.3.3.2.2 Penetración en los Mercados Urbanos y Rurales.**

La empresa se enfocará en la penetración de los mercados urbanos de la ciudad de Guayaquil, ya que este es el mercado meta seleccionado para direccionar y distribuir sus productos.

### **5.3.3.2.3 Logística**

#### **Logística de entrada:**

El jefe de producción de la planta será el encargado de generar las respectivas órdenes de compra a los proveedores de las materias primas y materiales para el respectivo abastecimiento de acuerdo a los planes de producción previamente establecidos.

#### **Logística de salida:**

Una vez terminados y empaquetados los productos en las cajas de cartón corrugado, se realizará el embarque de los mismos para su respectiva distribución en los puntos de venta de los distribuidores asignados.

Cabe recalcar que el transporte de los productos será alquilado, ya que no será utilizado todos los días.



“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

#### **5.3.3.2.4 Red de Ventas**

La Venta de los productos se gestionará mediante el departamento de Marketing y Ventas de la empresa hacia los diferentes distribuidores.

Adicionalmente se contará con un Punto de Venta dentro de la planta con su respectivo servicio al cliente capacitado para dar mayor información sobre los productos.

#### **5.3.3.2.5 Políticas de Servicio al Cliente: Pre-venta y Post-venta, Quejas, Reclamaciones, Devoluciones**

##### **Pre-venta:**

La pre-venta de los productos SHELLYFISH será operada mediante un contrato previamente establecido y acordado con sus clientes, los cuales serán los canales de distribución, en el mismo se fijarán fechas de entrega del producto a sus locales de acuerdo al tiempo de rotación que tienen los mismos, plazos y métodos de pago.

##### **Post-venta:**

Como gestión de post-venta se otorgará un seguimiento continuo tanto a los clientes como a los consumidores finales de los productos, de ésta manera permitirán conocer si el producto satisface las demandas de calidad que se les ofrece.

##### **Quejas, Reclamos y Devoluciones:**

En cada empaque de los productos llevarán la dirección de correo electrónico de servicio al cliente de la empresa donde se podrán receptor quejas, reclamos, comentarios y sugerencias que sean necesarias para

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

mejorar continuamente el producto para ofrecer una mejor calidad, además de la descripción de las páginas de redes sociales para contar también con las diferentes opiniones por parte del consumidor final.

Para quejas y reclamos de parte del cliente se mantendrá un contacto directo y personalizado, así se llega a un acuerdo o solución de cualquier problema que se presente entre ambas partes; las devoluciones además serán negociadas siguiendo los términos y condiciones de la venta realizada.

### **5.3.4 Estrategias de Promoción**

#### **5.3.4.1 Estrategias ATL y BTL**

Para el desarrollo de este proyecto se desarrollarán las estrategias BTL, que en sus siglas en inglés significa Below the line, ya que están enfocadas a difusiones por segmentos y mantienen un contacto más directo con el cliente con la entrega de información sobre los productos y material publicitario como flyers, además que se contará con las páginas creadas en las redes sociales para dar a conocer las diferentes promociones.

#### **5.3.4.2 Elaboración de Diseño y Propuesta**

##### **Publicitaria: Concepto, Mensaje**

##### **Propuesta Publicitaria**

**Concepto:** Mostrar a los consumidores finales una nueva y rápida forma de consumir mariscos apegándose a la nueva tendencia de estilos de vida veloces y descomplicados, además de resaltar la calidad de los

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

productos congelados haciendo énfasis en sus valores nutritivos permitiendo preservar la buena salud.

**Mensaje:** Énfasis en las nuevas tendencias de consumo, además de dar realce a la calidad de los productos elaborados nacionalmente y que poco a poco van diversificándose para satisfacer las exigencias del mercado.

### **5.3.4.3 Promoción de Ventas**

#### **5.3.4.3.1 Venta Personal**

Empresa TRICAL S.A mantendrá una gestión de ventas periódica y continua con sus diferentes distribuidores. Los distribuidores serán los responsables de hacer llegar los productos SHELLYFISH a los consumidores finales en los diferentes sectores de la ciudad de Guayaquil.

**5.3.4.3.2 Trading: Exposiciones, Ferias Comerciales, Competiciones, Concursos y Premios, Descuentos, Primas por Objetivos, Muestras, Productos Gratuitos, Publicidad en el Punto de Venta, Publicidad y Promoción Cooperativa, Primas por objetivos, Distinciones, Otras.**

#### **Muestras**

La empresa TRICAL S.A en su primer día de lanzamiento obsequiará muestras de degustación en sus puntos de distribución en la ciudad de Guayaquil para dar a conocer su producto SHELLYFISH.

#### **Publicidad en el Punto de Venta**

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Se colocará, en los diferentes puntos de venta, Posters y distintivos de la marca SHELLYFISH, los mismos que serán rotados cada 6 meses para que no pierdan su legibilidad y color.

**5.3.4.3.3 Clienting: Muestras Gratuitas, Documentación Técnica, Obsequios, Asistencia a Congresos, Seminarios y Conferencias, Rebajas, Descuentos, Mayor Contenido de Producto por Igual Precio, Productos Complementarios Gratis o a Bajo Precio, Cupones o Vales Descuento, Concursos, Premios, Muestras, Degustaciones, Regalos, Otras.**

El clienting que la empresa TRICAL S.A propone para su desarrollo es el siguiente:

- Degustaciones para que los posibles clientes verifiquen la calidad del producto.
- Muestras gratis en los diferentes puntos de ventas antes de lanzar oficialmente el producto.
- Obsequios para los consumidores finales, los mismos que mantendrán el logo de la marca SHELLYFISH para captar su atención.

#### **5.3.4.4 Publicidad**

##### **5.3.4.4.1 Estrategia de Lanzamiento**

Empresa TRICAL S.A propondrá las siguientes estrategias de lanzamiento y publicidad para su marca SHELLYFISH:

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

- Publicidad viral en redes sociales, previa al lanzamiento de la marca en la ciudad de Guayaquil.
- Muestras gratis en los puntos de venta para dar a conocer el producto SHELLYFISH.
- Campaña de introducción sobre los nuevos estilos de vida de la sociedad y sus actuales tendencias de consumo, haciendo énfasis en la gran acogida que tienen los productos congelados y la excelente calidad que se ofrece en ellos.
- El día del lanzamiento oficial de la marca, se realizarán degustaciones del producto y se entregarán obsequios a los consumidores finales con el símbolo identitario de la marca.
- Flyers, Roll ups.

#### **5.3.4.4.2 Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad**

El plan de medios con el que contará la empresa TRICAL para dar a conocer sus productos será a través de internet mediante las diferentes redes sociales: FACEBOOK, TWITTER e INSTAGRAM.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

## Facebook

Ilustración 29: Página de Facebook

Fuente: Internet



Elaborado por: Andrea Triviño

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

## Twitter

Ilustración 30: Página de Twitter



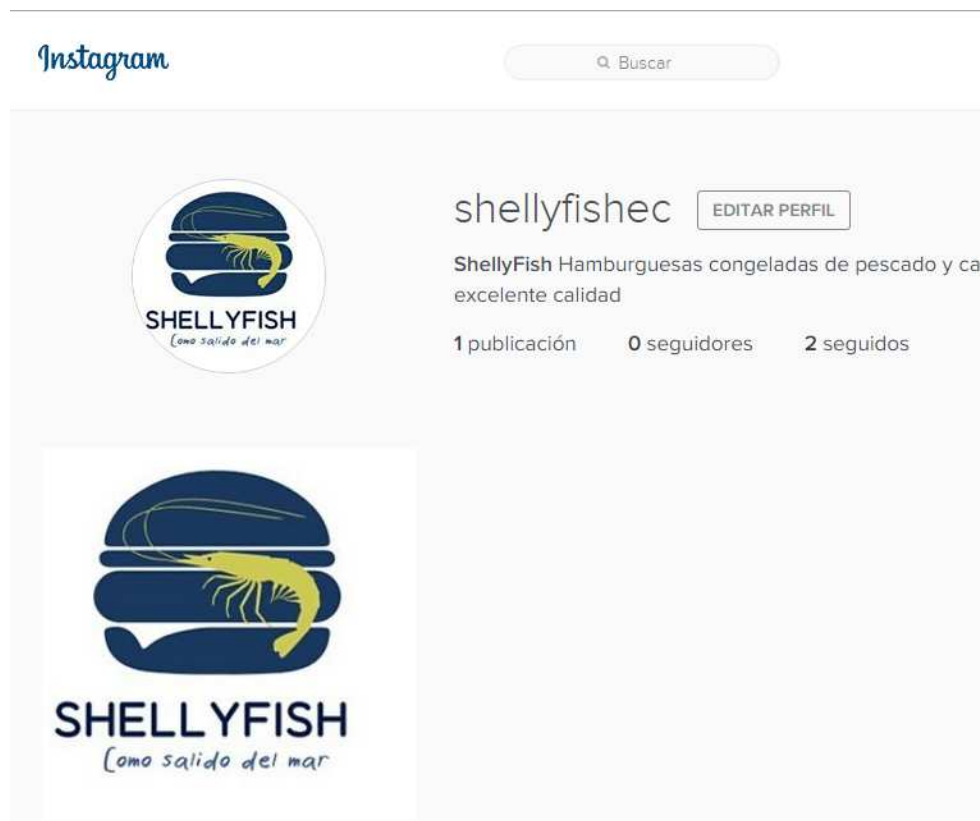
Fuente: Internet

Elaborado por: Andrea Triviño

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

### Instagram:

Ilustración 31: Página de Instagram



**Fuente:** Internet

**Elaborado por:** Andrea Triviño

Además se logrará obtener un espacio para promocionar la marca ShellyFish en revistas gratuitas de emprendimiento y emprendedores.



“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

#### **5.3.4.4.3 Mindshare**

TRICAL S.A no tiene un nivel de posicionamiento dentro del mercado ya que se trata de una empresa innovadora entrando a competir con grandes empresas; debido a ésta situación la empresa se enfocará en desarrollar estrategias de marketing que permitan el reconocimiento de la marca por parte del sus consumidores finales a un mediano plazo.

#### **5.3.4.4.4 Relaciones Públicas**

El Gerente General de la empresa acudirá regularmente a capacitaciones y talleres para mejorar sus conocimientos acerca del negocio además de crear nuevas relaciones con otros emprendedores y también posibles compradores finales que aporten con sugerencias y nuevas estrategias.

Adicionalmente podrá conseguir nuevos contactos para poder abarcar diferentes cadenas de súper mercados de la ciudad y así incrementar la participación estimada anualmente.

#### **5.3.4.4.5 Marketing Relacional**

Como una de las estrategias de marketing relacional se pretenderá estar cerca de los clientes y fidelizar la relación con ellos de una forma personal y directa, se los visitará una vez al mes para conversar temas puntuales o para despajar dudas y recibir sugerencias.

Para los consumidores finales se mantendrá relación mediante un número telefónico especial para servicio al cliente, mediante el cual se

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

receptarán sugerencias además de proporcionar la debida información de los productos.

### 5.3.4.4.6 Gestión de Promoción Electrónica del Proyecto

#### 5.3.4.4.6.1 Estrategias de E-Commerce, E-Business e E-Marketing

Ilustración 32: Estrategias de E-Marketing, E-Commerce, E-Business



“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** Andrea Triviño

#### **5.3.4.4.6.2 Análisis de la Promoción electrónica de los competidores**

COMPETIDOR	FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITTER	PAGINA WEB
VITA FOODS	SI	NO	SI	SI
SANTA PRISCILA	SI	SI	SI	SI
PRONACA	SI	SI	SI	SI
MR COOK	SI	SI	SI	SI

#### **5.3.4.4.6.3 Diseño e implementación de la Página Web (Inglés-Español-Idioma del Mercado)**

Se creará una página web de la empresa TRICAL S.A para que los clientes y consumidores finales puedan tener información sobre la empresa y sus diferentes productos, además de sugerencias de recetas que los consumidores podrán utilizar para sus diversos platos de comida.

#### **5.3.4.4.7 Estrategias de Marketing a través de Redes Sociales**

##### **5.3.4.4.7.1 Análisis de la Promoción electrónica de los competidores**

Los competidores directos e indirectos de la empresa utilizan promoción electrónica para darse a conocer, brindar información de la empresa, mostrar sus productos con sus beneficios e información nutricional.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

COMPETIDOR	FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITTER	PAGINA WEB
VITA FOODS	SI	NO	SI	SI
SANTA PRISCILA	SI	SI	SI	SI
PRONACA	SI	SI	SI	SI
MR COOK	SI	SI	SI	SI

#### **5.3.4.4.7.2 Diseño e implementación de Fan pages en redes Sociales (Inglés, Español, Idioma del mercado meta)**

La implementación de fans pages contará con FACEBOOK Y TWITEER, las cuales se las realizará como estrategias de marketing para llegar a los consumidores finales:

##### **FACEBOOK**

Se creará una fan page donde se publicarán fotos de los productos y de los variados platos que pueden realizar con ellos, recetas, los diferentes puntos mediante los cuales pueden adquirir los productos SHELLYFISH y para mantener un contacto más directo con sus consumidores finales.

