85°

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA MODALIDAD ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE SALCHICHA DE POLLO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LOS CANTONES DE PIÑAS, BALSAS Y MARCABELI"

> TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

AUTORA:

Jessica Chanena Herrera Bravo

DIRECTOR:

Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE

LOJA - ECUADOR 2013

CERTIFICACIÓN

Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE, DOCENTE DE LA MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

CERTIFICA:

Que, el presente trabajo de investigación titulado "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE SALCHICHA DE POLLO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LOS CANTONES DE PIÑAS, BALSAS Y MARCABELI", previo a la obtención del título de INGENIERA COMERCIAL, ha sido dirigido y revisado durante su ejecución por lo cual autorizo su presentación.

Loja, Noviembre del 2013

Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE.

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, JESSICA CHANENA HERRERA BRAVO declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el repositorio Institucional-biblioteca Virtual.

AUTORA: Jessica Chanena Herrera Bravo

FIRMA: 20013

CÉDULA: 0704211218

FECHA: Loja, 05 de Noviembre de 2013

CARTA DE AUTORIZACION DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCION PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACION ELECTRONICA DEL TEXTO COMPLETO

Yo, Jessica Chanena Herrera Bravo, declaro ser autor de la tesis Titulada "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE SALCHICHA DE POLLO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LOS CANTONES DE PIÑAS, BALSAS Y MARCABELI". Como requisito para optar al título de *Ingeniera Comercial*; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de su visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de Información de país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización en la ciudad de Loja a los 05 días del mes de Noviembre del dos mil trece, firma el autor.

Firma: Hull

Autor: Jessica Chanena Herrera Bravo

Cedula: 0704211218

Dirección: Balsas, ciudadela "la Alborada"

Correo Electrónico: jessicaherrerab@hotmail.com

Teléfono: 0999511636

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director de Tesis: Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE.

Tribunal de Grado:

Ing. Lolyta Hualpa Lima Mg, Sc. Ing. Galo Salcedo López Mg, Sc.

Ing. Edison Espinosa Bailón Mg, Sc

PRESIDENTE VOCAL

VOCAL

AGRADECIMIENTO

Quiero dejar constancia de mi más sincero agradecimiento y gratitud a la Universidad Nacional De Loja, a los docentes de la carrera de Administración de Empresas, quienes con dedicación y solvencia académica impartieron sus valiosos conocimientos y sus sabias experiencias brindándome su apoyo en todos los momentos de mi formación profesional.

De manera especial quiero expresar mi agradecimiento al Dr. Luis Quizhpe Salinas Director de Tesis, quien supo guiar mis pasos para culminar con éxito el presente trabajo.

La Autora

DEDICATORIA

A Dios por ser mi creador, y darme la sabiduría necesaria para culminar una etapa de mis estudios.

A mis padres por el ejemplo de constancia y perseverancia.

A mi esposo por su paciencia y apoyo, y a las personas que de una u otra manera me supieron guiar.

Y a ti hermana el motivo de mi superación la razón por la cual debo seguir siempre adelante.

Jessica Chanena Herrera Bravo

a) TÍTULO

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE SALCHICHA DE POLLO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LOS CANTONES DE PIÑAS, BALSAS Y MARCABELI"

b) RESUMEN

El Objetivo General de la presente tesis es la implementación de una empresa productora y comercializadora de salchicha de pollo la cual permitió la aplicación de distintos Métodos y Técnicas que la investigación permite realizar, como el Método Deductivo, el Método Inductivo, Método Analítico, El Método Sintético, el Método Estadístico; además se aplicaron técnicas de investigación como, la encuesta y la revisión bibliográfica.

En el estudio de mercado realizado en las ciudades de Piñas, Balsas y Marcabelí, con una muestra de 384 encuestas a las familias; tabuladas las encuestas se han analizado y se han inferido los resultados para luego realizar el análisis del mercado, determinando la Demanda Potencial de 7.876 familias, la Demanda Real 7.088 familias, Demanda Efectiva 103.508 libras de salchicha de pollo, La Oferta de 11.466 libras de salchicha de pollo y la Demanda Insatisfecha de 92.042 libras de salchicha de pollo, el cual permitió determinar que el proyecto puede y debe ejecutarse, por los resultados obtenidos en el análisis de la demanda, la oferta y niveles de comercialización de este producto.

La demanda insatisfecha refleja el mercado potencial que existe en los cantones de Balsas, Piñas y Marcabelí para este producto, con los siguientes resultados: Para el primer año de vida útil del proyecto la demanda insatisfecha es de: 92.042 libras de salchicha de pollo, la Capacidad instalada del proyecto determina que la empresa estará en

capacidad de producir 44.352 libras de salchicha de pollo, de los cuales se producirá el 80% de la capacidad utilizada para el primer año que corresponde a 35.480 libras de salchicha de pollo, además se determina la localización de la misma que estará ubicada en la ciudad de Balsas barrio Ciudadela Alborada en las calles Vicente Galarza y sin. El proceso de producción demanda la aplicación de materia prima de calidad, lo que será garantía para obtener un producto de calidad y a precios moderados.

Seguidamente se desarrolla la ingeniería del proyecto determinando los diagramas de procesos, las características de operatividad y gestión, requerimientos técnicos como equipos, instalaciones, muebles y enseres.

Así mismo se realizó un estudio administrativo determinándose como una Compañía de Responsabilidad Limitada, y con la estructura orgánica funcional a los niveles jerárquicos tanto Legislativo, Ejecutivo, Nivel Asesor, Nivel Auxiliar de Apoyo, Nivel Operativo, así como los manuales de funciones, organigramas; que sirvieron de pauta para implementar una buena organización, ya que se contará con el siguiente personal: Gerente, una Secretaria Contadora, un Conserje-Guardián, quienes serán parte del personal Administrativo, y el personal operativo distribuido de la siguiente manera: un Jefe de Ventas y un vendedor.

El proyecto alcanza una inversión de **30.428,44** dólares y se financiará con un aporte de los socios el 50,70% del total de la inversión que corresponde a 15.428,44 dólares y un préstamo que mantendrá el proyecto con el Banco

Nacional de Fomento que constituirá el 49,30% que corresponde a 15.000 dólares.

La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: De acuerdo al VAN del presente proyecto nos da un valor positivo de 54.605,49 dólares, lo que indica que el proyecto o inversión es conveniente.

Para el presente proyecto la TIR es 78,11%, siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto, el tiempo que se requeriría para recuperar la inversión original sería de 2 años, dos meses y 17 días, para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores que uno, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los costos y los ingresos incrementados 20,9% y disminuidos en un 15%, respectivamente, es decir el proyecto no es sensible a estos cambios.

ABSTRACT

The general objective of this thesis is the implementation of a producer and marketer of chicken sausage which allowed the application of different methods and techniques that enables research, as the Deductive Method, Inductive Method, Analytical Method, The Method Synthetic Statistical Approach; further research techniques were applied as the survey and literature review.

In the market study in cities Piñas, Rafts and Marcabelí, with a sample of 384 household surveys; Weighted surveys have been analyzed and the results have been inferred then undertake market analysis, determining the Potential Demand of 7,876 families, 7,088 families Real Demand, Effective Demand 103,508 pounds of chicken sausage, The Offer of 11,466 pounds of chicken sausage and Unmet Demand 92,042 pounds of chicken sausage, which allowed us to determine that the project can and should executed, the results obtained in the analysis of demand, supply and marketing levels for this product.

The unmet demand reflects the market potential in the cantons of Balsas, Pineapples and Marcabelí for this product, with the following results: For the first year of the project life is unmet demand: 92,042 pounds of chicken sausage, the Installed capacity of the project determines that the company will be able to produce 44,352 pounds of chicken sausage, which will occur 80% of the capacity used for the first year up to 35,480 pounds of chicken

sausage, and determines the location of the same which will be located in the town of Balsas Alborada neighborhood street Citadel Vincent Galarza without. The production process calls for the application of quality raw material, which will be guaranteed to get a quality product and reasonable prices.

Then develops the project engineering process diagrams determining the characteristics of operation and management, technical requirements such as equipment, facilities, furniture and fixtures.

Likewise, a study determined administrative as a Limited Liability Company, and organizational structure functional hierarchical levels both Legislative, Executive, Consultant Level, Level Support Assistant, Operational Level, as well as operating manuals, charts; which served as a guideline to implement a good organization, since it will have the following staff: Manager, a secretary Contadora a Concierge-Keeper, who will be part of the administrative staff and operational staff distributed as follows: a Head of Sales and seller.

The project reaches an investment of \$ 30,428.44 and will be funded with a contribution of the partners the 50.70% of total investment corresponding to \$ 15,428.44 and a loan to keep the project with the National Bank of Public Works constitute the 49.30% which corresponds to \$ 15,000.

The financial evaluation shows the following results: According to the NPV of this project gives a positive value of \$ 54,605.49, indicating that the project or investment is suitable.

For this project the IRR is 78.11%, this value being satisfactory for the project, the time it would take to recover the original investment would be for two years, two months and 17 days, for this project, the values of sensitivity are less than one, therefore do not affect changes in project costs and revenues increased 20.9% and decreased by 15%, respectively, ie the project is not sensitive to these changes.

c) INTRODUCCIÓN

Uno de los problemas que se da en los cantones de Balsas, Marcabelí y Piñas, es que no existe Empresas es así que el presente estudio irá concentrado a la elaboración y comercialización de un embutido como es la salchicha de pollo. En Balsas existe una gran cantidad de materia prima como es el sector avícola, recursos necesarios para la elaboración del producto, por lo que ayudaría a obtener unas fuentes de trabajo.

La esperanza y la importancia de superación para nuestras familias es establecer la aceptación y preferencia del nuevo producto alimenticio. la constante evolución y desarrollo que se viene dando en nuestra población, es necesario establecer una empresa procesadora de salchicha de pollo, destinada a la comercialización en los cantones Balsas, Marcabelí y Piñas Provincia de El Oro, la misma que será de mucha importancia ya que siendo la salchicha de pollo uno de los alimentos diarios importantes que contribuye al desarrollo y fortalecimiento de nuestro cuerpo, merece que sea un alimento de constante disponibilidad en el mercado y muy asequible para todos los hogares con la mayor garantía del producto en lo que concierne a permisos sanitarios, manipulación y presentación del producto, y lo más importante que se encuentre en el mercado de consumo a un precio aceptable para que todas las familias e incluso las de bajos recursos puedan obtener el producto ofreciendo un servicio de calidad

Partiendo de lo expuesto se ha creído conveniente realizar un proyecto de factibilidad, el mismo que constituye una fuente de empleo, resultando para el usuario un producto que satisface las necesidades de alimentación de gran parte de la población objeto de estudio.

En el estudio de Mercado, en el cual se analiza la demanda, oferta y demanda insatisfecha del producto que se pretende ofrecer a la ciudadanía orense, incluido un plan de comercialización.

Se plantea el Estudio Técnico el que contiene lo referente a la capacidad instalada, la capacidad utilizada, la demanda insatisfecha, así como también, el tamaño y localización adecuada y la Ingeniería del proyecto que permite acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción.

En el Estudio Organizacional, en el cual se describe la organización jurídica y administrativa de la empresa, se propone su nombre y se sugiere un Manual de Funciones y de los puestos para el personal de la empresa.

Se realiza un Estudio Financiero, en el que se ordenó y sistematizó la información de carácter monetario estableciéndose la inversión del proyecto y se elaboró los cuadros de presupuestos.

Además se utilizó varios métodos como el científico, analítico, inductivo, deductivo, estadístico y técnicas como la observación directa, la entrevista y la encuesta. Los cuales fueron utilizados para el desarrollo del presente proyecto de factibilidad.

De acuerdo a los estudios realizados, como son Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Organizacional, Estudio Financiero y Evaluación Financiera, se ha podido determinar la factibilidad del proyecto de inversión, el mismo que permite recomendar la implantación del proyecto tanto desde el punto de vista económico como financiero para su implantación.

d) REVISIÓN DE LITERATURA.

MARCO REFERENCIAL

EMBUTIDO. Alimento preparado a partir de carne curada y condimentada, introducida a presión en tripas, mezclado con sal, nitratos y nitritos, con el fin de mejorar sus características, en especial color y vida útil¹



TIPOS DE EMBUTIDOS.

Embutidos crudos. Elaborados con carnes y grasa cruda, sometidos a un ahumado o maduración, chorizos, salchichas, salames.

Embutidos Escaldados. Son aquellos que son expuestos a un tratamiento térmico de cocción y ahumado opcional, luego de ser embutidos.



^{5.}http://www.slideshare.net/oswaldogarcia/elaboracion-de-productos-carnicos-1780396

COMPONENTES BÁSICOS DE LOS EMBUTIDOS. La composición básica de los embutidos son los compuestos cárnicos, grasa agua, nitritos y nitratos, fosfatos, condimentos sustancias de relleno y sustancias, ligantes y en algunos se incluyen otros componentes como: persevante, antioxidantes y fijadores de color. Ingredientes cárnicos: el tejido animal.

Los tres componentes principales de la carne son: agua, proteínas y grasas. En casi todos los tipos de carne procesadas, la extracción de proteína juega un papel decisivo. Si la proteína no es extraída no pueden realizar sus funciones fundamentales: las proteínas cárnicas son el agente emulsificante de una emulsión cárnica y actúan como el cemento entre las piezas de carne en el caso de los jamones.

NITRITOS Y NITRATOS.- Son derivados del nitrógeno, los nitratos y los nitritos son los ingredientes de "*curado*" adicionados para elaborar un embutido tipo "*curado*". Su efecto más reconocido es el desarrollo del color rojo o rosado de curado.

El curado de las carnes produce un color rosa característico y textura y sabor y olor característicos, y provee un efecto conservante, especialmente frente al crecimiento de las esporas de Clostridium botulinum que podrían estar presentes. El nitrito es el componente más importante usado para el curado de las carnes, siendo también un potente antioxidante.

El nitrato en sí mismo no es efectivo en la producción de reacción de curado hasta que es convertido en nitrito. Esto es un proceso lento y habitualmente dependerá de la acción bacterial. En consecuencia, el uso de nitratos está limitado a los embutidos secos y semi-secos y pueden ser fácilmente reemplazados en la gran mayoría de los otros productos curados. El nitrito sólo debe usarse en productos cárnicos procesados rápidamente.²

COMPONENTES OPERATIVOS. El termino condimento se aplica a todo ingrediente que aisladamente o en combinación confiera sabor a los productos alimenticios, para sazonar los embutidos se usan mezclas de diferentes especias. Ejemplo, la pimienta negra, el clavo, el jengibre, la nuez moscada, el romero, la salvia y el tomillo, también edulcorante, se incorporan los sustancias no cárnicas denominadas a veces ligantes y con menores frecuencias de rellenos, emulsionantes o estabilizantes. También se le incorpora harina de trigo como sustancias de relleno la goma arábica entre otros. También se le adiciona el ácido ascórbico y sus derivados.

MARCO CONCEPTUAL

PROYECTOS DE INVERSIÓN

Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser,

-

² http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/agronomia/2001819/lecciones/cap03/cap03 02.html

recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si el pensamiento es viable, se puede realizar y dará ganancias."

Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD

En un proyecto de factibilidad deben existir cuatro tipos de estudios:

- 1.- Estudio De Mercado
- 2.- Estudio Técnico
- 3.- Estudio De Organización
- 4.- Estudio Financiero

ESTUDIO DE MERCADO

Permite determinar los bienes o servicios que serán demandados por la comunidad, mediante un análisis profundo de oferta y demanda; para conocer: cuánto, a quién, cómo y dónde se venderá el producto o servicio.³

³ UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión Empresarial, modulo X, Loja 2009, pág. 2

Con la realización del estudio de mercado se determinará la oferta y la demanda que ayude a la nueva empresa productiva a conocer el grado de aceptación del producto en el sector a comercializarse.

Objetivos del estudio de mercado.- Permite conocer adecuadamente las necesidades del mercado en cantidad y calidad, de qué manera se ofertan productos tangibles e intangibles a los demandantes en el momento preciso y en condiciones óptimas que permitan satisfacer las necesidades de los clientes.

Propósito del Estudio de Mercado

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

El estudio de mercado se utiliza para determinar qué porción de la población comprará un producto o servicio, basado en variables como el género, edad, ubicación y nivel de ingresos.

Muchas preguntas pueden ser respondidas gracias a un estudio de mercado:

- ¿Qué está pasando en el mercado?
- ¿Cuáles son las tendencias?
- ¿Quiénes son los competidores?

- ¿Qué opinión tienen los consumidores acerca de los productos presentes en el mercado?
- ¿Qué necesidades son importantes?
- ¿Están siendo satisfechas esas necesidades por los productos existentes?

Mediante el estudio de mercado se propone establecer la factibilidad de la creación de una empresa, las características del producto y la forma de cómo llegar al consumidor.

Mercado.

El mercado está compuesto por los clientes, clientes potenciales y la competencia. ⁴ Es por ello que podemos decir que el mercado es el número total de personas que satisfarán sus necesidades

Comportamiento del Mercado

La concepción del mercado es la evolución de un conjunto de movimientos a la alza y baja que se dan en tono a los intercambios de mercancías y servicios en función del lugar o tiempo.

En función de la competencia, se dan los mercados de competencia perfecta e imperfecta, el primero es teórico debido a que la relación entre oferentes y demandantes no se da en igualdad de circunstancias, especialmente en

⁴ BACA URBINA GABRIEL, "<u>Evaluación de Proyectos 2</u>" Edición Mcgraw-Hill. México, D. F. Mx/1997

períodos de crisis; no obstante, los dos tipos de participantes regulan el libre juego de la oferta y la demanda hasta llegar a un equilibrio. El segundo, es fundamental para regular ciertas anomalías, que, por sus propios intereses, podría distorsionar una de las partes y deben intervenir entonces el estado para una sana regular.

Desde el punto de vista anterior cualquier proyecto que se desee emprender debe tener un estudio de mercado que le permita conocer en qué medio habrá de moverse, si las posibilidades de venta son reales y si los bienes o servicios podrán colocarse en las cantidades planificadas, de manera que se cumplan los propósitos del empresario.⁵

Segmentación

Es el proceso de dividir un mercado en grupos más pequeños que tengan características semejantes y para los que vale la pena destinar una determinada oferta y acciones promocionales, con tendencia clara de segmentación en el mercado legal que es la creación de áreas sectoriales⁶

Para segmentar el mercado se debe tomar en cuenta los siguientes parámetros: localización geográfica, características personales como sexo, edad, ocupación, profesión, ingresos, motivaciones de compra y costumbres.

Tendencias de mercado

-

⁵ www2.esmas.com/emprendedor/herramientas-y-apoyos/aprende-del-mercado/080803/estudio-mercado-definicion.

⁶ BACA URBINA GABRIEL, "<u>Evaluación de Proyectos 2</u>" Edición Mcgraw-Hill. México, D. F. Mx/1997

Se define como los movimientos al alza o a la baja del mercado durante un periodo de tiempo. Es más complicado determinar el tamaño del mercado si se está iniciando con algo completamente nuevo, en este caso se deberá obtener el número de clientes potenciales o segmentos de clientes.

Además de la información acerca del mercado objetivo se debe tener información acerca de la competencia, clientes y productos

Por último, se necesita medir la eficacia del marketing para el producto, utilizando como técnicas: el Análisis de los clientes, Modelado de opciones, Análisis de la competencia, Análisis de riesgo, Investigación de productos, Investigación de publicidad y el Modelado del mix comercial (precio, producto, plaza, publicidad)⁷

Análisis de la Demanda

Analiza el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función de la cual estará el proyecto.

Se concibe a la demanda como la cantidad de bienes o servicios que un mercado está dispuesto a comprar para satisfacer una necesidad determinada a un precio dado.

Con el análisis de la demanda se busca determinar y cuantificar las fuerzas de mercado que actúan sobre los requerimientos de un producto por parte del mercado y así mismo establecer las oportunidades del producto para satisfacer dichos requerimientos.

-

⁷ ALA HUGO, "<u>Diccionario de Términos Económicos</u>", Quito, 1999

Demanda Potencial

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto, en el mercado. Ej. El ser humano para el consumo de carne.

Demanda Real

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan de un producto, en el mercado. Ej. Los seres humanos que consumen carne, se descartan los vegetarianos.

Demanda Efectiva

La cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen restricciones producto de la situación económica, el nivel de ingresos u otros factores que impedirán que puedan acceder al producto aunque quisieran hacerlo. Ej. Las personas que efectivamente pueden consumir carne porque tienen todas las condiciones para hacerlo.

Estudio de la Oferta

La oferta es considerada como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a colocar en el mercado en un momento dado a un precio determinado.

En este punto es de vital importancia el investigar sobre la situación de los oferentes del producto(s) relacionado con el del proyecto, estos constituyen

la competencia, por tanto es fundamental el conocer aspectos tales como: su capacidad instalada a efectos de saber si puede o no incrementar su producción; su producto en sí, para determinar la calidad del mismo, presentación, empaque, etc.; su tecnología, para saber si puede mejorar la calidad del producto; etc.

Comercialización del Producto

La comercialización es un proceso que hace posible que el productor haga llegar el bien o servicio proveniente de su unidad productiva al consumidor o usuario, en las condiciones óptimas de lugar y tiempo. Es importante conocer que para la comercialización se utilizan los canales de distribución los cuales están concebidos como" el camino que siguen los productos al pasar de manos del productor al consumidor o usuario final y, en función del cual se puede incrementar su valor".

Existen varios canales de comercialización que se aplican para productos de consumo popular como para los de consumo industrial y su elección apropiada depende del productor, las rutas que se utiliza con mayor frecuencia son las siguientes:



Tamaño

Es la producción normal del conjunto de equipos instalados, con relación a la unidad de tiempo.

"No hay unanimidad entre los economistas a la hora de establecer qué es una empresa grande o pequeña, puesto que no existe un criterio único para medir el tamaño de la empresa. Los principales indicadores son: el volumen de ventas, el capital propio, número de trabajadores, beneficios, etc. El más utilizado suele ser según el número de trabajadores. Este criterio delimita la magnitud de las empresas de la forma mostrada a continuación:

- * Micro empresa: si posee 10 o menos trabajadores.
- * Pequeña empresa: si tiene un número entre 11 y 49 trabajadores.
- * Mediana empresa: si tiene un número entre 50 y 250 trabajadores.
- * Gran empresa: si posee más de 250 trabajadores.

Según su ámbito de actuación

En función del ámbito geográfico en el que las empresas realizan su actividad, se pueden distinguir

- Empresas locales: son aquellas empresas que venden sus productos o servicios dentro de una localidad determinada.
- 2. Empresas nacionales: son aquellas empresas que actúan dentro de un solo país.

3. Empresas internacionales: si su radio de actuación abarca a dos o mas países.

Según la cuota de mercado que poseen las empresas

- 1. Empresa aspirante: aquélla cuya estrategia va dirigida a ampliar su cuota frente al líder y demás empresas competidoras, y dependiendo de los objetivos que se plantee, actuará de una forma u otra en su planificación estratégica.
- 2. Empresa especialista: aquélla que responde a necesidades muy concretas, dentro de un segmento de mercado, fácilmente defendible frente a los competidores y en el que pueda actuar casi en condiciones de monopolio. Este segmento debe tener un tamaño lo suficientemente grande como para que sea rentable, pero no tanto como para atraer a las empresas líderes.
- 3. Empresa líder: aquélla que marca la pauta en cuanto a precio, innovaciones, publicidad, etc., siendo normalmente imitada por el resto de los actuantes en el mercado.
- 4. Empresa seguidora: aquélla que no dispone de una cuota suficientemente grande como para inquietar a la empresa líder" 18

⁸ AYALA HUGO, "Diccionario de Términos Económicos", Quito, 1999.

-

"Capacidad instalada.- Es la capacidad o volumen de producción que puede llegar a tener la maquinaria y que al momento de ser fabricada, su productor, la diseñó para llegar a operar a ése nivel máximo de producción. Su objetivo general persigue la determinación de las capacidades instalada y utilizada de la empresa, así como la de todos los costos involucrados en el proceso de producción, y para lograrlo debe cubrir, por lo menos, los siguientes aspectos:

- * Localización de la planta
- * Infraestructura de servicios
- * Efluentes y pérdidas del proceso
- * Cronograma de inversión
- * Turnos de trabajo
- * Capacidad instalada y utilizada
- * Tecnología a utilizarse
- * Control de calidad
- * Proceso de producción

Capacidad utilizada.- Son los porcentajes de utilización de la capacidad de operación a la cual trabajará la maquinaria y equipo existentes.". ⁹

⁹NACIONES UNIDAS., <u>Manual de Proyectos de Desarrollo Económico</u>., México D.F., Diciembre., 1968. Pág. 17

Localización

El estudio de la localización del proyecto o de la planta, define claramente cuál es el mejor sitio para ubicar la unidad de producción. La localización óptima será aquella que permita tener una máxima producción, maximizando los beneficios y reduciendo al mínimo los costos.

- a) El estudio de la localización tiene como propósito seleccionar la ubicación más conveniente para el proyecto, es decir, aquella que frente a otras alternativas posibles produzca el mayor nivel produzca el mayor nivel de beneficio para los usuarios y para la comunidad, con el menor costo social, dentro de un marco de factores determinantes o condicionantes.
- b) De la Macro localización a la "Micro localización".
- c) En general, un proceso adecuado para el estudio de la localización consiste en abordar el problema de lo macro a lo micro. Explorar primero, dentro de un conjunto de criterios y parámetros relacionados con la naturaleza del proyecto, la región o zona adecuada para la ubicación del proyecto: municipio, zona, rural, zona urbana, y dentro de estas las áreas geográficas o subsectores más propicios.

Factores de localización.- Los aspectos que se deben tomar en cuenta para llevar a cabo la evaluación son: geográficos, institucionales, sociales y económicos.

Los factores locacionales influyen en el análisis de localización. Actúan como parámetro orientador, determinante o restrictivo de la decisión. La siguiente es una relación de los más comunes.

- a) Ubicación de la población objetivo
- b) Localización de materias primas e insumos
- c) Existencias de vías de comunicación y de medios d e transporte.
- d) Facilidades de infraestructuras y de servicios públicos, agua, aseo, etc.
- e) Condiciones topográficas y calidad de suelos.
- f) Otras condiciones por ejemplo cerca de personas para trabajar. Fácil acceso a la mano de obra.
- g) Control Ecológico
- h) Planes reguladores municipales
- i) Precios de la tierra.
- j) Políticas locales.
- k) Tamaño
- I) Tecnología

No hay, en general, un factor que sea más importante que otro. La importancia de cada uno de los factores locacionales está asociada a la naturaleza específica de cada proyecto.

Micro localización:

Consiste en la selección puntual del sitio para la instalación del proyecto, una vez cumplido el análisis de macro localización.

Factores:

Existencias de vías comunicacionales

Medios de transporte

Servicios públicos básicos

Topografía y estudio de suelos.

Condiciones ambientales

Tamaño

Tecnología

Disponibilidad de área para los requerimientos actuales y futuras ampliaciones.

Infraestructura de Servicios

El acceso a la cercanía de los servicios públicos facilita el funcionamiento de la planta.

Acceso a vías de comunicación y todos los servicios públicos tanto desde el punto de vista de proveedores, como de la materia prima, es un factor determinante en la ubicación.

EFLUENTE Y PÉRDIDAS DEL PROCESO

Todo proceso de producción genera pérdidas físicas en el proceso productivo, las cuales deben de calcularse, esta información nos las da un Ingeniero de planta, de esa misma empresa. (Ya que son los que conocen el proceso), recuerde Usted es un facilitador.