##### **TWITTER**

A través de la cuenta twitter, se mantendrá en contacto e informado a los seguidores sobre las promociones y últimas noticias de TRICAL S.A, así como también se dará todo tipo de información sobre la nutrición.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

### **5.3.4.4.7.3 Marketing Social (en función de la Gestión de Responsabilidad Social Cap4.)**

Como Marketing Social la empresa iniciará mediante campañas de promoción el cuidado del medio ambiente, reciclando los desechos de acuerdo a su origen. De ésta forma no solo se contribuye con las políticas ambientales sino también con las políticas corporativas de la empresa TRICAL S.A promoviendo su imagen socialmente.

### **5.3.4.5 Ámbito Internacional**

#### **5.3.4.5.1 Estrategia de Distribución Internacional (solo aplica en caso de exportación)**

No aplica.

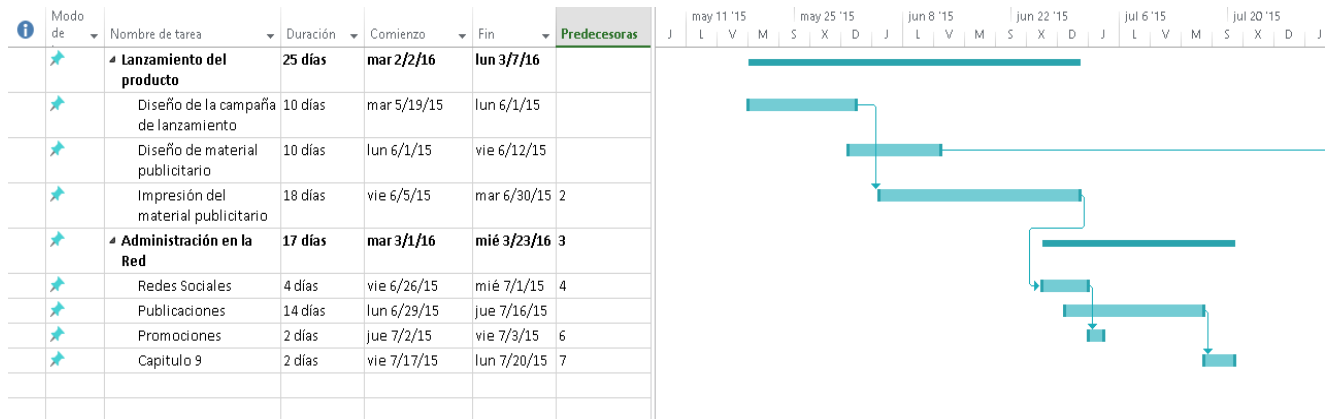
#### **5.3.4.5.2 Estrategias de Precio Internacional**

No aplica.

### **5.3.5 Cronograma**

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Ilustración 33: Cronograma de Tiempo



Fuente: La investigación

Elaborado por: Andrea Triviño

### 5.3.6 Presupuesto de Marketing: Costo de Venta, Costo de Publicidad y Promoción, Costo de Distribución, Costo del Producto, Otros.

Tabla 14: Gastos de Lanzamiento de producto

GASTOS DE LANZAMIENTO DEL PRODUCTO			
Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Total
<b>Campaña de Lanzamiento</b>	\$ 100.00	1	\$ 100.00
<b>Roll Ups</b>	\$ 65.00	2	\$ 130.00
<b>Flyers</b>	\$ 0.05	1000	\$ 50.00
<b>Afiches A3</b>	\$ 1.25	6	\$ 7.50
<b>Obsequios/Suvenires</b>	\$ 0.90	50	\$ 45.00
<b>Impulsadoras</b>	\$ 55.00	4	\$ 220.00
<b>Muestras del Producto (Hamburguesas de camarón)</b>	\$ 0.38	600	\$ 228.10
<b>Muestras del Producto (Hamburguesas de pescado)</b>	\$ 0.29	400	\$ 115.22
<b>TOTAL GASTO DE LANZAMIENTO</b>			<b>\$ 895.82</b>

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

**Elaborado por:** Andrea Triviño

**Fuente:** La investigación

# CAPÍTULO 6

## PLAN OPERATIVO

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

## **Capítulo 6.**

### **6. Plan Operativo**

#### **6.1 Producción**

##### **6.1.1 Proceso Productivo**

El proceso productivo para la elaboración de la línea de productos congelados: hamburguesas de pescado y camarón será el detallado a continuación:

##### **1. Preparación de materias primas**

La primera actividad a considerarse en el proceso de producción de las hamburguesas congeladas, es la correcta preparación de las materias primas antes de su uso, ya sea el pescado o el camarón.

##### **2. Pesado de Materias primas**

Como segunda actividad del proceso se procede a pesar la materia prima en una báscula y los ingredientes adicionales como: ajo, sal y aditivos en una balanza, de esta forma se sabrá con exactitud la cantidad a emplear diariamente.

##### **3. Amasado**

La tercera actividad a ejecutarse es la colocación de la materia prima en el molino o maquina amasadora para su transformación.

##### **4. Adición de aditivos**

A medida que la maquinaria gira, se adicionan los ingredientes de forma individual: sal, ajo, aditivos.

##### **5. Formadora Automática**



“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Se inserta en la formadora automática la masa para las hamburguesas para la respectiva creación de los discos.

#### 6. Proceso de congelamiento

Una vez terminado el proceso de la formadora, se colocan las hamburguesas en la cámara de frío para que puedan congelarse a -18%.

#### 7. Empaquetado

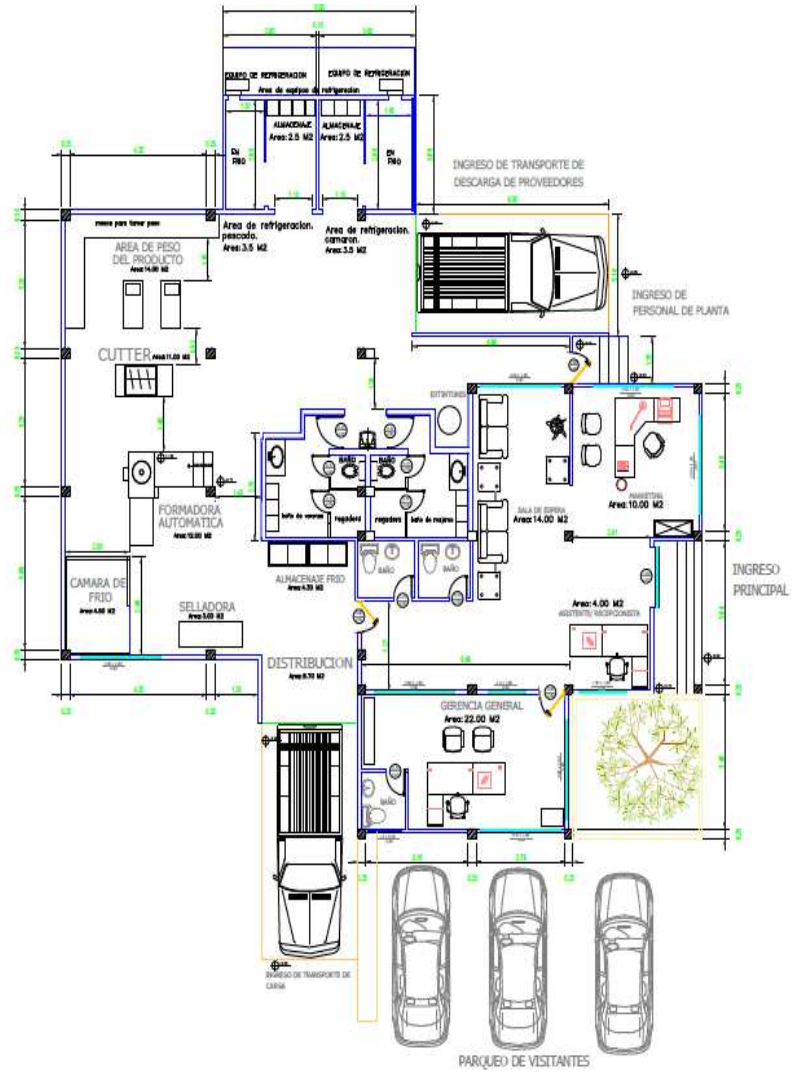
Culminado su tiempo de congelamiento las hamburguesas pasan al área de empaquetado y sellado.

### **6.1.2 Infraestructura: Obra civil, Maquinarias y Equipos**

La infraestructura de la planta de la empresa TRICAL S.A será alquilada y se le realizarán las debidas adecuaciones necesarias antes de empezar la operación comercial.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Ilustración 34: Infraestructura



Elaborado por: Arq. Vicente Hungría

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Se adquirirán equipos correspondientes para la fabricación de los productos, en el siguiente recuadro se detallarán cantidades y precio de cada uno de acuerdo a las necesidades del proceso:

Ilustración 35: Equipos y maquinarias

Equipo de producción			
1	BASCULA DE PESADO	\$ 90,00	\$ 90,00
1	MOLINO/AMASADOR	\$ 3.850,00	\$ 3.850,00
1	FORMADORA AUTOMATICA	\$ 7.890,00	\$ 7.890,00
1	SELLADORA	\$ 95,00	\$ 95,00
1	BALANZA	\$ 50,00	\$ 50,00
1	CAMARA DE FRÍO (ALMACENAMIENTO)	\$ 3.550,00	\$ 3.550,00
1	CÁMARA DE FRÍO -18% (PROCESO)	\$ 1.950,00	\$ 1.950,00
2	CONGELADOR INDUSTRIAL (DISTRIBUCIÓN)	\$ 800,00	\$ 1.600,00
3	ESPATULAS	\$ 10,00	\$ 30,00
2	RACKS PARA CONGELADOR	\$ 80,00	\$ 160,00
2	EQUIPOS DE TRABAJO	\$ 25,00	\$ 50,00
			<b>\$ 19.315,00</b>

Fuente: La investigación

Elaborado por: Andrea Triviño Calderón

### 6.1.3 Mano de obra

La mano de obra directa que se empleará en el proceso constará de dos personas:

Jefe de producción

Operario

#### ***JEFE DE PRODUCCIÓN:***

Requisitos Profesionales: Haber culminados los estudios universitarios en carreras como: Desarrollo de negocios, Ingeniería química, Ingeniería de los procesos y la Tecnología a la industrialización de los alimentos entre otras, el título deberá estar registrado en el Senescyt. Experiencia mínima de 2 años.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Funciones y Responsabilidades:

- Supervisar todo los procesos de producción de los productos
- Controlar que las materias primas para la elaboración del producto se encuentren en buen estado
  - Gestionar las compras de los insumos necesarios para la elaboración de los productos.
  - Coordinar con los proveedores el abastecimiento de la materia prima y materiales para realizar el producto final
  - Brindar un buen clima laboral a los subordinados.
  - Verificar y constatar que el producto se entregue de forma oportuna y en buen estado.

Supervisa a:

- Operario

***Operario:***

Requisitos del puesto.

- Sexo: Masculino - Femenino.
- Edad: 25 a 35 años.
- Experiencia: 2 años.

Perfil del Cargo: Haber finalizado los estudio superiores en carreras como: Ingeniería en alimentos, el título deberá estar registrado en el Senescyt. Experiencia mínimo de 6 meses.

Funciones y Responsabilidades:

- Realizar todo el proceso de elaboración del producto
- Conocer y aplicar todos los estándares de calidad para ofrecer al mercado un producto de calidad.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

### 6.1.4 Capacidad Instalada

La capacidad instalada de la planta se calcula de acuerdo a las maquinas adquiridas al iniciar el proyecto, de acuerdo a especificaciones técnicas que puedan cumplir con las necesidades del proceso y exigencias de la planta.

En el cuadro que se comparte a continuación, se puede observar la capacidad que tendrá la maquinaria de la empresa TRICAL S.A de acuerdo al tiempo que se la requiere dentro del proceso:

Ilustración 36: Capacidad Instalada

	Capacidad de Maquinarias						UMB
	Capacidad	UMB	Tiempo Promedio	Unidad de tiempo	Capacidad x hora	Capacidad Diaria	
Balanza	5	KG	10	minutos	30	15	KG
Bascula	100	KG	30	minutos	200	100	KG
Molino	70	KG	1	hora	70	70	KG
Formadora Automática	30	UNIDADES	1	minuto	1800	900	UNIDADES
Congelador	400	UNIDADES	30	minutos	800	2400	UNIDADES
Selladora	10	UNIDADES	1	minuto	600	600	UNIDADES

Elaborado por: Andrea Triviño

Fuente: La investigación

### 6.1.5 Flujograma de Procesos

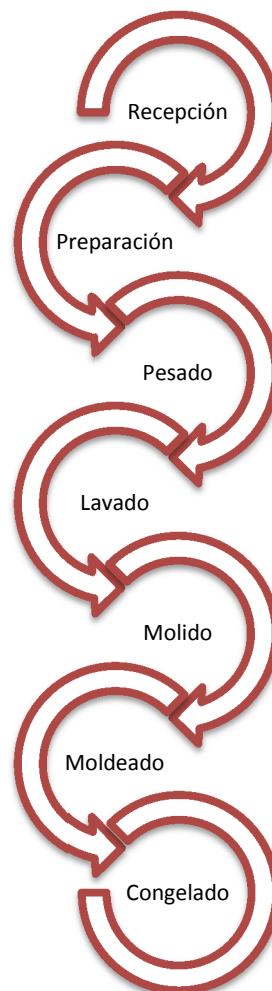
El proceso productivo de acuerdo al producto que la empresa TRICAL S.A está formado por diferentes actividades que deben ser cumplidas en su correcto orden, sin ningún tipo de alteración para que de ésta forma las hamburguesas congeladas tengan una calidad standard y no

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

exista variaciones que al momento de ser entregadas al consumidor final, generen rechazos o insatisfacciones.