Tales como la inclusión de plantas de tratamientos, el reciclaje de los desperdicios y los ingresos o costos que pueda suponer su manejo.

CRONOGRAMA DE LA INVERSION

Un estudio técnico del proyecto nos proporciona información básica sobre los costos e inversión del proceso operativo.

Un estudio técnico debe contemplar:

Una relación entre el producto y las diferentes materias primas que se pueden utilizar. Reportemos los costos de todos los componentes:

- * Información sobre el proceso productivo o de prestación de servicios.
- * Datos sobre las necesidades de empleo (trabajadores) en términos de cantidad, características, perfil técnico.
- * Datos sobre las instalaciones y los equipos que están asociados al proceso productivo y que nos orientarán sobre las necesidades de inversión.

ESTUDIO TÉCNICO.

"Este estudio tiene como objetivo determinar los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción, considera los datos proporcionados por el estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacio físico, y recursos humanos." 10

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

Tamaño

"Hace relación a la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento considerado normal para la naturaleza del proyecto de que se trate, se refiere a la capacidad instalada y se mide en unidades producidas por año.

Para determinar adecuadamente el tamaño de la planta se debe considerar aspectos fundamentales como: demanda existente, la capacidad a instalar, la capacidad a utilizar, el abastecimiento de materia prima, la tecnología disponible, la necesidad de mano de obra, etc. El tamaño óptimo elegido debe ser aceptado únicamente si la demanda es inmensamente superior a la capacidad de producción ya que ello implicaría menor riesgo de mercado para el proyecto."

¹¹CARRASCO BELINCHON, Julián: "Organización de Empresas y Administración de Personal". Editorial INDEX. Madrid 1984.

¹⁰CARRASCO BELINCHON, Julián: "Organización de Empresas y Administración de Personal". Editorial INDEX. Madrid 1984.

Capacidad teórica.

Es aquella capacidad diseñada para el funcionamiento de la maquinaria, su rendimiento óptimo depende de algunos factores propios como la temperatura, altitud, humedad, etc.; que componen el medio ambiente en el que se instala. Esta capacidad se denomina teórica por cuanto una vez salida de fábrica la maquinaria es muy difícil que se pueda instalar en lugares que reúnan las mismas condiciones en las que esta fue diseñada y construida.

b. Capacidad instalada.

"Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado. Está en función de la demanda a cubrir durante el período de vida de la empresa.

Se mide en el número de unidades producidas en una determinada unidad de tiempo.

c. Capacidad utilizada

Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado. En proyectos nuevos esta normalmente es inferior a la capacidad instalada en los primeros años y

generalmente luego de transcurrido medio período de vida de la empresa

ésta se estabiliza y es igual a la capacidad instalada."12

d. Reservas.

Representa la capacidad de producción que no es utilizada normalmente y

que permanece en espera de que las condiciones de mercado obliguen a un

incremento de producción.

e. Capacidad Financiera.

Para cualquier tipo de proyecto empresarial es importante el analizar las

condiciones económicas financieras de que se dispone para ello, esto

significa el determinar la capacidad para financiar la inversión, sea con

capital propio o mediante crédito, para ello es de vital importancia el conocer

el mercado financiero.

Cuando no es posible conseguir el financiamiento total para la inversión, si la

situación lo permite, la fase de implementación podría hacerse por etapas.

f. Capacidad Administrativa.

"Al igual que en el campo financiero, debe tenerse claro el panorama

respecto, si para la operación de la nueva unidad productiva se cuenta o se

puede conseguir fácilmente el Talento Humano que haga posible el

¹²CARRASCO BELINCHON, Julián: "Organización de Empresas y Administración de

Personal". Editorial INDEX. Madrid 1984.

funcionamiento eficiente de la misma, ello implica el conocimiento claro de la actividad en la que se quiere emprender."¹³

Las experiencias sobre los fracasos empresariales demuestran que nueve de cada diez de ellos se deben a fallas en la administración, ésta se pone de manifiesto en los siguientes aspectos: negocio inestable, políticas de venta inadecuadas, falta de control presupuestario y, la relación entre las finanzas y los inventarios.

El éxito en los negocios tiene su base en la combinación de habilidad y conocimiento administrativo para lograr metas de operación y resultados óptimos en los negocios.

Para la fase de operación de una empresa no solamente debe asegurarse que se cuente con el número de personal necesario, sino también que este sea al más idóneo para cada puesto de trabajo.

Localización.

Significa ubicar geográficamente el lugar en el que se implementará la nueva unidad productiva, para lo cual debe analizarse ciertos aspectos que son fundamentales y constituyen la razón de su ubicación; estos factores no son solamente los económicos, sino también aquellos relacionados con el entorno empresarial y de mercado.

¹³BACA URBINA GABRIEL, "<u>Evaluación de Proyectos 2</u>" Edición Mcgraw-Hill. México, D. F. Mx/1997.

- a. **Microlocalización.-** En este punto y apoyados preferentemente en la representación gráfica (planos urbanísticos) se indica el lugar exacto en el cual se implementará la empresa dentro de un mercado local.
- **b. Macrolocalización.-** Tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional. Para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.
- c. Factores de localización.- Constituyen todos aquellos aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa, entre estos factores tenemos: abastecimiento de materia prima, vías de comunicación adecuadas, disponibilidad de mano de obra calificada, servicios básicos indispensables (agua, luz, teléfono, alcantarillado, etc.), y; fundamentalmente el mercado hacia el cual está orientado el producto.

INGENIERÍA DEL PROYECTO.

"El presente estudio tiene como función el acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver fundamentalmente con la construcción de la nave industrial, su equipamiento y las características del producto de la empresa. El objetivo de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con: instalación y funcionamiento de planta,

indicando el proceso productivo así como la maquinaria y equipo necesario."14

a. Componente Tecnológico.

Consiste en determinar la maquinaria y equipo adecuado a los requerimientos del proceso productivo y que esté acorde con los niveles de producción esperados de acuerdo al nivel de demanda a satisfacer. Para su determinación es punto clave la información sobre la demanda insatisfecha y su porcentaje de cobertura.

La tecnología debe responder a ciertas condiciones propias de mercado, pues la misma no deberá ser ni muy alta (tecnología de punta) ni elemental para el pro- ceso, ya que; se debe evitar por un lado el desperdicio de capacidad instalada y por otro debe considerarse la posible expansión de la unidad productiva.

b. Infraestructura Física.

Se relaciona exclusivamente con la parte física de la empresa, se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa. En esta parte del estudio debe siempre contarse con el asesoramiento de los profesionales de la construcción; al igual que la tecnología debe guardar relación con el mercado y sus posibilidades de expansión

¹⁴JENNER F. ALEGRE, "Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión", Ediciones e Impresiones Graficas América S.R.L. Jr. Loreto No. 1696-Beña, 1995.

c. Distribución en planta.

La distribución del área física así como de la maquinaria y equipo debe brindar las condiciones óptimas de trabajo, haciendo más económica la operación de la planta, cuidando además las condiciones de seguridad industrial para el trabajador.

Una buena distribución debe considerar los siguientes aspectos:

- 1. Control, todos los componentes necesarios para el proceso deben permitir su control para el trabajo armónico.
- 2. Movilización, todas las actividades deben ser ejecutadas permitiendo la libre circulación de personal, sin interrumpir otras operaciones.
- 3. Distancia, el flujo de operaciones secuenciales debe realizarse utilizando los tiempos adecuados sin ocasionar demoras debido a la distancia entre los recursos utilizados para las operaciones.
- 4. Seguridad, toda operación debe ejecutarse en condiciones que garantice la máxima seguridad al trabajador.
- 5. Espacio, el espacio de trabajo debe ser considerado no solo en dos dimensiones, sino en forma tridimensional, esto es largo, ancho y alto.
- 6. Flexibilidad, la distribución debe ser de tal forma que pueda reajustarse cuando las condiciones lo requieran, sin entorpecer o imposibilitar el trabajo.

7. Globalidad, la distribución debe permitir la integración de todos los componentes del proceso en un mismo ambiente.

d. Proceso de Producción.

"Esta parte describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto o generará el servicio, es importante indicar cada una de las fases del proceso aunque no al detalle, pues en muchos casos aquello constituye información confidencial para manejo interno. Posteriormente debe incluirse el flujograma del proceso, es decir representar gráficamente el mismo, indicando los tiempos necesarios para cada fase; además es importante incluir lo relacionado con el diseño del producto, indicando las principales características del mismo tales como: estado, color, peso, empaque, forma, ciclo de vida, etc." 15

d.1. Diseño del producto.

El producto originario del proyecto debe ser diseñado de tal forma que reúna todas las características que el consumidor o usuario desea en él para lograr una completa satisfacción de su necesidad, para un diseño efectivo del producto debe considerarse siempre los gustos y preferencias de los demandantes, entre ellos se tiene:

- Presentación,
- Unidad de medida,

_

¹⁵JENNER F. ALEGRE, "Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión", Ediciones e Impresiones Graficas América S.R.L. Jr. Loreto No. 1696-Beña, 1995.

Tiempo de vida, etc.

b.2. Flujograma de Proceso

"El flujograma constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta el proceso de producción. Los flujogramas de proceso difieren significativamente en cuanto a su presentación ya que no existe ni puede admitirse un esquema rígido para su elaboración el mismo es criterio del proyectista y en el mismo puede utilizar su imaginación; lo que debe quedar claro es que el flujograma debe mostrar las actividades y su secuencia lógica." ¹⁶

ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL.

Garantiza la protección a los derechos de propiedad.

Uno de los pilares del desarrollo de un país y de la seguridad de los ciudadanos es la protección a los derechos de propiedad. La ley debe garantizar a las personas, familias, comunidades y empresas que las posesiones que han obtenido legítimamente no habrán de perderse, sino que se las protegerá.

La modernización y homologación de los registros públicos de la propiedad y los catastros municipales y rurales, así como la obligatoriedad de registrar públicamente las propiedades, son fundamentales para ofrecer la

¹⁶JENNER F. ALEGRE, "Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión", Ediciones e Impresiones Graficas América S.R.L. Jr. Loreto No. 1696-Beña, 1995.

certidumbre jurídica que necesitan las familias en aspectos tan relevantes como potenciar el valor de su patrimonio, garantizar que pueda ser heredado o se pueda transmitir su dominio sin conflicto y acceder a fuentes formales de financiamiento que pueda apoyar el mejoramiento de la calidad de vida.

Proteger la propiedad intelectual.

Un delito extendido es la violación a los derechos de propiedad intelectual mediante la piratería. Esto desincentiva la innovación y destruye la motivación de emprendedores actuales y potenciales. Se harán cumplir las leyes nacionales y los acuerdos internacionales en la protección de los derechos de autor y de las patentes, mediante aseguramientos de mercancía y acciones de carácter preventivo en las aduanas, para impedir el ingreso de productos ilegales al país.

Organigrama de la Empresa.

Organigramas.-Son la representación gráfica de la estructura de una organización, es donde se pone de manifiesto la relación formal existente entre las diversas unidades que la integran, sus principales funciones, los canales de supervisión y la autoridad relativa de cada cargo. Son considerados instrumentos auxiliares del administrador, a través de los cuales se fija la posición, la acción y la responsabilidad de cada servicio.

- Compararla con una lista de comprobación;
- Preparar cuadros o plantillas, y Diseñar el organigrama.

 Todo organigrama debe contener los siguientes datos: título o descripción condensada de las actividades, fecha de formulación, nombre del responsable de elaboración, aprobación, explicación de líneas y símbolos especiales.

Los organigramas pueden ser clasificados en tres tipos, de acuerdo con su:

a) Contenido

Estructurales. Tiene por objeto la representación de los órganos que integran el organismo social.

Funcionales. Indican en el cuerpo de la gráfica, además de los órganos, las funciones principales que éstos realizan.

De integración de puestos. Señalan en cada órgano, los diferentes puestos establecidos, así como el número de puestos existentes y requeridos.

b) Ámbito de aplicación

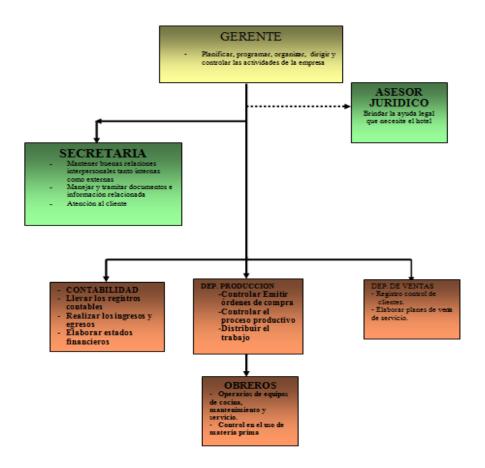
Generales. Representan sólo a los órganos principales de la empresa y sus interrelaciones.

Específicos. Ofrecen mayor detalle sobre determinados aspectos de la organización de una unidad o área de la empresa.

c) Presentación

Vertical. Es el que muestra la jerarquía orgánica en sus diferentes niveles desde el más alto hasta el más bajo.

ORGANIGRAMA FUNCIONAL



MANUALES

MANUAL DE FUNCIONES

"Aunque en la formulación de un proyecto no es aspecto prioritario el detallar los puestos de trabajo ni las funciones a cumplir, puesto que esta parte de la normatividad interna y sus regulaciones son de competencia de los

inversionistas, es importante el plantear una guía básica sobre la cual los

inversionistas establezcan sus criterios de acuerdo a sus intereses."17

Un manual de funciones debe contener la información clara sobre los

siguientes aspectos:

Relación de dependencia (Ubicación interna)

Dependencia Jerárquica. (Relaciones de autoridad)

Naturaleza del trabajo

Tareas principales. Tareas secundarias. Responsabilidades

Requerimiento para el puesto.

El proporcionar toda esta información permitirá al futuro empleado cumplir en

forma adecuada su trabajo a información permitirá al futuro empleado

cumplir en forma adecuada su trabajo

FORMATO PARA EL MANUAL DE FUNCIONES

DEPARTAMENTO: ADMINISTRACION GENERAL

TITULO DEL PUESTO: GERENTE

SUPERIOR INMEDIATO: DIRECTORIO

SUBALTERNOS: TODO EL PERSONAL

¹⁷CARRASCO BELINCHON, Julián: "Organización de Empresas y Administración de Personal". Editorial INDEX. Madrid 1984.

_

41

Naturaleza del Trabajo:

Operativizar el proceso administrativo en el ámbito de la gestión empresarial.

Se refiere a las principales características sobre la ejecución en el puesto de

trabajo.

Funciones principal:

Se incluye en detalle las funciones que debe desempeñar normalmente

dentro de su puesto de trabajo, se refiere a las actividades que debe cumplir

diariamente y en las cuales se basa su nivel de gestión empresarial.

Funciones secundaria:

Se refiere a aquellas actividades que debe cumplir ocasionalmente en

determinados espacios de tiempo y son resultantes de las funciones

principales como por ejemplo presentar informes a los directivos de la

empresa, lo cual no puede ni debe hacerse diariamente.

Requisitos:

Educación,

Experiencia

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

ASPECTOS GENERALES

"La realización de un proyecto implica la asignación de una cantidad de variados recursos, propios y de terceros, para la obtención de determinados bienes y servicios, durante un cierto período de tiempo, con la expectativa de obtener un rendimiento en el futuro.

La inversión en determinado proyecto supone, por tanto, la existencia de inversionistas (que pueden ser personas naturales o jurídicas) que están dispuestos a destinar sus recursos disponibles en este momento (sacrificando la satisfacción de sus necesidades o intereses actuales) con la expectativa incierta de obtener un rendimiento futuro. Es decir que la inversión lleva implícito un riesgo." 18

Los recursos propios de los inversionistas y los recursos de terceros (préstamos) constituyen las fuentes para financiar el proyecto. La relación entre las inversiones y el financiamiento se puede ilustrar mediante lo que se ha dado en llamar "el flujo de valores" el cual consiste en la realización de las siguientes etapas o fases:

PRIMERA: Obtención de los fondos necesarios para ejecutar el proyecto. Las fuentes son, generalmente, capital propio y créditos.

SEGUNDA: Con los recursos obtenidos, se adquieren los bienes y servicios necesarios para poner en marcha el proyecto, es decir terrenos, edificios, maquinarias, vehículos, materias primas, mano de obra y otros.

_

¹⁸BACA URBINA GABRIEL, "<u>Evaluación de Proyectos 2</u>" Edición Mcgraw-Hill. México, D. F. Mx/1997.

TERCERA: Una vez obtenidos todos los elementos para la producción, se los "combina" adecuadamente y se prepara el proceso de fabricación, que tiene ciertas características y demora un tiempo determinado en su realización.

CUARTA: Concluido el proceso de producción se obtienen los bienes y artículos terminados.

QUINTA: Los artículos terminados se venden y así la empresa obtiene dinero en dos formas: al contado o mediante promesas de pago (créditos).

Parte del dinero obtenido se destina a pagar los créditos que recibió la empresa, parte a retribuir el capital de los inversionistas (reparte de utilidades cuando las hay), y la parte restante se reincorpora al circuito, para reponer los bienes y servicios que permitirán mantener en operación el proyecto.

Por tanto, cuando la empresa está en marcha, se unen la primera y quinta fases y se forma un circuito que funciona continuamente.

Los recursos necesarios para el proyecto, se pueden agrupar en dos categorías:

- a) Los que requiere la instalación del proyecto, y
- b) los requeridos para la etapa de funcionamiento propiamente dicha.

En otras palabras, la inversión total está constituida por la suma de todos los bienes y servicios necesarios para ejecutar el proyecto y mantenerlo en operación. Los recursos necesarios para la instalación, constituyen el capital fijo o inmovilizado del proyecto y los que requiere el funcionamiento, constituyen el capital de trabajo o circulante.

En las empresas en marcha, las inversiones fijas aparecen en la contabilidad como activos fijos (también pueden aparecer como activos diferidos y otros activos) y el capital de trabajo como activos circulantes o corrientes.

Las fuentes de financiamiento en un proyecto se clasifican en créditos y capital propio, mientras que en el proyecto en marcha la contabilidad las registra como pasivos y capital.

PLAN DE INVERSIONES

El plan de inversiones de un proyecto, corresponde a la descripción detallada de las necesidades de capital en que se va a incurrir para la materialización del mismo. Las inversiones son los desembolsos necesarios para la ejecución del proyecto y, por el momento, no se relacionan con los mecanismos que se vayan a utilizar para el financiamiento de los mismos.

El Plan de Inversiones se formula como resultado de otras partes del estudio del proyecto (particularmente Ingeniería). Conviene ahora recalcar la importancia del trabajo conjunto, pues generalmente el profesional que trabaja en esta etapa del proyecto, tiene que basarse en la información proporcionada por otros profesionales y, si no existe una estrecha

coordinación y verdadero "trabajo en equipo", pueden producirse distorsiones o errores apreciables.

Ya se mencionó anteriormente que las inversiones de un proyecto se clasifican básicamente en Inversiones Fijas y Capital de Trabajo o de Operación.

Las inversiones fijas constituyen lo que más tarde serán los Activos Fijos de la empresa y corresponden a los bienes que la empresa adquiere con el ánimo de destinarlos a su explotación, sin que vayan a ser objeto de transacciones comerciales en el curso de sus operaciones.

Las inversiones fijas se realizan en el período de instalación del proyecto y se utilizan a lo largo de la vida útil de los bienes correspondientes. Estas inversiones comprenden bienes que están sujetos a depreciación, tales como maquinaria, vehículos y edificios, y otros que no lo están, tales como terrenos. Comprenden también inversiones intangibles, como gastos de organización, estudios, puesta en marcha y otros rubros que se deben amortizar.

El capital de trabajo corresponde a las inversiones que la empresa debe hacer para atender aquellos elementos necesarios en su operación. Representa diferentes rubros estancados por determinados períodos, en el desarrollo de la producción y venta de los productos.

En cuanto al capital de trabajo, solamente estamos considerando activos circulantes para el desarrollo del proyecto. Frecuentemente se utiliza el concepto de capital de trabajo neto, en el cual se consideran también los pasivos circulantes aplicados a la operación de la empresa, siendo el neto la diferencia. Al incluir los pasivos circulantes, el valor de la diferencia corresponde a los requerimientos adicionales de dinero para completar el financiamiento total del capital de trabajo, los cuales deben venir de aportes de capital propio o créditos.

A continuación vamos a mencionar los principales rubros que deben contemplarse en el plan de Inversiones:

1.- INVERSIONES FIJAS

a) Terrenos y Recursos Naturales

"Comprende el costo de adquisición de los terrenos para la construcción de la planta, de las tierras que contienen minerales, en el caso de explotaciones mineras, y tierras o plantaciones en el caso de proyectos agrícolas.

En el costo del terreno deben incluirse todos los valores pagados por gastos de escrituras, impuestos, tasas, registros y otros originados en la compra. Deben tomarse en cuenta, también, las mejoras del terreno o sea limpieza y nivelación, conexiones de agua, luz y otros servicios y, en general, todos los gastos adicionales que representan un cambio de valor del terreno y por lo mismo una "mejora" permanente.

En el caso de proyectos agrícolas o agro-industriales, deben diferenciarse las mejoras que entrañan un cambio permanente en el valor de le tierra, de la preparación del terreno para un cultivo, la cual es parte del costo de explotación y no del Activo Fijo.

En la parte del estudio de ingeniería, se establecen las necesidades de terrenos (tamaño y localización) tanto para las instalaciones originales como para futuras ampliaciones. No deben incluirse dentro de un proyecto los terrenos que no se requieran para cubrir sus necesidades actuales y futuras, es decir aquellos que han sido adquiridos con fines especulativos. Estos deben clasificarse como inversiones y no como Activos Fijos.

b) Edificios y Construcciones

Este rubro comprende el costo del edificio de la planta industrial, oficinas administración y ventas, y otras construcciones directamente relacionadas con el proyecto. En algunos casos será necesario considerar salas de exposición y ventas de los productos fabricados por la empresa, así como bodegas que estén fuera de la planta e inclusive fuera de la ciudad en que esté situada. Deben incluirse también obras complementarias, como vías internas, parqueamientos y otras similares.

En el caso de edificios que no son utilizados en: su totalidad para un proyecto, se debe tomar en cuenta solamente la parte necesaria, igual que en el caso de los terrenos.

Si los detalles correspondientes no se han incluido en el estudio general del proyecto, en este rubro se deben incluir también los gastos correspondientes al diseño del edificio, honorarios de los arquitectos, y también los gastos legales y fiscales relativos a la construcción.

Para el caso de los proyectos de infraestructura, el rubro de construcciones será usualmente el más importante de todos, y requerirá en consecuencia un desglose más detallado de sus componentes, incluyendo campamentos, arrendamiento o depreciación de maquinaria de construcción, materiales, mano de obra, etc.

c) Maquinaria y Equipos.

En proyectos de tipo industrial, este es uno de los rubros más importantes.

Debe hacerse una descripción pormenorizada, clasificando los equipos y maquinaria en nacionales e importados.

En el caso de la maquinaria y equipo importados, debe partirse del valor FOB, al cual se añaden fletes y seguros para obtener el valor CIF y, en base a éste/ calcular los impuestos, tasas, muellaje, despacho de aduana y otros gastos adicionales hasta obtener el Valor Fuera de Aduana; a este último se le añade el transporte interno hasta llegar al valor en planta. Al calcular los impuestos a la importación es necesario tomar en cuenta las liberaciones o

rebajas, que se obtienen como beneficio de las leyes de fomento o de protección industrial."¹⁹

"En el caso de la maquinaria y equipo local habrá que tomar en cuenta su costo de adquisición o construcción, más los gastos de transporte y otros gastos adicionales hasta ponerlos en la fábrica de la empresa.

Debe destacarse la importancia de incluir en este rubro los accesorios y equipos complementarios que por su naturaleza forman parte integrante de los equipos principales y por lo mismo están sujetos a depreciación. En cambio, los repuestos y accesorios de reposición muy frecuente no se incluyen en este rubro, pues forman parte del capital de trabajo.

Para calcular el valor de la maquinaria y equipo es conveniente preparar un cuadro que incluya: Valor FOB, fletes y seguros, Valor CIF, gastos de internación, Valor fuera de Aduana, gastos de transporte interno y Valor en Fábrica. Luego, deben ponerse los valores detallados de la maquinaria y equipo locales para obtener el valor total.

d) Otros Equipos.

Este rubro incluye los equipos no utilizados directamente en el proceso de producción, tales como equipos auxiliares de fuerza, bombas de agua, transformadores, herramientas, laboratorios y otros similares. Debe

¹⁹BACA URBINA GABRIEL, "Evaluación de Proyectos 2" Edición Mcgraw-Hill. México, D. F. Mx/1997.

presentarse el detalle completo con sus valores individuales y el cálculo del costo, en la misma forma que para la maquinaria y equipo."²⁰

e) Gastos de Instalación.

Existe discusión sobre este rubro, pues en algunos casos los gastos de instalación se incluyen como parte del costo de construcción y/o del costo de maquinaria; pero en general es preferible presentarlos por separado.

Los Gastos de Instalación deben incluir todo lo relacionado con la colocación de maquinaria y equipo en condiciones de trabajo; es decir, las bases y estructuras de la maquinaria, las conexiones directas de agua, electricidad y vapor, así como la mano de obra y otros gastos de montaje.

f) Vehículos.

Este rubro debe contemplar tanto los vehículos de transporte interno de la fábrica, como los de transporte fuera de ella.

En el primer caso, y de acuerdo a las necesidades, deben contemplarse grúas, horquillas, remolques, vagones, etc. En el segundo caso, camiones, camionetas, automóviles y otros vehículos que se requieran para el normal funcionamiento de la empresa.

Para calcular y presentar el costo de los vehículos, debe precederse en la misma forma que en el caso de la maquinaria y equipo.

²⁰BACA URBINA GABRIEL, "<u>Evaluación de Proyectos 2</u>" Edición Mcgraw-Hill. México, D. F. Mx/1997.

En este rubro es importante analizar la conveniencia o inconveniencia de adquirir vehículos propios para transporte externo, cuando se puede obtener este servicio de empresas independientes especializadas en este campo.

g) Muebles y Equipos de Oficina.

En la planta misma y en las oficinas de administración y ventas, se requiere de muebles (escritorios, mesas, sillas, butacas, armarios, archivadores, etc.) y máquinas de oficina (calculadoras, máquinas de contabilidad y de escribir, etc.)

En la estimación de este rubro debe tomarse muy en cuenta el tamaño de la empresa, especialmente para establecer las necesidades de los equipos de contabilidad. También, en este caso, es conveniente tener un detalle de los principales ítems, como en el caso de maquinaria y equipo.

En este rubro es importante analizar la conveniencia o inconveniencia de adquirir vehículos propios para transporte externo, cuando se puede obtener este servicio de empresas independientes especializadas en este campo.

h) Envases.

Los envases se deben incluir dentro de las inversiones fijas únicamente cuando se trata de pertenencias que se utilizan en la explotación del negocio, sin ánimo de revenderlos. Además, deben ser recuperables automáticamente e identificables por la marca (Ej. botellas de bebidas

gaseosas). Estos envases por ser parte del Activo Fijo, están sujetos a depreciación.

No se debe incluir dentro del Activo Fijo los envases no recuperables ni aquéllos que se recuperan mediante compra. (Ej. botellas de salsa de tomate) pues la empresa al venderlos los da por perdidos.