De acuerdo a lo antes mencionado, se detalla paso a paso el flujograma de procesos a seguir para la elaboración de los productos congelados SHELLYFISH:

### Ilustración 37: Flujograma de Procesos



“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** Andrea Triviño

## 6.1.6 Presupuesto

Ilustración 38: Presupuesto

<b>Total de Inversión Inicial</b>	
Inversión en Activos Fijos	\$ 27,667.00
Inversión en Capital de Trabajo	\$ 26,920.07
Gastos Diferidos	\$ 4,385.00
Gastos de Lanzamiento del Producto	\$ 895.82
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 59,867.88</b>

**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** Andrea Triviño

## 6.2 GESTION DE CALIDAD

### 6.2.1 Procesos de planeación de calidad

La empresa planeará prevenir incumplimientos y dar un producto de calidad tomando en consideración parámetros, los cuales serán explicados en los incisos siguientes pero a continuación se detallarán algunos:

Listas, conocimiento sobre utilización del producto (peso, temperatura, sabor adecuados) y gusto del cliente, información del rendimiento, soluciones de cambios aprobados.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Se plantea obtener a largo plazo el sello de calidad INEN para los productos, así se contribuye en el aseguramiento de los alimentos del consumo humano.

## **6.2.2 Beneficios de las acciones proactivas**

Como se obtendrán mejoras en la relación cliente/ fabricante, de esta manera se ganará la confianza del usuario al otorgar un producto congelado de una muy buena calidad, sano y seguro. Al tener estándares y políticas de calidad documentados y registrados es sencillo controlar el desempeño de la empresa y gestionar en caso que fuere necesario.

## **6.2.3 Políticas de calidad**

1. Prevención de riesgos y cautelar el bien tanto de los empleados como para el consumidor:

- Las herramientas dentro de la planta deben estar debidamente lavadas y esterilizadas antes de cualquier uso
- Mantener la limpieza y el orden en el sitio donde se trabaja.
- Personal de planta debe utilizar de forma correcta los equipos necesarios dentro de la planta
- Señalética informativa
- Prevención en el área de fabricación se dará a través del cumplimiento de parámetros a seguir para ejecutar el proceso con calidad, tales como:
- Ambiente de trabajo tranquilo, equipos en orden y esterilizados, tener preparado todos los materiales, maquinarias e insumos a usarse.



“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

- Adaptar tecnologías apropiadas para los trabajadores, a fin de mejorar la productividad y calidad del producto procesado.
- Todos los que conforman la compañía deberán conocer las políticas de calidad, las cuales serán publicadas y puestas a disposición de los trabajadores para asegurar su entendimiento.

#### **6.2.4 Procesos de control de calidad.**

TRICAL S.A contará el registro sanitario de sus productos para asegurar la calidad de los mismos.

### **6.3 Gestión Ambiental**

#### **6.3.1 Proceso de Planeación ambiental**

El proceso de gestión ambiental se basará en los siguientes aspectos:

- Desarrollar procesos productivos que no generen en lo mínimo el impacto ambiental.
- Disminuir gastos de desperdicio.
- Emplear para los productos congelados

#### **6.3.2 Beneficios de las acciones proactivas**

El proceso de planeación ambiental permitirá reducir los daños ocasionados por el proceso operativo y productivo del negocio. Además

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

permitirá consolidar una compañía responsable con el medio ambiente, creando así una buena imagen para los consumidores.

### **6.3.3 Políticas de Protección ambiental**

Promover la utilización responsable de los recursos energéticos y agua.

Clasificar los desechos de acuerdo a su naturaleza.

Utilizar bolsas de empaque de fácil degradación.

## **6.4 Gestión de Responsabilidad Social**

### **6.4.1 Proceso de Planeación del Modelo**

#### **Empresarial de Responsabilidad Social**

La compañía contribuirá con la sociedad acatando las leyes Ecuatorianas, haciendo prevalecer los derechos humanos, cuidando el medio ambiente y lo primordial, ser socialmente responsables.

### **6.4.2 Beneficios de las acciones proactivas**

TriCal SA considera que uno de los principales beneficios es el incremento de Valor que se le puede proporcionar a la marca SHELLYFISH.

Cuando una empresa aporta socialmente al entorno en donde se desenvuelve, tiene una mayor oportunidad de generar una excelente relación con sus clientes y consumidores finales.

### **6.4.3 Políticas de protección Social**

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Los colaboradores contarán con un sueldo digno, nunca inferior al sueldo básico unificado más los beneficios que estipula la Ley.

Los colaboradores tendrán una participación activa dentro de las reuniones que se convoquen cada cierto tiempo para tratar temas relacionados con la productividad de la empresa, esto ayudará a mejorar el ambiente laboral.

#### **Capacitaciones:**

Se capacitará al personal regularmente para formar día a día profesionales prósperos que aporten con su conocimiento.

#### **6.4.4 Certificaciones y Licencias**

La empresa TRICAL S.A no contará por el momento con certificaciones ni licencias.

#### **6.4.5 Presupuesto**

**Tabla 15: Presupuesto Responsabilidad Social**

<b>RESPONSABILIDAD SOCIAL</b>	
Capacitaciones al personal	<b>\$175,00</b>

**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** Andrea Triviño

### **6.5 Balance Scorecard**

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Ilustración 39: Balance Scorecard

Perspectivas	Objetivos	Indicadores	Metas	Iniciativa	Responsable
<b>FINANCIERA</b>	Incrementar el % de ventas anualmente	Aumentar el nivel de ventas.	Incrementar hasta el año 5 el 17% de ventas	Publicidad, promociones, nuevas alianzas con cadenas de supermercados	Gerente de marketing y Ventas Gerente General
<b>CLIENTE</b>	Incrementar cartera de clientes (nuevos canales de distribución)	Crecimiento en los puntos de ventas	2 canales de distribución adicionales a partir del tercer año	Visitas periódicas a futuros clientes para ofrecer los productos	Gerente de marketing y Ventas
<b>PROCESOS INTERNOS</b>	Reducción de desperdicios de producción	Procesos de calidad de los productos	Reducir al 3% los desperdicios	Mejorar los procesos de producción	Jefe de producción
<b>APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO</b>	Desarrollar cultura organizacional dentro de la empresa	Capacitaciones, charlas y desarrollo de aptitudes.	20% anual	Incentivar cultura organizacional	Gerente General

**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** Andrea Triviño

## 6.6 Otros temas relacionados al plan operativo (tales como Estudio de Exportación, Construcción para un hotel, etc.)

No aplica.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

# CAPÍTULO 7

## ESTUDIO ECONÓMICO- FINANCIERO-TRIBUTARIO

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

## Capítulo 7

### 7. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO

#### 7.1 Inversión Inicial

##### 7.1.1 Tipo de Inversión

##### 7.1.1.1 Fija

En el siguiente proyecto se realizará una inversión en activos fijos de \$25.107,00, los mismos que están distribuidos de la siguiente forma:

Muebles y equipos de oficina: \$5.792,00

Equipo de producción: \$19.315,00

Se va considerar adquirir los equipos mediante proveedores económicos que brinden una buena calidad en maquinarias.

Tabla 16: Inversión Fija

MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA						
3	ESCRITORIOS DE OFICINA	\$ 70,00	\$ 210,00	10	10%	\$ 210,00
2	ARCHIVADOR	\$ 50,00	\$ 100,00	10	10%	\$ 100,00
3	LAPTOP HP CORE I3	\$ 619,00	\$ 1.857,00	3	33%	\$ 619,00
1	PC DE ESCRITORIO	\$ 550,00	\$ 550,00	3	33%	\$ 163,33
2	TELEFONO INALAMBRIICO	\$ 25,00	\$ 50,00	3	33%	\$ 16,67
1	ROUTER	\$ 50,00	\$ 50,00	3	33%	\$ 16,67
3	AIRE ACONDICIONADO SPLIT 9000BTU	\$ 600,00	\$ 1.800,00	10	10%	\$ 180,00
2	IMPRESORAS CANON	\$ 80,00	\$ 160,00	3	33%	\$ 53,33
4	SILLAS GIRATORIAS EJECUTIVAS	\$ 30,00	\$ 120,00	10	10%	\$ 12,00
1	MESA PLÁSTICA	\$ 20,00	\$ 20,00	10	10%	\$ 2,00
3	SILLAS PLÁSTICAS	\$ 15,00	\$ 45,00	10	10%	\$ 4,50
2	CAMARA DE SEGURIDAD CON KIT DE INSTALACIÓN	\$ 200,00	\$ 400,00	10	10%	\$ 40,00
4	ADORNOS VARIOS	\$ 20,00	\$ 80,00	3	33%	\$ 26,67
2	DISPENSADOR DE AGUA	\$ 60,00	\$ 120,00	10	10%	\$ 12,00
2	EXTINTORES	\$ 30,00	\$ 60,00	10	10%	\$ 6,00
1	SOFA	\$ 120,00	\$ 120,00	10	10%	\$ 12,00
1	UTENSILIOS DE OFICINA (VARIOS)	\$ 50,00	\$ 50,00	10	10%	\$ 5,00
			<b>\$ 5.792,00</b>			<b>\$ 1.215,17</b>
Equipo de producción						
1	BASCULA DE PESADO	\$ 90,00	\$ 90,00	10	10%	\$ 9,00
1	MOLINO/AMASADOR	\$ 3.850,00	\$ 3.850,00	10	10%	\$ 385,00
1	FORMADORA AUTOMÁTICA	\$ 7.890,00	\$ 7.890,00	10	10%	\$ 789,00
1	SELLADORA	\$ 95,00	\$ 95,00	10	10%	\$ 9,50
1	BALANZA	\$ 50,00	\$ 50,00	10	10%	\$ 5,00
1	CÁMARA DE FRÍO (ALMACENAMIENTO)	\$ 3.550,00	\$ 3.550,00	10	10%	\$ 355,00
1	CÁMARA DE FRÍO -18% (PROCESO)	\$ 1.950,00	\$ 1.950,00	10	10%	\$ 195,00
2	CONGELADOR INDUSTRIAL (DISTRIBUCIÓN)	\$ 800,00	\$ 1.600,00	10	10%	\$ 160,00
3	ESPÁTULAS	\$ 10,00	\$ 30,00	10	10%	\$ 3,00
2	RACKS PARA CONGELADOR	\$ 80,00	\$ 160,00	10	10%	\$ 16,00
2	EQUIPOS DE TRABAJO	\$ 25,00	\$ 50,00	3	33%	\$ 16,67
			<b>\$ 19.315,00</b>			<b>\$ 1.747,50</b>
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>			<b>\$ 25.107,00</b>	<b>PRECIACIÓN TOTAL DE ACTIVO</b>		<b>\$ 2.962,67</b>

Fuente: La investigación

Elaborado por: Andrea Triviño

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

### 7.1.1.2 Diferida

TriCal S.A considerará como inversión diferida \$4.385,00 antes de iniciar sus actividades comerciales. La inversión diferida está constituida por gastos en los cuales se necesita incurrir para poder empezar a formar la empresa.

Los gastos tomados en consideración como inversión diferida son los siguientes:

Alquiler (depósito 3 meses)	\$2.100,00
Instalaciones eléctricas y fachadas	\$ 600,00
Constitución de Compañía	\$ 800,00
Registro de marca (incluidos honorarios)	\$ 280,00
Permisos Municipales y Bomberos	\$ 275,00
Registro Sanitario	\$150,00
Prima de Seguros de Maquinaria	\$ 180,00

Tabla 17: Inversión diferida

<b>GASTOS DIFERIDOS</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total</b>
ALQUILER	\$ 700,00	3	\$ 2.100,00
INSTALACIONES ELECTRICAS Y FACHADAS	\$ 600,00	1	\$ 600,00
CONSTITUCION DE COMPAÑÍA	\$ 800,00	1	\$ 800,00
REGISTRO DE MARCA (incluidos honorarios)	\$ 280,00	1	\$ 280,00
PERMISOS MUNICIPALES Y BOMBEROS	\$ 275,00	1	\$ 275,00
REGISTRO SANITARIO	\$ 150,00	1	\$ 150,00
SEGUROS DE MAQUINARIAS	\$ 180,00	1	\$ 180,00
<b>TOTAL GASTOS DIFERIDOS</b>			<b>\$ 4.385,00</b>

**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** Andrea Triviño

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

### 7.1.1.3 Corriente

Los gastos corrientes de la empresa TriCal S.A corresponden al valor de capital de trabajo, los cuales equivalen a 3 meses de costos fijos más 2 meses de costos variables. Juntos suman un valor de \$27.600,11

Estos valores son considerados como una medida que toma la empresa para su normal funcionamiento dentro de sus primeros meses de actividad comercial.