Además de los Activos Fijos Tangibles, es necesario considerar, también, los Activos Intangibles, los principales de los cuales se mencionan a continuación:

i. Investigaciones Previas y Estudios.

Este rubro comprende el costo de investigaciones previas, el estudio de factibilidad del proyecto y otros estudios que hayan sido necesarios para su ejecución.

Algunas veces, estos rubros no se incluyen en el costo del proyecto; tal sería el caso cuando dichas investigaciones y experiencias previas, o el mismo estudio del proyecto, hayan sido costeadas por una institución de fomento, o directamente por el Estado, a través de centros de investigación. Cabe anotar que, para algunos proyectos como podrían ser los que impliquen explotación de minerales o también los de desarrollo hidroeléctrico, las investigaciones preliminares pueden constituir un rubro de gran importancia dentro del costo total del proyecto considerado.

j) Organización y Patentes.

La ejecución de un proyecto suele comprender la organización de una empresa nueva, a menos que se trate de una ampliación de una empresa existente, aunque también en este caso suelen presentarse problemas de tipo organizativo que implican gastos imputables al proyecto. Deben incluirse en este rubro los gastos legales y notariales, impuestos, etc., originados por la formación de la empresa.

En algunos casos es necesaria la compra de patentes para un producto o proceso. Este gasto debe incluirse entre las inversiones fijas, a menos que se pague de acuerdo a las unidades de producción (Ej. regalías) en cuyo caso van a formar parte de los costos de operación.

k) Capacitación Personal.

En algunos casos, y de acuerdo con el tipo de industria, se deberán realizar gastos para el entrenamiento de personal especializado para el manejo de las instalaciones. Este gasto también constituye una inversión fija, sujeta a amortización. Cabe anotar que, para algunas industrias, y dadas las características de la mano de obra local, este rubro puede alcanzar un valor importante.

I) Puesta en Marcha.

En el proceso de poner en funcionamiento un proyecto, existe un período (que va desde la entrega de los edificios y de la maquinaria instalada, hasta

que se inicia la producción efectiva normal) en que la empresa incurre en gastos pues es necesario realizar pruebas o ajustes y la producción es, por tanto, irregular o defectuosa. Estos gastos dependen básicamente del tipo de industria del que se trate y, en consecuencia están sujetos a un amplio rango de variación; deben sumarse a la inversión fija y amortizarse en un período razonable (usualmente de dos a cinco años).

m) Intereses durante la Construcción.

Cuando el proyecto se encuentra en la fase de construcción o instalación, muchas veces la empresa está pagando intereses por créditos recibidos. En esos casos los gastos por concepto de intereses se llevan a la Inversión Fija, hasta el momento en que la empresa entre en operación normal, cuando pasen a constituir gastos financieros.

n) Imprevistos.

Todo presupuesto, por cuidadosamente que haya si do elaborado, tiene siempre un margen de error debido a fluctuaciones de precios, cambios de las condiciones originales, etc. Por esta razón es conveniente incluir un rubro de imprevistos, los cuales se calculan generalmente como un porcentaje de la suma de inversiones fijas y que varía de acuerdo a la experiencia que se tenga en el proyecto y al grado de confianza que merezcan las diferentes estimaciones. En muchos casos es conveniente fijar los imprevistos para cada uno de los Ítems principales que constituyen el total de las inversiones fijas.

2.- CAPITAL DE TRABAJO O DE OPERACIÓN.

"La estimación de las necesidades de Capital de Trabajo es uno de los aspectos más importantes de un proyecto, pero lamentablemente la mayor parte de las veces se lo descuida y en general existe una tendencia a subestimar el monto requerido e ignorar aspectos básicos.

Se llama capital circulante o de trabajo el patrimonio en cuenta corriente que requieren las empresas para atender las operaciones de producción y distribución de bienes o servicios.

De acuerdo al tipo de industria, las necesidades de capital de trabajo son diferentes; pero siempre existe un periodo de tiempo - mayor o menor - entre la compra de materia prima y la venta del producto terminado. Es decir que para comprar la materia prima, almacenarla, procesarla, obtener el producto terminado, almacenarlo, distribuirlo y venderlo, existe un período de gastos para cubrir los cuales la empresa necesita fondos que constituyen capital de trabajo.

Las necesidades de capital de trabajo son muy diferentes dependiendo del tipo de proyecto de que se trate. Por ejemplo, en el caso de la leche pasteurizada no hay almacenamiento de materia prima ni de producto terminado, pues el procesamiento y venta se realizan en el mismo día y generalmente no es necesario otorgar crédito. En cambio en el caso del ron se requiere un "añejamiento" del producto durante varios años, además se requiere de un inventario de productos terminados y, con frecuencia, se

deben otorgar importantes créditos a los distribuidores. En otros casos como la pesca y enlatado de atún, las actividades están circunscritas a la temporada en que aparece el pescado y por lo mismo se debe procesar el atún y guardar el producto terminado para todo el año. Este es el caso también en cuanto se refiere al procesamiento de productos agrícolas, cuando la materia prima se debe adquirir durante la época de cosecha, para procesarla a lo largo del año.

En los dos últimos casos mencionados aparece lo que se denomina "capital de trabajo variable"; es decir, que los requerimientos para la operación normal de la empresa no permanecen constantes a lo largo del año, sino que en ciertas épocas existen requerimientos adicionales para almacenar materias primas y/o productos terminados. Estos recursos adicionales de capital de trabajo pueden financiarse, generalmente, a través de créditos especiales que deben ser considerados en el proyecto.

En la estimación de capital de trabajo es conveniente incluir las mismas partidas que forman el activo circulante o corriente de una empresa en marcha. Las principales partidas son:

a) Efectivo en Caja y Bancos.

La empresa debe contar con una reserva de recursos, correspondiente a gastos corrientes y sistemáticos, tales como pago de salarios, servicios públicos (energía, agua, teléfonos) gastos de publicidad, etc.- En cada caso deben analizarse separadamente los requerimientos de efectivo:

frecuentemente se toman los gastos correspondientes a un mes de operación, pero en muchos casos este período puede ser mayor. Este rubro viene a representar además el margen de imprevistos en el capital de trabajo, pues permite hacer frente a los gastos corrientes de la empresa en los períodos de bajas ventas.

b) Cuentas por cobrar.

Las empresas que venden aunque sólo sea una parte de su producción a crédito, deben necesariamente incluir, dentro de su cálculo de capital de trabajo, los recursos adicionales que le permitan otorgar los créditos a sus clientes.

c) Inventarios.

Las empresas industriales requieren mantener inventarios o existencias de diferentes características, pero especialmente, los siguientes rubros principales:

1.- Materias Primas en Existencia y en Tránsito. Este rubro depende básicamente del abastecimiento que pueda esperarse y de la política de compras de la empresa. Si se trata de materias primas importadas, debe tenerse en cuenta el tiempo que transcurre entre el pedido y la recepción de las materias primas por parte de la empresa. En el caso de estas materias primas importadas, se requiere de un mayor volumen de existencias debido al tiempo que demoran los pedidos y a las eventualidades que son mayores; por otro lado, se debe considerar que ciertas materias primas no se pueden

comprar sino en lotes mínimos, ya sea porque no se despachan cantidades menores o porque bajo cierto volumen los precios son antieconómicos. Por último, no sólo se deben tomar en cuenta las existencias en bodega, sino también los pedidos en tránsito y los depósitos previos que, en algunos casos, pueden ser muy importantes.

Cuando existen materias primas de diferentes orígenes y de diferentes tipos, es necesario estimar las existencias individualmente, pues las de origen nacional que se obtengan fácilmente en el mercado local, se mantendrán en cantidades inferiores a las importadas; igualmente, las materias primas perecederas se mantendrán en las cantidades mínimas necesarias, mientras otras que no lo son podrán mantenerse en cantidades mayores."²¹

En el caso de ciertos proyectos, debe tomarse en cuenta las necesidades de compras máximas en ciertas épocas, (tal es el caso de los proyectos que requieran insumos agrícolas, los cuales se deben adquirir e¡: la época de la cosecha). Lo anterior afecta los inventarios y, por consiguiente, a las necesidades de capital de trabajo.

2.- Productos en Proceso o Semielaborados. Las estimaciones de este rubro variarán de acuerdo al tipo de industria de que se trate; pero en general se deben considerar en inventario, solamente aquellos bienes que en un momento cualquiera se encuentran en el proceso de producción. Así por ejemplo en el caso de la leche pasteurizada el procesamiento y venta se

_

²¹BACA URBINA GABRIEL, "<u>Evaluación de Proyectos 2</u>" Edición Mcgraw-Hill. México, D. F. Mx/1997.

lo realiza prácticamente de inmediato por lo que el rubro productos en proceso es inferior a un día; en otros casos, como por ejemplo la producción de sardinas es necesario mantener el producto en "incubación" por espacio de algunas semanas y por lo mismo este rubro es alto.

3.- Productos Terminados. En general, todas las empresas deben almacenar sus productos terminados durante cierto tiempo, dependiendo del tipo de producto y de la política de venta de la empresa.

En el caso de productos perecederos (leche y pan, por ejemplo) prácticamente no se puede mantener inventarios pues se los debe vender el mismo día. En otros casos, como el de especialidades farmacéuticas, es necesario un amplio inventario. Algunas empresas trabajan bajo contrato y entregan toda su producción, mientras otras inclusive deben mantener su propio almacén de ventas.

- 4.- Materiales, Suministros y Repuestos. En la mayor parte de los casos es necesario mantener inventarios de materiales de limpieza, combustible, lubricantes y repuestos de uso frecuente, por tanto, debe estimarse un rubro que permita a la empresa operar sin problemas.
- d) Anticipos a Proveedoras y Gastos Pagados por Adelantado. En algunos casos, se requiere entregar un anticipo a los proveedores para asegurar el abastecimiento de materias primas y, por lo mismo, se debe incluir este

rubro en la estimación de capital de trabajo, así como también ciertos gastos como seguros que se pagan anticipadamente.

FINANCIAMIENTO.

Una vez determinados los montos correspondientes a las inversiones fijas y el capital de trabajo y, en consecuencia, el costo total del proyecto, se requiere analizar la manera de financiarlo.

En esencia, el estudio del financiamiento del proyecto debe indicar las fuentes de recursos financieros necesarios para su ejecución y funcionamiento, y describir los mecanismos mediante los cuales se canalizarán estos recursos hacia los usos específicos del proyecto.

De acuerdo con su origen, existen dos formas básicas de clasificar los recursos para el proyecto:

- Forma Primera
- Fuentes Internas
- Fuentes Externas
- Segunda Forma
- Recursos Propios
- Créditos.

A continuación se presenta una descripción de dichas formas de financiamiento:

1. PRIMERA FORMA.

a) Fuentes Internas de Financiamiento.

"Son aquellos fondos originados en la operación misma de la empresa; o sea:

- Utilidades no distribuidas (superávit). Estos fondos pueden ser utilizados temporalmente como fuente de financiamiento y luego ser distribuidos a los accionistas o por el contrario, pueden ser incorporados definitivamente a los fondos de la empresa a través de una elevación del capital social."²²
- Reservas de Depreciación de Activos Fijos Tangibles,
- Reservas de Amortización de Activos Intangibles.
- Reservas Legales y Voluntarias.
- b) Fuentes Externas de Financiamiento.

Son aquéllas que vienen de fuera de la empresa o no se originan en sus operaciones. Estas fuentes provienen básicamente del Mercado de Capitales, del Sistema Bancario y de los Proveedores.

²²BACA URBINA GABRIEL, "<u>Evaluación de Proyectos 2</u>" Edición Mcgraw-Hill. México, D. F. Mx/1997.

Mercado de Capitales.- La empresa obtiene fondos a través de la colocación de acciones y obligaciones. Las acciones son títulos de participación en el capital social de una compañía que le dan derecho, al tenedor, a participar en la administración y en los rendimientos del negocio.- Las acciones pueden ser ordinarias o preferentes y se diferencian fundamentalmente en la prioridad para la distribución de utilidades y a la recuperación del capital, en caso de liquidación de la empresa.²³

"Las Obligaciones o Bonos, son títulos emitidos por las sociedades, garantizados por sus activos o por una institución financiera que los coloca en el mercado. Son realmente préstamos que los compradores de los títulos hacen a la empresa a un plazo fijo y con un rendimiento también fijo. Algunas obligaciones pueden llevar la opción a ser convertidas en acciones, en el momento de su rescate.

Sistema Bancario.- En el sistema bancario se pueden obtener créditos a corto, mediano y largo plazo. Generalmente se considera financiamiento a corto plazo al inferior a un año, mediano plazo sobre un año hasta los cinco años, y, a largo plazo, sobre los cinco años. En el sistema bancario se deben diferenciar los créditos de bancos o financieras privadas que son menos ventajosos que los de bancos o financieras de desarrollo, entidades que manejan fondos públicos.

²³AYALA HUGO, "<u>Diccionario de Términos Económicos</u>", Quito, 1999.

Proveedores.- Los proveedores de maquinaria y equipo, así como también los que abastecen de materias primas y otros materiales, financian, también, a las empresas que adquieren sus productos. Este financiamiento es, generalmente, a corto o mediano plazo aunque en algunas ocasiones otorgan, también, créditos a largo plazo. Estos financiamientos son, la mayoría de veces, menos beneficiosos que los otros, debido a que son "ligados" y a que el tipo de interés real es usualmente más alto.

1. SEGUNDA FORMA

a) Recursos Propios

Son los que provienen de la emisión y venta de acciones, de aportes en efectivo o en especie de los socios y de las utilidades y reservas de la empresa.

b) Créditos.

Son los que se obtienen de bancos y financieras privadas o de fomento, de proveedores o a través de la emisión de obligaciones propias de la empresa.

No existe ninguna norma que permita definir a priori qué porcentaje del costo del proyecto se debe financiar con recursos propios y qué porcentaje con créditos, pues este problema depende de muchos factores, entre ellos el tipo de proyecto de que se trate, su rentabilidad, su capacidad de pago, etc.

Sin embargo, conviene no descuidar algunos criterios básicos:

- a) Los Activos Fijos de una empresa deben financiarse siempre con recursos de capital propio y/o créditos a mediano o largo plazo.
- b) El Capital de Trabajo debe financiarse en parte con capital propio y/o créditos a mediano o largo plazo y otra puede financiarse con créditos a corto plazo.
- c) Debe buscarse un equilibrio entre los recursos propios y los créditos. No se debe descuidar el hecho de que si una empresa utiliza muy poco crédito puede estar desperdiciando la oportunidad de mejorar sus rendimientos a través de la utilización de recursos de terceros; por otro lado una empresa que se haya endeudado excesivamente puede poner en peligro su estabilidad financiera. Como ya se mencionó anteriormente, los porcentajes de financiamiento con recursos propios y de terceros deben ser establecidos en base al tipo de proyecto, a la rentabilidad de la empresa y a su capacidad de pago.
- d) Generalmente, existen disponibles varias alternativas de financiamiento es conveniente estudiarla cuidadosamente. Por ejemplo, el crédito otorgado por las instituciones de desarrollo es, la mayor parte de las veces, más ventajoso que el de otras fuentes aunque el tiempo de trámite por el tipo de estudios que deben realizar estas instituciones sea superior; por otro lado, los créditos de proveedores están ligados a la compra de sus productos y por lo mismo no permiten una relación independiente y en algunos casos los tipos de interés reales pueden ser superiores a los de otras frentes; en

determinadas ocasiones, el crédito de proveedores de materias primas puede ser más ventajoso que el crédito bancario a corto plazo; desde otro punto de vista se debe analizar la moneda en que se reciben los créditos, pues en algunos casos recibirlos en moneda extranjera puede implicar riesgos adicionales.- En algunos casos se pueden conseguir convenios de trueque de productos por maquinarias y equipos, lo cual puede ser más atractivo para algunos proyectos (además de presentar ventajas en balanza de pagos).

Podemos resumir ahora algunas de las principales ventajas y desventajas del financiamiento con créditos. Entre las ventajas, podemos citar las siguientes:

- Mantenimiento del control de la empresa por parte de uno o más empresarios o del Estado.
- Accesibilidad a recursos (como los de bancos y compañías de seguros)
 que frecuentemente sólo están disponibles para créditos y no para inversión
 directa en empresas.
- Ventajas tributarias de los créditos.

Entre las desventajas, podemos citar:

Reducción de la capacidad de endeudamiento, la cual puede requerirse para salvar períodos difíciles.

Obligación de cubrir cargas fijas por servicio de la deuda, aunque las utilidades se reduzcan o aún desaparezcan."²⁴

VALUACION ECONOMICA.

El Flujo de Caja Proyectado.

"La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en ella se determinen. La información básica para realizar esta proyección está contenida en los estudios de mercado, técnico organizacional, así como en el cálculo de los beneficios a que se hizo referencia en el capítulo anterior. Al proyectar el flujo de caja, será necesario incorporar información adicional relacionada, principalmente con los efectos tributarios de la depreciación, de la amortización del activo nominal, valor residual, utilidades y pérdidas."²⁵

PRESUPUESTO

Significa "antes de lo hecho", es una herramienta de administración y parte de la economía industrial se define como: Un conjunto de pronósticos referentes a un periodo precisado. Los objetivos del presupuesto son de previsión, planeación, organización, coordinación o integración, dirección, y control, es decir están en todas la etapas del proceso de administrativo.

²⁴AYALA HUGO, "Diccionario de Términos Económicos", Quito, 1999.

²⁵BACA URBINA GABRIEL, "<u>Evaluación de Proyectos 2</u>" Edición Mcgraw-Hill. México, D. F. Mx/1997

67

PRESUPUESTO DE EGRESOS

Está integrado por presupuesto de: Inventarios, costos de producción y

Compras, Costo de distribución y administración (gastos de ventas y gastos

de administración), impuesto sobre la renta, aplicación de utilidades, otros

egresos y presupuesto de inversión a más de un año²⁶.

INGRESOS TOTALES

Los ingresos son producto de la venta de bienes y servicios que produce el

proyecto.

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos

denominado por algunos autores como PUNTO MUERTO, porque en él no

hay ni pérdidas ni ganancias. Cuando los ingresos y los gastos son iguales

se produce el punto de equilibrio, cuyo significado es que no existen

utilidades ni pérdidas, es decir, si vendemos menos que el punto de

equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio

obtendremos utilidades. Para realizar este cálculo es menester clasificar los

costos en Fijos y en Variables, los mismos que se detallan en el cuadro que

llevan el nombre de "Costos Fijos y Variables" los años de vida útil del

proyecto.

²⁶Documento: César Reyes Villegas

COSTOS

El costo se define como el "valor" sacrificado para adquirir bienes o servicios, que se mide en dólares mediante la reducción de activos o al incurrir en pasivos en el momento en que se obtienen los beneficios. En el momento de la adquisición, el costo en que se incurre es para lograr beneficios presentes o futuros. Cuando se utilizan estos beneficios, los costos se convierten en gastos²⁷.

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

FIJOS: Se mantienen constantes durante el periodo completo de producción. Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen.

VARIABLES: Varían en forma directa con cambios en el volumen de producción.

MÉTODOS Y REPRESENTACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

- Función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{CostoFijoTotal}{VentasTotales - CostoVariableTotal} x100$$

_

²⁷U.N.L. Módulo IX, Elaboración y Evaluación de Proyectos, Pág. 57

- En función de las Ventas

$$PE = \frac{CostoFijoTotal}{CostoVariableTotal} \\ 1 - \overline{VentasTotales}$$

- PE en función de las unidades producidas

$$CV_U = \frac{CV}{UVI}$$

- Margen de Seguridad

$$mGS = \frac{Ventas..\Pr{esu - Vtas.deEquilibrio}}{Ventas..pre\sup{uestarias}}$$

ESTADOS FINANCIEROS

Representación estructurada de la posición financiera, de la empresa, resultado de operaciones y flujos de efectivo, que sirve de gran utilidad para un amplio rango de usuarios en la toma de sus decisiones económicas, así como presentan los resultados de la administración de los recursos confiados a la gerencia. Para cumplir con este objetivo, los estados financieros proveen información relacionada sobre: Activos, Pasivos, Ingresos, Gastos y Flujos de Efectivo; y muestran la posición financiera - resultados de la operación de todo negocio al final de un periodo contable.²⁸

_

²⁸ Apuntes Evaluación de Proyectos / Profesores: Sr. Rodrigo Geldes R. – Sr. Rafael Loyola B

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Reporte de todos los ingresos y gastos que pertenecen a un periodo específico. La utilidad liquida es el famoso último Renglón en un estado de resultado. Y es el sobrante después de deducir todos los gastos, proporciona la información del movimiento en los eventos que ocurren a lo largo de un lapso. Mide el producto neto de las operaciones de las Empresas referente a los ingresos y gastos, durante un periodo específico, por ejemplo un mes, un trimestre, un año. Los componentes del Estado de Pérdidas y Ganancias son:

- Ingresos.- Resultado de las ventas de mercancías y de servicios prestados, y son medidos por el cargo hecho a los clientes o tenedores de las mercancías y usuarios de los servicios que se les han suministrado.
- **Egresos.-** Todos los flujos de salidas reales de fondos; tenemos:
 - Gastos: Son los desembolsos de efectivo que producen su objetivo en el mismo periodo, dentro de estos gastos tenemos: Administrativos (actividades específicas, como fabricación o venta), Gastos de Venta (sueldos, seguro social, gratificaciones, comisiones de ventas y cobranzas, publicidad, empaques, transportes y almacenamiento).

 Gastos Financieros.- La totalidad de los intereses cargados a pérdidas y ganancias constituyan un egreso de caja, porque solo se imputan cuando ya se han causado y pagado.²⁹

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

Muestra cambio en la situación financiera a través de efectivo y equivalente del efectivo de la empresa, así como previa información importante acerca de los ingresos y pagos de efectivo de una empresa durante un periodo determinado de acuerdo, con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados, y puede prepararse en base al método:

- Directo: Informa las principales clases de ingresos y egresos de caja, montos brutos y también su respectiva suma aritmética hasta llegar al flujo neto de efectivo de las actividades operativas³⁰.
- Indirecto: La utilidad o pérdida neta es ajustada por los efectos de transacciones que no son de naturaleza de efectivo.

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se

²⁹ U.N.L, Modulo VI, Administración Financiera, Pág.59,60

³⁰Apuntes Evaluación de Proyectos / Profesores: Sr. Rodrigo Geldes R. – Sr. Rafael Loyola B.

³¹ U.N.L, Modulo VI, Administración Financiera, Pág.66

efectuará sobre los resultados que en ella se determinen. La información básica para realizar esta proyección está contenida en los estudios de mercado, técnico organizacional, así como en el cálculo de los beneficios a que se hizo referencia en el capítulo anterior. Al proyectar el flujo de caja, será necesario incorporar información adicional relacionada, principalmente con los efectos tributarios de la depreciación, de la amortización del activo nominal, valor residual, utilidades y pérdidas.

RELACIÓN BENEFICIO - COSTO

Consiste en determinar cuáles elementos son beneficios y cuales son costos, en general los beneficios son ventajas expresadas en términos monetarios que recibe el propietario, en cambio que los costos son los gastos anticipados de construcción, operación, mantenimiento, etc. También permite medir cuanto se conseguiría en dólares por cada dólar invertido, se lo determina actualizando los ingresos por un lado y por otro lado los egresos por lo que se considera el valor de actualización. Se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

B/C > 1 Se puede realizar el proyecto.

B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto.

B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto.

Fórmula:

$$R(B/c) = \frac{Ingrreso \dots Actualizad \ o}{Costo \dots Actualizad \ o}$$

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Determina el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto, es la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento o descontados a una tasa de interés pagada por beneficiarse el préstamo a obtener. El VAN, representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto.

DONDE:

VAN = FNC (1+1)

VAN Valor actual neto

FNC = Flujo neto de caja

I = Tasa de Interés

n = número de periodos

FA Factor de Actualización

Fórmula para obtener el VAN

$$VAN = \Sigma \frac{FNC - 1}{(1 + n)^{-1}}$$

Fórmula para obtener el Factor de Actualización:

$$FA = 1/(1+i)^n$$

ANÁLISIS:

Si el VAN es mayor a uno se acepta el proyecto Si el VAN es igual a uno se acepta el proyecto

LA TASA INTERNA DE RE. Si el VAN es menor a uno se rechaza el proyecto

Método de evaluación que toma en consideración el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto. Se podría interpretar a la Tasa Interna de Retorno, como la más alta

tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión³².

Fórmula

$$TIR = Tm + Dt \left(VAN..menor / VAN..menor - VAN..mayor \right)$$

- Si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptar el proyecto.
- Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL (PRC)

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital. Comúnmente los períodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas. El período de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial. La fórmula para calcular el periodo de recuperación es la siguiente³³:

$$PRt = \frac{Flujo..Neto..Acumulado - inversion}{Flujo..neto..ultimo..periodo}$$

³²Apuntes Evaluación de Proyectos / Profesores: Sr. Rodrigo Geldes R. – Sr. Rafael Loyola B. ³³ U.N.L, Modulo VI, Administración Financiera

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

En un proyecto, es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad, porque se trata de medir si le afectan o no a un proyecto, dos situaciones que se dan en una economía, esto es, el aumento en los costos y la disminución en los ingresos, es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro³⁴.

FÓRMULAS:

Diferencia..de..TIR = TIR..del..proyecto - Nueva..TIR

% de.. var iación =
$$\frac{Diferencia..entre..TIR}{TIR..del.. Proyecto}$$

$$sensibilidad = \frac{\%..Variación}{Nueva..TIR}$$

³⁴Apuntes Evaluación de Proyectos / Profesores: Sr. Rodrigo Geldes R. – Sr. Rafael Loyola B.

e) MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES.

Alquiler de equipo de computación

Textos

Suministros de oficina

Impresiones

Copias

Internet

Empastados

Imprevistos

MÉTODOS

Inductivo- Deductivo.- El manejo del presente método permitió comprobar la factibilidad de implementar una empresa PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE SALCHICHAS DE POLLO PARA LOS CANTONES DE PIÑAS, BALSAS Y MARCABELI.

Descriptivo.- El presente método ayudó a puntualizar detalladamente lo referente a la producción y comercialización de salchichas de pollo en el mercado, su oferta, demanda, demanda insatisfecha, además de todo el proceso de su producción, distribución y comercialización.

77

Analítico-sintético.- Se lo utilizó como instrumento de análisis y síntesis

para la verificación del estudio de mercado y la evaluación financiera del

proyecto propuesto.

Técnicas

De igual manera, para el desarrollo de la investigación se utilizó las

siguientes técnicas:

La entrevista.- Con el propósito de recabar la mayor cantidad de

información a los productores avícolas de cómo es el comportamiento del

mercado, se aplicó una entrevista previa que permitió determinar la

necesidad de crear una empresa productora y comercializadora de salchicha

de pollo para los cantones de Pinas, Marcabelí y Balsas.

La encuesta.- Se aplicó este instrumento de investigación a los habitantes

por familias de los cantones de Piñas, Balsas y Marcabelí de la provincia de

El Oro, para obtener información de fondo que me permitió conocer gustos y

preferencias para la adquisición del producto a ofertar, salchicha elaborada

con carne de pollo.

Tamaño de la Muestra.

Para determinar el tamaño de la muestra se ha utilizado la siguiente fórmula:

Ν

n = -----

 $1 + N (e)^2$

En todas las fórmulas:

n = Tamaño de muestra

N= Población total

E = Error experimental

78

El área de influencia del presente proyecto está constituida por los

Cantones: Piñas, Balsas y Marcabeli.

DETERMINACIÓN DEL SEGMENTO Y COMPORTAMIENTO DEL

MERCADO

La encuesta estará dirigida a los habitantes de los cantones del área de

influencia, PIÑAS, BALSAS Y MARCABELI

Población:

Para determinar el número de encuestas a realizar se tomó de base los

datos otorgados por el INEC 2010, cuya población total del Cantón Piñas

es 25.988 habitantes, con una tasa de crecimiento de 1,18%; la población

total del Cantón Balsas es de 6.861 y su tasa de crecimiento de 2,65%;

mientras que la población total del Cantón Marcabelí es de 5.450 habitantes,

con una tasa de crecimiento de 1.07%.

Dado que el proyecto está dirigido para las familias de estos tres cantones

cuyo promedio total es de 4 miembros por familia, se llegó a determinar los

siguientes valores:

Proyección del Tamaño de la Población

Pf = Pa(1+r)

Cantón Piñas

2010=25988

2011=25988(1,0118)=26294.6584= 26295

2012=26295(1,0118)=26605

NUMERO DE FAMILIAS=	Población	
	Número de personas por familia	
	26605	
NUMERO DE FAMILIAS=	4	
NUMERO DE FAMILIAS=	6651	

CUADRO Nº 1 Población Proyectada

2010	2011	2012
25988	26295	26605

FUENTE: INEC

ELABORACIÓN: La Autora

CANTÓN BALSAS

 $Pf = Pa(1+r)^n$

2010=6841

2011=6841(1,0265)=7022.3=7022

2012=7022(1,0265)=7208

NUMERO DE FAMILIAS= 7208

NUMERO DE FAMILIAS=

1802

CUADRO Nº 2 Población Proyectada

2010	2011	2012
6841	7022	7208

FUENTE: INEC

ELABORACIÓN: La Autora

Cantón Marcabelí

Pf = Pa(1+r)

2010=5450

2011=5450(1,0107)=5508

2012=5508(1,0107)=5567

NUMERO DE FAMILIAS=

1392

CUADRO Nº 3

Población Proyectada

2010	2011	2012
5450	5508	5567

FUENTE: INEC

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO Nº 4

Cálculo de la Muestra

CANTÓN	NÚMERO DE FAMILIAS
Piñas	6651
Balsas	1802
Marcabelí	1392
TOTAL	9845

FUENTE: Cuadro nº 1, 2 y 3 ELABORACIÓN: La Autora

FÓRMULA DE LA MUESTRA

N = 384

Del total del número de encuestas, 384, se procedió a dividir para su aplicación, conforme al porcentaje que le corresponde a cada cantón. Se realizó una regla de tres y se determinó el número de encuestas a aplicar

Total de familias en los tres cantones: 9845

CUADRO Nº 5

9845	100%
6651	Х

X= 67.56%

A Piñas le corresponde el 67.56%, Balsas 18.30% y Marcabelí 14.14%

CUADRO № 6 DISTRIBUCIÓN MUESTRAL

CANTÓN	PORCENTAJE	ENCUESTAS
Piñas	67,56	259
Balsas	18,30	70
Marcabelí	14,14	55
TOTAL	100	384

FUENTE: INEC

ELABORACIÓN: La Autora

f) **RESULTADOS**

TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA A DEMANDANTES POBLACIÓN DE BALSAS, MARCABELÍ Y PIÑAS

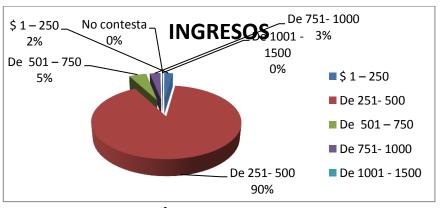
1. ¿Cuáles son sus ingresos mensuales?

CUADRO № 7 INGRESOS

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$ 1 – 250	9	2
De 251- 500	345	90
De 501 – 750	18	5
De 751- 1000	11	3
De 1001 - 1500	1	0
No contesta	0	0
TOTAL	384	100

Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO Nº 1



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En las encuestas aplicadas manifiesta que el 90% cuenta con un ingreso mensual de 251 – 500 dólares, mientras que el 5% es de 501 – 750 dólares, el 3% de 751 – 1000, mientras que el 2 % comprende de 1- 250 dólares, lo cual se destaca que el rango de mayor ingreso es de 251 – 500 dólares mensuales.

2. ¿Usted y su familia tiene la costumbre de Consumir Embutidos?

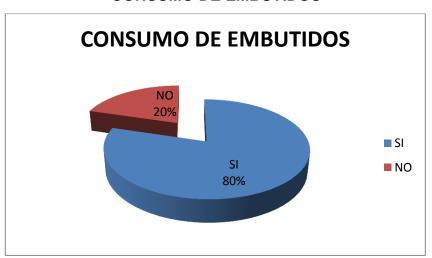
CUADRO Nº 8
CONSUMO DE EMBUTIDOS

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	306	80
NO	78	20
TOTAL	384	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Autora

Gráfico Nº 2 CONSUMO DE EMBUTIDOS



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a los resultados obtenidos se pudo determinar que el 80% de los encuestados consumen embutidos; mientras que tan solo el 20% de los encuestados no consumen embutidos sea esto por salud o por gustos y preferencias.

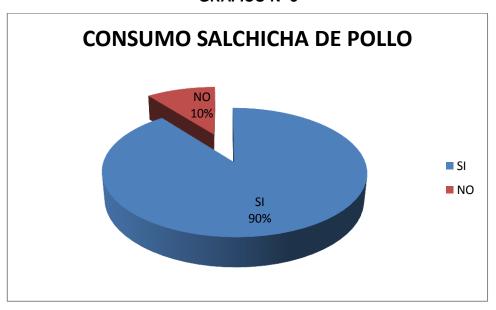
3. ¿En su hogar consumen salchicha de pollo?

CUADRO № 9 CONSUMO DE SALCHICHA DE POLLO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	274	90
NO	32	10
TOTAL	306	100

Fuente: Encuestas Elaborado por: La Autora

GRÁFICO Nº 3



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a los resultados obtenidos se pudo determinar que el 90% de los encuestados consumen salchicha de pollo, mientras que tan solo el 10% de los encuestados no consumen salchicha de pollo sea esto salud, gustos y/o preferencias.

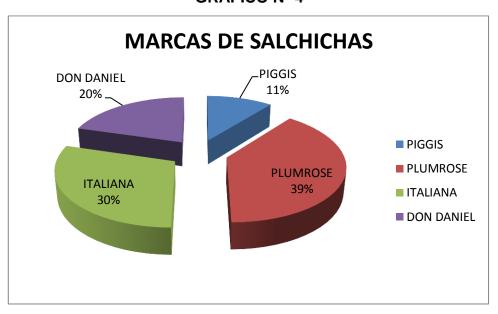
4. ¿Indique las marcas de salchichas de pollo que usted conoce?

CUADRO № 10
MARCAS DE SALCHICHAS DE POLLO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PIGGIS	34	12
PLUMROSE	125	46
ITALIANA	94	34
DON DANIEL	65	24

Fuente: Encuestas Elaborado por: La Autora

GRÁFICO Nº 4



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a los resultados obtenidos se pudo determinar que el 39% de los encuestados conocen la marca Plumrose que vende salchicha de pollo, el 30% la Italiana, el 20% Don Daniel; y, el 11% de la marca Piggis, esto determina que la marca Pumrose es una de las marcas más vendidas.

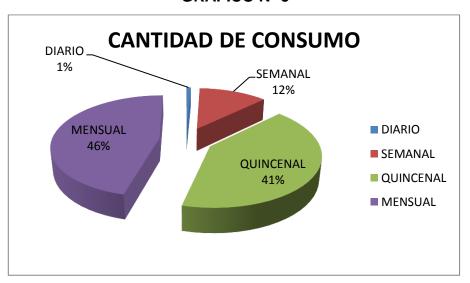
5. ¿Cada qué tiempo y cuantas libras consume usted de salchicha de pollo?

CUADRO № 11 CANTIDAD DE CONSUMO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	CANTIDAD	PORCENTAJE
DIARIO	2	½ libra	1
SEMANAL	33	½ libra	12
QUINCENAL	113	½ libra	41
MENSUAL	126	1 libra	46
TOTAL	274		100

Fuente: Encuestas Elaborado por: La Autora

GRÁFICO Nº 5



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a los resultados obtenidos se pudo determinar que el 46% de los encuestados compran mensualmente por lo menos una libra; el 41% compra ½ libra de salchicha de pollo quincenalmente; el 12% ½ libra de salchicha de pollo semanalmente; y, el 1% ½ libra diaria, lo que determina que es un producto que se consume por lo menos una vez al mes.

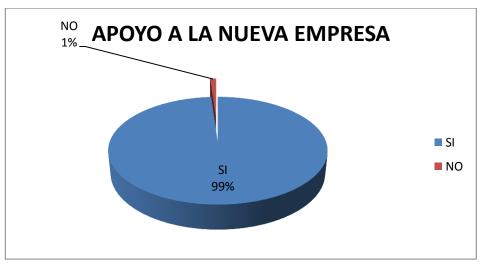
6. ¿Si en la provincia de El Oro del Cantón Balsas se implementara una empresa de producción y comercialización de salchicha de pollo estaría dispuesto hacer nuestro consumidor?

CUADRO Nº 12 APOYO A LA NUEVA EMPRESA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	271	99
NO	3	1
TOTAL	274	100

Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

Gráfico Nº 6



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a los resultados obtenidos se pudo determinar que el 99% están de acuerdo en apoyar y adquirir salchicha de pollo en una empresa nueva de recién creación en el cantón Balsas provincia de El Oro; mientras, que únicamente el 1% de los encuestados manifiestan que no ya que tienen su producto de preferencia.

7. ¿Qué precio paga usted por libra de salchicha de pollo?

CUADRO № 13
PRECIO DE LA LIBRA DE SALCHICHA DE POLLO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$ 1,50 a \$ 1,80	254	94
\$ 1,81 a \$ 2,10	12	4
\$ 2,10 a \$ 2,40	5	2
TOTAL	271	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Autora

Gráfico Nº 7



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 94% de los encuestados manifiesta que pagan entre \$ 1,50 a \$ 1,80 dólares por libra de salchicha de pollo; mientras, que el 4% pagan entre \$ 1,81 a \$ 2,10 dólares; y, únicamente el 2% pagan más de \$ 2,10 dólares por libra de salchicha de pollo, esto es un referente para poder poner el precio al producto en la nueva empresa.

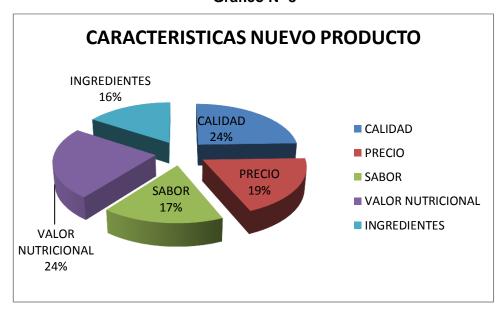
8. ¿Que tomaría en cuenta para consumir nuestro producto?

CUADRO № 14
CARACTERISTICAS DEL NUEVO PRODUCTO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CALIDAD	215	79
PRECIO	168	62
SABOR	147	54
VALOR NUTRICIONAL	209	77
INGREDIENTES	138	51

Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

Gráfico № 8



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 79% de los encuestados prefieren la calidad para consumir la salchicha de pollo; el 77% el valor nutricional; el 62% el precio; el 54% el sabor; y, el 51% prefieren por los ingredientes, lo que determina que las personas prefieren la calidad del producto.

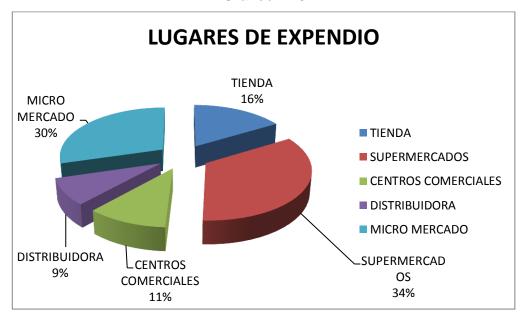
9. ¿Dónde le gustaría comprar la salchicha de pollo?

CUADRO № 15 LUGARES DE EXPENDIO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TIENDA	102	38
SUPERMERCADOS	214	79
CENTROS COMERCIALES	68	25
DISTRIBUIDORA	54	20
MICRO MERCADO	184	68

Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

Gráfico № 9



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 34% de los encuestados prefiere comprar la salchicha de pollo en los supermercados; el 30% en el micro mercado; el 16% en la tienda; el 11% en los centros comerciales; y, únicamente el 9% en la distribuidora, lo que determina que las personas prefieren comprar en los supermercados y micro mercados esto por las facilidades de compra.

10. ¿En Cuáles de los siguientes medios de publicidad preferiría usted que se informe del producto?

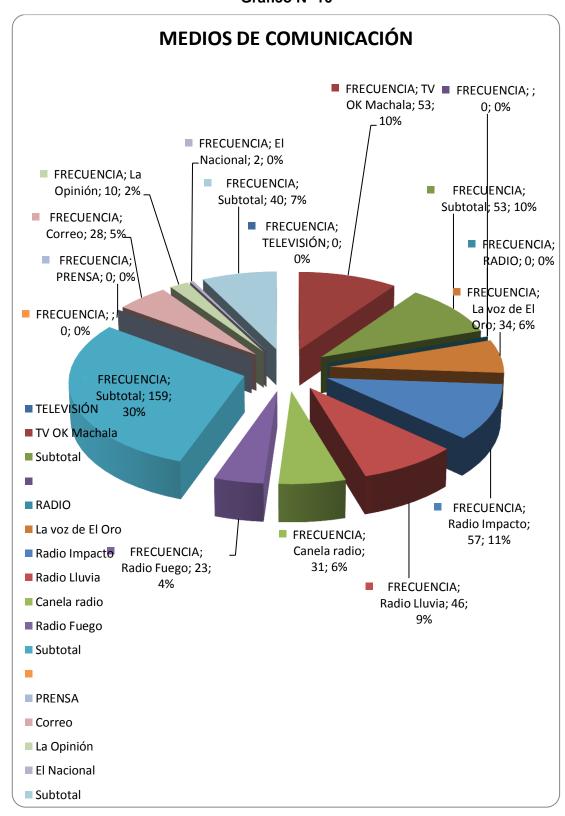
CUADRO Nº 16
MEDIOS DE COMUNICACIÓN

VARIABLE	FRECUENCIA	HORARIO	PORCENTAJE %
TELEVISIÓN			
TV OK Machala	53	7h00 a 12h00	
Subtotal	53		21%
RADIO			
La voz de El Oro	34	7h00 a 12h00	
Radio Impacto	57	7h00 a 12h00	
Radio Lluvia	46	13h00 a 18h00	
Canela radio	31	19h00 más	
Radio Fuego	23	13h00 a 18h00	
Subtotal	159		63%
PRENSA			
Correo	28		
La Opinión	10		
El Nacional	2		
Subtotal	40		16%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Autora

Gráfico Nº 10



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 63% de los encuestados les gustaría que el producto se promocione por medio de la radio, el 21% por medio de la Televisión; y, el 16% por medio de la Prensa escrita, lo que determina que el mayor medio de preferencia para promocionar el producto en la nueva empresa es la radio.

ENTREVISTA A OFERENTES

Las entrevistas fueron realizadas a los representantes legales de las 18 establecimientos comerciales de las ciudades de Piñas, Balsas y Marcabelí, obteniendo los siguientes resultados:

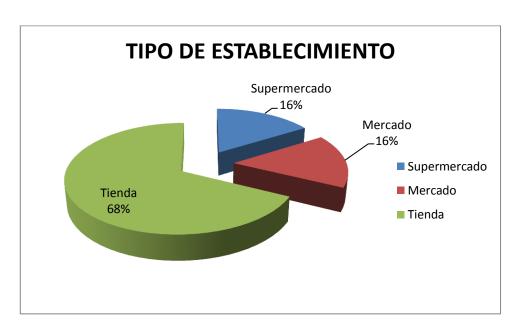
1. ¿Qué tipo de establecimiento tiene usted?

CUADRO Nº 17
TIPO DE ESTABLECIMIENTO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Supermercado	5	16
Mercado	5	16
Tienda	21	68
TOTAL	31	100

Fuente: Encuestas Oferta Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 11



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de los encuestados el 68% afirman que poseen una tienda, mientras que el 32% restante se divide igualitariamente en tienda y mercado

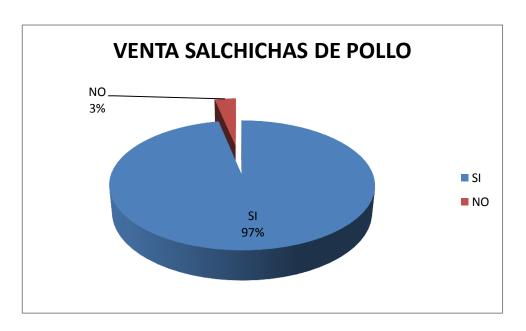
2. ¿Vende en su negocio salchichas de pollo?

CUADRO Nº 18
VENTA DE SALCHICHAS DE POLLO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	30	97
NO	1	3
TOTAL	31	100

Fuente: Encuestas Oferta Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 12



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de los encuestados el 97% dicen que si venden salchichas de pollo mientras que el 3% restante afirma no venderlas.

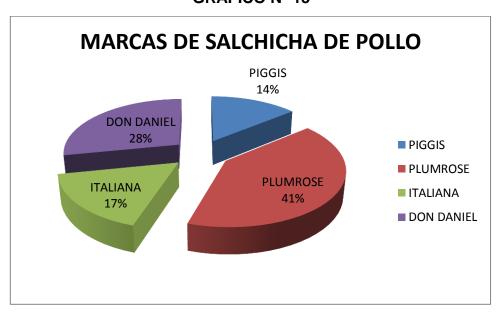
3. ¿Indique las marcas de salchichas de pollo que usted vende?

CUADRO № 19 MARCAS DE SALCHICHAS DE POLLO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PIGGIS	10	32
PLUMROSE	29	94
ITALIANA	12	39
DON DANIEL	20	65
TOTAL	71	229,0322581

Fuente: Encuestas Oferta Elaborado por: La Autora

GRÁFICO Nº 13



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a los resultados obtenidos se pudo determinar que el 41% de los encuestados venden la marca Plumrose, el 28% la marca Don Daniel, el 17% Italiana; y, el 14% de la marca Piggis.

4. ¿Qué cantidad (en libras) de salchicha de pollo vende semanalmente?

CUADRO № 20 CANTIDAD DE VENTA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 A 10	27	87
11 A 20	3	10
21 A 30	1	3
TOTAL	31	100

Fuente: Encuestas Oferta Elaborado por: La Autora

Gráfico N°14



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 87% de los encuestados afirma que vende una frecuencia de 1 a 10 libras semanales, el 10% de 11 a 20 libras y el 3% de 21 a 30 libras semanales

5. ¿En cuánto vende usted una libra de salchichas de pollo?

CUADRO № 21
PRECIO DE LA LIBRA DE SALCHICHA DE POLLO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DE \$ 1,00 A \$ 2,00	31	100
DE \$ 2,01 A \$ 3,00	0	0
TOTAL	31	100

Fuente: Encuestas Oferta Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 15



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 100% de los encuestados afirman que venden la libra de salchicha entre 1 y 2 dólares.

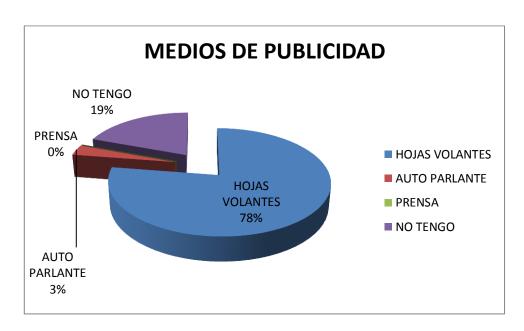
6. ¿Cuál de los siguientes medios de publicidad realiza la promoción de sus productos?

CUADRO № 22 MEDIOS DE PUBLICIDAD

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
HOJAS VOLANTES	24	77
AUTO PARLANTE	1	3
PRENSA	0	0
NO TENGO	6	19
TOTAL	31	100

Fuente: Encuestas Oferta Elaborado por: La Autora

Gráfico N°16



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 77% de los oferentes afirma que su publicidad la realiza por medio de hojas volantes, el 19% no posee y el 3% lo hace por autoparlante.

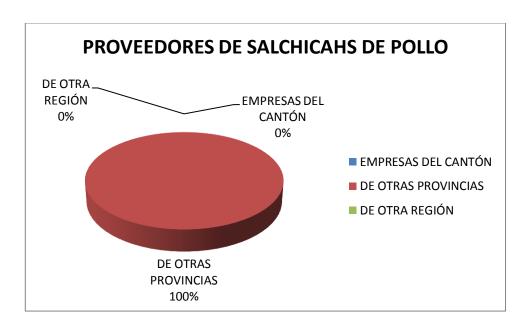
7. ¿Quién le provee a su negocio de las salchichas de pollo?

CUADRO № 23
PROVEEDORES DE SALCHICHA DE POLLO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EMPRESAS DEL CANTÓN	0	0
DE OTRAS PROVINCIAS	31	100
DE OTRA REGIÓN	0	0
TOTAL	31	100

Fuente: Encuestas Oferta Elaborado por: La Autora

GRÁFICO Nº17



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La totalidad de los encuestados afirma que poseen proveedores de otras provincias.

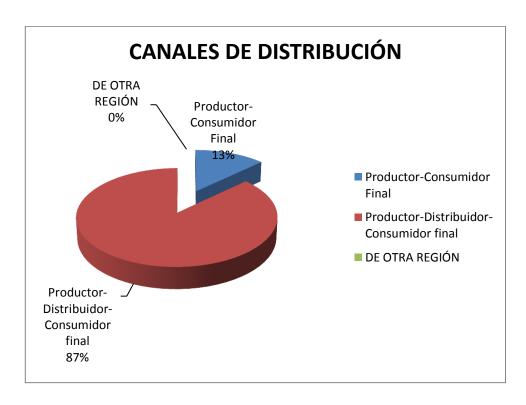
8. ¿Qué canal de distribución utiliza usted para comercializar la salchicha de pollo?

CUADRO № 24 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Productor-Consumidor Final	4	13
Productor-Distribuidor-Consumidor final	27	87
TOTAL	31	100

Fuente: Encuestas Oferta Elaborado por: La Autora

GRÁFICO Nº18



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de los encuestados el 87% afirman que el canal de distribución que poseen es el del productor-distribuidor-consumidor final mientras que el 13% dicen poseer el del productor-consumidor final.

g) DISCUSIÓN

ESTUDIO DE LA DEMANDA

Permite conocer cuál es la situación de la demanda del producto, es decir, nos da a conocer los clientes y futuro de nuestro producto, se analiza el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función de la cual la producción de salchicha de pollo.

La demanda del producto a fabricarse está sujeta a los nutrientes, sabor y precio del mismo, ingresos, gustos y preferencias del consumidor, así como también a la competencia de productos similares o también de productos sustitutos.

La demanda actual nos da una pauta de la cantidad de consumidores que se tendrá en años futuros.

DEMANDA POTENCIAL

Para la determinación de los posibles demandantes he considerado las familias de la población de los cantones de Balsas, Piñas y Marcabelí (9.845), constituidas por cuatro miembros respectivamente y en tal sentido se ha procedido a realizar la proyección de los mismos para los 5 años de vida útil del proyecto, utilizando la siguiente formula:

Formula de Proyección:

$$Pd = Dt (1+r)^t$$

En donde:

Pd= Proyección de la Demanda

Dt= Demanda Total

r= índice de crecimiento

t= Tiempo en Años

CUADRO № 25 POBLACIÓN DE FAMILIAS

Año 2012		Población de Familias
Piñas, Balsas Marcabelí	у	9.845

Fuente: INEC. Censo 2010 Elaborado por: La Autora

Calculo de la Proyección

 $P_{2013} = (9.845) (1+0.0163)^1$

= 10.005

En la proyección para los siguientes años se toma la misma base y se cambia el exponente (Ejm: P_{2014} = (10.005) (1+0.0163)), determinando los posibles consumidores. Efectuadas las proyecciones se tiene los siguientes resultados:

CUADRO № 26 PROYECCIÓN FAMILIAS

Año	Familias
0	9845
1	10005
2	10169
3	10334
4	10503
5	10674

Fuente: Proyecciones (TC 1,63%)

Elaborado por: La Autora

Para calcular la demanda potencial se toma en consideración el número de familias para el año 2012 que es 9.845 al mismo se lo multiplica por el 80% (Cuadro Nº 8) que constituye la población que consume embutidos en General, para lo cual se utiliza la siguiente fórmula:

Fórmula:

Dp = Qp.M%

Para el año 2012

Dp= Qp. M%

Dp=9.845 *0.80

Dp= 7.876 famílias

En donde:

Dp = Demanda Potencia Qp = Población Proyectada

M%= Porcentaje de la demanda Muestral

CUADRO N° 27

DEMANDA POTENCIAL

Año	Demanda	Consumen 80%	Demanda
	Familias	OU /6	Potencia
0	9.845	80	7.876
1	10.005	80	8.004
2	10.169	80	8.135
3	10.334	80	8.267
4	10.503	80	8.402
5	10.674	80	8.539

Fuente: Cuadros Nº 8 y 26 Elaborado por: La Autora

Se determina una demanda potencial para el año 2012 de 7.876 familias.

DEMANDA REAL

Para calcular la demanda real se toma en consideración la demanda potencial de las familias que consumen embutidos para el año 2012 que es 7.876 al mismo se lo multiplicamos por el 90% (Cuadro Nº 9) que constituye la población que consume Salchicha de Pollo, a esta demanda real se la proyecta para los cinco años de vida útil del proyecto con la tasa de crecimiento poblacional del 1,63%.

CUADRO N° 28

DEMANDA REAL

Año	Demanda Potencial	Consumen Salchicha de pollo 90%	Demanda Real en familias
0	7.876	90	7.088
1	8.004	90	7.204
2	8.135	90	7.321
3	8.267	90	7.441
4	8.402	90	7.562
5	8.539	90	7.685

Fuente: Cuadros Nº 9 y 27 Elaborado por: La Autora

DEMANDA EFECTIVA

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen restricciones producto de la situación económica, el nivel de ingresos u otros factores que impedirán que puedan adquirir el producto.

Para calcular la demanda efectiva se toma en consideración la demanda real para el año 2012 que es de 7.088 al mismo se lo multiplica por el 99% (cuadro Nº 11) de los consumidores que si desearían que se creara una empresa productora y comercializadora de salchicha de pollo y que

compraran el producto en el cantón Balsas, para lo cual se utiliza la siguiente fórmula.

Fórmula:

De = Qp.M%

Para el año 2012

De= Qp. M%

De= 7.088*99%

De= 7.018 familias

En donde:

De = Demanda Efectiva Qp = Población Proyectada

M%= Porcentaje de la demanda Muestral

CUADRO Nº 29 DEMANDA EFECTIVA

Año	Demanda Real	Creación de la nueva empresa 99%	Demanda Efectiva
0	7.088	99	7.018
1	7.204	99	7.132
2	7.321	99	7.248
3	7.441	99	7.366
4	7.562	99	7.486
5	7.685	99	7.608

Fuente: Cuadro Nº 12 y 28 Elaborado por: La Autora

Se determina una demanda efectiva para el año 2012 de 7.018 familias.