Tabla 18: Inversión Corriente

Meses a empezar (antes de producir o vender)	Inversión en Capital de Trabajo		
3	Valor Mensual Costos Fijos	\$ 4.387,19	\$ 13.161,58
2	Valor Mensual Costos Variables	\$ 7.219,26	\$ 14.438,53
<b>CAPITAL DE TRABAJO TOTAL</b>			<b>\$ 27.600,11</b>

Fuente: La investigación

Elaborado por: Andrea Triviño

## 7.1.2 Financiamiento de la Inversión

### 7.1.2.1 Fuentes de Financiamiento

TriCal S.A determinará dos fuentes de financiamiento para poder contar con el capital que se necesita para empezar con sus actividades.

El financiamiento quedará distribuido de la siguiente forma:

El 60% corresponderá a un préstamo realizado a la CFN (Corporación Financiera Nacional), el mismo será de \$34.803, con una tasa de interés semestral de 4,81% a un plazo de pago de 5 años.



“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

40% serán asumidos por fondos propios y será la suma de \$243.202,03.

### 7.1.2.2 Tabla de Amortización

A continuación se presenta la tabla de amortización correspondiente al pago de la deuda del 60% de la inversión inicial.

Tabla 19: Tabla de amortización

CAPITAL (CFN)		\$ 34.803,04			
TASA DE INTERÉS CFN		4,81%			
NÚMERO DE PAGOS		10			
FECHA DE INICIO		5-abr.-16			
CUOTA SEMESTRAL		\$ 3.557,48			
INTERESES DEL PRÉSTAMO		\$ 771,76			
Año	Pago	Capital	Amortización	Interés	Dividendos
0	0	\$ 34.803,04	-	-	-
1	1	\$ 31.385,04	\$ 3.418,00	\$ 139,48	\$ 3.557,48
	2	\$ 27.953,35	\$ 3.431,70	\$ 125,78	\$ 3.557,48
2	3	\$ 24.507,90	\$ 3.445,45	\$ 112,03	\$ 3.557,48
	4	\$ 21.048,64	\$ 3.459,26	\$ 98,22	\$ 3.557,48
3	5	\$ 17.575,52	\$ 3.473,12	\$ 84,36	\$ 3.557,48
	6	\$ 14.088,48	\$ 3.487,04	\$ 70,44	\$ 3.557,48
4	7	\$ 10.587,46	\$ 3.501,02	\$ 56,46	\$ 3.557,48
	8	\$ 7.072,41	\$ 3.515,05	\$ 42,43	\$ 3.557,48
5	9	\$ 3.543,28	\$ 3.529,14	\$ 28,34	\$ 3.557,48
	10	\$ 0,00	\$ 3.543,28	\$ 14,20	\$ 3.557,48
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 34.803,04</b>	<b>\$ 771,76</b>	<b>\$ 35.574,80</b>

**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** Andrea Triviño

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

### 7.1.3 Cronograma de Inversiones

Para poder empezar con sus actividades, la empresa deberá incurrir en gastos pre operacionales necesarios para su desarrollo.

Los gastos pre operacionales serán cancelados en el mes 1 del proyecto y sus valores se encuentran detallados en la siguiente tabla:

Tabla 20: Cronograma de inversiones

<b>Cronograma de Inversiones</b>					
<b>Descripción</b>	<b>Mes 1</b>	<b>Mes 2</b>	<b>Mes 3</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total</b>
ALQUILER (depósito)	\$ 700,00			3	\$ 2.100,00
INSTALACIONES ELECTRICAS Y FACHADAS	\$ 600,00			1	\$ 600,00
CONSTITUCION DE COMPAÑÍA	\$ 800,00			1	\$ 800,00
REGISTRO DE MARCA (incluidos honorarios)	\$ 280,00			1	\$ 280,00
PERMISOS MUNICIPALES Y BOMBEROS	\$ 275,00			1	\$ 275,00
REGISTRO SANITARIO	\$ 150,00			1	\$ 150,00
SEGUROS DE MAQUINARIAS	\$ 180,00			1	\$ 180,00
GASTOS DE LANZAMIENTO	895,82			1	\$ 895,82
<b>Cronograma de Inversiones</b>					<b>\$ 4.385,00</b>

Fuente: La investigación

Elaborado por: Andrea Triviño

## 7.2 Análisis de Costos

### 7.2.1 Costos Fijos

Los costos fijos son aquellos costos que no se encuentran sensibles a las variaciones en la demanda o en la producción, al contrario, se mantienen estables ante los cambios en los niveles de actividad de la empresa.

La empresa TriCal S.A asumirá un valor mensual aproximado de \$4.387,19 de costos fijos, y en su primer año de producción de \$52.646,32. A continuación se muestra una proyección de los costos fijos de la empresa

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

TRICAL S.A, incrementando de acuerdo a la inflación y a los incrementos en sueldos y salarios proyectados dentro de ese período de tiempo.

Tabla 21: Costos Fijos

Costos Fijos / Años						
TIPO DE COSTO	2016	2017	2018	2019	2020	Promedio Mensual Primer Año
GASTOS EN SUELDOS Y SALARIOS	\$ 26.196,48	\$28.053,81	\$36.119,57	\$ 38.680,45	\$ 41.422,90	\$ 2.183,04
GASTOS EN SERVICIOS BASICOS	\$ 2.280,00	\$ 2.379,81	\$ 2.493,50	\$ 2.622,60	\$ 2.768,87	\$ 190,00
GASTOS DE VENTAS	\$ 8.744,84	\$ 9.127,64	\$ 9.563,71	\$ 10.058,86	\$ 10.619,89	\$ 728,74
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 15.425,00	\$16.100,22	\$ 16.869,40	\$ 17.742,80	\$ 18.732,40	\$ 1.285,42
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>\$ 52.646,32</b>	<b>\$55.661,48</b>	<b>\$65.046,18</b>	<b>\$ 69.104,71</b>	<b>\$ 73.544,05</b>	<b>\$ 4.387,19</b>

Fuente: La investigación

Elaborado por: Andrea Triviño

## 7.2.2 Costos Variables

### 7.2.2.1 Costos de Producción

Los costos variables de la producción de la empresa Trical S.A están conformados por los siguientes costos:

Materia Prima

Material de empaque

Luz (producción)

Agua (producción)

Desperdicio (producción)

Mano de obra directa

El valor mensual aproximado de costos variables que tendría la empresa sería de \$7.158,10 y al año incurriría en un gasto de \$86.897,00. A

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

continuación se muestra el detalle de costos variables de producción proyectados a 5 años:

Tabla 22: Costos Variables

<b>Costos Variables / Años</b>						
<b>TIPO DE COSTO</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>Promedio Mensual Año 1</b>
EMPAQUE 360GR 4HAMBURGUESAS DE CAMAR	\$ 56.063,94	\$ 60.544,36	\$ 65.669,65	\$ 74.505,21	\$ 87.076,99	\$ 4.671,99
EMPAQUE 360GR 4HAMBURGUESAS DE PESCAD	\$ 29.833,28	\$ 32.768,10	\$ 36.068,15	\$ 41.375,50	\$ 48.755,97	\$ 2.486,11
<b>Total Costos Variables</b>	<b>\$ 85.897,21</b>	<b>\$ 93.312,46</b>	<b>\$ 101.737,80</b>	<b>\$ 115.880,70</b>	<b>\$ 135.832,96</b>	<b>\$ 7.158,10</b>

**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** Andrea Triviño

## **7.3 Capital de Trabajo**

### **7.3.1 Costos de Operación**

Los costos de operación son los correspondientes a los costos de producción y están ubicados en el literal 7.2.2.1 como costos de producción.

### **7.3.2 Costos Administrativos**

Los costos administrativos corresponden a los costos necesarios para la operación general de la empresa, están compuestos por los sueldos y salarios administrativos de sus empleados, servicios básicos y gastos administrativos.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Tabla 23: Sueldos y Salarios

ROLES DE PAGO / Gastos en Sueldos y Salarios												
Cargo	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Comisiones / año	13ro Sueldo / año	14to Sueldo / año	Vacaciones / año	Fondo de Reserva / año	Aporte Patronal / año	Aporte al IESS / año	SECAP	IECE	Gasto / año
GERENTE GENERAL	\$ 650,00	\$ 7.800,00	\$ -	\$ 650,00	\$ 354,00	\$ 325,00	\$ 650,00	\$ 869,70	\$ 737,10	\$ 39,00	\$ -	\$ 10.687,70
ATENCION AL CLIENTE	\$ 354,00	\$ 4.248,00	\$ -	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 177,00	\$ 354,00	\$ 473,65	\$ 401,44	\$ -	\$ -	\$ 5.960,65
GERENTE DE MARKETING Y VENTAS	\$ 578,32	\$ 6.939,84	\$ -	\$ 578,32	\$ 354,00	\$ 289,16	\$ 578,32	\$ 773,79	\$ 655,81	\$ 34,70	\$ -	\$ 9.548,13
<b>GASTOS EN SUELDOS Y SALARIOS</b>	<b>\$ 1.582,32</b>	<b>\$18.987,84</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 1.582,32</b>	<b>\$ 1.770,00</b>	<b>\$ 791,16</b>	<b>\$ 1.582,32</b>	<b>\$ 2.117,14</b>	<b>\$ 1.794,35</b>	<b>\$ 73,70</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 26.904,48</b>

Fuente: La investigación

Elaborado por: Andrea Triviño

Tabla 24: Servicios Básicos

Gastos en Servicios Básicos (Oficina)		
CONCEPTO	Gasto / mes	Gasto / año
ENERGIA	\$ 120,00	\$ 1.440,00
AGUA	\$ 30,00	\$ 360,00
INTERNET+TELEFONO	\$ 40,00	\$ 480,00
<b>GASTOS EN SERVICIOS BASICOS</b>	<b>\$ 197,00</b>	<b>\$ 2.280,00</b>

Fuente: La investigación

Elaborado por: Andrea Triviño

Tabla 25: Gastos Administrativos

Gastos Administrativos		
Rubro	Gasto / mes	Gasto / año
PAPELERIA	\$ 20,00	\$ 240,00
ALQUILER	\$ 700,00	\$ 8.400,00
GASTOS VARIOS	\$ 50,00	\$ 600,00
Asistente Legal	\$ 250,00	\$ 250,00
SEGUROS (Maquinarias)	\$ 180,00	\$ 2.160,00
SEGUROS (Producto)	\$ 300,00	\$ 3.600,00
GASTOS SOCIALES	\$ 175,00	\$ 175,00
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 1.675,00</b>	<b>\$ 15.425,00</b>

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** Andrea Triviño

### 7.3.3 Costos de Ventas

Los costos de venta son los relacionados directamente con la venta del producto, están conformados por publicidad y transporte y los mismos suman un valor de \$8.744,84 anual.

A continuación se detallan los costos de venta de la empresa TriCal S.A:

Tabla 26: Costos de Venta

Presupuesto Publicitario / Gastos de Ventas					
MEDIO	COSTO/PAUTA	# DE PAUTAS /MES	INVERSIÓN MENSUAL	MESES A INVERTIR	Gasto / año
Tripticos	\$ 0,16	500	\$ 80,00	1	\$ 80,00
Redes Sociales	\$ 8,28	1	\$ 8,28	3	\$ 24,84
Transporte	\$ 180,00	4	\$ 720,00	12	\$ 8.640,00
<b>GASTOS DE VENTAS</b>					<b>\$ 8.744,84</b>

**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** Andrea Triviño

### 7.3.4 Costos Financieros

Los costos financieros corresponden a los intereses que se deben cancelar semestralmente junto con el crédito solicitado a la CFN.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

A continuación se muestra el detalle anual de pago de la deuda (amortización) junto con el pago de interés (costos financieros).

Tabla 27: Costos financieros

<b>Pago de la Deuda Anual</b>					
<b>Años</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Amortizacion	\$ 6.849,69	\$ 6.904,71	\$ 6.960,16	\$ 7.016,06	\$ 7.072,41
Pago por Intereses	\$ 265,27	\$ 210,25	\$ 154,80	\$ 98,90	\$ 42,55
<b>Pago de Deuda</b>	<b>\$ 7.114,96</b>	<b>\$ 7.114,96</b>	<b>\$ 7.114,96</b>	<b>\$ 7.114,96</b>	<b>\$ 7.114,96</b>

**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** Andrea Triviño

## **7.4 Análisis de Variables Críticas**

### **7.4.1 Determinación del Precio: Mark Up y**

#### **Márgenes**

Los precios considerados por la empresa TriCal S.A fueron considerados en base a 2 situaciones:

1. Precio al distribuidor
2. Precio Punto de Venta planta

El 75% de la producción de los productos correspondientes a hamburguesas de pescado y camarón serán comercializados mediante Distribuidores, mientras que el 25% restante será comercializado directamente en la planta, dónde se mantendrá un punto de venta para los clientes.