Consumo Per cápita

Para calcular el consumo Per cápita (indicador que se utiliza para estimar la cantidad promedio de consumo anual del producto).

La Media Aritmética

Fórmula

 $X = \sum fx$

De = Demanda Efectiva

Qp = Población Proyectada

En donde:

X = Media aritmética

 $\sum f X$ = Sumatoria de la Frecuencia*

porciones

N = Población Total

M%= Porcentaje de la demanda

Consumo Per cápita

$$X = 4.041,5 = 14,75$$
 libras anuales por familia 274

Para la realización de este cálculo se tomó en cuenta los compradores reales que están dispuestos a consumir el producto, tomando como frecuencia la pregunta Nº 11¿Cada qué tiempo y cuantas libras consume usted salchichas de pollo? Luego se multiplicó por el año, luego se toma el total de la cantidad anual que es de 4.041,5, la mima que fue dividida para el total de la población de personas que consumen que es de 274, determinando de esta manera que el consumo per cápita es de 14,75 libras de salchicha de pollo al año por familia.

CUADRO № 30 CONSUMO PERCAPITA

Alternativas	Frecuencia	Anual	Cantidad	Cantidad Libras al año
DIARIO	2	365	½ libra	365
SEMANAL	33	52	½ libra	858
QUINCENAL	113	24	½ libra	1356
MENSUAL	126	12	1 libra	1512
TOTAL	274			4.041,50

Fuente: Cuadro Nº 11 Elaborado por: La Autora

DEMANDA ESPERADA

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan de un producto en un mercado.

Cuadro N° 31 Demanda Efectiva

Año	Demanda Efectiva	Consumo Per cápita Libras	Demanda Efectiva en Libras
0	7.018	14,75	103.508
1	7.132	14,75	105.196
2	7.248	14,75	106.910
3	7.366	14,75	108.653
4	7.486	14,75	110.424
5	7.608	14,75	112.224

Fuente: Cuadro Nº 29 y 30 Elaborado por: La Autora

Para el año 2012 la demanda esperada o efectiva es de 103.508 libras de Salchicha de Pollo para los cantones de Piñas, Balsas y Marcabelí.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Cuando se habla de la oferta esta debe ser considerada como la cantidad de productos que se ofrece al mercado consumidor.

Para determinar la oferta de salchichas de pollo se recolectó la información mediante la aplicación de encuestas a los comercializadores y demás establecimientos existentes en las ciudades de Marcabelí, Balsas y Piñas, en una muestra significativa tales como tiendas, bodegas, y supermercados, lugares que son de mayor concentración de acopio de estos productos para su venta.

OFERTA ACTUAL

Para poder determinar la oferta actual he recolectado información sobre la cantidad que venden diariamente cada establecimiento, datos que al formularlo con una tabla de distribución de frecuencias por intervalos de clase, permitirá conocer la media promedio de venta de cada comercio. Para lo cual se utiliza los datos de cuadro Nº 17. Para obtener la oferta total se multiplica la oferta anual promedio, por el número de establecimientos que tienen las ciudades de Marcabelí, Balsas y Piñas en el sector urbano, distinguiéndolo por el tipo de comercio, según datos extraídos de los Municipios de Balsas, Marcabelí y Piñas.

OFERTA

CUADRO № 32

CANTIDAD DE VENTA DE SALCHICHA DE POLLO SEMANLAMENTE

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Xm	Cantidad Libras al año	SEMANAS AL AÑO	OFERTA TOTAL LIBRAS
1 A 10	27	87	5,5	148,5		
11 A 20	3	10	15,5	46,5	50	11 466
21 A 30	1	3	25,5	25,5	52	11.466
TOTAL	31			220,50		

Fuente: Cuadro Nº 20 Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La oferta existente es de 220.5 libras de salchicha de pollo, a esta se la multiplica por 52 semanas que existe al año, determinando 11.466 libras de salchicha de pollo al año, para la proyección de la oferta se ha tomado el dato del SRI, en el cual estos establecimientos crecen en un porcentaje del 1,05% anual datos del 2011 al 2012.

CUADRO № 33
PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑOS	OFERTA TOTAL LIBRAS
0	11.466
1	11.586
2	11.708
3	11.831
4	11.955
5	12.081

Fuente: SRI (TC 1,05%) y Cuadro 32

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

El análisis de la oferta y la demanda permite determinar la demanda insatisfecha para el producto.

Se denomina demanda insatisfecha al análisis entre la demanda efectiva y la oferta, siendo esta la cantidad de bienes y servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún producto podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.

Como se pudo determinar en el estudio de la oferta, ésta se realizó en las diferentes tiendas, bodegas y supermercados de productos de primera necesidad de las ciudades de Marcabelí, Balsas y Piñas, de las cuales se tomó las cantidades de productos vendidos.

CUADRO Nº 34
DEMANDA INSATISFECHA.

AÑO	DEMANDA EFECTIVA TOTAL LIBRAS	OFERTA TOTAL EN LIBRAS PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA LIBRAS
0	103.508	11.466	92.042
1	105.196	11.586	93.609
2	106.910	11.708	95.202
3	108.653	11.831	96.822
4	110.424	11.955	98.469
5	112.224	12.081	100.143

Fuente: Cuadros Nº 31 y 33

Elaboración: La Autora

El producto que se pretende elaborar en la presente investigación, no es producido en las ciudades de Marcabelí, Balsas y Piñas, por no existir empresas que elaboren estos productos, estableciendo solamente la comercialización en bodegas, tiendas y supermercados.

La demanda insatisfecha actual del proyecto es de 92.042 libras de Salchichas de Pollo para el año base; para el tercer año de 96.822 y para el año cinco de 100.143, para su posible implementación se tomará estrategias

o alternativas convenientes como lo demostraremos más adelante, considerando estos datos para su comercialización en las zonas de influencia del mismo.

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Para realizar el plan de comercialización para la naciente empresa, se tomará en consideración los cuatro elementos del mercado que son producto, precio, plaza y promoción

PRODUCTO

El producto que se pretende elaborar será de alta calidad, procesada de acuerdo a las normas de higiene y calidad, distinto a los existentes en el mercado. EL producto tendrá las siguientes características:

Tamaño: Se lo presentará en bandejas de termo formado con un peso de 500 gramos, que satisfaga las expectativas en salud alimentaria a los consumidores.

Materia Prima: Esta elaborado con 100% pollo de producción del Cantón Balsas, que presente las exigencia de calidad que caracterizará a nuestra empresa productora. Una vez obtenido el producto su durabilidad será de 30 días en refrigeración, tendrá una forma sólida, con su color propio de la carne de pollo de calidad.

Diseño: El envasado se hará utilizando productos frescos, a fin de satisfacer las necesidades y preferencias de los clientes.

LOGOTIPO:

En el anverso de la etiqueta constará: el nombre de la empresa "Salchicha la Balserita", marca, ingredientes, lugar y dirección de producción, registro sanitario, cantidad en gramos, valor unitario.

El embalaje constará de bandejas de termo formado de 500 gramos, el mismo que estará diseñada con el logotipo.

El logotipo que utilizará la empresa estará diseñado de la siguiente manera:

"Salchicha la Balserita"

Elaborado con pollo de calidad

Producido Por Empresa Productora de Cárnicos "Balserita"



Dirección: Cdla. La Alborada, Calle Vicente Galarza

Telf.: 072 517 267 072 517 954 Registro sanitario: EN TRÁMITE

PESO NETO

1 Libra

INGREDIENTES: Carne de pollo, grasa, sal, jengibre, ajo, sales, acido ascórbico, Proteína de vegetales

PRECIO

El precio es estrategia fundamental en la comercialización del producto ya que de este dependerá la rentabilidad del proyecto. Para la determinación del precio se tomará en cuenta tanto los costos de producción, la referencia del cliente y de la competencia (3Cs), el cual nos permita competir en el mercado actual. En resumen la fijación del precio al producto estará

manejado por el costo unitario de producción más un margen de utilidad, el mismo que será flexible a los cambios del entorno del mercado, ya que se deberá entrar al mismo con precios competitivos y accesibles.

PLAZA

La plaza para ofertar el producto será los cantones de Piñas, Balsas y Marcabelí La salchicha de pollo, llegará al consumidor de una forma adecuada con la finalidad de satisfacer las necesidades del cliente y la participación activa en la venta de los distribuidores (Tiendas minoristas, Venta de Cárnicos y Mini Marquet), para lo cual la empresa productora de Salchicha de pollo "Salchicha la Balserita", utilizará el siguiente canal de comercialización.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

LA venta del producto se realizará mediante dos canales de comercialización, desde que el producto sale de la fábrica hasta que llegue al consumidor final.

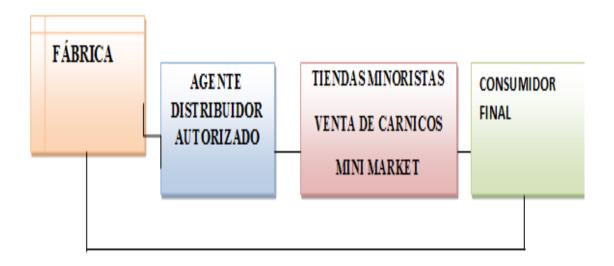
VENTA DIRECTA DE LA EMPRESA.- El consumidor final podrá realizar los pedidos directamente a la empresa ubicada en el Cantón Balsas, provincia de El Oro.

2) **VENTA A TRAVÉS DE INTERMEDIARIOS**.- Ésta se formalizará a través de establecimientos comerciales del lugar. A continuación se plantea el diagrama de los canales de distribución:

DIAGRAMA Nº 1

SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN DE

"Salchicha La Balserita" ELABORADO EN EL CANTÓN BALSAS



El primer canal indica que la fábrica distribuirá el producto al agente distribuidor, quien se encargará de vender entregar a los tiendas minoristas, venta de cárnicos y Supermercados. El segundo canal señala que la fábrica colocará directamente el producto al consumidor final; es decir sin intermediarios.

PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

En cuanto a lo referente a la promoción por el momento no se la realizarán.

Por el contrario la publicidad se la realizará por medios radiales ya que los consumidores del producto prefieren ser informados por medio de este

medio, tal como sugiere el cuadro n°11. Para lograr este objetivo se, se utilizará los medios de información de mayor frecuencia de los cantones Piñas, Balsas y Marcabelí (Radio La Mejor del Cantón Balsas y Radio Lluvia del Cantón Piñas), en las cuales se pasaran cuñas comerciales en horas de mayor sintonía (5 días a la semana, 3 pasadas diarias), también se entregaran hojas volantes.

La propaganda en la radio será la siguiente:

Todas las mañanas me levanto con la preocupación de que si a mi familia la estaré alimentando correctamente. Por suerte encontré un producto que satisface estas necesidades, además de ser rico y sano. Salchicha de pollo "La Balserita" porque está elaborado con productos frescos, y con productos nuestros. Salchichas "LA Balserita", pruébalos y lo comprobarás.

Las hojas volantes serán bajo el siguiente formato



CUADRO N°35

COSTOS DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

	VALOR	VALOR
DENOMINACIÓN	MENSUAL	ANUAL
Radio "La mejor"	40	480
Radio"Lluvia"	40	480
Hojas volantes	20	240
TOTAL	100	1200

Fuente: Radio "La Mejor" y "La Lluvia" Elaboración: La autora

CUADRO N°36

RESUMEN DE LOS COSTOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

	VALOR	VALOR
DENOMINACIÓN	MENSUAL	ANUAL
Propaganda Radia	80	960
Hojas volantes	20	240
TOTAL	100	1200

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio de mercado tiene por finalidad determinar los requerimientos empresariales en función de los siguientes aspectos:

- Localización del proyecto.
- Tamaño del proyecto.
- Distribución de la planta.
- Ingeniería del Proyecto
- Organización Administrativa

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

TAMAÑO DEL PROYECTO

Considera su capacidad de producción durante un período de tiempo de funcionamiento que se considera normal.

Es importante además tener en cuenta los productos de reserva o de prever los posibles cambios que puedan darse en su funcionamiento, esto tomando en cuenta la relatividad de la demanda, esto hace ver que la capacidad instalada de la empresa sea superior al total general de producción que se plantea ofrecer, ahora que hay que tomar en cuenta que la capacidad depende de la naturaleza del presente proyecto.

En lo que tiene que ver con la utilización de la fuerza de trabajo, se ha previsto laborar en jornadas normales de 8 horas -día, por 264 días-año laborables.

CAPACIDAD INSTALADA

Es aquella que indica cuál será la máxima capacidad de producción que puede alcanzar el componente tecnológico de un periodo de tiempo determinado. Esta capacidad se expresa en la cantidad a producir por unidad de tiempo, es decir volumen, peso, valor o unidades de producto elaborado por año, mes, días, turno, hora, etc.

En algunos casos la capacidad de una planta se expresa, no en términos de la cantidad de producto que se obtiene, sino en función del volumen de materia prima que se procesa.

La empresa empezará sus actividades con una capacidad instalada capaz de poder satisfacer el 47,38% del total de la demanda insatisfecha para los 5 años de vida útil de proyecto, este porcentaje se lo consideró debido a que la maquinaria (embutidora) a utilizar a su 100% de capacidad instalada permite producir 60.215 libras de salchicha de pollo, esto debido a la capacidad que tiene la máquina picadora y embutidora automática para salchicha de pollo trabajando las 24 horas del día y los 365 días del año. Pero la empresa trabajará únicamente ocho horas y 264 días laborables al año, esto determina que por hora la máquina hará 21 libras de salchicha de pollo, multiplicado por ocho horas laborables da 168 libras de salchicha de pollo y

a esta se la multiplica por los 264 días laborables al año da 44.352 libras de salchicha de pollo. Y así obtener una mejor rentabilidad en la elaboración del producto brindado de esta manera un producto de calidad, y dejando un 47,38% para posibles imprevistos que pueda tener nuestra empresa; como se detalla en el siguiente cuadro:

CUADRO № 37 CAPACIDAD INSTALADA

Año 1	Demanda	Porcentaje a Capacidad		
	Insatisfecha	Utilizarse	Instalada	
2013	93.609	47,38%	44.352	

Fuente: Cuadro Nº 36 Elaborado por: La Autora

CAPACIDAD UTILIZADA

Constituye el rendimiento al nivel de producción con la que se hace trabajar la maquinaría, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un período determinado.

En proyectos nuevos éstas normalmente es inferior a la capacidad instalada en los primeros años y generalmente luego de transcurrido medio período de vida de la empresa esta se estabiliza y es igual a la capacidad instalada.

Cuando una empresa empieza a funcionar nunca produce el 100% de la capacidad instalada por diversos motivos como: Introducción del producto,

búsqueda de materia prima, contratación de mano de obra y servicios básicos, tomando en cuenta todos los factores se creyó conveniente:

Del primer al tercer año tendrá una producción del 80%, cuarto al sexto año el 85%, del séptimo al noveno el 90%; y, el décimo año el 95%. Como se indica en el cuadro siguiente:

CUADRO Nº 38
CAPACIDAD UTILIZADA

Año	Capacidad	Porcentaje a	Capacidad
	Instalada	Utilizarse	Utilizada
1	44.352	80%	35.482
2	44.352	80%	35.482
3	44.352	80%	35.482
4	44.352	85%	37.699
5	44.352	85%	37.699

Fuente: Cuadro Nº 37 Elaborado por: La Autora

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El estudio de localización se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se ubicará el proyecto.

En cuanto a la localización, esta nueva empresa estará ubicada de forma macro y micro de la siguiente manera.

MACROLOCALIZACIÓN

La empresa estará ubicada en la Región Sur, provincia de El Oro, Cantón Balsas, como el área más adecuada, de acuerdo a estos factores:

- ✓ Mayor disponibilidad de movilización, para los mercados proyectados
- ✓ Proximidad de la materia prima
- ✓ La infraestructura en el área urbana es favorable.
- ✓ Condiciones socioeconómicas, como disponibilidad apoyo comunitario y Gobierno.

Macro localización



MICROLOCALIZACIÓN

Para determinar la localización exacta de la empresa se considera factores tales como:

- Disponibilidad de acceso para el cliente.

 La empresa
 estará ubicada cerca a la vía panamericana en un lugar de
 fácil acceso el mercado cantonal y provincial.
- Disponibilidad de materia Prima.- La principal materia prima
 como es la carne de pollo se produce en el cantón y toda la
 parte alta de la provincia; y uno de nuestros objetivos es
 aprovecharla de manera que nos permite influir en la calidad de
 producción deseada, (pollo con más peso, carne de primera
 calidad) y cantidad.
- Mano de Obra.- La producción de salchicha de pollo emplea un proceso casi industrial de fácil proceso, por lo que utilizaremos la mano de obra de la gente del sector entre los trabajadores que conocen el trato del pollo, por ser un cantón de producción avícola, en la que participan hombres y mujeres (obreros).
- Servicios generales.- En el requerimiento de infraestructura industrial cuenta con un terreno donde se puede ampliar su potencial, además cuenta caminos de acceso, energía eléctrica, agua, servicio de comunicación.

128

 Eliminación de desechos.- La planta genera aguas residuales que puede contener nitritos nitratos, sales minerales, especias grasas y sólidos, por lo que la zona cuenta con el lugar característico para tratamiento de los desechos

Por los factores anteriormente determinados, la empresa se ubica en:

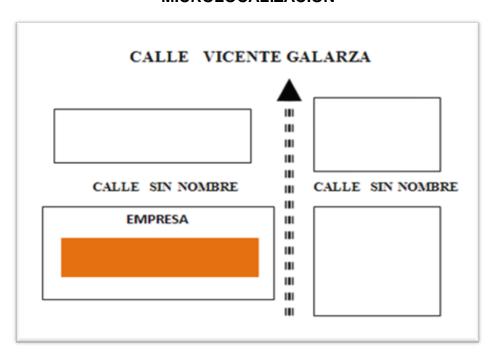
Ciudad: Balsas

Parroquia: El valle

Barrio: Ciudadela Alborada

Calles: Calle Vicente Galarza

MICROLOCALIZACIÓN



FACTORES DETERMINANTES DEL PROYECTO

Para elegir la mejor localización de la empresa se utilizó el método cualitativo por puntos. Este método consiste en asignar factores cuantitativos a una serie de aspectos que se consideran relevantes para la localización y luego se les asigna un peso. La suma de estos pesos debe ser igual al. 100%.

Adicionalmente se califica a cada uno de los factores que pertenece a una alternativa de localización: A (ALAMOS), B (ALBORADA), C (LAS BRISAS) en relación a la escala predeterminada de 0 a 100. De acuerdo a la suma de los puntajes de cada una de las alternativas se escogió la que obtuvo mayor resultado que se presenta en la siguiente tabla:

CUADRO № 39

MATRIZ CUALITATIVA POR PUNTOS PARA SELECCIONAR

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

FACTOREO		ALTERNATIVAS DE LOCALIZACIÓN					
FACTORES LOCACIONALES	PESO	Α		В		С	
		CALIF.	POND.	CALIF.	POND.	CALIF.	POND.
Costo de Arriendo	35	60	21	70	24,5	80	28
Seguridad	30	70	21	80	24	50	15
Facilidad de parqueo	20	60	12	80	16	40	8
Disponibilidad de servicios básicos	15	100	15	100	15	100	15
TOTAL	100		69		79,9		66

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: LA AUTORA

Para determinar la localización más apropiada para el proyecto se tomó la alternativa que obtuvo mayor puntaje, en este caso la empresa se ubicará en el barrio La Alborada en la calle Vicente Galarza y sin Nombre.

INFRAESTRUCTURA FÍSICA

En toda industria alimentaria es importante una planta diseñada con suficiente amplitud correcta compatibilidad con el ambiente, por seguridad es necesario pisos libres de abstracciones y buena ventilación, amplitud de terreno para el reordenamiento ante el cambio de proceso de producción así como la cantidad a producir.

Se iniciará las actividades en una planta industrial en ya existente, cuya estructura física se define de la siguiente manera:

- Una planta de 12m x 16.25m, dando un espacio total de 195 m².
- El local consta de cinco ambientes debidamente equipadas para llevar a cabo cada una de las operaciones

DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA EMPRESA

El espacio físico con que contará esta empresa será de 195m², los mismos que estarán debidamente distribuidos de acuerdo a las necesidades empresariales.

Como se indicó anteriormente para esta empresa se necesita un espacio físico de 195 metros cuadrados los cuales se distribuyen de la siguiente forma:

Área de Administración	15.30 m ²
Secretaria y Contabilidad	16.20 m ²
Vestidores	5.30m ²
Baños	6.90 m^2
Área de producción	50.70 m ²
Bodega de insumos	23.85 m ²
Bodega de producto terminado	20.95m ²
Espacio para alojar desperdicios	4.80 m2
Espacio libre	5 m^2
Total	195 m²

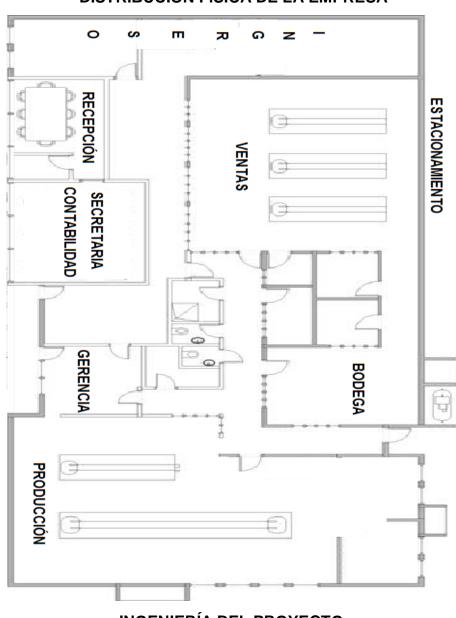


Gráfico Nº 19 DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA EMPRESA

INGENIERÍA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto por su naturaleza queda fuera del ámbito de acción de la economía. Sin embargo se hace magna la necesidad que este disponga de ciertos elementos de juicio generales que le ayuden a organizar al equipo que tiene a su cargo la elaboración del proyecto, a fin de ordenar en forma sistemática los coeficientes e indicadores que originándose en el

estudio de ingeniería puedan integrarse en forma coherente al cuerpo del proyecto.

La ingeniería ayudará a planificar aspectos como la instalación de equipo, funcionamiento, secuencia de procesos y distribución física de la planta para precisar el personal de la empresa

PROCESO PRODUCTIVO

EL proceso productivo permitirá conocer la secuencia que se llevará a cabo para la transformación de la materia prima en el producto terminado.

PROGRAMACIÓN DE PRODUCCIÓN

ETAPAS PREVIAS A LA INICIACIÓN DE PROCESO PRODUCTIVO

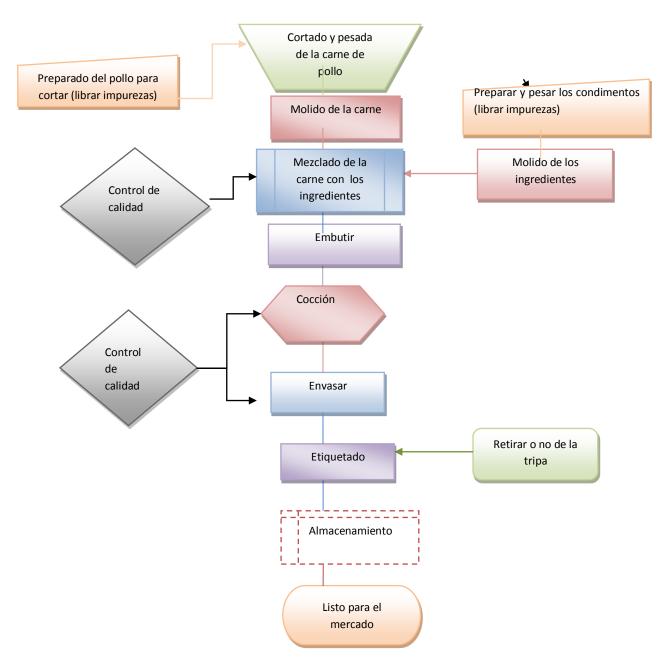
Las salchichas se encuadran dentro del grupo de productos cárnicos tratados por calor, que se definen como productos cárnicos picados, fabricados con carne y grasa, embutidos en tripa natural o artificial, que se puede conservar o eliminar tras la cocción, y cuyo calibre máximo es de 45 mm de diámetro.

Otros ingredientes son el agua procedente de la carne y el que se añade en la fase de picado, la sal y mezclas de especias o condimentos.

El proceso de elaboración comienza con el picado: manualmente personas y máquinas que van cortando y picando los ingredientes, para agregar a la moledora hasta obtener una masa con el granulado deseado. A esta masa se le añade agua o hielo y, opcionalmente, ingredientes y aditivos para

favorecer la fijación de agua y la estabilidad de la masa con el control de calidad. Una vez embuchada la masa en la tripa, se cuece o escalda. Tras la cocción, en algunos casos se retira la tripa en la que ha sido embutida. Finalmente, se envasan al vacío, se almacenan y distribuyen. Para garantizar el correcto estado higiénico-sanitario del producto, en el proceso de distribución no debe romperse la cadena de frío.

PROCESO DE ELABORACIÓN DE LA SALCHICHA DE POLLO "LA BALSERITA"



El proceso productivo la ingeniería debe ser eficiente para que la calidad se optimice al máximo y se minimice los costos. Los pasos que a continuación se describen, corresponden al proceso industrial para la elaboración de las salchichas de pollo.

Descripción del proceso de producción

El proceso se inicia desde el momento en que se obtiene la materia prima

PRODUCTOS
Carne de pollo
Grasa de pollo
Agua
Jengibre
Ácido Ascórbico
Pimienta
Ajo
Sal
Proteína vegetal

DESCRIPCIÓN TEÓRICA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

- ✓ La materia prima se obtiene de los productores directos
- ✓ Selección y limpiado de impurezas de los pollos
- ✓ Revisión de calidad física ni microbiológica para las óptimas condiciones de la carne para el consumo humano.
- ✓ Pesar todos los ingredientes para la producción

EN LA CUTTER Se introduce la carne junto a las sales, ajo, pimienta, y el jengibre y comenzar el proceso a velocidad mínima

✓ Agregar un tercio de Agua y aumentar la velocidad (pasar 1 y luego a
 2) Detener el quipo

PROCEDIMIENTO DE LA AMASADORA

- ✓ Pasar manualmente a la amasadora y agregar un tercio de agua y grasa congelada del pollo y trozada. Emulsionar a máxima velocidad.
- ✓ Se agrega el resto de agua y se sigue emulsionando unos minutos hasta lograr el punto final, cuidando la temperatura que no supere los 8°C
- ✓ Agregar el almidón junto con el ácido ascórbico y emulsionar por un segundo a velocidad máxima, temperatura final de 12°C.

PROCEDIMIENTO DE LA EMBUTIDORA

- ✓ Colocar la pasta manualmente en la embutidora, tratando en lo posible de no introducir aire en la pasta en el llenado
- ✓ Colocar la boquilla de diámetro deseado y comenzar el extrudado, llenando la tripa manualmente y retorciendo para la formación de las salchichas cada aproximado de 13cm

✓ EN EL CALDERO DE COCCIÓN.