En la siguiente tabla se muestra los precios de acuerdo a la forma de distribución de los productos.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Tabla 28: Mark Up y Márgenes

	COSTO FABRICACIÓN		PRECIO DISTRIBUIDOR		Margen
Camarón	\$	1,60	\$	3,30	48%
Pescado	\$	1,21	\$	2,51	48%
	COSTO FABRICACIÓN		PRECIO PUNTO DE VENTA PLANTA		Margen
Camarón	\$	1,60	\$	4,05	39%
Pescado	\$	1,21	\$	3,05	40%

Fuente: La investigación

Elaborado por: Andrea Triviño

## 7.4.2 Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas

La Empresa TriCal S.A realizará un incremento de precios y ventas a partir del segundo año de operación de acuerdo a los siguientes supuestos:

Ventas: De acuerdo al crecimiento que han tenido los productos congelados anualmente, además a partir del tercer año de operación la empresa conseguirá dos canales de distribución adicionales para la venta de sus productos.

Precio: De acuerdo a crecimientos de inflación anualmente.

Tabla 29: Costos e ingreso

Ingresos por ventas	155.192,76	170.085,54	204.942,97	252.197,91	319.516,91
Costo de ventas	86.631,18	94.123,77	110.923,87	133.635,84	165.886,77
(=)Utilidad Bruta en Venta	<b>68.561,58</b>	<b>75.961,77</b>	<b>94.019,10</b>	<b>118.562,07</b>	<b>153.630,14</b>

Fuente: La investigación

Elaborado por: Andrea Triviño



“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

### **7.4.3 Determinación del Punto Óptimo de Producción por medio de análisis marginales.**

La empresa TriCal S.A decidirá usar el 100% al finalizar los 5 años proyectados de su operación.

Al iniciar producirá 36551 empaques de 360gr donde contendrán 4 unidades de hamburguesas y al finalizar el año 5 llegará a producir 56279 empaques, considerando que éste será el punto óptimo de producción.

### **7.4.4 Análisis de Punto de Equilibrio**

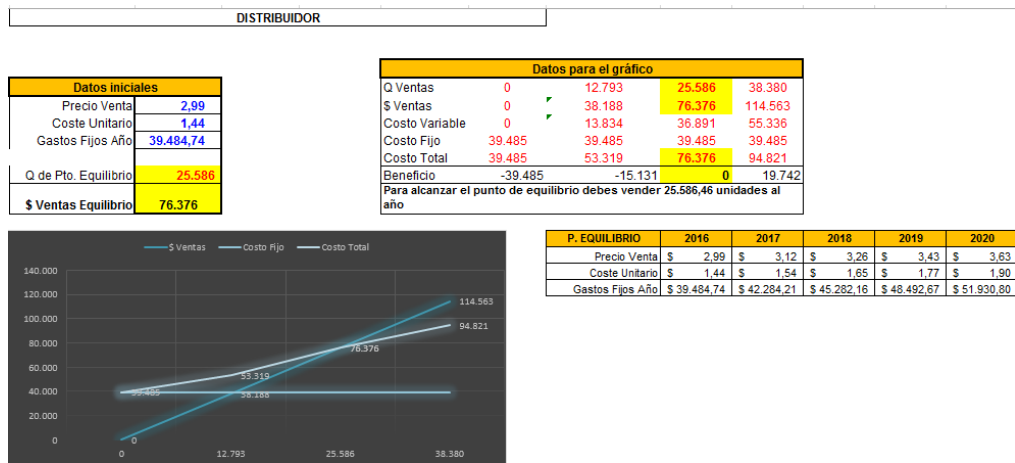
El punto de equilibrio es el punto donde los ingresos son iguales a los costos.

La empresa TriCal S.A manejará dos puntos de equilibrio ya que distribuirá de dos formas diferentes:

1. El primer punto de equilibrio corresponde a la venta a los distribuidores, en donde la cantidad que se debe para que no existan pérdidas al final del año es de 24498 empaques con un valor de \$73.127,00

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Tabla 30: Punto de equilibrio DISTRIBUIDOR

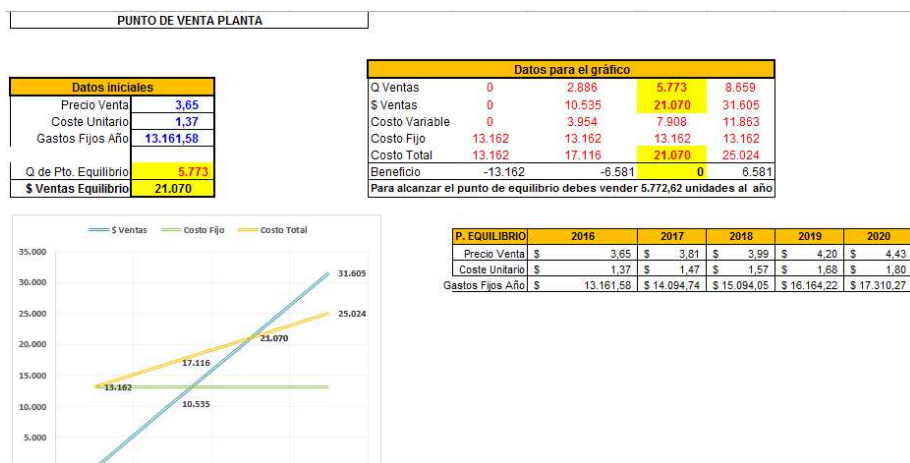


Fuente: La investigación

Elaborado por: Andrea Triviño

2. El segundo punto de equilibrio corresponde a la venta del punto ubicado en la planta, en donde la cantidad que se debe para que no existan pérdidas al final del año es de 5773 empaques con un valor de \$21.070,00

Tabla 31: Punto de equilibrio PUNTO DE VENTA



Fuente: La investigación

Elaborado por: Andrea Triviño

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

## **7.5 Entorno Fiscal de la Empresa**

### **7.5.1 Planificación Tributaria**

#### **7.5.1.1 Generalidades (Disposiciones normativas)**

La empresa TriCal S.A cumplirá con las disposiciones otorgadas por las entidades fiscales para poder desempeñarse de manera responsable. Además cumplirá con las declaraciones tributarias como lo estipula el Servicio de Rentas Internas.

#### **7.5.1.2 Minimización de la carga fiscal**

Se minimizará la carga fiscal a través los rubros emitidos como los son la depreciación de sus activos y amortizaciones.

#### **7.5.1.3 Impuesto a la Renta**

El impuesto a la renta actualmente es del 22% y se calcula de la Utilidad antes de Impuestos.

Tabla 32: Impuesto a la Renta

<b>(=) Utilidad antes Imptos Renta</b>	<b>10.930,97</b>	<b>7.773,07</b>	<b>15.088,39</b>	<b>32.174,79</b>	<b>56.395,50</b>
Impuesto a la Renta	2.404,81	1.710,08	3.319,45	7.078,45	12.407,01
<b>(=)Utilidad Disponible</b>	<b>\$ 8.526,15</b>	<b>\$ 6.063,00</b>	<b>\$ 11.768,94</b>	<b>\$ 25.096,33</b>	<b>\$ 43.988,49</b>

**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** Andrea Triviño

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

#### **7.5.1.4 Impuesto al Valor Agregado**

El Impuesto al Valor Agregado (IVA) grava al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, así como a los derechos de autor, de propiedad industrial y derechos conexos; y al valor de los servicios prestados. Existen básicamente dos tarifas para este impuesto que son 12% y tarifa 0%. (Servicio de Rentas Internas, 2015)

#### **7.5.1.5 Impuestos a los Consumos Especiales**

Este impuesto no aplica a la propuesta ya que el mismo debe aplicarse a los bienes y servicios nacionales o importados, tales como: cigarros, bebidas alcohólicas, vehículos, entre otros. (Servicio de Rentas Internas, 2015)

#### **7.5.1.6 Impuestos, Tasas y Contribuciones Municipales**

La empresa TriCal S.A cancelará los impuestos, tasas y contribuciones municipales tal como lo exige la ley, para poder iniciar sus actividades comerciales, los mismos que corresponden a los permisos municipales y bomberos.

#### **7.5.1.7 Impuestos al Comercio Exterior**

Este impuesto no aplica dada la procedencia de la propuesta.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

#### **7.5.1.8 Impuestos a la Salida de Divisas**

Este impuesto no aplica dada la procedencia de la propuesta.

#### **7.5.1.9 Impuestos a los Vehículos Motorizados**

Este impuesto no aplica dada la procedencia de la propuesta.

#### **7.5.1.10 Impuestos a las Tierras Rurales (aplica solo proyectos rurales)**

Este impuesto no aplica dada la procedencia de la propuesta.

### **7.6 Estados Financieros proyectados**

#### **7.6.1 Balance General Inicial**

El balance general inicial es aquel estado financiero con el que la empresa TriCal inicia en el año cero de sus actividades comerciales, en donde se determina que el valor total de sus activos es de \$58.005,06, el valor total de sus pasivos es de \$34.803,04 y el valor de su patrimonio es \$23.202,03.

A continuación se muestra el detalle del cálculo del Balance General Inicial con el que empieza la empresa:

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Tabla 33: Balance General Inicial

	Año 0
<b>Activos</b>	
Caja/Bancos	27.600,11
Cuentas por cobrar	
<b>Activo Corriente</b>	<b>27.600,11</b>
Activos Fijos	25.107,00
Dep Acumulada	0
<b>Activos Fijos Netos</b>	<b>25.107,00</b>
<b>Gastos preoperacionales</b>	<b>5297,95</b>
Amortización acumulada	
<b>activos diferidos</b>	
<b>Total de Activos</b>	<b>\$ 58.005,06</b>
<b>Pasivos</b>	
Ctas por Pagar	0,00
Impuestos por Pagar	0,00
<b>Pasivo Corriente</b>	<b>0,00</b>
Deuda LP	34.803,04
<b>Total de Pasivos</b>	<b>\$ 34.803,04</b>
<b>Patrimonio</b>	
Capital Social	23.202,03
Utilidad del Ejercicio	0
Utilidades Retenidas	0
<b>Total de Patrimonio</b>	<b>\$ 23.202,03</b>
<b>Pasivo más Patrimonio</b>	<b>\$ 58.005,06</b>
Comprobación	0,00

**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** Andrea Triviño

## 7.6.2 Estado de Pérdidas y Ganancias

Mediante el estado de pérdidas y ganancias se puede tener conocimiento sobre el incremento de las ventas anuales menos el costo de ventas de las mismas, obteniendo una utilidad bruta, la cual es descontada por los gastos obteniendo la utilidad Operativa a la que se le disminuye los gastos financieros, que corresponden a los intereses a pagar de la deuda, y así consiguiendo la Utilidad Neta a la cual se le descuenta el Impuesto a la Renta y la repartición de utilidades a los trabajadores.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

A continuación se detalla el estado de pérdidas y ganancias de la Empresa TriCal S.A proyectado a 5 años, dónde se puede observar sus movimientos:

Tabla 34: Estado de Pérdidas y Ganancias

Estado de Resultados					
% de Repartición Utilidades a Trabajadores	0%	15%	15%	15%	15%
% de Impuesto a la Renta	22%	22%	22%	22%	22%
	2016	2017	2018	2019	2020
Ingresos por ventas	155.192,76	170.085,54	204.942,97	252.197,91	319.516,91
Costo de ventas	86.631,18	94.123,77	110.923,87	133.635,84	165.886,77
<b>(=)Utilidad Bruta en Venta</b>	<b>68.561,58</b>	<b>75.961,77</b>	<b>94.019,10</b>	<b>118.562,07</b>	<b>153.630,14</b>
Gastos Sueldos y Salarios	26.196,48	28.053,81	36.119,57	38.680,45	41.422,90
Gastos Servicios Basicos	2.280,00	2.379,81	2.493,50	2.622,60	2.768,87
Gastos Publicidad	8.744,84	9.127,64	9.563,71	10.058,86	10.619,89
Gastos Administrativos	15.425,00	16.100,22	16.869,40	17.742,80	18.732,40
Gastos de Depreciación	2.513,17	2.513,17	2.513,17	1.618,00	1.618,00
Gastos de Amortización	1.059,59	2.119,18	3.178,77	4.238,36	5.297,95
<b>(=)Utilidad Operativa</b>	<b>12.342,50</b>	<b>15.667,94</b>	<b>23.280,98</b>	<b>43.600,99</b>	<b>73.170,14</b>
Gastos Financieros	265,27	210,25	154,80	98,90	42,55
<b>(=)Utilidad Neta</b>	<b>12.077,23</b>	<b>15.457,69</b>	<b>23.126,18</b>	<b>43.502,10</b>	<b>73.127,59</b>
Repartición Trabajadores	0,00	2.318,65	3.468,93	6.525,31	10.969,14
<b>(=) Utilidad antes Imptos Renta</b>	<b>12.077,23</b>	<b>13.139,04</b>	<b>19.657,26</b>	<b>36.976,78</b>	<b>62.158,45</b>
Impuesto a la Renta	2.656,99	2.890,59	4.324,60	8.134,89	13.674,86
<b>(=)Utilidad Disponible</b>	<b>\$ 9.420,24</b>	<b>\$ 10.248,45</b>	<b>\$ 15.332,66</b>	<b>\$ 28.841,89</b>	<b>\$ 48.483,59</b>

Fuente: La investigación

Elaborado por: Andrea Triviño

### 7.6.2.1 Flujo de Caja Proyectado

En el flujo de caja se puede observar las entradas y salidas del efectivo, conociendo de esta forma la liquidez de la empresa.