- ✓ Colocar varias tripas en el caldero de cocción con una temperatura de 80-85 °C por 5 minutos
- ✓ El control de calidad

- ✓ La opción de retirar o no la tripa del embutido
- ✓ Se empaca manualmente
- ✓ Etiquetado manual
- ✓ Almacenamiento manual del producto
- ✓ Distribución

FLUJOGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO PARA LA ELABORACIÓN DE SALCHICHA DE POLLO

ACTIVIDADES							TIEMPO
Obtención de materia prima	1						
Selección		_					20'
Control de calidad							20'
Lavado de materia prima	4	Y					30'
Picado y molido de materia prima			1				50'
Amasado y mezcla de ingre.							40'
Embutido	•						40'
Cocción	<u> </u>	—					80'
El control de calidad		\ \tag{ \} \tag{ \tag} \} \tag{ \ta}					10'
La opción de retirar o no la tripa del							30'
embutido				>			10'
Empacado	•						60'
Sellado y etiquetado	*_						40'
Almacenado					-		30'
Distribución						_	20'
TIEMPO						480 minutos	8 HORAS

Determinación de las características técnicas del producto terminado

Este producto está diseñado bajo las siguientes características:

✓ Forma: Sólida

✓ Envase: 500gamos

✓ Envase: en fundas laminadas

✓ Duración: 30 días ,con refrigeración

✓ Color: El color natural de la carne del pollo

"Salchicha la Balserita"

Envase de 1 LIBRA



EQUIPOS E IMPLEMENTOS A UTILIZARSE MAQUINARIA PARA LA ELABORACIÓN DE EMBUTIDOS

CUTTER



Cuerpo de acero inoxidable.

Las cutters permiten elaborar una amplia gama de masas-Los modelos CUT son las de mayores prestaciones Que incorporan múltiples velocidades de corte y mezcla Nos permite conseguir una elaboración y emulsiones perfectamente Homogéneas y con ausencia total de burbujas de aire.

Cabezal, gusano y volante en fundición de hierro o acero Fuente redonda o rectangular en acero inox. 43 kg.

Capacidad: 100 Kilos/ horas

AMASADORAS MEZCLADORAS



FICHA TECNICA

MINIMIX

Máquina de construcción robusta.

Estructura, cuba, palas amasadoras y ejes en acero inoxidable AISI-304.

Palas amasadoras removibles, para facilitar la limpieza.

Tapa en plástico especial "Lexan", transparente.

Volumen interno de la cuba: 15,7 litros.

Capacidad en pasta laborable: 250 Kg/h

Dimensiones (cm.): 25 x 54 x 32

EMBUTIDORAS CONTINUAS HIDRAULICAS



Extra Fuertes

Programables a través de su panel de control electrónico

Fabricado En Acero Inoxidable 18.8 Aisi 304

Consiguen

Una elevada producción con una uniformidad de embutición y una gran precisión de peso

Capacidad: 70 Kilos/ horas

Dos Velocidades

3 Boquillas De Acero Inoxidable Para:

Chorizo.

Hod Dog

Salchicha

CALDERA DE COCCIÓN DE EMBUTIDOS



Caldera de cocción de embutidos, higiénica y de elevada calidad.

Accesorios varios:

- Cesta calderas
- Extractor de cestas
- Carros portacestas
- Vigas rodantes con polipastos para la manipulación de las cestas
- Depósitos de enfriamiento

Sistema de calentamiento:

Gas, gasoil, eléctrico, vapor o fluido térmico.

Capacidades:

A partir de 125 litros.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

La organización trabaja en función de un conjunto de objetivos básicos, comes lograr la máxima rentabilidad que son establecidos en estatutos, por lo que necesario administración, la coordinación eficaz y eficiente de los recursos humanos, materiales y financieros para el funcionamiento de la empresa.

La empresa se clasifica como industrial, que adquiere materia prima y luego mediante un proceso de transformación se obtiene productos acabados, tomando en cuenta la oferta y demanda existente en el mercado.

Concluyéndose que la forma jurídico – administrativa más conveniente dada la naturaleza de la empresa a formarse y en consideración las ventajas que presenta en relación con otro tipo de organizaciones, es el de conformar una COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.

El Art. 93 de la Ley de Compañías establece: La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso las palabras Compañía Limitada o su correspondiente abreviatura.

Como señala la ley para la constitución de esta clase de compañía y para que perdure se requerirá de un mínimo de tres socios quienes tendrán el derecho de administrarla, requisito que se cumple y que nos permitirá el formar parte de este tipo de compañía, que nace de la necesidad de conseguir una organización jurídica conveniente para la empresa.

La empresa existirá a partir de la fecha a inscribirse mediante el contrato social en el registro mercantil, para efectos fiscales tributarios de la empresa.

CAPITAL SOCIAL

La compañía constituye su capital conformado con las aportaciones que estarán pagadas al momento de la fecha de constitución de la compañía.

Los aportes se depositarán en una cuenta especial de "Integración de Capital", que será abierta en uno de los bancos de la localidad a nombre de la compañía en formación.

Las participaciones que comprenden los aportes de capital de esta compañía serán iguales

La inversión total del proyecto se dividirá para cuatro partes, por cuanto es o será el número de accionistas hasta el momento.

La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación, en el que constará su carácter de no negociable y el número de sus aportaciones.

RAZÓN SOCIAL

La Razón Social de la empresa estará definida por los socios.

Para fines específicos de trabajo de la empresa se denominará: Empresa

Productora de Embutidos "Balserita"

OBJETO SOCIAL

El objeto social de la empresa será la elaboración de "Salchicha la

Balserita"

Elaborado con carne de pollo.

DOMICILIO

La empresa estará ubicada en:

PROVINCIA: EL Oro

CANTÓN : Balsas

CIUDADELA : LA Alborada

CALLES: Vicente Galarza

DURACIÓN

El tiempo de duración de la empresa será de 5 años, término del cual podrá ser renovado si así lo deciden los socios.

BASE LEGAL

La empresa se regirá por la Constitución Política de la República, la Ley de Compañías, Código de Trabajo y otros reglamentos pertinentes.

TIPO DE EMPRESA

La empresa será de naturaleza industrial, ya que la materia prima e insumos sufrirán un proceso de transformación, y para obtener el producto terminado es necesaria la utilización de maquinaria de alta tecnología y mano de obra calificada, es así como se obtiene un producto de óptima calidad.

MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA

"La Balserita"

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase Insertar una de constitución de compañía de responsabilidad limitada, al tenor de las cláusulas siguientes:

PRIMERA.- COMPARECIENTES Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD. - Intervienen en la celebración de este contrato, la señora: Jessica Herrera compareciente de nacionalidad ecuatoriano, mayores de edad, casada y domiciliado en la ciudad de Balsas, Provincia del Oro, Pablo Rafael Herrera Martínez; y, el señor Carlos Paúl Herrera, mayor de edad, de nacionalidad

ecuatoriana, casado domiciliado en la ciudad de Balsas, provincia de El Oro; declaran, su voluntad de constituir, la compañía de responsabilidad limitada "LA Balserita Cia. Ltda." la misma que se regirá por las leyes ecuatorianas; de manera especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y los siguientes estatutos.

SEGUNDA.- ESTATUTOS "La Balserita" CIA. LTDA.

CAPÍTULO PRIMERO

DENOMINACIÓN. NACIONALIDAD, DOMICILIO, FINALIDADES Y PLAZO DE DURACIÓN

ARTÍCULO UNO.- Constituyese en la ciudad de Balsas, con domicilio en el mismo lugar, provincia del Oro, República del Ecuador, de nacionalidad ecuatoriana, la compañía de responsabilidad limitada "La Balserita CIA. LTDA."

ARTÍCULO DOS.- La compañía tiene por objeto y finalidad, la fabricación y comercialización de salchichas de pollo, además podrá establecer sucursales o agencias en los términos de la ley; y tiene facultades para abrir dentro o fuera del país, agencias o sucursales, podrá así mismo, adquirir todo tipo de bienes muebles o inmuebles encaminados a cumplir en mejor forma su objeto social, finalmente podrá realizar todo acto o contrato permitido por las leyes vigentes respectivas, relacionados con el objeto principal de la compañía.

ARTÍCULO TRES.- La compañía podrá solicitar préstamos internos o externos para el mejor cumplimiento de su finalidad.

ARTÍCULO CUATRO.- El plazo de duración del contrato social de la compañía es de diez años, a contarse de la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse por resolución de la junta general de socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular. La compañía podrá disolverse antes, si así lo resolviere la Junta General de Socios en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

CAPÍTULO SEGUNDO

DEL CAPITAL SOCIAL, DE LAS PARTICIPACIONES Y DE LA RESERVA LEGAL

ARTÍCULO CINCO.- El capital social de la compañía es de mil quinientos dólares, dividido en mil quinientas participaciones de un dólar cada una, que estarán representadas por el certificado de aportación correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos, certificado que será firmado por el Presidente y Gerente de la compañía. El capital está integramente suscrito y pagado en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

ARTÍCULO SEIS.- La compañía puede aumentar el capital social, por resolución de la Junta general de socios, con el consentimiento de las dos terceras partes del capital social, en la forma prevista en la Ley y, en tal caso

los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la Junta General de Socios.

ARTÍCULO SIETE.- El aumento de capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo efectuará: en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas y/o proveniente de la revalorización pertinente y por los demás medios previstos en la ley.

ARTICULO OCHO.- La compañía entregará a cada socio el certificado de aportaciones que le corresponde; dicho certificado de aportación se extenderá en libre tiñes acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor del certificado, nombres y apellidos del socio propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de constitución, notaría en la que se otorgó, fecha y número de inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rúbrica del presidente y gerente de la compañía. Los certificados serán registrados e inscritos en el libro de socios y participaciones; y para constancia de su recepción se suscribirán los talonarios.

ARTÍCULO NUEVE.- Todas las participaciones son de Igual calidad, los socios fundadores no se reservan beneficio especial alguno.

ARTÍCULO DIEZ.- Las participaciones de esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello: el consentimiento unánime del capital social, que la sesión se celebre por escritura pública y que se observe las pertinentes disposiciones de la ley. Los socios tienen derecho preferente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas, salvo resolución en contrario de la Junta General de Socios. En caso de sesión de participaciones, se anulará el certificado original y se extenderá uno nuevo. La compañía formará forzosamente un fondo de reserva por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, segregando anualmente el cinco por ciento de las utilidades líquidas y realizadas.

ARTÍCULO ONCE.- En las Juntas generales para efectos de votación cada participación dará al socio el derecho a un voto.

CAPÍTULO TERCERO

DE LOS SOCIOS. DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES
Y RESPONSABILIDADES

ARTÍCULO DOCE.- Son obligaciones de los socios:

Las que señala la Ley de Compañías:

Cumplir con las funciones, actividades y deberes que le asignen la Junta General de Socios, el Presidente y el Gerente; Cumplir con las aportaciones suplementarias en proporción a las participaciones que tuviere en la compañía cuando y en la forma que decida la Junta General de Socios; y,

Las demás que señalen estos estatutos.

ARTÍCULO TRECE.- Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones:

Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta General de Socios, personalmente o mediante mandato a otro socio o extraño, con poder notarial o carta poder. Se requiere de carta poder para cada sesión y, el poder a un extraño será necesariamente notarial. Por cada participación el socio tendrá derecho a un voto;

Elegir y ser elegido para los órganos de administración;

A percibir las utilidades y beneficios a prorrata de las participaciones, lo mismo respecto del acervo social de producirse la liquidación de la compañía:

Los demás previstos en la ley y en estos estatutos.

ARTÍCULO CATORCE.- La responsabilidad de los socios de la compañía, por las obligaciones sociales, se limita únicamente al monto de sus aportaciones Individuales a la compañía, salvo las excepciones de ley.

CAPÍTULO CUARTO

DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN

ARTÍCULO QUINCE.- El gobierno y la administración de la compañía se ejerce por medio de los siguientes órganos: La Junta General de Socios, el Presidente y el Gerente.

ARTÍCULO DIECISEIS.- DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.- La Junta General de Socios es el órgano supremo de la compañía y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en el número suficiente para formar quórum.

ARTÍCULO DIECISIETE.- Las sesiones de Junta General de Socios son ordinarias y extraordinarias, y se reunirán en el domicilio principal de la compañía para su validez. Podrá la compañía celebrar sesiones de Junta General de Socios en la modalidad de junta universal, esto es, que la junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital, y los asistentes quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad, acepten por unanimidad la celebración de la junta y los asuntos a tratarse, entendiéndose así, legalmente convocada y válidamente constituida.

ARTÍCULO DIECIOCHO.- Las Juntas generales se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del

ejercicio económico, y las extraordinarias en cualquier tiempo que fueren convocadas. En las sesiones de Junta General, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria, en caso contrario las resoluciones serán nulas.

ARTÍCULO DIECINUEVE.- Las juntas ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el presidente de la compañía, por escrito y personalmente a cada uno de los socios, con ocho días de anticipación por lo menos al señalado para la sesión de Junta General. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, el orden del día y objeto de la sesión.

ARTÍCULO VEINTE.- El quórum para las sesiones de Junta General de Socios, en la primera convocatoria será de más de la mitad del capital social y. en la segunda se podrá sesionar con el número de socios presentes, lo que se Indicará en la convocatoria. La sesión no podrá instalarse, ni continuar válidamente sin el quórum establecido.

ARTÍCULO VEINTIUNO.- Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la sesión, con las excepciones que señalan estos estatutos y la Ley de Compañías. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

ARTÍCULO VEINTIDÓS.- Las resoluciones de la Junta General de Socios tomadas con arreglo a la ley y a estos estatutos y sus reglamentos, obligarán a que todos los socios acaten dichas resoluciones, hayan o no concurrido a

la sesión, hayan o no contribuido con su voto y estuvieren o no de acuerdo con dichas resoluciones.

ARTÍCULO VEINTITRÉS.- Las sesiones de Junta General de Socios, serán presididas por el presidente de la compañía y. a su falta, por la persona designada en cada caso, de entre los socios: actuará de secretarlo el gerente o el socio que en su falta la Junta elija en cada caso.

ARTÍCULO VEINTICUATRO.- Las actas de las sesiones de Junta General de Socios se llevarán a máquina, en hojas debidamente foliadas y escritas en el anverso y reverso, las que llevarán la firma del presidente y secretario. De cada sesión de junta se formará un expediente que contenga la copia del acta, los documentos que Justifiquen que la convocatoria ha sido hecha legalmente, así como todos los documentos que hubieren sido conocidos por la Junta.

ARTÍCULO VEINTICINCO.- Son atribuciones privativas de la Junta General de Socios:

Resolver sobre el aumento o disminución de capital, fusión o transformación de la compañía, sobre la disolución anticipada, la prórroga del plazo de duración: y, en general resolver cualquier reforma al contrato constitutivo y a estos estatutos:

Nombrar al Presidente y al Gerente de la compañía, señalándoles su remuneración y, removerlos por causas Justificadas o a la culminación del período para el cual fueron elegidos;

Conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarlos e Informes que presenten los administradores;

Resolver sobre la forma de reparto de utilidades;

Resolver sobre la formación de fondos de reserva especiales o extraordinarios:

Acordar la exclusión de socios de acuerdo con las causas establecidas en la ley:

Resolver cualquier asunto que no sea competencia privativa del presidente o del gerente y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la compañía;

Interpretar con el carácter de obligatorio los casos de duda que se presenten sobre las disposiciones del estatuto:

Acordar la venta o gravamen de los bienes Inmuebles de la compañía;

Aprobar los reglamentos de la compañía:

Aprobar el presupuesto de la compañía;

Resolver la creación o supresión de sucursales, agencias, representaciones, establecimientos y oficinas de la compañía:

Las demás que señalen la Ley de Compañías y estos estatutos.

ARTÍCULO VEINTISÉIS.- Las resoluciones de la Junta General de Socios son obligatorias desde el momento en que son tomadas válidamente.

ARTÍCULO VEINTISIETE.- DEL PRESIDENTE.- El Presidente será nombrado por la Junta General de Socios y durará dos años en el ejercicio de su cargo, pudiendo ser indefinidamente reelegido, para este cargo deberá ser socio.

ARTÍCULO VEINTIOCHO.- Son deberes y atribuciones del Presidente de la compañía:

Supervisar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma e Informar de estos particulares a la Junta General de Socios:

Convocar y presidir las sesiones de Junta General de Socios y suscribir las actas;

Velar por el cumplimiento de los objetivos de la compañía y por la aplicación de sus políticas;

Reemplazar al gerente, por falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones, conservando las propias mientras dure su ausencia o hasta que la Junta General de Socios designe un reemplazo y se haya inscrito su nombramiento y, aunque no se le hubiere encargado la función por escrito;

Firmar el nombramiento del Gerente y conferir certificaciones sobre el mismo;

Las demás que le señalan la Ley de Compañías, estos estatutos, reglamentos de la compañía y la Junta General de Socios.

ARTÍCULO VEINTINUEVE.- DEL GERENTE.- El Gerente será nombrado por la Junta General de Socios y durará dos años en su cargo, pudiendo ser reelegido en forma indefinida, puede ser o no socio.

ARTÍCULO TREINTA.- Son deberes y atribuciones del Gerente de la compañía:

Representar legalmente a la compañía en forma Judicial y extrajudicial;

Conducir la gestión de los negocios y la marcha administrativa de la compañía;

Dirigir la gestión económica financiera de la compañía;

Gestionar, planificar, coordinar y ejecutar las actividades de la compañía;

Realizar pagos por conceptos de gastos administrativos;

Realizar Inversiones y adquisiciones hasta por la suma de veinte salarios mínimos vitales, sin necesidad de firma conjunta con el Presidente. Las adquisiciones que pasen de veinte salarios mínimos vitales, las hará conjuntamente con el Presidente, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías;

Suscribir el nombramiento del Presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo;

Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil;

Llevar los libros de actas y expedientes de cada sesión de junta general;

Manejar las cuentas bancarias según sus atribuciones:

Presentar a la Junta General de Socios un informe sobre la marcha de la compañía, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficios según la ley, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico:

Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General de Socios;

Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, estos estatutos, los reglamentos de la compañía y las que señale la Junta General de Socios.

CAPÍTULO QUINTO

DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑIA

ARTÍCULO TREINTA Y UNO.- La disolución y liquidación de la compañía se regla por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección once; así como por el Reglamento pertinente y lo previsto en estos estatutos.

ARTÍCULO TREINTA Y DOS.- No se disolverá la compañía por muerte, interdicción o quiebra de uno o más de sus socios.

DECLARACIONES.- El capital con el que constituye la compañía "La Balserita CIA. LTDA." ha sido suscrito y pagado en su totalidad en la siguiente forma: la señora Jessica Herrera ,mil quinientas participaciones de un dólar cada una; que dan un valor de MIL QUINIENTAS PARTICIPACIONES DE UN DÓLAR y un total de MIL QUINIENTOS DÓLARES; valor que será depositado en efectivo en una de las entidades bancarias de la ciudad de Balsas, como cuenta de «Integración de Capital», cuyo certificado se agrega a la presente escritura como documento habilitante. Los socios de la compañía autorizan al Dr. Eduardo Granda abogado de la empresa, se encargue de los trámites pertinentes, encaminados a la aprobación de la escritura constitutiva de la compañía, su inscripción en el Registro Mercantil y convocatoria a la primera junta general de socios, en la que se designarán presidente y gerente de la compañía.

Hasta aquí la minuta. Usted señor Notario sírvase agregar las cláusulas de estilo para su validez.

Atentamente,

Dr. Eduardo Granda

ABOGADO

Cuadro Nº 40

DESCRIPCIÓN	COSTO
Elaboración de Minuta	150,00
TOTAL	150,00

Elaboración: La Autora

Fuente: Dr. Eduardo Granda

ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

Las actividades que surgen en la organización, exige a aplicar los principios de la administración, estas actividades las podemos mencionar tales como son: comprar materia prima, llevar contabilidad, planeación del trabajo, manejo del recurso humano, producción y venta de los productos, la prestación de servicios y atención al cliente; también se incluye del mantenimiento de equipos, la seguridad hacia el interior y exterior de la

empresa y el manejo efectivo de los recursos monetarios que tendrá a su disposición, por lo que la estructura de la empresa se dará a la óptima agrupación de las áreas funcionales, con sus niveles jerárquicos para alcanzar la visión, misión y objetivos trazados

NIVELES JERÁRQUICOS

La estructura administrativa de la empresa productora de Cárnicos "Balserita Cía. LTDA", estará establecida en cinco niveles jerárquicos, los cuales permitirán un buen funcionamiento de la empresa.

NIVEL DIRECTIVO O LEGISLATIVO

Este nivel está representado por la Junta General de Socios, que ejerce la representación de la Empresa y su función está, en ejecutar el plan de desarrollo y las actividades, mediante la información, asesoría y resoluciones

NIVEL EJECUTIVO

El Gerente General establece en nivel ejecutivo, su misión es fijar estrategias y políticas específicas tendientes a lograr los objetivos institucionales, administrando los recursos disponibles (humanos, financieros y técnicos), coordinando las actividades de las diferentes unidades.

NIVEL ASESOR

En este nivel jurídico está representado por un abogado, cuya función básica es la de manejar los asuntos judiciales de la empresa, que se contratará en casos necesarios.

NIVEL DE APOYO

Está conformado por la Secretaria General -Contadora, la cual tiene relación directa con las actividades administrativas y contables de la empresa

NIVEL OPERATIVO

Está conformado por el Jefe de Producción y los obreros que desempeñan las labores de producción de la empresa.

ORGANIGRAMAS

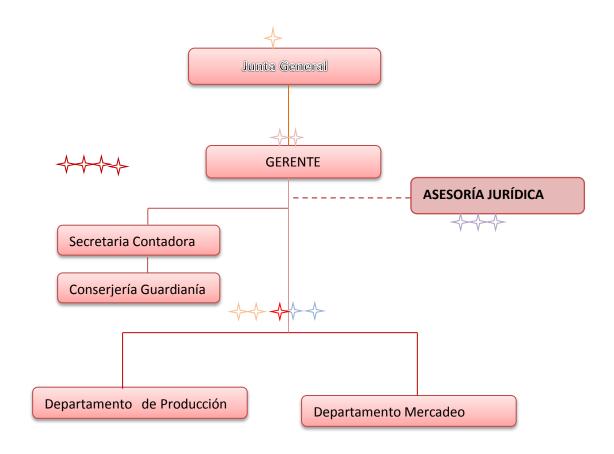
"⁵Los organigramas son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran, sus niveles jerárquicos, líneas de autoridad y de asesoría"

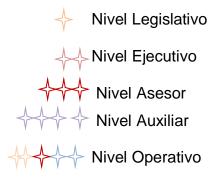
Los organigramas que se diseñaron, es con el objetivo de información accesible, para dar a conocer la distribución funcional para el trabajo de acuerdo a personas especializadas, sus relaciones de líneas y unidades asesoras y de un plan lógico de disciplina para cada uno de sus colaboradores

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

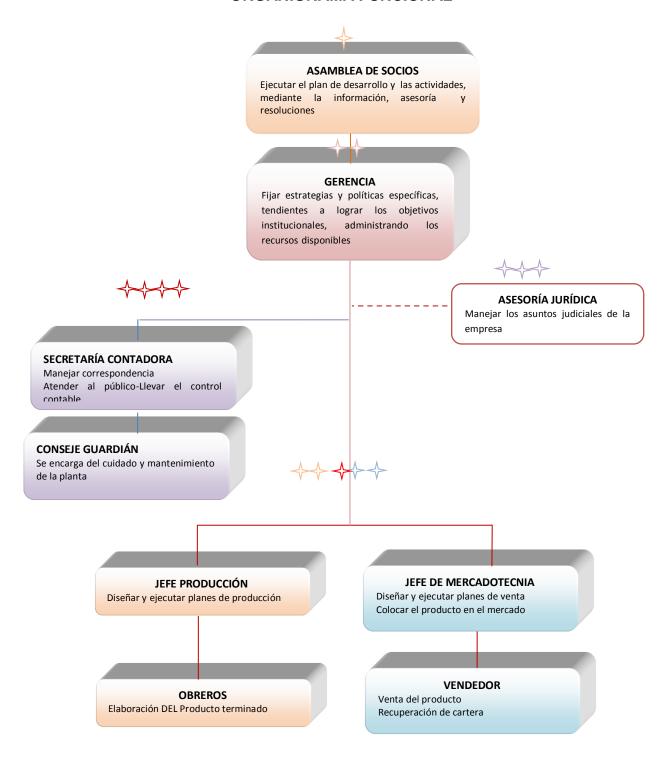
Es la representación gráfica de la estructura administrativa de la empresa, la división de funciones, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad y responsabilidad, los canales de comunicación y la naturaleza lineal de cada departamento

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL LA BALSERITA Cia. Ltda.

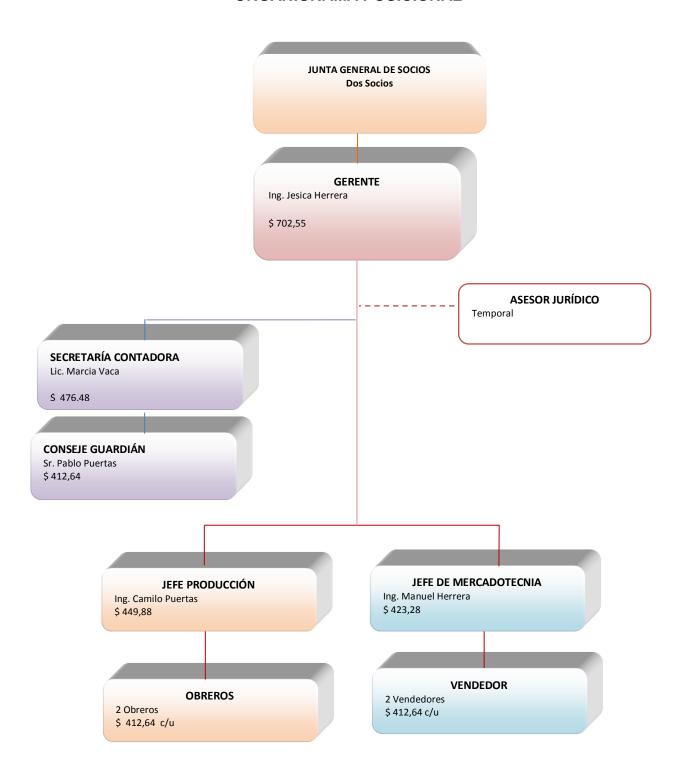




ORGANIGRAMA FUNCIONAL



ORGANIGRAMA POSICIONAL



MANUAL DE FUNCIONES

Es un compendio en donde se describe la organización formal, mencionado para cada puesto de trabajo, la misión del mismo, funciones, autoridad y responsabilidades.

Los manuales tienen por objeto el decirle a cada jefe o trabajador por escrito lo que se espera de él, en materia de funciones, tareas, responsabilidades autoridad, comunicaciones, e interrelaciones dentro y fuera de la empresa.

CÓDIGO : 01

DEPENDENCIA : GERENCIA GENERAL

TITULO DEL PUESTO : GERENTE

DEPENDE DE : JUNTA DE SOCIOS

SUPERVISA A : TODO EL PERSONAL

NATURALEZA DEL TRABAJO.

Ejercer la representación legal de la Empresa y administrarla bajo criterios de solvencia prudencia y rentabilidad financiera, en procura de su desarrollo sostenido y el cumplimiento de la misión, visión, valores y objetivos empresariales; y, en el marco de las estrategias y políticas fijadas por el Directorio de la Empresa.

FUNCIONES TÍPICAS

- Representar judicial y extrajudicialmente a la Compañía.
- o Directorio determinen.
- o Ejercer la representación legal de la empresa.
- Formular planes y programas que deba cumplir la Compañía.
- Elaborar los reglamentos de procedimientos que sean necesarios para el buen funcionamiento de la Compañía.
- Dirigir y coordinar las actividades de la Compañía y velar por la correcta y eficiente marcha de la misma.
- Diseñar, implementar y mantener procedimientos de producción, finanzas y de mercadeo.
- Tramitar controles, órdenes, cheques y más documentos que el reglamento lo autorice, autorizando y firmando para lograr un correcto desenvolvimiento de la empresa.
- Nombrar y contratar personal cumpliendo con los requisitos del caso.
- Organizar cursos de capacitación

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

En este departamento el cargo de gerente requiere de mucha responsabilidad, necesita de Inteligencia, Capacidad de análisis, de comunicación, Perseverancia y constancia, liderazgo para llevar a la empresa al éxito

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN : INGENIERO COMERCIAL

EXPERIENCIA: 2 años

CÓDIGO: 02

DEPENDENCIA : GERENCIA GENERAL

TITULO DEL PUESTO : SECRETARIA CONTADORA

NATURALEZA DEL TRABAJO.

Realizar labores de contabilidad así como brindar asistencia directa a la Administración de la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS

- Llevar y controlar las comunicaciones y la contabilidad general de la empresa.
- Asistencia directa a los clientes
- Mantenimiento de los archivos de la empresa
- o Prepara los estados financieros correspondientes.
- Presentar informes y análisis de tipo contable, económico y financiero de la empresa.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

- El puesto requiere de formación de Contabilidad y Auditoría, con criterio formado y reserva profesional, alta iniciativa y capacidad para supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando, así como de la empresa en general.
- Agilidad en la ejecución de los tramites

: 1 año en funciones afines.

 De gran responsabilidad y conocimiento de normas y procedimientos contables que llevará la empresa.

REQUISITOS MÍNIMOS

EXPERIENCIA

EDUCACIÓN : ING. EN CONTABILIDAD

CÓDIGO: 03

DEPENDENCIA : GERENCIA GENERAL

TITULO DEL PUESTO : JEFE DE MERCADOTECNIA

SUPERVISA A : VENDEDORES

NATURALEZA DEL TRABAJO.

Planificar, programar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades de mercadotecnia que se realizan en la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS

- o Diseñar, implementar y mantener procedimientos de mercadeo
- Supervisión de los objetivos de venta
- o Realizar análisis del mercado y de la competencia.
- Negociar contratos y realizar un seguimiento de su realización, controlando, órdenes, cheques y más documentos que el reglamento lo autorice.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

 El departamento estará representado por un Ingeniero Comercial profesional con formación ética capaz de administrar estratégicamente toda clase de organizaciones, en las área de mercadotecnia, recursos humanos acorde a la naturaleza de la organización

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN : ING. EN ADMINISTRACIÓN O MARKETING

EXPERIENCIA: 1 año en funciones afines.

CÓDIGO: 04

DEPENDENCIA : DEPARTAMENTAL

TITULO DEL PUESTO : JEFE DE PRODUCCIÓN
DEPENDE DE : GERENCIA GENERAL

SUPERVISA A : OBREROS

NATURALEZA DEL TRABAJO.

Ejecución de las labores de producción en la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS

Planificación de la producción.

o Control de la producción.

o Control de calidad.

Velar por la seguridad de la maquinaria y equipo de trabajo.

Verificar la limpieza diaria de la maquinaria y del área de trabajo.

Colaborar en las actividades de venta.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

 El puesto requiere de formación especializada, requiere habilidad y destreza suficiente para hacer cumplir las labores de producción. y capacitación permanente. Es un puesto que requiere de alta movilidad y alto grado de responsabilidad.

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN: Bachiller

EXPERIENCIA: No es indispensable.

CÓDIGO : 05

DEPENDENCIA : DEPARTAMENTAL

TITULO DEL PUESTO : CONSERJE GUARDIAN
DEPENDE DE : GERENCIA GENERAL

NATURALEZA DEL TRABAJO.

Mantener las instalaciones de la empresa en buen estado.

FUNCIONES TÍPICAS

- o Abrir y cerrar las instalaciones de la empresa.
- o Realizar la limpieza de la empresa.
- o Llevar y traer la correspondencia

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

 El puesto requiere que sea una persona responsable para resguardar las instalaciones de la empresa.

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN: Bachiller

EXPERIENCIA: No es indispensable.

CÓDIGO: 06

DEPENDENCIA : DEPARTAMENTAL

TITULO DEL PUESTO : OBRERO

DEPENDE DE : JEFE DE PRODUCCIÓN

SUPERVISA A : NO SUBALTERNOS

NATURALEZA DEL TRABAJO.

Ejecución de las labores de producción en la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS

Ejecutar el proceso de producción.

Velar por la seguridad de la maquinaria y equipo de trabajo.

o Realizar la limpieza diaria de la maquinaria y del área de trabajo.

Colaborar en las actividades de venta.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

El puesto no requiere de formación especializada, requiere habilidad y destreza suficiente para cumplir las labores de producción. Es un puesto que requiere de alta movilidad y alto grado de responsabilidad.

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN: Bachiller

EXPERIENCIA: un año en funciones similares.

CÓDIGO: 07

DEPENDENCIA: DEPARTAMENTAL

TITULO DEL PUESTO : VENDEDOR

DEPENDE DE : JEFE DE VENTAS
SUPERVISA A : NO SUBALTERNOS

NATURALEZA DEL TRABAJO.

Determinar las situaciones del mercado así como la promoción y publicidad del producto.

FUNCIONES TÍPICAS

o Promover mediante la publicidad la venta del producto.

Mantener una buena relación con el cliente.

o Brindar información al cliente de cómo será pagado el producto.

 Verificar que el producto tenga los elementos necesarios para su distribución.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

Presentar informes periódicos al Gerente de cómo está la situación de la venta del producto. Tener habilidad en el manejo de clientes y buenas relaciones interpersonales.

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN: Bachiller

EXPERIENCIA: Dos años en funciones de vendedor.

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero determina cuál será el monto total de la inversión y el financiamiento que se puede realizar, esto se hace en función a los requerimientos de recursos humanos, materiales y físicos necesarios para poder cubrir la capacidad instalada de producción durante un ejercicio económico y a lo largo de la vida útil de la empresa, esta determinación cuantitativa de productos la obtenemos mediante los estudios anteriores, para evaluar el proyecto se tiene que partir de indicadores económicos que servirán de base para determinar su implantación o no y en caso de la posibilidad, se determina la rentabilidad.

Las inversiones que el proyecto tendrá serán de tres tipos de activos:

- Activos Fijos
- Activos Intangibles y,
- Capital de Trabajo

ACTIVOS FIJOS O TANGIBLES.

Se compone por los bienes propiedad de la empresa que no son objeto de sus transacciones comunes, ya que le son indispensables para la realización de su proceso productivo, estos bienes son:

Construcciones y Adecuaciones, maquinaria, mobiliario, herramientas y otros. Se llama fijo por que la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que con ello ocasione problemas a sus actividades productivas.

CUADRO № 41
INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

ACTIVOS FIJOS	ANEXO	VALOR
Adecuaciones e instalaciones	7	7.500,00
Maquinaria y equipo	8	11.770,00
Muebles y enseres	9	984,00
Equipos de oficina	13	358,00
Equipos de cómputo	18	1.840,00
Imprevistos 2%		449,04
TOTAL		22.901,04

Fuente: Anexos

Elaboración: La Autora

ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS.

Estas inversiones se las realiza sobre activos constituidos para los servicios o derechos adquiridos necesarios para la marcha del proyecto y son susceptibles de amortización, afectando al flujo de caja indirectamente, incluyen los siguientes gastos:

CUADRO Nº 42
ACTIVOS DIFERIDOS

CONCEPTO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Elaboración del Proyecto	350	350
Gastos Organizativos	400	400
Permiso de funcionamiento	250	250
Patente	85	85
Imprevistos 2%		21,7
TOTAL:	1.106,70	

Fuente: Municipio de Balsas

Elaboración: La Autora.

ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

Son los que debe realizarse al iniciar el funcionamiento de las instalaciones o inicio de las operaciones hasta que alcance un funcionamiento adecuado durante un ciclo productivo para una capacidad y tamaño determinado.

En nuestro proyecto el capital de operación corresponderá la adquisición de materia prima, materiales directos, mano de obra directa, gastos administrativos y ventas, gastos de fabricación gastos financieros y amortizaciones.

Para este proyecto se establecerá el capital de operación para un mes, puesto que luego de haber transcurrido este período se empezará a generar ingresos por ventas.

CUADRO Nº 43
INVERSIONES EN ACTIVO CIRCULANTE (un mes)

ACTIVOS FIJOS	ANEXO	VALOR
Mano de obra directa	5	1.237,93
Mano de obra indirecta	6	449,88
Materia prima directa	3	732,65
Materia prima indirecta	4	316,34
Suministros de oficina	9	15,55
Sueldos administrativos	12	2.081,45
Publicidad y propaganda	16	80
Energía Eléctrica	10	68,1
Servicios básicos	11 y 15	58,85
Suministros de operación	8	5,495
Personal de ventas	17	1.248,57
Imprevistos 2 %		125,90
TOTAL		6.420,71

Fuente: Anexos

Elaboración: La Autora

INVERSIONES

Las inversiones dentro del proyecto constituyen el tipo de recursos financieros que se requieren para la instalación y puesta en marcha del proyecto. Las inversiones del proyecto fueron estimadas a través de presupuestos elaborados con las diferentes cotizaciones del mercado y en las diferentes casas comerciales nacionales importadoras de maquinaria.

RESUMEN DE LAS INVERSIONES FIJAS

El resumen de las inversiones se muestra en los cuadros expuestos a continuación:

CUADRO № 44
INVERSIÓN TOTAL

ACTIVOS	VALOR
Activo Fijo	22.901,04
Activo Diferido	1106,7
Activo Circulante	6.420,70
TOTAL	30.428,44

Fuente: Cuadros Nº 41, 42 y 43

Elaboración: La Autora

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

El proyecto hará uso de las fuentes internas y externas de financiamiento bajo los siguientes aspectos:

a. FUENTES INTERNAS

El 50,70 % del total de la inversión y que corresponde a 15.28,44 dólares será financiado con aportaciones de los socios.

b. FUENTES EXTERNAS

Después de buscar la alternativa más conveniente, se decidió solicitar un préstamo al Banco de Fomento, ya que es el organismo que otorga créditos a largo plazo y con intereses más bajos a través de sus líneas de crédito.

El crédito que mantendrá el proyecto con el Banco de Fomento constituirá el 49,30 % que corresponde a 15.000 dólares a 5 años plazo al 15% de interés anual con el objeto de financiar la adquisición de: maquinaria y parte de las adecuaciones. Esto en el primer mes, en consecuencia los rubros de financiamiento se presentan así:

CUADRO № 45
FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
Crédito	15.000,00	49,30%
Capital social	15.428,44	50,70%
TOTAL:	30.428,44	100,00%

ELABORACIÓN: La Autora

0,00

CUADRO Nº 46

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

CAPITAL: 15.000,00 PAGO: TRIMESTRAL INTERÉS: 15,00% TIEMPO: 5 AÑOS CAPITAL RED. **CAPITAL** INTERÉS **SEMESTRES DIVIDENDO** 15.000,00 1 1.125,00 1.000,00 2.125,00 14.000,00 1.050,00 2 1.000,00 13.000,00 2.050,00 3 1.000,00 975,00 1.975,00 12.000,00 4 1.900,00 1.000,00 900,00 11.000,00 5 825,00 1.000,00 1.825,00 10.000,00 6 1.000,00 750,00 1.750,00 9.000,00 7 1.000,00 675,00 1.675,00 8.000,00 600,00 8 1.000,00 1.600,00 7.000,00 9 1.000,00 525,00 1.525,00 6.000,00 10 1.000,00 450,00 1.450,00 5.000,00 11 1.000,00 375,00 1.375,00 4.000,00 12 1.000,00 300,00 1.300,00 3.000,00 13 1.000,00 225,00 1.225,00 2.000,00 14 1.000,00 150,00 1.150,00 1.000,00

ELABORACIÓN: La Autora

9.000,00

75,00

1.075,00

24.000,00

1.000,00

15.000,00

15

PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

PRESUPUESTO DE COSTOS

Los costos son todas las erogaciones o desembolsos realizados durante un año o ejercicio económico, estos costos constituyen uno de los aspectos importantes para la determinación de la rentabilidad del proyecto y los elementos indispensables para el correspondiente análisis o evaluación del mismo, proyectando la situación contable.

Para presentar los costos de producción y operación de la empresa, se comienza desglosando los rubros parciales, de manera parecida pero no idéntica a lo empleado con propósitos contables en las empresas ya en funcionamiento. Estos datos son agrupados en función de evaluación, para ello una de las técnicas que aquí se utilizará es estableciendo el trabajo para la vida útil de la empresa, con costos constantes, es decir con valores actuales referentes a los factores que intervienen en la generación de los productos, como lo exponemos en el cuadro Nº 47.

CUADRO Nº 47 PRESUPUESTO DE COSTOS PARA LOS CINCO AÑOS

PRESUPUESTO DE C	USIUS PAI	TA LUS	CINCO	ANOS	I
COSTO PRIMO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima Directa	8.791,76	8.989,57	9.191,84	9.398,66	9.610,13
Materiales Indirectos	3.796,08	3.881,49	3.968,83	4.058,12	4.149,43
Mano de Obra Directa	14.855,21	15.189,45	15.531,21	15.880,67	16.237,98
Total costo primo	27.443,05	28.060,52	28.691,88	29.337,45	29.997,54
COSTO DE PRODUCCIÓN					
Mano de Obra Indirecta	5.398,56	5.520,03	5.644,23	5.771,22	5.901,08
Depreciación de Maquinaria y Equipo	1.059,30	1.059,30	1.059,30	1.059,30	1.059,30
Depreciación de instalaciones	337,50	337,50	337,50	337,50	337,50
Suministros de producción	186,60	190,80	195,09	199,48	203,97
Amortización de activos diferidos	221,34	221,34	221,34	221,34	221,34
Imprevistos 2%	144,07	146,58	149,15	151,78	154,46
Total carga proceso de fabricación	7.347,37	7.475,55	7.606,61	7.740,62	7.877,65
GASTOS DE OPERACIÓN					
ADMINISTRATIVOS					
Sueldos Administrativos	24.977,34	25.539,33	26.113,97	26.701,53	27.302,31
Depreciación de muebles y enseres	120,78	120,78	120,78	120,78	120,78
Suministros de oficina	65,94	67,42	68,94	70,49	72,08
Depreciación equipos De computación	592,91	592,91	592,91	592,91	592,91
Servicios Básicos	1.523,29	1.557,56	1.592,61	1.628,44	1.665,08
Imprevistos 2%	545,61	557,56	569,78	582,28	595,06
Total gastos administrativos	27.825,87	28.435,57	29.058,99	29.696,44	30.348,23
VENTAS					
Personal de ventas	14.982,87	15.319,98	15.664,68	16.017,14	16.377,53
Publicidad y propaganda	960,00	981,60	1.003,69	1.026,27	1.049,36
Imprevistos 2%	318,86	326,03	333,37	340,87	348,54
Total gastos de ventas	16.261,73	16.627,62	17.001,74	17.384,28	17.775,42
FINANCIEROS		,			-, -
Intereses por préstamo	3.150,00	2.475,00	1.800,00	1.125,00	450,00
Total gastos financieros	3.150,00	2.475,00	1.800,00	1.125,00	450,00
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	82.028,01	83.074,25	84.159,22		
· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	02.020,01	30.017,20	J 1. 100,22	30.230,70	JU. 170,UT

EALBORACIÓN: La Autora

186

INGRESOS TOTALES

Los ingresos son producto de la venta de bienes y servicios que produce el

proyecto, en el presente caso por la venta de salchicha de Pollo.

Los ingresos a establecerse en la vida útil de la empresa como se indica en el

cuadro Nº 48, se ha determinado principalmente el precio unitario de venta ex -

fábrica para lo cual se considera un margen de utilidad bruta por unidad de

producto del 30%, en función a la competencia.

C.U. = COSTO TOTAL / UNIDADES PRODUCIDAS

C.U. = 82.028,01/35.482

C.U.= 2,31 cada libra

CUADRO № 48
INGRESOS TOTALES

AÑO	costos	CAPACIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO	UTILIDAD 30%	INGRESOS
1	82.028,01	35.482	2,31	3,24	114.839,21
2	83.074,25	35.482	2,34	3,28	116.303,95
3	84.159,22	35.482	2,37	3,32	117.822,91
4	85.283,78	37.699	2,26	3,17	119.397,29
5	86.448,84	37.699	2,29	3,21	121.028,38

Fuente: Cuadros Nº 20 y 47

Elaboración: La Autora

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

Documento Contable que presenta los resultados obtenidos en un período económico, sean estos pérdidas o ganancias para lo cual compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un período.

Es uno de los Estados Financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio, clasificándolos de acuerdo con las principales operaciones del negocio, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas.

El Estado de Pérdidas y Ganancias llamado también Estado de Resultados nos demuestra cual es la utilidad o pérdida que se ha obtenido durante un período económico y como se ha producido, cuyos resultados sirven para obtener mediante un análisis, conclusiones que permitan conocer cómo se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro.

INGRESOS:

Están conformados por el resultado de las ventas u otros ingresos.

EGRESOS:

Se forma por la sumatoria del Costo Primo, Gastos de Proceso de Producción, Gastos de Operación y Gastos Financieros.

CUADRO Nº 49
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

PERIODOS	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas	114.839,21	116.303,95	117.822,91	119.397,29	121.028,38
(-) Costo Total	82.028,01	83.074,25	84.159,22	85.283,78	86.448,84
(=) Utilidad Bruta Ventas	32.811,20	33.229,70	33.663,69	34.113,51	34.579,54
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	4.921,68	4.984,46	5.049,55	5.117,03	5.186,93
(=) Utilidad Ante Impuestos a la Renta	27.889,52	28.245,25	28.614,14	28.996,48	29.392,61
(-) 25% Impuesto a la renta	6.972,38	7.061,31	7.153,53	7.249,12	7.348,15
(=) Utilidad Liquida ejercicio	20.917,14	21.183,93	21.460,60	21.747,36	22.044,46
(-) 10% reserva Legal	2.091,71	2.118,39	2.146,06	2.174,74	2.204,45
(=) Utilidad Neta	18.825,43	19.065,54	19.314,54	19.572,63	19.840,01

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como **PUNTO MUERTO**, porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias.

Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado es que no existen utilidades ni pérdidas, es decir, si vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio obtendremos utilidades.

Para realizar este cálculo es menester clasificar los costos en Fijos y en Variables, los mismos que detallamos en los cuadros que integran el presente trabajo y que llevan el nombre de "Costos Fijos y Variables" para los años 1 y 5 de vida útil del proyecto.

COSTOS FIJOS Y VARIABLES.

COSTOS FIJOS.-

Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo completo de producción. Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen.

COSTOS VARIABLES.-

Son aquellos que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción.

En el presente trabajo se calculará el punto de equilibrio utilizando el método matemático en función de la capacidad instalada y de las ventas, utilizando además la forma gráfica para su representación.

CUADRO № 50 CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

COSTO PRIMO	Αĺ	ŇO 1	ΑÑ	ŇO 3	ΑÍ	ŇO 5
	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES
Materia Prima Directa		8.791,76		9.191,84		9.610,13
Materia Prima Indirecta		3.796,08		3.968,83		4.149,43
Mano de Obra Directa		14.855,21		15.531,21		16.237,98
Total costo primo		27.443,05		28.691,88		29.997,54
COSTO DE PRODUCCIÓN						
Mano de Obra Indirecta	5.398,56		5.644,23		5.901,08	
Depreciación de Maquinaria y Equipo	1.059,30		1.059,30		1.059,30	
Depreciación de instalaciones	337,5		337,5		337,5	
Suministros de producción	186,6		195,09		203,97	
Amortización de activos diferidos	221,34		221,34		221,34	
Imprevistos 2%	144,07		149,15		154,46	
Total carga proceso de fabricación	7.347,37		7.606,61		7.877,65	
GASTOS DE OPERACIÓN						
ADMINISTRATIVOS						
Sueldos Administrativos	24.977,34		26.113,97		27.302,31	
Depreciación de muebles y enseres	120,78		120,78		120,78	
Suministros de oficina	65,94		68,94		72,08	
Depreciación equip. De computación	592,91		592,91		592,91	
Servicios Básicos		1.523,29		1.592,61		1.665,08
Imprevistos 2%	545,61		569,78		595,06	
Total gastos administrativos	26.302,58	1.523,29	27.466,38	1.592,61	28.683,14	1.665,08
VENTAS						
Personal de ventas	14.982,87		15.664,68		18.304,79	
Publicidad y propaganda	960		1.003,69		1.172,85	
Imprevistos 2%	318,86		333,37		348,54	
Total gastos de ventas	16.261,73		17.001,74		19.826,18	
FINANCIEROS						
Intereses por préstamo	3.150,00		1.800,00		450	
Total gastos financieros	3.150,00		1.800,00		450	
TOTAL COSTO DE PRODUCCION						
COSTOS TOTALES	53.061,68	28.966,34	53.874,73	30.284,49	56.836,97	31.662,62

Elaboración: La Autora

AÑO 1

MATEMÁTICAMENTE:

* PE en función de la Capacidad Instalada

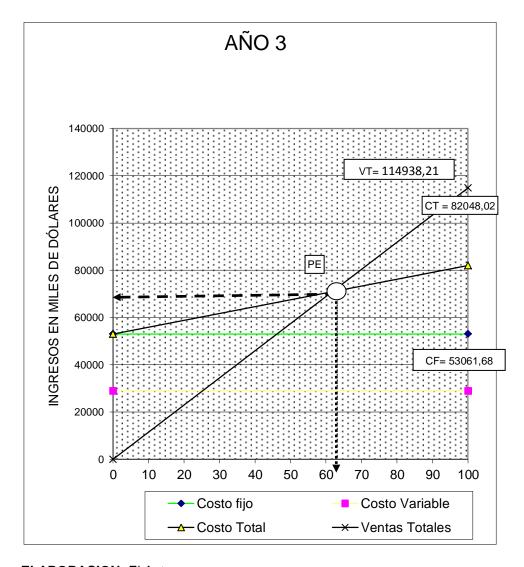
PE =
$$\frac{\text{CF}}{\text{VT - CV}}$$
 * 100 = $\frac{53061,68}{114.839,21 - 28966,34}$ * 100 = $\frac{65,23\%}{114.839,21 - 28966,34}$

* PE en función de los Ingresos (Ventas)

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{53061,68}{1 - \frac{28966,34}{114.839,21}} = \frac{88735,72}{114.839,21}$$

ANÁLISIS: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 65,23% y con un ingreso en las ventas de 88.735,72 dólares, en éste punto la empresa no gana ni pierde.

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: El Autor

AÑO 3

* PE en función de la Capacidad Instalada

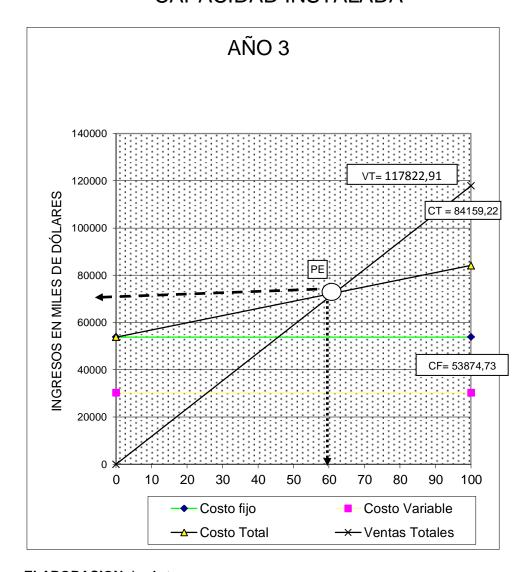
PE =
$$\frac{\text{CF}}{\text{VT - CV}}$$
 * 100 = $\frac{53874,73}{117822,91 - 30284,49}$ * 100 = **61,54%**

* PE en función de los Ingresos (Ventas)

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{53874,73}{1 - \frac{30284,49}{117822,91}} = 72513,05$$

ANÁLISIS: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 61,54% y con un ingreso en las ventas de 72.513,05 dólares, en éste punto la empresa no gana ni pierde.

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: La Autora

AÑO 5

* PE en función de la Capacidad Instalada

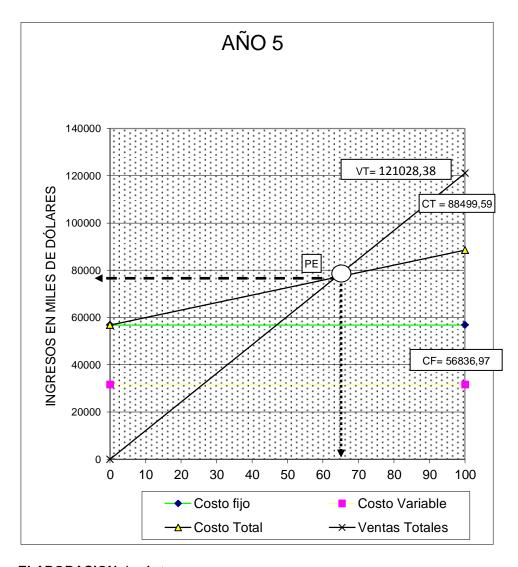
$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{56836,97}{121.028,38 - 31662,62} * 100 = 64,00%$$

* PE en función de los Ingresos (Ventas)

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{56836,97}{1 - \frac{31662,62}{121.028,38}} = \frac{89847,95}{1}$$

ANÁLISIS: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 64,00% y con un ingreso en las ventas de 89.847,95 dólares, en éste punto la empresa no gana ni pierde.

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: La Autora

EVALUACIÓN DEL PROYECTO

El objetivo de la Evaluación Financiera desde el punto de vista privado, es determinar el mérito de un proyecto, estimándose como tal el grado o nivel de utilidad que obtiene el empresario privado como premio al riesgo de utilizar su capital y su capacidad empresarial en la implementación de un proyecto.

FLUJO DE CAJA

Para realizar la aplicación de algunos criterios de evaluación, se hace necesario previamente estimar los flujos de caja.

El Flujo de Caja permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto.

El Flujo de Caja, permite cubrir todos los requerimientos de efectivo del proyecto, posibilitando además que el inversionista cuente con el suficiente origen de recursos para cubrir sus necesidades de efectivo.

Los Flujos de Caja se evalúan en lugar de utilizar figuras contables en razón de que no son éstos los que afectan a la capacidad de la empresa para pagar cuentas o compras de activos.

El Flujo de Caja se encuentra demostrado en el cuadro N° 51 en el que se comparan los ingresos con los egresos.