A continuación se detalla el flujo de caja de la empresa TriCal S.A con una proyección de 5 años, en el mismo se puede observar que anualmente la empresa tiene un flujo favorable:

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Tabla 35: Flujo d efectivo proyectado

<b>Flujo de Efectivo</b>					
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Utilidad Neta	12.077,23	15.457,69	23.126,18	43.502,10	73.127,59
(+) Gastos de Depreciación	2.513,17	2.513,17	2.513,17	1.618,00	1.618,00
(+) Gastos de amortización	1.059,59	1.059,59	1.059,59	1.059,59	1.059,59
(-) Inversiones en Activos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Amortizaciones de Deuda	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Pagos de Impuestos	0,00	2.656,99	5.209,24	7.793,52	14.660,21
(-) Variacion Cuentas x Cobrar	4.526,46	434,37	1.016,67	1.378,27	1.963,47
<b>Flujo Anual</b>	<b>\$ 11.123,53</b>	<b>\$ 15.939,08</b>	<b>\$ 20.473,02</b>	<b>\$ 37.007,89</b>	<b>\$ 59.181,51</b>
<b>Flujo Acumulado</b>	<b>\$ 11.123,53</b>	<b>\$ 27.062,62</b>	<b>\$ 47.535,64</b>	<b>\$ 84.543,53</b>	<b>\$ 143.725,04</b>
<b>Pay Back del flujo</b>	<b>\$ -46.881,53</b>	<b>\$ -30.942,45</b>	<b>\$ -10.469,42</b>	<b>\$ 26.538,47</b>	<b>\$ 85.719,98</b>

**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** Andrea Triviño

## 7.6.2.1.1 Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital

### 7.6.2.1.1.1 TMAR

La TMAR, en sus siglas significa “Tasa Mínima Aceptada de Retorno”, para poder calcularla se tomó como referencia el modelo de valoración de activos financieros denominada CAPM y se utiliza la fórmula que se detalla a continuación:



“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Tabla 36: TMAR

<b>TMAR = <math>rf + \beta(rm - rf) + rc</math></b>	
RF:	1,03%
BETA:	0,99
RM(10 años):	10,59%
RIESGO PAÍS (19/08/2015):	11,93%
<b>TMAR PROYECTO</b>	<b>22,42%</b>

**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** Andrea Triviño

### **7.6.2.1.1.2 VAN**

El VAN es el valor actual neto del proyecto, se lo obtiene mediante la suma de todos los flujos proyectados menos la inversión. El VAN del proyecto es de \$24.624,00

### **7.6.2.1.1.3 TIR**

La empresa TriCal S.A cuenta con una TIR (tasa interna de retorno) del 28,78%, lo cual indica que el proyecto es rentable ya que este valor corresponde superiormente a la TMAR (Tasa Mínima Aceptada de Retorno).

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

#### 7.6.2.1.1.4 PAYBACK

El Payback es conocido como el tiempo de recuperación de la inversión, permite conocer en cuánto tiempo se recupera la inversión inicial mediante los flujos.

En el proyecto la inversión se recupera a los 39 meses de operación comercial.

### 7.7 Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples

#### 7.7.1 Productividad

A continuación se detallan 2 escenarios para la empresa TRICAL S.A: El optimista (+15%) y el pesimista (-15%), mostrando así como se vería afectada la rentabilidad de la propuesta si aumentan o disminuyen las unidades vendidas de empaques de hamburguesas congeladas, mediante el cálculo del VAN y la TIR

Tabla 37: Productividad

Resumen de escenario			
		Optimista	Pesimista
<b>Celdas cambiantes:</b>			
		115%	85%
<b>Celdas de resultado:</b>			
<b>VAN</b>		\$ 67.909,14	\$ (18.660,98)
<b>TIR</b>		49,80%	6,15%

Fuente: La investigación

Elaborado por: Andrea Triviño

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

### 7.7.2 Precio Mercado Local

A continuación se detallan 2 escenarios para la empresa TRICAL S.A: El optimista (+15%) y el pesimista (-15%), mostrando así como se vería afectada la rentabilidad de la propuesta si aumentan o disminuyen los precios de los empaques de hamburguesas congeladas, mediante el cálculo del VAN y la TIR

Tabla 38: Precio Mercado

Resumen de escenario			
		Optimista	Pesimista
<b>Celdas cambiantes:</b>			
		115%	85%
<b>Celdas de resultado:</b>			
<b>VAN</b>		\$ 105.520,89	\$ (56.272,72)
<b>TIR</b>		67,38%	-17,24%

**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** Andrea Triviño

### 7.7.3 Precio Mercado Externo

No aplica.

### 7.7.4 Costo de Materia Prima

A continuación se detallarán 2 escenarios para la empresa TRICAL S.A: El optimista, (-15%) del costo de la materia prima y el pesimista, (+15%)

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

del costo de la materia prima, mostrando así como se vería afectada la rentabilidad de la propuesta, mediante el cálculo del VAN y la TIR

Tabla 39: Costo Materia Prima

Resumen de escenario			
		Optimista	Pesimista
<b>Celdas cambiantes:</b>			
		85%	115%
<b>Celdas de resultado:</b>			
<b>VAN</b>		\$ 62.235,83	\$ (12.987,66)
<b>TIR</b>		46,97%	9,24%

Fuente: La investigación

Elaborado por: Andrea Triviño

### 7.7.5 Costo de Materiales Indirectos

El resumen de los escenarios se encuentra detallado en el ítem anterior, ya que se consideró previamente los costos de materia prima y materiales para realizar el cálculo de los debidos escenarios.

### 7.7.6 Costo de Suministros y Servicios

A continuación se detallarán 2 escenarios para la empresa TRICAL S.A: El optimista, (-15%) del costo de Suministros y Servicios y el pesimista, (+15%) del costo de Suministros y Servicios, mostrando así como se vería afectada la rentabilidad de la propuesta, mediante el cálculo del VAN y la TIR

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Tabla 40: Servicios Básicos

Resumen de escenario			
		Optimista	Pesimista
<b>Celdas cambiantes:</b>		85%	115%
<b>Celdas de resultado:</b>			
VAN		\$ 25.330,04	\$ 23.918,12
TIR		29,11%	28,44%

Fuente: La investigación

Elaborado por: Andrea Triviño

### 7.7.7 Costo de Mano de Obra Directa

A continuación se detallarán 2 escenarios para la empresa TRICAL S.A: El optimista, (-15%) del costo de Mano de Obra Directa y el pesimista, (+15%) del costo de Mano de Obra Directa, mostrando así como se vería afectada la rentabilidad de la propuesta, mediante el cálculo del VAN y la TIR

Tabla 41: Mano de Obra Directa

Resumen de escenario			
		Optimista	Pesimista
<b>Celdas cambiantes:</b>		85%	115%
<b>Celdas de resultado:</b>			
VAN		\$ 30.569,60	\$ 18.678,57
TIR		31,88%	25,70%

Fuente: La investigación

Elaborado por: Andrea Triviño

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

### 7.7.8 Costo de Mano de Obra Indirecta

A continuación se detallarán 2 escenarios para la empresa TRICAL S.A: El optimista, (-15%) del costo de Mano de Obra Indirecta y el pesimista, (+15%) del costo de Mano de Obra Indirecta, mostrando así como se vería afectada la rentabilidad de la propuesta, mediante el cálculo del VAN y la TIR

Tabla 42: Mano de Obra Indirecta

Resumen de escenario			
		Optimista	Pesimista
<b>Celdas cambiantes:</b>			
		85%	115%
<b>Celdas de resultado:</b>			
VAN		\$ 37.457,17	\$ 11.791,00
TIR		35,28%	22,25%

Fuente: La investigación

Elaborado por: Andrea Triviño

### 7.7.9 Gastos Administrativos

A continuación se detallarán 2 escenarios para la empresa TRICAL S.A: El optimista, (-15%) del costo de Gastos Administrativos y el pesimista, (+15%) del costo de Gastos Administrativos, mostrando así como se vería afectada la rentabilidad de la propuesta, mediante el cálculo del VAN y la TIR

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Tabla 43: Gastos Administrativos

Resumen de escenario			
		Optimista	Pesimista
<b>Celdas cambiantes:</b>			
		85%	115%
<b>Celdas de resultado:</b>			
VAN		\$ 31.014,20	\$ 18.233,96
TIR		32,07%	25,50%

**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** Andrea Triviño

### 7.7.10 Gastos de Ventas

A continuación se detallarán 2 escenarios para la empresa TRICAL S.A: El optimista, (-15%) del costo de Gastos de Venta y el pesimista, (+15%) del costo de Gastos de Venta, mostrando así como se vería afectada la rentabilidad de la propuesta, mediante el cálculo del VAN y la TIR

Tabla 44: Gastos de Venta

Resumen de escenario			
		Optimista	Pesimista
<b>Celdas cambiantes:</b>			
		85%	115%
<b>Celdas de resultado:</b>			
VAN		\$ 28.246,81	\$ 21.001,36
TIR		30,64%	26,92%

**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** Andrea Triviño

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

### **7.7.11 Inversión en Activos Fijos**

La empresa TriCal S.A no incurrirá en compras adicionales de activos fijos en los años proyectados.

### **7.7.12 Tasa de interés promedio (puntos porcentuales)**

No se realizará este detalle de escenarios ya que no afectará la empresa en caso de que el mismo se pueda presentar.

## **7.8 Balance General**

El Balance General es un estado financiero que muestra el cambio en el que la empresa termina un período o año determinado, el mismo incluye los activos, pasivos y patrimonio de la empresa.

A continuación se muestra el detalle del balance general de la empresa TriCal S.A proyectado a 5 años a partir del año 0:



“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Tabla 45: Balance General

<b>Balance General</b>						
	<b>Año 0</b>	<b>Año</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Activos</b>						
Caja/Bancos	27.600,11	38.723,65	54.662,73	75.135,75	112.143,64	171.325,15
Cuentas por cobrar		4.526,46	4.960,83	5.977,50	7.355,77	9.319,24
<b>Activo Corriente</b>	<b>27.600,11</b>	<b>43.250,10</b>	<b>59.623,56</b>	<b>81.113,25</b>	<b>119.499,42</b>	<b>180.644,39</b>
Activos Fijos	25.107,00	25.107,00	25.107,00	25.107,00	25.107,00	25.107,00
Dep Acumulada	0	2.513,17	5.026,33	7.539,50	9.157,50	10.775,50
<b>Activos Fijos Netos</b>	<b>25.107,00</b>	<b>22.593,83</b>	<b>20.080,67</b>	<b>17.567,50</b>	<b>15.949,50</b>	<b>14.331,50</b>
<b>Gastos preoperacionales</b>	<b>5297,95</b>	<b>5297,95</b>	<b>5297,95</b>	<b>5297,95</b>	<b>5297,95</b>	<b>5297,95</b>
Amortización acumulada		1059,59	2119,18	3178,77	4238,36	5297,95
<b>activos diferidos</b>		<b>4238,36</b>	<b>3178,77</b>	<b>2119,18</b>	<b>1059,59</b>	<b>0,00</b>
<b>Total de Activos</b>	<b>\$ 58.005,06</b>	<b>\$ 70.082,30</b>	<b>\$ 82.882,99</b>	<b>\$ 100.799,94</b>	<b>\$ 136.508,51</b>	<b>\$ 194.975,89</b>
<b>Pasivos</b>						
Ctas por Pagar	0,00	6.849,69	13.754,40	20.714,56	27.730,62	34.803,04
Impuestos por Pagar	0,00	2.656,99	5.209,24	7.793,52	14.660,21	24.644,00
<b>Pasivo Corriente</b>	<b>0,00</b>	<b>9.506,68</b>	<b>18.963,64</b>	<b>28.508,08</b>	<b>42.390,83</b>	<b>59.447,04</b>
Deuda LP	34.803,04	27.953,35	21.048,64	14.088,48	7.072,41	0,00
<b>Total de Pasivos</b>	<b>\$ 34.803,04</b>	<b>\$ 37.460,03</b>	<b>\$ 40.012,28</b>	<b>\$ 42.596,56</b>	<b>\$ 49.463,24</b>	<b>\$ 59.447,04</b>
<b>Patrimonio</b>						
Capital Social	23.202,03	23.202,03	23.202,03	23.202,03	23.202,03	23.202,03
Utilidad del Ejercicio	0	9.420,24	10.248,45	15.332,66	28.841,89	48.483,59
Utilidades Retenidas	0	0,00	9.420,24	19.668,69	35.001,35	63.843,24
<b>Total de Patrimonio</b>	<b>\$ 23.202,03</b>	<b>\$ 32.622,27</b>	<b>\$ 42.870,71</b>	<b>\$ 58.203,37</b>	<b>\$ 87.045,26</b>	<b>\$ 135.528,86</b>
<b>Pasivo más Patrimonio</b>	<b>\$ 58.005,06</b>	<b>\$ 70.082,30</b>	<b>\$ 82.882,99</b>	<b>\$ 100.799,94</b>	<b>\$ 136.508,51</b>	<b>\$ 194.975,89</b>

Fuente: La investigación

Elaborado por: Andrea Triviño

## 7.8.1 Razones Financieras

### 7.8.1.1 Liquidez

En el siguiente gráfico se detalla la liquidez de la empresa, es decir la capacidad que tiene la empresa de enfrentar sus deudas a un corto plazo, la misma se encuentra proyectada aun período de 5 años.