CUADRO Nº 51 FLUJO DE CAJA

AÑOS / DETALLES	0	1	2	3	4	5
INGRESOS						
Ventas		114.839,21	116.303,95	117.822,91	119.397,29	121.028,38
Crédito B.N.F.	15000					
Capital propio	15428,44					
Valor Residual				291,3		
TOTAL INGRESOS	30428,44	114.839,21	116.303,95	118.114,21	119.397,29	121.028,38
EGRESOS						
Activo Fijo	22.901,04					
Activo Diferido	1106,7					
Activo Circulante	6.420,70					
Costo de Producción		82.028,01	83.074,25	84.159,22	85.283,78	86.448,84
Reinversiones					987,68	
EGRESOS	30.428,44	82.028,01	83.074,25	84.159,22	86.271,46	86.448,84
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		32.811,20	33.229,70	33.954,99	33.125,83	34.579,54
(-) 15% Utilidad Trabajadores		4921,68	4984,46	5093,25	4968,87	5186,93
UTILIDAD ANT. IMPUESTO		27.889,52	28.245,25	28.861,74	28.156,96	29.392,61
(-) 25% Impuesto a la renta		2231,16	2259,62	2308,94	2252,56	2351,41
UTILIDAD LIQUIDA		25.658,36	25.985,63	26.552,80	25.904,40	27.041,20
Amortización		221,34	221,34	221,34	221,34	221,34
Depreciaciones		566,4	566,4	566,4	566,4	566,4
UTILIDAD NETA		24.870,62	25.197,89	25.765,06	25.116,66	26.253,46
FUJO NETO DE CAJA	0	24.870,62	25.197,89	25.765,06	25.116,66	26.253,46

VALOR ACTUAL NETO.

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizarán en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto.

En términos matemáticos el VAN es la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento o descontados a una tasa de interés pagada por beneficiarse el préstamo a obtener.

El VAN, representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto.

Si el VAN es igual o mayor que cero, el proyecto o inversión es conveniente, caso contrario no es conveniente.

Cuadro № 52 VALOR ACTUAL NETO

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN 15%	VALOR ACTUALIZADO
0	30.428,44		
1	24.870,62	0,869565217	21.626,62
2	25.197,89	0,756143667	19.053,22
3	25.765,06	0,657516232	16.940,95
4	25.116,66	0,571753246	14.360,53
5	26.253,46	0,497176735	13.052,61
			85.033,93
			30.428,44
			54.605,49

FA = 1/(1+i)n

VAN = ΣFNA - INVERSIÓN INICIAL

VAN = 85.033,93 30.428,44

VAN = 54.605,49

ANÁLISIS: El Valor Actual Neto al ser mayor a la unidad determina que la inversión debe realizarse.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital.

Comúnmente los períodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas. El período de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial.

En el siguiente cuadro se demuestra el tiempo requerido para que nuestra empresa recupere la inversión inicial de capital.

CUADRO Nº 53
PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL (PRC)

PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE CAJA	F. ACUMULADO
0			
1		24.870,62	
2	30.428,44	25.197,89	50.068,50
3		25.765,06	75.833,57
4		25.116,66	100.950,23
5		26.253,46	127.203,69
		127.203,69	

0,59 * 30 =

ANÁLISIS: Lo que determina que la empresa recuperará su inversión en 2 años 2 meses y 17 días.

17,66

17 Días

TASA INTERNA DE RETORNO

Método de evaluación que al igual que el Valor Actual Neto (VAN), toma en consideración el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto. Este método actualmente es muy utilizado por bancos, empresas privadas, industrias, organismos de desarrollo económico y empresas estatales.

Se define a la "Tasa Interna de Retorno" TIR, como aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial.

Se podría interpretar a la Tasa Interna de Retorno, como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión, si el préstamo con los intereses acumulados a esta tasa dada, se fuera abonando con los ingresos provenientes del proyecto, a medida que estos van siendo generados a través de toda la vida útil del proyecto.

La Tasa Interna de Retorno se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero; es decir, que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada.

CUADRO № 54
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN				
PERIODO		FACT. ACTUALIZ. 78,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 79,00%	VAN MAYOR	
0			30.428,44		30.428,44	
1	24.870,62	0,5617977528	13.972,26	0,5586592179	13.894,20	
2	25.197,89	0,3156167151	7.952,87	0,3121001217	7.864,26	
3	25.765,06	0,1773127613	4.568,47	0,1743576099	4.492,33	
4	25.116,66	0,0996139108	2.501,97	0,0974064860	2.446,53	
5	26.253,46	0,0559628713	1.469,22	0,0544170313	1.428,64	
			36,35		-302,48	

ANÁLISIS: Esto determina que la empresa tiene una Tasa Interna mayor a la tasa de oportunidad.

RELACIÓN BENEFICIO/COSTO

El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada sucre invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

B/C > 1 Se puede realizar el proyecto.

B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto.

B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto.

En el presente proyecto, la relación beneficio-costo es mayor que uno (1.40) indicador que sustenta la realización del proyecto, esto quiere decir que por cada dólar invertido, se recibiría 0.40 centavos de utilidad.

Los cálculos de la relación beneficio costo están representados en el cuadro que viene a continuación:

CUADRO № 55

RELACIÓN BENEFICIO COSTO R(B/C)

1122761611 B21121 1616 65616 11(B16)										
ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL				ACTUALIZACIÓN INGRESOS						
PERIODO	COSTO	FACT. ACTUALIZ.	COSTO	INGRESO	FACT. ACTUALIZ.	INGRESO				
	ORIGINAL	15,00%	ACTUALIZADO	ORIGINAL	15,00%	ACTUALIZADO				
0										
1	82028,01	0,8695652174	71328,70	114839,21	0,8695652174	99860,18				
2	83074,25	0,7561436673	62816,07	116303,95	0,7561436673	87942,50				
3	84159,22	0,6575162324	55336,05	117822,91	0,6575162324	77470,48				
4	85283,78	0,5717532456	48761,28	119397,29	0,5717532456	68265,79				
5	86448,84	0,4971767353	42980,35	121028,38	0,4971767353	60172,49				
			281.222,46			393.711,44				

$$R (B/C) = \frac{393711,44}{281222,46}$$

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

En un proyecto, es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad, porque se trata de medir si le afectan o no a un proyecto, dos situaciones que se dan en una economía, esto es, el aumento en los costos y la disminución en los ingresos.

El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro.

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento del 20,9% en los costos y una disminución del 15% en los ingresos.

Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

 Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.

210

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no

sufre ningún efecto.

Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto

no es sensible.

Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores a 1, por

lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los ingresos y los costos dis-

minuidos o incrementados en un 20,9% y en un 15%, respectivamente; es

decir, el proyecto no es sensible a estos cambios como quedó demostrado al

calcular los demás índices.

FORMULAS:

Diferencia de TIR = TIR del Proyecto – Nueva TIR

Diferencia entre TIR

% de Variación = -----

TIR del Proyecto

% Variación

Sensibilidad = -----

Nueva TIR

CUADRO № 56 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO EN LOS COSTOS DEL 20,9 %

	COSTO	COSTO TOTAL	INGRESO		ACTUALIZACIÓN				
PERIODO	TOTAL	ORIGINAL	TOTAL	FLUJO	FACT. ACTUALIZ.	VAN	FACT. ACTUALIZ.	VAN	
_	ORIGINAL	20,9%	ORIGINAL	NETO	43,00%	MENOR	44,00%	MAYOR	
0						30.428,44		30.428,44	
1	82.028,01	99.171,86	114.839,21	15.667,35	0,6993006993	10.956,19	0,694444444	10.880,10	
2	83.074,25	100.436,77	116.303,95	15.867,18	0,4890214680	7.759,39	0,4822530864	7.652,00	
3	84.159,22	101.748,50	117.822,91	16.074,41	0,3419730546	5.497,02	0,3348979767	5.383,29	
4	85.283,78	103.108,09	119.397,29	16.289,20	0,2391419962	3.895,43	0,2325680394	3.788,35	
5	86.448,84	104.516,65	121.028,38	16.511,73	0,1672321652	2.761,29	0,1615055829	2.666,74	
				440,88		-57,97			
NTIR =	Tm + Dt (-	VAN menor VAN menor - VAN	mayor) = 43,00	+ 1,00 (440,88 498,85) =	43,88 %	

Diferencias TIR = Tir Proyecto - Nueva Tir 78,11 - 43,88 = 34,22 %

Porcentaje de variación = Diferencia. Tir / Tir del proyecto 34,22 / 78,11 = 43,82%

Sensibilidad = Porcentaje de variación / Nueva Tir 43,82 / 43,88 = **0,99**

ANÁLISIS: Esto determina que la empresa soporta un 20,9% en el incremento en los costos.

CUADRO № 57
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DE LOS INGRESOS DEL 15 %

	COSTO INGRESO INGRESO		INGRESO	ACTUALIZACIÓN					
PERIODO	TOTAL	ORIGINAL	TOTAL	FLUJO	FACT. ACTUALIZ.	VAN	FACT. ACTUALIZ.	VAN	
	ORIGINAL	15,00%	ORIGINAL	NETO	43,00%	MENOR	44,00%	MAYOR	
0						30.428,44		30.428,44	
1	82.028,01	97.613,33	114.839,21	15.585,32	0,6993006993	10.898,82	0,694444444	10.823,14	
2	83.074,25	98.858,36	116.303,95	15.784,11	0,4890214680	7.718,77	0,4822530864	7.611,93	
3	84.159,22	100.149,47	117.822,91	15.990,25	0,3419730546	5.468,24	0,3348979767	5.355,10	
4	85.283,78	101.487,70	119.397,29	16.203,92	0,2391419962	3.875,04	0,2325680394	3.768,51	
5	86.448,84	102.874,12	121.028,38	16.425,28	0,1672321652	2.746,84	0,1615055829	2.652,77	
						279,26		-216,98	

NTIR =	TM + DT (VAN MENOR				279,26	\ _	43,56 %
		VAN MENOR - VAN MAYOR) =	43,00 +	1,00 (496,24) =	43,30 /6

DIFERENCIAS TIR = TIR PROYECTO - NUEVA TIR 78,11 - 43,56 = 34,54 %

PORCENTAJE DE VARIACIÓN = DIFERENCIA. TIR / TIR DEL PROYECTO 34,54 / 78,11 = 44,23%

SENSIBILIDAD = PORCENTAJE DE VARIACIÓN / NUEVA TIR 44,23 / 43,56 = 0,99

ANÁLISIS: Esto determina que la empresa soporta un 15% en la disminución en los ingresos.

h) CONCLUSIONES

En base al desarrollo de la presente investigación se llegó a determinar varias conclusiones:

- Luego de haber realizado el estudio de mercado se determinó que en las ciudades de Piñas, Balsas y Marcabelí de la provincia de El Oro, no existen empresas que elaboren salchicha de Pollo.
- De acuerdo a la capacidad instalada en el primer año de vida de la empresa, se producirá 35.482 libras de Salchicha de Pollo.
- La puesta en marcha de este proyecto será mediante la suscripción de acciones de capital, ya sea en activos fijos o en dinero en efectivo.
 La empresa Balserito Cia. Litda., contará con dos socios los cuales aportarán con el 50,70% del total de la inversión.
- La empresa se ubicará en la zona céntrica de la ciudad de Balsas, en la Ciudadela Alborada en las calles Vicente Galarza y sin, con la finalidad de que los clientes tengan mayor facilidad para adquirirlos.
- Se contará con un local amplio y agradable, utilizando la mejor maquinaria para la obtención de un producto de calidad.
- El financiamiento del presente proyecto será con recursos propios correspondientes a \$ 15.428,44 y un crédito de \$ 15.000,00.

 Para establecer la factibilidad del proyecto, se utilizó la evaluación financiera tomando en consideración los diferentes indicadores económicos de acuerdo a los siguientes datos:

VAN = Es positivo ya que es mayor a cero de 54.605,49.

B/C = Es mayor a uno, por lo tanto se puede realizar el proyecto (1,40)

TIR = Es mayor al costo del capital, por lo tanto el valor es satisfactorio, de 78,11%

Periodo de Recuperación = La inversión se la recupera en 2 años, 2 meses y 17 días.

- Por todas las razones aquí expuestas, se concluye que la demanda de Salchicha de Pollo a producir tendrá éxito y por ello no se debe escatimar esfuerzo alguno.

i) RECOMENDACIONES

- El presente proyecto, está encaminado a la inversión privada dado que existe beneficios económicos y sociales para el adelanto del sector en el ámbito empresarial.
- Mediante la factibilidad: financiera, económica y técnica del presente proyecto, permite la ejecución del mismo brindando de esta manera la creación de fuentes de trabajo.
- Se debe realizar una buena campaña publicitaria con el fin de dar a conocer el producto que ofrece la empresa y obtener aceptación en el mercado local.
- Al poner en marcha este proyecto, es importante contratar mano de obra del lugar, con el fin de ayudar al progreso de la ciudad y reducir en parte el problema del desempleo.
- Para este tipo de proyecto es necesario ofrecer al cliente productos de calidad con la finalidad de poseer liderazgo en el mercado.
- Se hace necesario que para los proyectos de factibilidad que se realizan, sean tomados en cuenta para su ejecución, logrando así beneficios para los inversionistas y la sociedad.

j) BIBLIOGRAFÍA

- ✓ ACOSTA, Alberto., <u>Curso Básico de Administración de Empresas</u>, <u>Mercadeo</u>., Edit. Norma S.A., 1991.
- ✓ ACHIG, Lucas., <u>Metodología de la Investigación Social</u>., Edit. Idis., Universidad de Cuenca., Enero 1996.
- ✓ BACA URBINA, Gabriel., Evaluación de Proyectos., 2da. Edic., 1994.
- ✓ BELL, Martín L., <u>Mercadotecnia, Conceptos y Estrategias</u>., Edit. Continental S.A., México., 1971.
- ✓ BOLTEN, Steven., <u>Administración Financiera</u>., Edit. Limusa., Vol. I., México., 1981.
- ✓ DAVALOS ARCENALES, Nelson., <u>Enciclopedia Básica de</u>
 <u>Administración, Contabilidad y Auditoría.</u>, Tomo II., 1990.
- ✓ FOLLETO., <u>El Comercio Fronterizo Peruano Ecuatoriano</u>.,
 Características y Perspectivas.
- ✓ GAMBOA VELASQUEZ, Ramiro., <u>Curso Básico de Administración de</u>
 <u>Empresas (Finanzas)</u>., Edit. Norma S.A., Vol. 4., 1991.
- ✓ GOXENS, Antonio y GOXENS, María de los Angeles., <u>Biblioteca Práctica</u>
 <u>de Contabilidad</u>., Vol. 4., Ed. Grupo Océano.
- ✓ KOLHER, Eric., <u>Diccionario para Contadores</u>., Edit. Limusa S.A., México., 1992.

- ✓ LOAIZA CORTES, Carlos., <u>Práctica de Mercadotecnia</u>., McGraw-Hill., México., 2da. Ed., 1988.
- ✓ MOORE, Franklin., <u>Administración de la Producción</u>., Edit. Diana S.A., México., 1977.
- ✓ NACIONES UNIDAS., <u>Manual de Proyectos de Desarrollo Económico</u>., México D.F., Diciembre., 1968.
- ✓ OROZCO, José., <u>Contabilidad General</u>., Edit. Productora de Publicaciones., Quito., 1986.
- ✓ REYES PONCE, Agustín., <u>Administración de Empresas</u>., Edit. Limusa., México., 1982.
- ✓ ROSENBERG J.M., <u>Diccionario de Administración y Finanzas</u>., Edit. Océano., Barcelona-España.
- ✓ SELDON, Arthur, <u>Diccionario de Economía</u>., Edit. Oikos S.A., Barcelona-España., 1975.
- ✓ VASQUEZ, Víctor Hugo., <u>Organización Aplicada</u>., 1era. Ed., Quito-Ecuador., 1985.
- ✓ VELASQUEZ, Ramiro., <u>Administración de Empresas</u>., Edit. Norma S.A., Vol. 4., 1991.
- ✓ SELDON, Arthur, <u>Diccionario de Economía</u>., Edit. Oikos S.A., Barcelona-España., 1975.

k) ANEXOS

ANEXO Nº 3

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA

DENOMINACIÓN	CANT.	V/UNIT.	VALOR TOTAL
Carne de Pollo	1.247,00	2,35	2.930,45
Salitre	541	1,24	670,84
Condimento para salchich	945	0,95	897,75
Sal	847	2,31	1.956,57
Fécula de maíz	1.045	1,20	1.254,00
Harina mandioca	941	1,15	1.082,15
TOTAL			8.791,76

Elaboración: La Autora

ANEXO № 3.A

PROYECCIÓN PARA MATERIA PRIMA DIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL
	INC. 2,25
1	8.791,76
2	8.989,57
3	9.191,84
4	9.398,66
5	9.610,13

ANEXO Nº 4

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA INDIRECTA

DENOMINACIÓN	CANT.	V/UNIT.	VALOR TOTAL
Bolsas plásticas para embutidos	14.758	0,24	3.541,92
Hilo	6.354	0,04	254,16
TOTAL			3.796,08

FUENTE: Importadoras Locales y Nacionales

ANEXO № 4.A

PROYECCIÓN PARA MATERIA PRIMA INDIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,25
1	3.796,08
2	3.881,49
3	3.968,83
4	4.058,12
5	4.149,43

ANEXO № 5

PRESUPUESTO MANO DE OBRA DIRECTA

RUBRO/PUESTOS	OBREROS
Básico	318,00
Décimo Tercero 1/12	24,33
Décimo Cuarto SBU/12	24,33
Vacaciones 1/24	12,17
Aporte patronal 11.15%	32,56
Fondo de Reserva 1/12	24,33
Aporte IECE 0,5%	1,46
Aporte CECAP 0,5%	1,46
Remuneración unificada	412,64
Nro. De personas	3
Total Mensual	1237,93
Total anual	14.855,21

ANEXO № 5.A

PROYECCIÓN PARA MANO DE OBRA DIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL
	INC. 2,25
1	14.855,21
2	15.189,45
3	15.531,21
4	15.880,67
5	16.237,98

ANEXO № 6

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA

JEFE DE PRODUCCIÓN

RUBRO/PUESTOS	OBREROS
Básico	320
Décimo Tercero 1/12	26,67
Décimo Cuarto SBU/12	24,33
Vacaciones 1/24	13,33
Aporte patronal 11.15%	35,68
Fondo de Reserva 1/12	26,67
Aporte IECE 0,5%	1,6
Aporte CECAP 0,5%	1,6
Remuneración unificada	449,88
Nro. De personas	1
Total Mensual	449,88
Total anual	5.398,56

ANEXO № 6.A

PROYECCIÓN PARA MANO DE OBRA INDIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL
	INC. 2,25
1	5.398,56
2	5.520,03
3	5.747,45
4	5.984,25
5	6.230,80

ANEXO Nº 7

PRESUPUESTO DE ADECUACIONES E INSTALACIONES

DENOMINACIÓN	UNID.	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VAL. TOTAL
Adec. e Instalaciones	m²	100,00	75,00	7.500,00
				7.500,00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

ANEXO Nº 7. A

DEPRECIACIÓN DE ADECUACIONES E INSTALACIONES

Método: Línea Recta

Valor residual = Valor Total x 10%

 $= 7.500 \times 0.1$

= 750

Depreciación Anual = (Costo - V. residual) / Vida Útil

= (7.500 - 750 / 20)

= 337,50

ANEXO Nº 8

PRESUPUESTO PARA MAQUINARIA

DENOMINACIÓN	CANT.	V/UNIT.	VALOR TOTAL
Picadora automática para carne	2	2.850,00	5.700,00
Embutidora Hidráulica automática al vacio	1	750,00	750,00
Máquina embutidora industrial	1	4.600,00	4.600,00
Estufa con tina de cocción	1	720,00	720,00
TOTAL			11.770,00

FUENTE: Almacenes Locales y Nacionales

ELABORACIÓN: La Autora

ANEXO Nº 8.A

DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA

Método: Línea Recta

Valor residual = Valor Total x 10%

 $= 11.770 \times 0,1$

= 1.177

Depreciación Anual = (Costo - V. residual) / Vida Útil

= (11.770 - 1.177) / 10

= 1.059,30

ANEXO № 9

PRESUPUESTO PARA SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN

DENOMINACIÓN	CANT.	VAL. UNIT.	VAL. TOTAL
Guantes	36	2,60	93,60
Overoles	6	13,00	78,00
Mascarillas	6	2,50	15,00
TOTAL			186,60

FUENTE: Almacenes de la ciudad

ANEXO № 9.A

PROYECCIÓN PARA SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,25
1	186,60
2	190,80
3	195,09
4	199,48
5	203,97

ANEXO Nº 10

PRESUPUESTO PARA CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

DENOMINACIÓN	CANT. (Kw./h)	V. UNIT.	VAL. MENS.	VAL. ANUAL
Consumo de energía				
eléctrica	4256	0,016	68,10	817,15
				817,15

FUENTE: Empresa Eléctrica Regional del Sur

ANEXO Nº 10.A

PROYECCIÓN PARA CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

AÑOS	VALOR TOTAL		
	INC. 2,25		
1	817,15		
2	835,54		
3	854,34		
4	873,56		
5	893,21		

ANEXO № 11

PRESUPUESTO PARA CONSUMO DE AGUA POTABLE

DENOMINACIÓN	CANT. M 3	V. UNIT.	VAL. MENS.	VAL. ANUAL
Consumo de agua				
potable	325	0,0426	13,85	166,14
				166,14

FUENTE: Empresa Municipal de Agua Potable

ELABORACIÓN: La Autora

ANEXO № 11.A

PROYECCIÓN POR CONSUMO DE AGUA POTABLE

AÑOS	VALOR TOTAL		
	INC. 2,25		
1	166,14		
2	169,88		
3	173,70		
4	177,61		
5	181,60		

ANEXO Nº 11

AMORTIZACIÓN DE ACTIVO DIFERIDO

AÑOS	VAL. ACT. DIF.	AMORTIZACIÓN	VALOR TOTAL
1	1106,70	221,34	885,36
2	885,36	221,34	664,02
3	664,02	221,34	442,68
4	442,68	221,34	221,34
5	221,34	221,34	0,00

FUENTE: Cuadros Nº 19

ANEXO № 12

PRESUPUESTO PARA SUELDOS DE ADMINISTRACIÓN

RUBRO/PUESTOS	GERENTE	SERETARIA	CONSERJ/GUARDIA
		CONTADORA	
Básico	510	340	318
Décimo Tercero 1/12	42,50	28,33	24,33
Décimo Cuarto SBU/12	24,33	24,33	24,33
Vacaciones 1/24	21,25	14,17	12,17
Aporte patronal 11.15%	56,87	37,91	32,56
Fondo de Reserva 1/12	42,50	28,33	24,33
Aporte IECE 0,5%	2,55	1,7	1,46
Aporte CECAP 0,5%	2,55	1,7	1,46
Remuneración unificada	702,55	476,48	412,64
Nro. De personas	1	1	1
Total Mensual	702,55	476,48	412,64
Total anual	8.430,58	5.717,72	4.951,74

FUENTE: La Tablita 2013

ANEXO Nº 12.A

PROYECCIÓN PARA SUELDOS ADMINISTRATIVOS

AÑOS	VALOR TOTAL		
	INC. 2,25		
1	24.977,34		
2	25.539,33		
3	26.113,97		
4	26.701,53		
5	27.302,31		

ANEXO № 13

PRESUPUESTO PARA MUEBLES Y EQUIPO DE OFICINA

DENOMINACIÓN	CANT	VAL. UNIT	VAL. TOTAL
Escritorio tipo gerente	1	210,00	210,00
Sillón tipo gerente	1	120,00	120,00
Escritorio tipo Secretaria	1	185,00	185,00
Silla giratoria	1	75,00	75,00
Sillas	12	21,00	252,00
Archivadores	2	140,00	280,00
Estantes	2	110,00	220,00
Total:			1.342,00

FUENTE: Almacenes de la ciudad

ANEXO Nº 13.A

DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y EQUIPO DE OFICINA

Método: Línea Recta

Valor residual = Valor Total x 10%

 $= 1.342 \times 0.1$

= 134,20

= 120,78

ANEXO Nº 14

PRESUPUESTO PARA SUMINISTROS DE OFICINA

DENOMINACIÓN	CANT.	V. UNIT.	VAL. TOTAL
Papel bond	2000	0,008	16
Papel copia	2000	0,003	6
Lápices	48	0,35	16,8
Esferográficos	48	0,50	24
Otros 5%			3,14
Total			65,94

FUENTE: Almacenes de la ciudad

ANEXO № 14.A

PROYECCIÓN POR SUMINISTROS DE OFICINA

AÑOS	VALOR TOTAL		
	INC. 2,25		
1	65,94		
2	67,42		
3	68,94		
4	70,49		
5	72,08		

ANEXO № 15

PRESUPUESTO Y PROYECCIÓ PARA CONSUMO TELEFÓNICO

Para consumo telefónico se ha considerado la base de 45 dólares mensuales, resultando para el primer año 540 dólares.

ANEXO № 15 A

PROYECCIÓN POR CONSUMO TELEFÓNICO

AÑOS	VALOR TOTAL		
	INC. 2,25		
1	540,00		
2	552,15		
3	564,57		
4	577,28		
5	590,26		

ANEXO Nº 16

PRESUPUESTO PARA PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

DENOMINACIÓN	VAL. MENS.	VAL. ANUAL
Prensa escrita local	50,00	600,00
Radio	30,00	360,00
		960,00

FUENTE: Medios de comunicación

ELABORACIÓN: La Autora

ANEXO Nº 16.A

PROYECCIÓN POR PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

AÑOS	VALOR TOTAL		
	INC. 2,25		
1	960,00		
2	981,60		
3	1003,69		
4	1026,27		
5	1049,36		

ANEXO № 17
PRESUPUESTO DE PERSONAL DE VENTAS

RUBRO/PUESTOS	JEFE DE VENTAS	VENDEDORES
Básico	330	318
Décimo Tercero 1/12	25,00	24,33
Décimo Cuarto SBU/12	24,33	24,33
Vacaciones 1/24	12,50	12,17
Aporte patronal 11.15%	33,45	32,56
Fondo de Reserva 1/12	25,00	24,33
Aporte IECE 0,5%	1,5	1,46
Aporte CECAP 0,5%	1,5	1,46
Remuneración unificada	423,28	412,64
Nro. De personas	1	2
Total Mensual	423,28	825,29
Total anual	5.079,40	9.903,47
Total Sueldos Operativ	os	14.982,87

FUENTE: La Tablita 2013

ANEXO Nº 17 A
PROYECCIÓN PERSONAL DE VENTAS

AÑOS	VALOR TOTAL		
	INC. 2,25		
1	14.982,87		
2	15.319,98		
3	15.664,68		
4	16.017,14		
5	16.377,53		

ANEXO № 18

PRESUPUESTO PARA EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DENOMINACIÓN	CANT	VAL. UNIT	VAL. TOTAL
Computadora	2	820,00	1.640,00
Impresora matricial	1	120,00	120,00
Impresora tinta	1	80,00	80,00
Total:			1.840,00

FUENTE: Almacenes de la ciudad

ELABORACIÓN: La Autora

ANEXO Nº 18.A

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Método: Línea Recta

Valor residual = Valor Total x 10%

 $= 1.840 \times 0,0333$

= 61,272

Depreciación Anual = (Costo - V. residual) / Vida Útil

= (1.840 - 61,272) / 3

= 592,91

ÍNDICE

CC	ONTENIDO	PÁG.
PC	DRTADA	i
CE	CERTIFICACIÓN	
ΑL	AUTORÍA	
AGRADECIMIENTO		V
DE	DICATORIA	vi
a.	TÍTULO	1
b.	RESUMEN	2
C.	INTRODUCCIÓN	8
d.	REVISIÓN DE LITERATURA	11
	MARCO REFERENCIAL	11
	MARCO CONCEPTUAL	13
e.	MATERIALES Y MÉTODOS	76
f.	RESULTADOS	84
g.	DISCUSIÓN	104
h.	CONCLUSIONES	213
i.	RECOMENDACIONES	215
j.	BIBLIOGRAFÍA	216
k.	ANEXOS	218
	ÍNDICE	236