Se puede interpretar que por cada dólar que la empresa tiene como deuda, la misma tiene para cubrir dicha deuda 4,5 veces, para el primer año.

A continuación se muestra la proyección del nivel de liquidez de la empresa TriCal S.A:

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Tabla 46: Liquidez

<b>Ratios de Liquidez</b>						
Liquidez o Razón Corriente = Activo Corriente / Pasivo Corriente	en veces	4,5	3,1	2,8	2,8	3,0
Liquidez Seca o Prueba Ácida = (Activo Corriente - Inventarios) / Pasivo Corriente	en veces	4,5	3,1	2,8	2,8	3,0
Capital de Trabajo	en dinero	33.743	40.660	52.605	77.109	121.197
Indice de liquidez = (Activos Corrientes / Pasivo corriente )	en veces	5	3	3	3	3

**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** Andrea Triviño

### 7.8.1.2 Gestión

Mediante los ratios de gestión se puede medir los recursos que posee la empresa y como los utiliza, así se podrá determinar la eficiencia de la compañía en cobros, pagos.

Se puede interpretar entonces que por cada dólar que recibe la empresa por las ventas, ésta puede cubrir los activos 2,2 veces en el primer año.

A continuación se muestra una proyección de gestión de la empresa en un período de 5 años:

Tabla 47: Gestión

<b>RATIOS DE ACTIVIDAD (Uso de Activos)</b>						
Rotación de Activos = Ventas / Activos	en veces	2,2	2,1	2,0	1,8	1,6

**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** Andrea Triviño

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

### 7.8.1.3 Endeudamiento

Los ratios de endeudamiento analizan el nivel de endeudamiento y su capacidad de pago.

A continuación se detalla la capacidad de pago que posee la empresa TriCal S.A, dónde se demuestra que aunque la misma tenga una deuda financiera, no representa un alto riesgo.

Tabla 48: Endeudamiento

RATIOS DE ENDEUDAMIENTO						
Endeudamiento o Apalancamiento = Pasivo / Activo	en porcentaje	53%	48%	42%	36%	30%
Pasivo / Patrimonio	en veces	1,1	0,9	0,7	0,6	0,4
Cobertura 1 = Utilidad Operativa / Gastos Financieros	en veces	46,5	74,5	150,4	440,9	1719,8
Cobertura 2 = (Flujo de Efectivo + Servicio de Deuda) / Servicio de Deuda		2,6	3,2	3,9	6,2	9,3

**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** Andrea Triviño

### 7.8.1.4 Rentabilidad

A continuación se detalla la capacidad que muestra la empresa TriCal S.A para generar utilidades, donde se muestra la rentabilidad de la misma a partir del primer año con un 8% de margen operacional.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Tabla 49: Rentabilidad

<b>RATIOS DE ACTIVIDAD (Uso de Activos)</b>						
Rotación de Activos = Ventas / Activos	en veces	2,2	2,1	2,0	1,8	1,6
<b>Ratios de Rentabilidad</b>						
Margen Bruto = Utilidad Bruta / Ventas Netas	en porcentaje	44%	45%	46%	47%	48%
Margen Operacional = Utilidad Operacional / Ventas Netas	en porcentaje	8%	9%	11%	17%	23%
Margen Neto = Utilidad Neta / Ventas Netas	en porcentaje	8%	9%	11%	17%	23%
ROA = Utilidad Neta / Activos	en porcentaje	17%	19%	23%	32%	38%
ROE = Utilidad Neta / Patrimonio	en porcentaje	37%	36%	40%	50%	54%

**Fuente:** La investigación

**Elaborado por:** Andrea Triviño

## 7.9 Conclusión Financiera

De acuerdo a las evaluaciones previamente presentadas se puede concluir en que la propuesta para la creación de la empresa es rentable ya que al final de las proyecciones muestra una TIR de **28,78%** con un VAN de \$24.624, indicando que la propuesta puede afrontar todas sus deudas, ya sean a corto o a largo plazo.

Adicionalmente cuenta con un payback period de 40 meses, lo cual indica que el accionista recuperará su inversión y además tendrá ganancias considerables a partir de ese momento.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

## CAPÍTULO 8

---

---

# PLAN DE CONTINGENCIA

---

---

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

## **CAPÍTULO 8**

### **8. PLAN DE CONTINGENCIA**

En virtud de lo expuesto, cabe anotar que los desastres ya sean naturales o producidos por el hombre, son emergencias que suelen suscitarse en nuestro medio; y con la finalidad de poder ayudar y controlar cualquier situación esporádica o de emergencia que ocurra en el presente proyecto de titulación, amerita contar con un **Plan de Contingencias** que es una herramienta de gestión necesaria para dar una respuesta planificada ante situaciones de desastre y emergencias que pudieran interrumpir el normal funcionamiento de la Empresa, con eficacia y eficiencia.

#### **8.1 Plan de administración del riesgo**

El objetivo de este Plan no es evitar los riesgos en su totalidad, sino minimizar el impacto que las incidencias podrían producir en la Empresa. Su principal misión es organizar al personal en general para protegerse frente a las emergencias dentro del proceso de producción, las que ocasionarían ciertos peligros, dictando lo más conveniente para preservar la vida humana prioritariamente y el desplazamiento de bienes y documentos de especial importancia para la Empresa.

##### **8.1.1 Principales riesgos**

##### **8.1.2 Reuniones para mitigar los riesgos**

El Gerente General convocará a reuniones para capacitar a los funcionarios y trabajadores en general de los lineamientos básicos del presente Plan acerca de los riesgos que podrían presentarse en el proceso

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

operativo de la empresa, a fin de evitar, disminuir, minimizar o remediar los daños personales y materiales.

### **8.1.3 Tormenta de Ideas (braimstorming) listas de verificación**

Proveer, capacitar y organizar la participación activa del personal en casos de emergencia para la ejecución y aplicación de las funciones específicas en estas situaciones.

Garantizar las condiciones de seguridad y bienestar de los trabajadores, mediante la difusión de medidas de prevención de riesgos y eliminación de accidentes en toda actividad laboral o por causa de fenómenos naturales

## **8.2 Planeación de la respuesta al riesgo**

Será necesario crear un patrón de comportamiento que permita reaccionar en el menor tiempo posible: "Cuanto menor sea el tiempo en el que se realiza la evacuación, mayores serán las posibilidades de éxito". El entrenamiento y la práctica periódica son la base del logro de un buen plan

### **8.2.1 Monitoreo y Control de riesgo**

Disponer de equipos y medios necesarios que estén aptos para su uso y que permitan al personal de la Empresa actuar ante la presencia de cualquier emergencia, preservando la integridad física del trabajador, y así evitar pérdidas humanas.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

### **8.3 Plan de contingencia y Acciones correctiva**

Proteger los bienes y activos de la Empresa, frente a la presencia de riesgos inminentes que tienen el potencial de causar daño, y que son de especial importancia para las instalaciones cuya pérdida constituiría un daño irreparable.

Garantizar la continuidad de las actividades y servicios públicos que brinda la empresa.

Este Plan de Contingencia debe ser revisado y actualizado periódicamente.



“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

## CAPÍTULO 9

---

---

# CONCLUSIONES

---

---

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

## CONCLUSIONES

La gastronomía en nuestro país ha desatado numerosos negocios culinarios especializados. De acuerdo con el reconocido investigador Michael Moss, el “éxtasis” o “máximo punto de satisfacción” es la forma en la que los fabricantes describen los niveles de azúcar, grasa y sal contenida en los alimentos procesados, ingredientes que los hacen tan atractivos e irresistibles.

Ofrecer productos precocinados congelados es una rentable oportunidad considerando el escaso tiempo del que disponen los trabajadores para cocinar o salir a restaurantes.

Con los estudios realizados para analizar la implementación de la propuesta “Creación de una empresa productora y comercializadora de una línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos” se determinaron resultados favorables, en cuanto a gustos y preferencias.

De acuerdo a la investigación realizada durante todo el proyecto se pudo determinar:

- Los canales de distribución predilectos por los consumidores finales y a los cuales se debe enfocar para poder incrementar la participación de los productos ShellyFish en el mercado.
- Las estrategias de marketing deben ser agresivas y virales en las redes sociales para poder dar a conocer los productos y alcanzar un reconocimiento de marca en un mediano plazo.
- Los productos hamburguesas congeladas de pescado y camarón, de acuerdo a las encuestas realizadas, tienen una gran aceptación por parte de los consumidores finales.

Además se reflejan en los estudios financieros desarrollados que la propuesta de negocio es viable ya que al final del período de tiempo

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

proyectado se obtiene una TIR de 28,78% con un VAN positivo de \$24.624,00 y un PAYBACK de 40 meses.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

## CAPÍTULO 10

# RECOMENDACIONES

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

## RECOMENDACIONES

- Una de las primeras recomendaciones para la propuesta es aprovechar la nueva tendencia de consumo y hábitos alimenticios en la actualidad, ya que los consumidores están mostrando una gran apertura por productos alimenticios congelados de fácil y rápida elaboración.
- Mantener siempre la calidad en los productos, consiguiendo materia prima de primera calidad para la elaboración de las hamburguesas, de esta manera se logrará satisfacer a los consumidores clientes y se podrá crear una fidelización en ellos.
- Buscar innovaciones constantes e los productos y en las operaciones de la empresa en el pro de la eficiencia, la satisfacción del cliente para así cumplir con todos los objetivos.
- Realizar frecuentemente campañas de promoción y publicidad, especialmente vía internet, ya que en la actualidad éste es el medio más concurrido y con mayor aceptación por parte de los consumidores finales, de ésta forma se puede lograr posicionar los productos en el mercado
- Diversificar los productos a largo plazo, de ésta manera se puede captar otros segmentos de mercado, obteniendo una mayor participación dentro del mismo.
- Capacitar a los empleados sobre el ingreso de las nuevas tecnologías de producción que existen actualmente.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

- Buscar la exportación del producto, ya que a nivel internacional los mariscos tienen un gran nivel de aceptación y consumo.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

# CAPÍTULO 11

## FUENTES

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

## FUENTES

### Bibliografía

- Cámara de Industrias de Guayaquí. (01 de Abril de 2010). *Código de Trabajo y Mandato* . Recuperado el 30 de Agosto de 2015, de [http://www.industrias.ec/archivos/documentos/\\_\\_\\_\\_tipos\\_de\\_contratos.pdf](http://www.industrias.ec/archivos/documentos/____tipos_de_contratos.pdf)
- Kantar Worldpanel. (2014). Recuperado el 31 de Agosto de 2015, de <http://www.kantarworldpanel.com/es/Noticias/balancecongelados>
- (2013 de Agosto de 2013). Recuperado el 27 de Enero de 2014, de Ministerio de Relaciones Laborales : [www.mrl.gob.ec](http://www.mrl.gob.ec)
- Antonio, P. M. (2014). *La teoría de D'Adamo sobre la alimentación y los grupos sanguíneos*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/figueraes/alimentacion/alimentacion-diferentes-opciones-y-sus-consecuencias/la-teoria-de-d-adamo-sobre-la-alimentacion-y-los-grupos-sanguineos>
- Asamblea Constituyente. (11 de Diciembre de 2007). Recuperado el 30 de Agosto de 2015, de [http://constituyente.asambleanacional.gov.ec/documentos/mandato\\_tercerizacion12.pdf](http://constituyente.asambleanacional.gov.ec/documentos/mandato_tercerizacion12.pdf)
- Asamblea Nacional. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Asamblea Nacional.
- Benito, C. D. (2008). Alimentación, consumo y salud. En C. D. Benito, *Alimentación, consumo y salud* (pág. 186). España: Fundación "la Caixa".
- Bolsa de Valores de Quito. (24 de Enero de 2006). *Ley de mercado de valores*. Recuperado el 27 de Enero de 2014, de [http://www.bolsadequito.info/uploads/normativa/mercado-de-valores/ley-de-mercado-de-valores/110128030015-8e07b1fda10c4caa96ea3c6fc39fc35e\\_mervalores.pdf](http://www.bolsadequito.info/uploads/normativa/mercado-de-valores/ley-de-mercado-de-valores/110128030015-8e07b1fda10c4caa96ea3c6fc39fc35e_mervalores.pdf)
- CAMARA DE INDUSTRIAS DE GUAYAQUIL. (2013). Obtenido de <http://www.industrias.ec/inicio.ks>
- CAMARA DE INDUSTRIAS DE GUAYAQUIL. (Mayo de 2015). Obtenido de <http://www.industrias.ec/contenido.ks?contenidoId=2248>



“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

- CERLALC. (25 de Julio de 2011). Recuperado el 31 de Agosto de 2015, de [http://letrasalderecho.info/principios\\_contratacion.html](http://letrasalderecho.info/principios_contratacion.html)
- Codificación de Código del Trabajo. (16 de Junio de 2013). Recuperado el 2015 de Agosto de 30, de <http://www.cetid.abogados.ec/archivos/90.pdf>
- Código del Trabajo. (20 de Mayo de 2013). *Código del Trabajo*. Recuperado el 30 de Agosto de 2015, de <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/03/CODIGO-DEL-TRABAJO-1.pdf>
- Contratación Pública. (2015). Recuperado el 31 de Agosto de 2015, de [http://www.correosdeecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/lotaip/Enero/literal%20a2/LEY\\_ORGANICA\\_DEL\\_SISTEMA\\_NACIONAL\\_DE\\_CONTRATACION\\_PUBLICA.pdf](http://www.correosdeecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/lotaip/Enero/literal%20a2/LEY_ORGANICA_DEL_SISTEMA_NACIONAL_DE_CONTRATACION_PUBLICA.pdf)
- Ecuador en cifras. (2010). *INEC*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/>
- ECUADOR EN CIFRAS. (Mayo de 2015). Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2015/InflacionAbril2015/Presentacion\\_IPC\\_abril15.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2015/InflacionAbril2015/Presentacion_IPC_abril15.pdf)
- EDUARDO, O. A. (12 de 2008). *CONGELACION Y LIOFILACION DE ALIMENTOS*. Obtenido de <http://www.bdigital.unal.edu.co/7837/1/9789584444363.pdf>
- EL CIUDADANO. (10 de Enero de 2015). Obtenido de <http://www.elciudadano.gob.ec/proyecto-ecuador-innova-pretende-ayudar-a-emprendedores/>
- FINANCIAL FOOD. (Febrero de 2015). Obtenido de <http://financialfood.bridgencentury.com/revistas/FEBRERO%20FinancialFood%202015.pdf>
- Fresh Fish del Ecuador. (2015). *VITAFOODS Ecuador*. Obtenido de <http://www.vitafoods.com.ec/fresh-fish-del-ecuador/>
- Greco, N. I. (2010). *ESTUDIO SOBRE TENDENCIAS DE CONSUMO DE ALIMENTOS*.
- Grupo EUMEDNET. (Octubre de 2009). EUMED.NET. *Contribuciones a la Economía*.
- INDUSTRIA ALIMENTICIA. (24 de AGOSTO de 2011). *INDUSTRIA ALIMENTICIA*. Obtenido de

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

<http://www.industriaalimenticia.com/articles/84084-el-sector-de-los-congelados-una-historia-de-exito>

Industrial Pesquera Santa Priscila S.A. (2014). *Santa Priscila*. Obtenido de <http://www.santapriscila.com/es/nosotros.html>

INEC. (2012). *Encuestas de Condiciones de vida*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/ECV/ECV\\_2015/documentos/150411%20ResultadosECV%20\(2\).pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/ECV/ECV_2015/documentos/150411%20ResultadosECV%20(2).pdf)

INEC, Ecuador en Cifras. (2013). Obtenido de <http://visualizador.ecuadorencifras.gob.ec/Directorio/Inicio.swf>

Instituto de Promoción de Importaciones y Exportaciones. (2010). *Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones*. Quito.

Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual . (2011). Recuperado el 31 de Agosto de 2015, de <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/derechos-de-autor-y-derechos-conexos/>

KANTAR WORLD PANEL. (27 de MARZO de 2013). *KANTAR WORLD PANEL*. Obtenido de <http://www.kantarworldpanel.com/es/Noticias/Congelados-un-mercado-maduro-con-gran-potencial>

MARKETING NEWS. (DICIEMBRE de 2013). *EL PERIODICO MARKETING*. Obtenido de <http://periodico-marketing.com/2013/12/27/para-que-sirve-la-matriz-bcg/>

Ministerio de Industrias y Productividad. (Agosto de 2014). *Normalización*. Obtenido de <http://www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/08/RTE-022-1R.pdf>

MINISTERIO DE PRODUCCIÓN. (02 de 2013). *Invest with values*. Obtenido de [http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/Alimentos\\_Frescos.pdf](http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/Alimentos_Frescos.pdf)

Ministerio del Ambiente. (15 de Enero de 2011). *Subsecretaría de Calidad Ambiental*. Recuperado el 09 de Mayo de 2014, de <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/06/Mecanismo-Certificacion-Punto-Verde..pdf>

Orrego Alzate, C. E. (2003). *Procesamiento de alimentos*. Colombia: Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales.

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

PESCARDEG S.A. (2015). *VITAFOODS Ecuador*. Obtenido de <http://www.vitafoods.com.ec/pescardeg-s-a/>

PRODUCCIÓN. (Febrero de 2013). *Invest with Values*. Obtenido de [http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/Alimentos\\_Frescos.pdf](http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/Alimentos_Frescos.pdf)

PRONACA. (30 de ABRIL de 2014). Obtenido de <http://blog.pronaca.com/general/2014/la-comida-congelada-llega-fresca-y-nutritiva-gracias-al-sistema-iqf-lo-conoces/>

REVISTA GESTION. (Julio de 2014). Obtenido de [http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2013/07/161\\_005.pdf](http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2013/07/161_005.pdf)

Revista Judicial Derechos del Ecuador. (2005). Asociación de Trabajadores . *Revista Judicial* , 1. Recuperado el 31 de Agosto de 2015, de <http://www.derechoecuador.com/articulos/detalle/archive/doctrinas/derechoboral/2005/11/24/asociacioacuten-de-trabajadores>

SECAP. (2014). *Servicio Ecuatoriano de Cpacitación Profesional*. Obtenido de <http://www.secap.gob.ec/index.php/la-institucion/mision.html>

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013-2017). *buen vivir, PLAN NACIONAL*. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-10.-impulsar-la-transformacion-de-la-matriz-productiva>

Secretaría Técnica de Capacitación Y Formación Profesional. (2013). *PLAN NACIONAL DE CAPACITACION Y FORMACION PROFESIONAL DEL TALENTO HUMANO DEL SECTOR PRODUCTIVO*. Obtenido de <http://www.secretariacapacitacion.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07/Plan-nacional-de-capacitacion-y-formacion-profesional-del-talento-humano-del-sector-productivo.pdf>

Seguros Unidos. (2015). Recuperado el 31 de Agosto de 2015, de <http://www.segurosunidos.ec/es/nuestros-productos>

Servicio de Rentas Internas. (2014). *SRI*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/67>

Servicio de Rentas Internas. (2015). *SRI*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/10138/102>

Servicio de Rentas Internas. (2015). *SRI*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/de/ice>

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

Sistema de Investigación y Desarrollo. (NOVIEMBRE de 2012). *SINDE*. Obtenido de <http://www2.ucsg.edu.ec/sinde/acerca-de/lineas-de-investigacion.html>

Super Intendencia de Compañías, Valores y Seguros. (s.f). *Supercias*. Obtenido de <http://www.supercias.gob.ec/portal/>

Tecnología e innovación. (2012). Obtenido de <http://www.cge.es/portalcge/tecnologia/innovacion/4111benchmarking.aspx>

Tunon, D. M. (2012). *Alimentos congelados*. España.

Tunon, D. M. (2012). *Alimentos Congelados*. Espana.

UNIDAD DE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS 2012. (2012). INDUSTRIA DE ALIMENTOS PROCESADOS. *PRO MEXICO, Inversión y Comercio*, 7-10. Obtenido de [http://mim.promexico.gob.mx/work/sites/mim/resources/LocalContent/72/2/Alimentos\\_procesados\\_ES.pdf](http://mim.promexico.gob.mx/work/sites/mim/resources/LocalContent/72/2/Alimentos_procesados_ES.pdf)

VITAFOODS Ecuador. (2015). *VitaFoods*. Obtenido de <http://www.vitafoods.com.ec/fresh-fish-del-ecuador/>

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

## CAPÍTULO 12

# ANEXOS

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

## **ANEXOS**

### **ANEXO 1**

Comparecen a la suscripción del presente Contrato por una parte, la compañía **TriCal S.A.** legalmente representada en su calidad de Gerente Administradora **TRIVIÑO CALDERÓN ANDREA CRISTINA** a quien en adelante y para efectos de este Contrato se lo denominará “EL CONTRATANTE”; por otra parte la señora **GUZMÁN REYES CONNY MARYLIN**, domiciliada en la ciudad de Guayaquil, por sus propios derechos, a quien en adelante se lo denominará “PROVEEDOR DE SERVICIOS PROFESIONALES”. Ambos en pleno goce de su capacidad civil para ejercer derechos y contraer obligaciones; quienes libres y voluntariamente, convienen en la celebración del contrato, contenido en las cláusulas que se detallan a continuación:

#### **CLÁUSULA PRIMERA – ANTECEDENTES:**

“**TriCal S.A.**” es una persona jurídica, legalmente constituida, domiciliada en la ciudad de Guayaquil cuya actividad comercial consiste en ofrecer materia prima en este caso para la dedicada a la producción y comercialización de una línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos.

EL PROVEEDOR DE SERVICIOS PROFESIONALES, se dedica a coordinar y supervisar los procesos de venta de la empresa teniendo en cuenta todas las normas internas y código de ética que la empresa tenga.

#### **CLÁUSULA SEGUNDA – OBJETO:**

Mediante el presente documento, el PROVEEDOR DE SERVICIOS PROFESIONALES se compromete a ofrecer su servicio al CONTRATANTE, para efectos de cumplir con todo el proceso contable.

#### **CLÁUSULA TERCERA – PROCEDIMIENTO:**

El PROVEEDOR DE SERVICIOS PROFESIONALES dará su servicio al Contratante de forma mensual.

#### **CLÁUSULA CUARTA – HONORARIOS:**

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

El honorario se pactará entre el CONTRATANTE y el PROVEEDOR DE SERVICIOS PROFESIONALES y será la suma mensual de \$400 (cuatrocientos 00/100 dólares), valor al cual se le realizarán todos los descuentos o sustracciones que por ley deban realizarse. El pago por concepto de Honorarios Profesionales será pagado por EL CONTRATANTE el primer día de trabajo. EL PROFESIONAL será responsable ante los órganos de Control y Recaudación de cumplir con sus cargas u obligaciones tributarias que el pago de los Honorarios Profesionales genere.

**CLÁUSULA QUINTA – CONFIDENCIALIDAD:**

Durante el tiempo que se celebre el presente contrato el PROVEEDOR DE SERVICIOS PROFESIONALES no podrá dar a conocer por ningún concepto a otra compañía información referente a las prácticas internas de la empresa, manejos de máquinas.

**CLÁUSULA SEXTA – SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS:**

Si llegase a surgir un conflicto entre ambas partes, se procederá el arbitraje de la Cámara de Comercio de Guayaquil, para dar solución a los conflictos presentados. Para solucionar controversia entre ambas partes.

**CLÁUSULA SÉPTIMA – PLAZO:**

El presente contrato tendrá una vigencia de 1 año y se da por inicio al mismo a partir de la fecha en que se firma el contrato.

**CLÁUSULA OCTAVA - ACEPTACIÓN Y RATIFICACIÓN:**

Las partes contratantes aceptan y ratifican cada una de las cláusulas precedentes por así convenir a sus legítimos intereses, firmando en unidad de acto para constancia y validez, ante la autoridad competente del trabajo quien certifica, en un original y dos copias de igual tenor, en la ciudad de Guayaquil, 25 de Septiembre de 2015.

**Calderón Triviño Andrea Cristina  
Marylin**

**EL CONTRATANTE**

**Guzmán Reyes Conny**

**EL PROFESIONAL**

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

## **ANEXO 2**

**Sexo:**

**Edad: 18-25 años**

**26-40 años**

**+41 años**

**Estado Civil: Soltero**

**Casado**

**Divorciado**

**Viudo**

### **PREGUNTA FILTRO**

**1. Consume usted mariscos como pescado y camarón?**

**Si**

**No**

**2. En qué sector de la Ciudad vive actualmente?**

Norte

Sur

Via Puntilla

Via a la Costa

Otros

**3. Ha notado Ud. que en la actualidad, existe una tendencia creciente por consumir productos alimenticios pre cocidos congelados?**

**Si**

**No**



“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

4. Ha consumido usted productos alimenticios pre cocidos congelados?

Si

No

5. Qué productos alimenticios pre cocidos congelados prefiere consumir?

Elija una opción

Empanadas

Muchines

Pan de almidón

Hamburguesas

Ninguno

6. Tiene alguna marca preferencial al momento de comprar estos productos?

Si

No

Describa la marca

7. Dónde realiza normalmente usted sus compras de productos alimenticios congelados?

Supermercados

Mini markets

Tiendas

Mercados

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

8. Con qué continuidad compra este tipo de productos alimenticios pre cocidos congelados?

1 vez a la semana

2 veces al mes

1 vez al mes

9. Estaría dispuesto a probar una nueva línea de productos alimenticios pre cocidos congelados, como hamburguesas hechas a base de mariscos?

Si

No

10. En qué canal de distribución le gustaría poder adquirirlo?

- Supermercados
- Mini markets
- Tiendas
- Mercados

11. Cuánto estaría dispuesto a pagar por una presentación de 4 hamburguesas de 65gr en su respectivo empaque?

- \$3,5 - \$5
- \$5,01 - \$6,50
- \$6,51 en adelante

“Propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de una nueva línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos”.

## CAPÍTULO 13

---

---

# MATERIAL COMPLEMENTARIO

---

---